

УДК 81

КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТИПОЛОГИЙ ФЕЙКОВЫХ СООБЩЕНИЙ

А.А. Романов, Л.А. Романова

В статье предпринята попытка проанализировать интегративно-понятийную конструктивную триаду «фейк – фейковое сообщение – фейкореальность» и её функционально-прагматических дериватов в виде типовых фейковых проявлений или дискурсивных фейковых практик с целью проследить природу формирования и подходы к построению типологий фейковых сообщений. Обозначены характерные свойства особой разновидности симулякральной (ложной, дезинформационной, обманной) коммуникации, выступающей в роли «консциентального оружия», направленного на воздействие атакованного получателя. Дальнейшее описание функционально-семантических (или когнитивно-дискурсивных) и лингвопрагматических аспектов фейковых сообщений представляется целесообразным проводить с учётом методологии интегративно-когнитивной дискурсии.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: дезинформация, дискурс, докса, доксология, правда, постправда, фейк, фейкореальность, репутационный капитал

РОМАНОВ Алексей Аркадьевич – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры фундаментальной и прикладной лингвистики Тверского государственного университета, заслуженный деятель науки Российской Федерации, почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации. romanov_tgsha@mail.ru

РОМАНОВА Лариса Алексеевна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры социальной работы и педагогики Тверского государственного университета. larrar@yandex.ru

Цитирование: Романов А.А., Романова Л.А. Классификационные принципы формирования типологий фейковых сообщений [Электронный

ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал.
– 2024, № 2. – С.16–63. Режим доступа: www.tverlingua.ru

CLASSIFICATIONAL PRINCIPLES FOR FORMING TYPOLOGIES OF FAKE MESSAGES

Aleksey A. Romanov, Larisa A. Romanova

The article attempts to analyze the integrative-conceptual constructive triad «fake - fake message - fakereality» and its functional-pragmatic derivatives in the form of generic fake manifestations or discursive fake practices to track the nature of the formation and approaches to the construction of fake message typologies. The characteristic properties of a special kind of simulacrum (false, disinformation, deceptive) communication acting in the role of «conspicuous weapon» directed at the action of the attacked recipient are marked. A further description of the functional-semantic (or cognitive-discursive) and lingua-constructive aspects of fake messages seems to be appropriate taking into account the methodology of integrative-cognitive discourse.

KEY WORDS: misinformation, discourse, doxa, doxology, true, posttruth, fake, fakereality, reputation capital

ROMANOV Aleksey A. – DSc in Philology, Professor, Professor of the chair fundamental and applied linguistics of Tver State University, Honored Scientist of the Russian Federation, Honorary Worker of Higher Professional Education of the Russian Federation. romanov_tgsha@mail.ru

ROMANOVA Larisa A. – DSc in Philology, Professor, Professor of the chair of Social Work and Pedagogy of Tver State University. larrar@yandex.ru

Citation: Romanov A.A., Romanova L.A. Classificational principles for forming typologies of fake messages [Electronic resource] // World of linguistics and communication: electronic scientific journal. – 2024, № 2. – P. 16–63. Access mode: www.tverlingua.ru

В рамках Тверской лингвистической школы, нередко упоминаемой исследователями как «Динамическая модель регулятивной коммуникации»,

ведутся в течение ряда лет изыскания в области постправдивой (item: абсурдной, ложной, обманной, фейковой) коммуникации, которые направлены на выявление процессов формирования и подачи в публичную среду типов, видов и подвидов искажённой информации, таких как «диффамация», «красивые слова», «эвфемизмы», «постправда», «фейковые сообщения», а также их вербальных форм влияния на информационно-ментальное поле участников “ядерных” или базовых систем коммуникаций общества. К их числу относятся также и коммуникативные послания, содержащие откровенную ложь, спрятанную за “хайли лайкли” и подаваемую потребителю либо в качестве “истинной” и “правдивой” информации, либо в формате типичного и обыденного обмана, фантазийных рассказней, сконструированных “историко-мифотворческих” и “миротворческих” описаний и абсурдных вымыслов (Романов, 2002; 2004; 2014; 2016; 2016а; 2016б; 2017; Романов, Малышева, Новоселова, 2014; Романов, Малышева, 2016; Романов, Романова, 2015; 2016; 2017–2017в; Романов, Романова, Морозова, 2015; 2015а; 2018; 2019; 2019а; Романов, Романова, Новоселова, 2015; 2015а; Романов, Романова, Малышева, Морозова, 2023; см. также: Белоус, 2007; Быстров, 2001; Морозова, 2005; Уткин, 2011; Romanov, Malysheva, 2016 и др.).

В ряде работ представителей названной научной школы предприняты попытки описать *чем, каким образом и насколько* коммуникативные практики с искажённой информацией *отличаются*, с точки зрения передачи их воздействующего смыслового объёма на получателя, от *правдивой* (фактуальной, настоящей, действительной), *полуправдивой* (недовысказанной, искажённой, специально недосказанной или преднамеренно утаённой, а также с определённой целью или преднамеренно сконструированной или заготовленной, спиндокторинговой и подсказывающей удобный для продуцентов вариант выбора, ответа, действия и т.п.) или *обманной* (ложной, мифотворческой, «меметически встроенной и скрытой» в других “удобных” выражениях, паттернах или “лекалах”,

подстроенных под правдивые формы передачи смыслового содержания) информации (см.: Морозова, 2005; Романов, 1995; 2004; Романов, Романова, 2017–2017д; 2018, 2018а; 2020; 2020а; 2020б; 2021; 2024; 2024а; Романов, Романова, Морозова, 2015; 2015а; 2018; 2019; Романова, Малышева, Морозова, Романов, 2023; Романов, Черепанова, 1998).

Объективности ради, справедливо подчеркнуть, что в ряде работ исследователей других направлений в лингвистике, медиалингвистике, психолингвистике и журналистике отмечается схожая картина. Учёные обращают внимание на тот факт, что в настоящее время существующий и интенсивно циркулирующий в глобальном массмедийном и медийносетевом (социальнопубличном) информационном пространстве массив обманных сообщений настолько велик, что не может не поражать человеческое воображение. Факт потоков массивной дезинформации признают, в частности, представители команды платформы You Tube, которые отмечают, что им приходится ежедневно отслеживать примерно миллиард посланий. При этом из этого потока посланий они стремятся блокировать фейковые сообщения таким образом, чтобы число заблокированных сообщений оставались хотя бы в пределах одного процента от общего количества зафиксированных недостоверных посланий. Нетрудно посчитать, что в конечном итоге в информационное пространство пропускаются десятки миллионов недостоверных (фейковых) посланий в день. И это происходит только в масштабах одной платформы. А сколько таких сообщений выбрасывается в день с учётом множества похожих сетевых платформ и других медийных потоков, производимых различными индустриальными средствами массовой коммуникации? Со всей очевидностью понятен ответ: им несть числа.

Поэтому не стоит удивляться тому, что сложившуюся ситуацию в глобальном медийном пространстве называют условным словосочетанием – “фейковая реальность” или “фейкореальность”, которое сегодня стало очень популярным не только в коммуникативно - информационной среде, но также

и в различных сетевых сообществах, организованных обычными или рядовыми потребителями (пользователями) информации.

Принято считать, что фейковая реальность суть такая реальность, которая не является тем, за кого себя выдает, то есть она является тем, чем себя одномоментно и экспонирует, и презентует, но без эксплицитной отсылки к области своей референтной соотнесённости. Другими словами, фейковая реальность суть “нереальная реальность” (см.: Романов, 1982; 1988; 2016; Романов, Романова, 2017–2017д; 2018, 2018а; 2020–2020б; 2021; 2024; 2024а; Романов, Романова, Морозова, 2015; 2015а; 2018; 2019; см. также: Морозова, 2005; Рашкофф, 2003; Субботский, 2022). Примечательно, что в данном случае понятие «фейка» / «фейкореальности» отчасти перекликается с идеей Ж. Бодрийера о «симулятивных текстах» или «симулякрах», которые получили своё распространение в результате активного расширения электронных СМИ в публичном коммуникативном пространстве. Суть таких текстов (т.е. вербальных сообщений, посланий) заключается, по Ж. Бодрийеру, в их способности исказить и скрывать реальную действительность. Для Ж. Бодрийера, «симулятивный текст – порождение моделей реального без оригинала и реальности». Автор считает, что если ранее сформированные образы сознания могут «маскировать и исказить фундаментальную реальность», то, следовательно, текст, «заслоняя своим содержанием», сформированным при помощи значений языковых знаков, «будет искажать образы реальной действительности». В таком случае этот текст и становится симулякром (см.: Бодрийер, 2015:12).

В связи с этим необходимо признать, что возникает существенная неопределённость в трактовке оценки содержания таких текстов (сообщений, посланий, выражений). Эта неопределённость связана с тем, что используемые коммуникативно - информационные сообщения, отражающие такую “нереальную реальность”, можно считать как просто «обманные», так и «поддельные» («подделки»), «фальшивые» («фальшивки») сообщения с ложным (нереферентным) содержанием. При этом, коммуникативно -

информационные сообщения (послания), которые содержат “нереальную реальность”, могут быть продуцированы как самим автором сообщений, так и каким-то другим заинтересованным лицом (организацией, сообществом, группой и т.п.), которое преднамеренно задумало, “срежиссировало” и сконструировало коммуникативную «подделку» в виде знаковых вербальных сообщений-посланий и через информационные каналы запустило в информационную среду. Цель таких сообщений-посланий – передать их адресату-потребителю и выдать ему сообщения-подделки за настоящие и правдивые, чтобы он не только «получил» и «понял», но и «принял», т.е. признал сконструированные сообщения-подделки или послания-фальшивки за настоящие.

Другими словами, в таких коммуникативных сообщениях или вербальных формах-подделках подаётся *не та* информация, за *которую* она *себя* либо хочет выдать, либо *реально выдаёт* адресату-получателю в конкретных сообщениях-посланиях. Следовательно, нетрудно заключить, что специально сконструированные коммуникативные сообщения-подделки способны на уровне вербальной интерактивной триады «получил» – «понял» – «принял» *менять* у адресата-получателя *понимание* фактов реального (физического, референтного) мира, особенно в том случае, если получатель не только *получил* и *понял* информационное содержание, но и *принял* его, т.е. согласился с ним и отождествил свои знания о мире с переданным содержанием (знанием / знаниями) в фейковом (ложном) сообщении versus информационном посыле.

Если исходить при этом из того, что у адресата меняется понимание физической картины мира, то можно логически допустить и мену или смену зафиксированной картины мира в ментальной сфере человека как адресата-получателя. Из этого следует, что *сам адресат-получатель* может уже на основании содержания, полученного в фейковых сообщениях (т.е. на основе своего выводного – истинного или ложного – знания), *поменять полюсы значимой оценки* получаемой в сообщениях информации с положительной на

отрицательную или с правдивой (настоящей, правильной) на постправдивую (ложную, ненастоящую, неправильную, фальшивую).

Появление у адресата потенциальной возможности поменять (или сменить) полюсы оценки сигнализирует о том, что адресат-получатель уже способен сам или может, по его мнению, самостоятельно отбирать (сортировать, фильтровать), какие факты, отражённые в вербальном сообщении, соответствуют действительности (правде, проверенным знаниям), реальности и *его* национально-культурной, социальной, политической и личной *идентичности*, а какие не соответствуют и расходятся с его картиной мира (см.: Романов, 1988; 2002; 2004; 2005; 2021; Романов, Романова, 2005; 2015; 2016; 2017; Романова, 2007; 2009; Романов, Романова, Федосеева, 2013; Романов, Малышева, Новоселова, 2014; Романов, Романова, Морозова, 2018; 2019; Романов, Немец, 2006; Романов, Новоселова, 2018).

Примем во внимание, что в том случае, когда адресату надлежит / предстоит делать особый выбор в пользу той или иной оценки, может дополнительным образом *проявлять себя* ещё одно особенное и системное свойство получения *выводного знания* в виде когнитивно-внутреннего контрольного “наблюдения” / просматривания за перебором вариантов “за” – “воздержусь” – “против”, т.е. наблюдение когнитивной системой за процессом подготовки принятия решений, в рамках которого (или которой) просчитываются все возможные / допустимые / приемлемые или неприемлемые / недопустимые / невозможные варианты. Работу этой системы можно условно свести к следующей консеквентной последовательности выбора: *если* идентичность адресата может помочь обуславливать оценку (или может способствовать определению оценки) информационного содержания и *если* оно (выводное знание о содержании информационного сообщения) конгруируется (входит в соответствие) с характерными – наиболее значимы, наиболее типичными, наиболее ценными – чертами идентичности самого адресата-получателя, *то* не только у

адресата, но и у отправителя фейкового сообщения (“режиссера”, распространителя) появляется больше шансов на то, что передаваемое или уже переданное раньше фальшивое содержание будет одобрено (будет поддерживаться) адресатом-получателем и, как следствие, будет принято. Заметим вместе с тем, что под влиянием сильного эмоционального фактора или завышенных ожиданий (и при дефиците времени) адресат может и не просматривать перебор вариантов, а, находясь под воздействием эмоций или цейтнота, делать свой выбор спонтанно.

В случае, когда по каким-то причинам обозначенная конгруэнция нарушается или затягивается, например, ввиду длительного затратного “наблюдения” за процессом выбора и колебаниями “за” – “воздержусь” – “против”, то могут возникнуть затруднения в виде *когнитивных барьеров*, к числу которых можно отнести, например, разновидности *сомнения* / *сомнений* в рациональности выведенной оценки, *опасения* / *опасений* относительно результирующих последствий после такой оценки, а также появления *цейтнота* (нехватки, дефицита) времени на то, чтобы всесторонне обдумать смену оценки, а также несвоевременность перемены картины мира «здесь» и «сейчас» и многое другое, что ведёт к появлению *дискомфортного состояния* у адресата-получателя (см.: Романов, 2004; 2005; 2020; 2021; Романов, Немец, 2006; Романов, Романова, 2005; 2018; 2018а; 2018б).

Проявление обозначенных затруднений в виде отмеченных барьеров способно тормозить и даже блокировать попытки адресата-получателя осуществить смену (мену) полюсов своей оценки, которые несут направленные и сконструированные для потребителя постправдивые сообщения. Важно понимать, что такие затруднения-барьеры способны вызывать ряд существенных осложнений в ситуациях дискурсивной интеракции. Так, в частности, отмеченный процесс конгруэнтной смены оценок может не вполне успешно и не так быстро происходить в конкретном коммуникативном взаимодействии отправителя с получателем по причине расхождения их во мнениях или взглядах друг с другом относительно даже

того, что «практически любая коммуникация является частично обманной» (Becker, 2022: 35; ср. также: Млодинов, 2021; Романов, 1982; 1988; 1995; 2002; 2004; 2005; Романов, Новоселова, 2018; Шаховский, 2021; Экман, 2023; Trandl, 2007).

Вся сложность данного вопроса, по мнению Конрада Беккера, заключается в том, что «обманная коммуникация может иметь не только много форм» для своей демонстративной экспликации, но и выполнять также различные по целевым действиям задачи. «Умолчание, преувеличение, двусмысленность, полуправда, ложное направление, притворство (или ирония, опирающаяся на сходные лингвистические модели) – *все могут рассматриваться как виды обманной коммуникации*» (курсив – наш: А.Р., Л.Р.). И, кроме того, «механизмы притворства» могут присутствовать в ряде других ментальных процессах, таких, как «опровержение фактов или атрибуция в практике телепатии. В то время, как *намеренно обманная коммуникация безусловно преследует цель утаивания, непреднамеренно обманная коммуникация происходит вследствие ряда факторов, основанных на отсутствии контекста или на двусмысленности, вытекающей из смущения и недопонимания*» (Becker, 2022: 33–34; см. также: Романов, 1982; 1988: 69–72; 1995; 2003; 2004: 3–31; Романов, 2020: 104–118; Романов, Новоселова, 2018; ср.: Белоус, 2007; Быстров, 2001).

При этом, нельзя не учитывать, что сегодня глобальное медиапространство насыщено мощнейшими потоками разнообразной – в том числе и многожанровой фейковой – информацией, которые (потоки) практически невозможно проконтролировать. Невольно даже создаётся впечатление, что в последние десятилетия потребителя массовой информации *постепенно, но настойчиво, планомерно* и главное – *организованно* – двигают какими-то заинтересованными силами («сбивают / сколачивают» в «идентичные группы», объединения) в сторону бенефициарно сформированной (т.е. специально и осознанно созданной в

пользу *кого-то* и для *каких-то* целей и задач, сконструированной) действительности, в том числе и фейкореальности.

Упоминая в контексте рассматриваемой проблемы понятия «действительность» и «реальность», уместно пояснить, что здесь мы не проводим строгого разграничения между такими понятиями, как “действительность”, “реальность” и “бытие” в духе Альфреда Норта Уайтхеда (Уайтхед, 1990). В работе мы только лишь подчеркиваем (ср., например: Романов, Романова, 2010: 25–27), что *в действительности* информационно - ментальное поле потребителей социальных медиа разного порядка уже давно и активно осваивается “игроками-актерами” не только в рамках индустрии СМИ в самой широкой трактовке этого понятия, но также и представителями других индустриальных областей, например, представителями информационных пространств и сред культуры, истории, политики.

Считаем уместным подчеркнуть ещё раз, что целенаправленное и организованное “сколачивание” в идентичные группы единомышленников, единоверцев или сторонников и приверженцев в какой-либо сфере или жизнедеятельности *сориентировано* (в том числе – подсчитано, просчитано, и направлено) на проявление не только дифференциальных (значимых), но и общих, типовых, свойственных даже только какой-либо одной группе признаков, которые прямо или косвенно указывают на «своих» (т.е. единомышленников, единоверцев, однопартийцев, сторонников и т.п.) посредством демонстрации этих значимых признаков (ср., например, наличие атрибутивного шарфа болельщика любимого футбольного клуба, а также исполнение типовых “кричалок” болельщиков, демонстрацию значков, песен и т.д.), чтобы явно или скрытно проявить и предъявить свою *политическую, социальную, спортивную, партийную, национально - культурную* идентичность по принципу «свой – свой» или «свой – чужой / другой» (ср.: Леонгард, 2000; Романов, 1988; 2004; 2005; 2020; 2021; Романов, Романова, 2017; 2017в; 2017д; 2019). Подчеркнём ещё раз, что “сколачивание” в группы

на базе признаков типовой идентичности позволяет бенефициарам целенаправленной информации любого порядка легче “проводить в жизнь” (создавать, продуцировать, передавать, распространять, закреплять) самые разнообразные оценки, ценности, предпочтения, мнения и установки – вплоть до диаметрально противоположных (Романов, 1995: 156–172; 2015; 2016; 2017–2017г; Романов, Малышева, 2016; Романов, Романова, 2015; 2017; 2017д; Романов, Романова, Морозова, 2015; 2015а; 2019а; 2019б).

Сказанное позволяет выдвинуть предположение, что каждая типовая идентичность может проявлять себя (характеризоваться) целевым отношением к тому или иному близкому ей и разделяемому ею функциональному типу и типовой разновидности содержательного контента информационных сообщений, к тем или иным событиям, а также к активным лидерам разделяемого общественного мнения, к той или иной партийной принадлежности и к сформированному “социальному консенсусу” в виде «социальной доксы». То есть, когда все думают также как и я, то я не верифицирую специально это групповое мнение на «истинность – ложность», а автоматически присоединяюсь к их мнению.

Целевые отношения к типовой (коллективной, групповой) идентичности суть, в терминологии специалистов по нейромаркетингу, товарный “таргетинг”, а в отношении индивидуальных представителей (т.е. в отношении к индивидуальной идентичности) – “микротаргетинг” (см.: Traindl, 2007). Примечательно, что инструментарий целевого отношения (“таргетинг”) к специально сконструированной информации позволяет отправителю такой информации оказывать с большой долей вероятности определённое (заранее запланированное) влияние на человека, так как для этого человека уже найдены (а в случае нейросетевого анализа больших данных о конкретном человеке или о сторонниках той или иной политической партии – уже просчитаны и подобраны) значимые (типичные или наиболее “болевы”) для его индивидуальной или группой идентичности точки.

В плане “микротаргетинга” такими значимыми “болевыми” точками могут быть личные и общественные пристрастия, тяга к различным напиткам (например: кофе, чай, алкоголь, коктейль или его типовые разновидности с учётом личных пристрастий), к маркам табака, к коллекционированию спортивных авто, марок, монет, а также разнообразные увлечения (в частности: дайвинг, высокогорный туризм, скандинавская ходьба, увлечение нарядами) и значимые, характерные свойства личности демонстративного (или «демонстративно-форсажного») поведения, к которым можно отнести тщеславие, высокомерие, гордыня, заносчивость, исключительность и т.п. (ср. понятие «акцентуированная личность» в работе: Леонгард, 2000; а также «вербальный миф личности» в работах: Романов, Черепанова, 1998; 1999).

Коммуникативно-смысловое акцентирование правильно подобранных и значимых (“болевых”) точек или характерных признаков идентичности помогает точнее определить отношение человека к информации в упомянутых уже выше трёх ипостасях коммуникативного взаимодействия: *получить – понять – принять*. Если адресат-получатель опирается на доминантно-идентифицирующую ипостась «*принять*», то он уже не стоит перед выбором «принимать – не принимать» получаемую информацию, например, о своём кумире или футбольном лидере своей любимой команды. Доминантно - идентифицирующий признак «*принять*» означает в данном случае то, что передаваемое содержание «вошло во внутренний мир организма человека и осуществило <в нём> своё знаковое значение» (Волошинов, 1930: 4; Волошинов, 2010), т.е. приобрело свою значимость, ценность и внешние контуры ментальной репрезентации, которую можно при необходимости вербально манифестировать в коммуникативном взаимодействии.

Получается, что если человек «принимает», например, своего партийного лидера за достойного политического деятеля, т.е. идентифицирует себя с ним настолько, что разделяет с этим лидером свою социально-политическую идентичность, то такой человек будет отклонять

(отвергать, оставлять без внимания, не впускать в своё «светлое поле сознания» и в свой «внутренний мир») любую неконструктивную или негативную информацию об этом партийном лидере, даже если эта негативная информация является реальным фактом правды для самого партийного лидера.

В этих обстоятельствах представляется правомерным допустить, что, *получая* коммуникативно - нацеленное информационное послание-сообщение и *«принимая»* его «знаковое значение внутри себя», человек в своём реактивном поведении (т.е. человек, реагируя и тем самым откликаясь на параметры своей идентичности) будет исходить из доминантной позиции *«принимать»*, которая отсылает его к тем особенностям, т.е. к набору свойств и характеристик, которые близки его личной идентичности. В итоге получается, что не только информационное наполнение коммуникативного действия определяет, каким образом человеку реагировать на содержание того или иного послания-сообщения, а его реакцию (пред)определяет конгруэнтность набора признаков его индивидуальной идентичности с типовой идентичностью авторов информационных сообщений-посланий. Вместе с тем, необходимо иметь в виду следующее: сказанное не означает, что информационная составляющая (содержательный контент сообщения) имеет второстепенное (побочное) значение и не оказывает влияние на формирование реактивных действий адресата-получателя, откликающегося таким образом на направленные ему, например, фейковые сообщения.

Вероятнее всего, функционально-прагматическая роль информационно - смыслового наполнения посылаемых сообщений будет сводиться к тому, чтобы *подготовить* (обосновать, сформировать и отфильтровать, т.е. произвести отбор «за» либо «против») у получателя-адресата желание (стремление), которое станет побуждающей причиной выработать или выбрать *доминантную позицию* (либо наиболее значимую, “болевою” точку-свойство) для своей идентичности. Иначе говоря, информационно-смысловое наполнение практически призвано *проявить личностную установку* адресата

и тем самым *выразить* (продемонстрировать в той или иной знаковой форме) *готовность* «принять» или «не принять» информационную значимость передаваемого в сообщении (правдивого или постправдивого) содержания с соответствующей для себя оценкой.

Понятно, что в этом процессе авторы (отправители, бенефициары) коммуникативно-информационных или, точнее, интегративно-дискурсивных посланий-сообщений будут ориентироваться на готовность адресата к фильтрации *своего* понимания («понять») и своей оценки получаемой информации, чтобы получатель, опираясь на свои социально-политические идентичности, смог выяснить функционально-семантическую направленность получаемой информации в уже сформированной позиции «свой – свой» (Романов, 1988; 2004; 2005; 2021; Романов, Романова, 2019; 2020; 2024; 2024а).

В целенаправленном поиске дополнительных критериев по выявлению коммуникативно-семиотической сущности фейковых посланий, имеет смысл обратить внимание на тот факт, что отмеченная выше функциональная эффективность фейковых сообщений (посланий, сообщений, практик или просто фейков) обуславливается их способностью хорошо *подстраиваться*, *имитировать* или *симулировать* (мимикрировать, подделываться под) реальные, конкретные сообщения и подавать (демонстрировать) себя («рядиться» или, по Ж. Бодрийяру, «маскироваться») в качестве таковых, реально существующих и правдоподобных посланий, сообщений, текстов. Обозначенная *подстройка* становится результативной в силу того, что фейки эксплуатируют фальшивые, но *эффективно* и *правдоподобно* выдающие себя за реальные, истинные или правдивые сообщения, которые, ко всему прочему, обладают в это же время всеми свойствами «вирусной меметичности» (Романов, 2004; 2011; 2016; Романов, Романова. 2017; 2017б; 2018а).

Другими словами, «вирусная меметичность» фейков-сообщений способна *стимулировать* у других, сходных с фейками в конструктивном

плане сообщений, порождение свойств *каузальной* (т.е. обуславливающей, причиняющей) *навязчивости* и *привязчивости*, которые «прошивают насквозь сознание человека». Кроме того, «вирусная меметичность» фейков-сообщений также способствует генерации и трансляции свойств *эмоциональности* и *магнетизирующей аттрактивности*, то есть такой силы, которая не только притягивает к себе внимание, но и регулятивно пробуждает, каузирует (причиняет и направляет) любопытство, желание и интерес к конкретной проблематике и тематике сообщений. При реакции на соответствующий стимул-сообщение перечисленные свойства *ускоряют* порождение таких «*когнитивно-эмотивных мерностей*», как *волнение, беспокойство, презрение, гнев, разочарование*, которые оказывают влияние на сознание человека, делая его крайне уязвимым и податливым на уговоры и смену оценок свойств своей идентичности (Романов, 2011; 2016; Романов, Романова, 2024а).

Представленные в своей совокупности эти и другие факторы-свойства создают такую коммуникативно - социальную ситуацию дискурсивной реальности, в которой *доминирующим* фактором в ней становится *апелляция* к «личным убеждениям, личным эмоциям, личным верованиям, личному доверию к власти, медиа, авторитетам шоу-бизнеса, к мнению лидеров группы своей идентичности, своего «социального консенсуса», а также личные предпочтения и ожидания, которые рассматриваются и принимаются адресатом (получателем, реципиентом) в качестве коммуникативно-справедливого *мерила правды*. Именно «коммуникативная справедливость» своего «мерила правды» (или набора таких «правдивых мерил») воздействует на консциентальную сферу адресата или получателя *эффективнее* и *сильнее*, чем *ссылки на объективные факты* или общеизвестные научные постулаты, формируя у получателя коммуникативно-дискурсивных сообщений свою особую «*образно-фейковую* картину мира» (Романов, 2002; 2004; 2011; Романов,

Романова, Морозова, 2015; Романов, Романова, Новоселова, 2015; 2015а; 2018; Романов, Романова, 2018; 2018а; 2018в; 2024; 2024а).

И здесь трудно не согласиться с утверждениями нейробиологов о том, что «человеческое поведение определяет не разум, а эмоциональные процессы в старейших, первобытных участках структуры мозга» и что «именно они (т.е. эмоциональные процессы – А.Р., Л.Р.) влияют на сознательное восприятие окружающего мира. <...> Человек воспринимает информацию избирательно, в зависимости от типа эмоциональной системы. <...> Человек воспринимает только то, что ему интересно на эмоциональном уровне, противопоставляя удовольствие боли, похвалу – наказанию, выигрыш – проигрышу, ощущение «нравится» – ощущению «не нравится. ... Все «сознательно» проживаемое сначала эмоционально окрашивается и оценивается на подсознательном уровне. <...> Эмоция является двигателем разума. Эмоции решают, что и как мы воспринимаем. <...> Эмоция – это правда»» (Traindl, 2007: 11–12, 16–18, 26–27).

Подытоживая свои рассуждения, основанные на теоретических и практических разработках нейромаркетинга, Арндт Трайндл отмечает: «Ничто не проходит на уровень разума (сознания), пока не пройдет эмоциональную оценку» (Traindl, 2007: 36). Соглашаясь в определённой степени с нейромаркетологами, примем во внимание, что *эмотивный фактор* оказывает влияние не только на концентриальную сферу человека, но также и на *выбор форм его поведения в мире*. Другими словами, не только *«рациональная реальность»* полученного через вербальные конструкции знания *определяет оценку, значимость и важность* интерпретации полученных сообщений, а и *эмотивная образность* играет свою важную – если не доминирующую – роль как в самих когнитивных процессах, так и в управлении миром в целом. Созданные при помощи эмотивных дискурсивных практик факторы образности (образы) *способны нивелировать* систему сложившихся убеждений человека и *действовать* на него значительно *сильнее*, чем рефлексивное понимание им реальности,

словно бы подтверждая, что неестественное также играет важную роль в управлении миром в широком смысле этого слова.

Вместе с тем, подчеркнём, что факторы эмоционального влияния способны не только нивелировать или даже отключать любое иное понимание и осмысление фактуальности (действительной реальности, объективной референтности) как экзистенциального явления (факта, события), но они также могут способствовать возможности или желанию осуществлять верификационную проверку на «истинность – ложность» распространяемых коммуникативных практик в виде сообщений, посланий. Выявление включённости этого (т.е. эмоционального) фактора в социально - политическую практику различных сценариев жизни в современном глобальном мире может послужить *отправной точкой* для поиска и определения семиотических *сигналов-указателей*, способных констатировать возможность проявления в семантическом объёме языковых посланий *размытости веры* в сам факт, в утрату доверия к ссылкам на факт и проявления фиксации скептической оценки его (т.е. содержания) правдивости.

Необходимо ещё раз подчеркнуть, что формирующийся или сформированный фактор эмоциональности (т.е. фактор эмоциональной образности) *способен настолько быстро и эффективно проникать* в матричную или типовую *форму поведения* человека, сформированную доксальными нормами, постулатами, коллективным мнением, социальным консенсусом общества (ср.: Розенгрэн, 2012), что требуются не только крайне убедительные аргументы, но и значительное время, чтобы *очарованный и захваченный фейковой эмоциональностью* человек поверил в *авторитетное опровержение* адресованных ему фейковых сообщений. Предварительные результаты ряда наблюдений авторов данной статьи наводят на мысль, что процесс опровержения (т.е. реализация речевых актов опровержения) по сравнению с *контумелийными* (от лат.: contumelia) речевыми актами *поношения, охаивания, обвинения, очернения,*

навета и *оговора* – пусть даже огульного, ложного или абсурдного – потребует серьёзных ресурсных (как временных, технических, финансовых, так и технологических) затрат для того, чтобы не только нивелировать их иллокутивную актуальность и активность, но и снять содержательную остроту и прагматическое (посткоммуникативное, перлокутивное) влияние фейковых посланий.

Понятно и очевидно, что фейки или постправдивые сообщения эксплуатируют экзистенциальную матричную форму языковых сообщений и, реплицируя (тиражируя, воспроизводя) себя, размещаются в устойчивых стереотипах привычного поведения, в устойчивых сценарных лекалах жизнедеятельности человека, а также в социальных предрассудках и даже в закреплённых типажах имиджевых форматов или сконструированных «вербальных мифах личности» человека (подробнее о «вирусной меметичности» и «типажах вербального мифа личности» см.: Романов, 2011; 2016; Романов, Черепанова, 1998: 112–179; 1999).

Таким образом, в первом приближении общее понимание постправдивых или “фейковых” сообщений (вербально - коммуникативных практик, информационных посланий, дискурсивных проявлений) можно трактовать следующим образом: ***фейковое сообщение*** (item: *фейковая дискурсивная, коммуникативная практика*) рассматривается как сообщение, функционально - семантическое содержание которого *либо* совсем не опирается на референтную фактуальность (т.е. оно является или сконструированным, выдуманым коммуникативным продуктом речевой дискурсии или информационно-коммуникативным продуктом бенефициарного мифо - и миротворчества вербальных технологий), *либо* не связано с ним по причине различных – в том числе и «осознанных», «бенефициарных», «срежиссированных» – отклонений в виде подмены, рассогласований, ухода, неразличения, нивелирования и преднамеренной диффамации (подробнее см.: Романов,

1982; 2005: 90–123; 1988: 69–92; 2002: 58–66; 2020: 88–118; см. также: Уткин, 2011).

К сказанному можно добавить, что очерченный выше лингвистический абрис трактовки фейкового сообщения не претендует на исчерпывающую полноту понятия «фейк» / «фейковое сообщение» как популярного в медиасреде и социо-коммуникативном пространстве феномена. Приведённая трактовка сущности фейкового сообщения лишь в некоторой степени свидетельствует о попытке перевести внимание исследователей на коммуникативно - функциональные (прагмацелевые, “таргетированные”) и содержательные аспекты обозначенного понимания “фейковости”, которые (аспекты) не учитываются, например, разработчиками тех или иных типологий фейковых сообщений (ср., например: Романов, Романова, 2024; 2024a; также см.: Jack, 2017; Johnson, URL; McKernon, 1925; Nimmo, URL; Uberti, 2016; Wardle, 2016).

В связи с этим уместно констатировать, что существует значительное количество подходов к анализу фейковых сообщений, в которых исследователи предлагают не только разнообразные определения самого феномена “фейк”, но и примерные типологии фейковых сообщений. Примечательно, что в предложенных типологиях фейковых сообщений авторы чаще всего исходят из стратегии борьбы с фейками и опираются, прежде всего, на те существенные факторы, которые обусловлены технологиями распознавания фейковых посланий и продиктованы приёмами борьбы с распространением «постправдивых», ложных, сфабрикованных или “срежиссированных” сообщений. Вместе с тем, обращает на себя внимание тот факт, что ряд исследователей не рассматривает и не причисляет *ошибочную информацию* (“misinformation”) к разряду фейков (см.: Becker, 2002: 35; McKernon, 1925; Melissen I–II, URL). Между тем, в ряде работ даже предлагается подходить к определению фейковых посланий не с позиции их создателя и отправителя (распространителя) фейковых сообщений, а только с позиции

потребителей информационных потоков, которые (потребители) всё равно включаются произвольным образом в распространение заранее «сконструированных» сообщений, новостей, репортажей, т.е. они уже поневоле становятся репродукторами таких сообщений (ср.: Кастельс, 2016; Романов, Романова, 2017; 2018; 2020; 2024; Jack, 2017; Johnson, URL; McKernon, 1925; Nimmo, URL; Uberti, 2016; Wardle, 2016).

Не повторяя содержания краткого обзора типологических построений фейковых сообщений, представленного в авторских публикациях (Романов, Романова, 2020; 2024а; 2024б), остановимся лишь на некоторых моментах, которые являются важными для описания нашего проблемно - тематического поля. Бросается в глаза, что в предложенных типологиях фейковых сообщений авторы чаще всего исходят из *стратегии борьбы* с фейками и опираются, главным образом, на те существенные факторы, которые обусловлены *технологиями распознавания* фейковых посланий и продиктованы приёмами борьбы с распространением «постправдивых», ложных, сфабрикованных или «срежиссированных» сообщений. Бросается в глаза также и тот факт, что в предложенных подходах к построению классификаций (типологий) фейковых сообщений не выдерживается общий (единый) принцип построения таких классификаций, поскольку в них весьма затруднительно отличить один тип, например, тип «стоцентной фальшивки» от типа «пропагандистского сообщения».

Наряду с этим, в ряде работ даже предлагается подходить к определению фейковых посланий не с позиции их создателя и отправителя (генератора, распространителя, инициатора, автора) фейковых сообщений, а только с позиции потребителей информационных потоков, которые (потребители) всё равно включаются произвольным образом в распространение заранее «сконструированных» сообщений, новостей, репортажей, т.е. они уже поневоле становятся репродукторами таких сообщений. Больше того, наличие явно перекрещивающихся типов

фейковых сообщений отражают лишь семантические нюансы характеристик похожих друг на друга разновидностей одного и того же функционального типа сообщений, что, в конечном итоге, приводит к существенным трудностям в определении их функционально-прагматической направленности.

Перекрещивающиеся типы фейковых сообщений побуждают авторов к проведению коррекций в построенных ими типологиях, что даёт основание говорить о *гибкой (управляемой, регулятивно-динамической)* сущности комплексного понятия “фейк” vs “фейковое сообщение / послание”. По всей вероятности, свойства *динамичности, гибкости, регулятивности, подстройки и управляемости* как направленной (векторной) меметической мимикрии под принятые формы и “лекала” поведения членов общества, выступающих в роли носителей коллективного (доксального, социально-консенсусного) мнения, позволяют фейковым сообщениям успешно опережать проникновение в сферу публичных коммуникаций фактуальных (правдивых) посланий, призванных *опровергать* уже внедрённую в массовое сознание фейковую информацию.

Краткий обзор выделенных подходов к построению типологий фейковых (постправдивых, фальшивых, сконструированных) сообщений показывает, что при разработке той или иной типологии (классификации) важно учитывать не только и не столько формальную разновидность их типовых проявлений в коммуникативном пространстве, но также важно и необходимо опираться *на*

– мотивационную ориентацию их создателей (производителей, продуцентов, “режиссёров”, “мифотворцев”, “миротворцев” и бенефициаров),

– функционально-семантическую и прагматическую специфику использования фейковых посланий или практик,

– вирусно-меметическую взаимосвязанность и взаимопроницаемость контентов фейковых сообщений, а также их взаимообогащение и взаимоперекрещивание в процессе формирования «комбинированной реальности» “фактомнения”, создающего стойкую и живучую “правдуонеправде” (неологизм – А.Р., Л.Р.),

– специфику коммуникативно-регистрационных контекстов их употребления и распространения (т.е. с точечной настройкой и подстройкой на / под адресата),

– стратегическую перспективу их целевого использования в комбинированной связке с «моббинговой стратегией» “острой силы”, по Лукиану из Самосаты (Лукиан, 1991: 100–102), и её функциональными дериватами (разновидностями) – с «мягкой силой», «умной силой» и «жёсткой силой» (Романов, Романова, 2017; 2017а; 2020; 2024а).

Предпринятые авторами попытки анализа таксономических построений фейковых сообщений наглядно продемонстрировали, что *фейковые сообщения* представляют собой существенную опасность для получателей постправдивой информации тогда, когда они в рамках определенного типового контента *проникают* в публичное пространство сообщества и *оседают* в нём посредством их индустриального и целенаправленного тиражирования. Примерно так можно трактовать *схему формирования коллективного мнения* (коллективную доксу, “социальный консенсус”, “авторитетное мнение большинства”), на которое ориентируется коллективный (массовый) потребитель. Также выяснилось, что *вектор* направленного движения фейковых сообщений к потребителю-адресату способствует проявлению определённых характеристик или свойств, которые помогают получателю ориентироваться в выявлении верификационных параметров содержания таких сообщений в пределах «истинно / достоверно» – «ложно / фальшиво».

Кроме того, заявленные разновидности авторских таксономий предоставляют возможность целенаправленно работать с ними на уровне

их отдельных типовых сообщений, позволяя тем самым *векторным образом* точно направлять такие фейковые сообщения на отдельные (малые – средние – большие) социальные группы потребителей или даже на отдельных индивидов. При этом появляется возможность *учитывать* (разграничивать, определять) индивидуальный характер *фейковых сообщений*, которые могут либо *а)* подстраиваться под модельную картину мира типового потребителя, либо *б)* будут сами способствовать выработке новой модели картины мира, либо *в)* просто станут отражать (фиксировать) – с элементами определённой регулятивной (управляемой, бенефициарной) коррекции – ту модель мира, которая уже сформирована (“записана”) в ментальном (консциентальном) вместилище или когнитивном пространстве у конкретного человека или у конкретной группы общества.

Отдельно следует акцентировать и то, что в рассматриваемых типологиях очень мало уделено внимания соотношению типов фейковых (постправдивых, нефактуальных) сообщений с сообщениями фактуального (правдивого) характера, чтобы можно было бы сопоставить реакцию потребителей информации относительно того или иного факта, события, явления. По всей видимости, здесь можно допустить, что авторы типологий практически исходили из того, что у коллективного получателя (т.е. у бытующего коллективного мнения) уже сформирована картина мира и она не требует у пользователей осуществлять дополнительную проверку у поступающих сообщений на “фактуальность – нефактуальность”, на “истинность – ложность”. Но в таком случае фактом может считаться тогда всё то, что принимает (признаёт, на что соглашается) большинство или авторитетное большинство (социальный консенсус, докса) среди членов общества.

В итоге получается, что *фактом* может *становиться* (или становится) *всё то, что признаётся* (или на что реактивно откликаются) твоим собеседником / собеседниками, друзьями, соседями, членами по

политической партии, по клубу интересов – рыболовов, охотников, любителей путешествий, филателистов, также по спортивным пристрастиям и т.п., и *отвечает* перефразированной картезианской максиме: *recito ergo sum*.

То есть перестроенная и перенесённая в пространство речевого бытия картезианская фраза «если я говорю – *recito* – о чем-либо, и мой слушатель, потребитель, адресат согласен со мной, то это значит – содержание сказанного мною *фактически уже существует* или *принимается* на уровне *нашего согласия* или *нашего социального консенсуса*». Перенос действия этой фразы на коллективное общественное мнение (сознание), можно сказать, что коллективное мнение (сознание) *своим обсуждением* получаемой фейковой информации *уже делает* содержание этого обсуждения *легитимным*, т.е. априори *признаёт* содержание фейковой информации *фактуальным*.

Было зафиксировано *наличие* определённых *контекстов* и соответствующих им типов *контентов*, в которых может размещаться **передаваемая** информация, способная быть *достоверной во всех обозначенных контекстах* с соответствующим типом контента: например, в контексте парадигмы математического исчисления отдельной таблицы умножения. Также может быть представлена и такой тип специальной информации, которая *достоверна* лишь *в ряде* некоторых *контекстах*, в которых соответствующий *контент* не допускает *присутствия двусмысленной информации*, например в официальных актах посланий, заверений, признаний, соглашений, приглашений, уведомлений и т.д. Вместе с тем, выделяются и *такие типы контекстов*, в которых *контент* информационных сообщений *никогда* не может считаться *достоверным*, как, например, сообщения с провокативной или заведомо обманной информацией или уверений в честности со стороны патологического лгуна; ср., например, известный “парадокс лжеца”.

Выделенное многообразие вариативных форм типовой фейковой информации – от откровенной лжи и явной пропаганды до необоснованно нарочитых лаудативных сообщений-практик в виде гипертрофированных комплиментов, *моббинговой* и *коллективной* (корпоративной, социально-консенсусной) *поддержки, похвалы, одобрения, выражения солидарности* и *неточной* (“бенефициарно задрапированной”) *передачи* сведений – показывает, что современный научнопрактический инструментарий *прагмакогнитивной лингвистики* ещё не может в полной мере предложить механизмы, при помощи которых окажется возможным определять и фиксировать лимнологические параметры феномена «фейк» / «фейковое сообщение» и тем самым провести чёткий водораздел между «фейками» и «фактами» или «нефейками».

Вместе с тем анализ выделенных разновидностей типовых классификаций показал, что даже в типовых классификационных проявлениях “фейковых сообщений” можно достаточно чётко проследить очертания *прагматического механизма*, который способен проявить *динамику векторной* направленности *фазовых переходов* от начальной стадии (фазы и условий) порождения фейкового сообщения до стадии (фазы) его конечной реализации. В этой *прагмадинамике векторного механизма*, демонстрирующего фазовые превращения (трансформации) фейкового сообщения в реальную фейковую практику-орудие, раскрывается процесс поэтапного (фазового) преобразования постправдивого информационного послания-сообщения в деструктивно-меметическое орудие информационной фейковизации. В данном контексте уместно заметить, что векторная (точнее – «векторно-контрарная») направленность указанного механизма является одним из базовых регулятивных принципов когнитивно-интегративного функционирования «коммуникативного конструкта» как комплексной единицы ментальных репрезентаций человека говорящего (*homo loquens*), в которой, дополняя друг друга, переплетаются и взаимообогащаются системы и подсистемы

разноуровневых знаний (например: веры и верований, культуры, обрядов, мнений, толкований, традиций, интересов, предпочтений, ценностей и т.п.) о конвенционально принятых фактографических описаниях и концептуализируемых способах мироустройства.

При этом необходимо принять во внимание, что фактографические (энциклопедические) описания, равно как и концептуализируемые способы фактов мироустройства не могут всеми оцениваться в равной степени и с одинаковой, например – нейтральной оценкой. По этой причине их векторная динамичность и опирается на регулятивность отмеченных выше базовых принципах, т.е. принципах, способствующих гибкой (регулируемой, насколько это возможно) «подстройке». Вот почему свойствами «регулятивности» обладают и наши «представления о ценностях», о типах «иллокутивных знаний», об объёме референтных свойств предметов, о фактах и событиях, об истинности / ложности явлений и происшествий и т.п., которые имеют определённую (синхронно-диахронную) связь с историческими явлениями и «социальными ситуациями», по В.Н. Волошинову (Волошинов, 1930; подробнее также см.: Минский, 1979; Романов, 1988; 2004; 2020; Романов, Романова, 2005; Романова, 2007; 2009; Becker, 2002). И, вероятнее всего, также поэтому наши представления о том, «что сейчас» / «теперь есть» опираются на «то, что уже было» (Екклесиаст, гл. 3: 15). Иначе говоря, наше представление опирается либо на знание или предпосылки знаний того, что «уже известно», либо на знание того, «что должно быть» в соответствии с развитием «логического выводного знания» об этом феномене (см. «систему интегративных иллокутивных знаний» и две контрарные точки, образующие конструкт «факт» / «событие» и «правда» / «ложь» в работе: Романов, 2004).

В ходе проведённого анализа ряда типологий фейковых сообщений выяснилось, что векторная направленность фазовых переходов способна непосредственно отражать весь процесс фазового (поэтапного, порогового)

проникновения постправдивых (фейковых) сообщений в информационно - коммуникативное пространство жизнедеятельности человека, коллектива, общества. При этом оказалось, что типовые фейковые проявления-практики, *снаряжённые* (“заряженные”) специально подготовленным и соответствующим образом направленным (т.е. целевым) контентом и *размещённые* в соответствующих функциональных контекстах их реализации, перекрещиваются друг с другом с учётом своих валентных потенциалов (возможностей) и тем самым усиливают орудийный (воздействующий) потенциал типовой информационной фейковизации.

Прагмадинамический *механизм векторной направленности* трансформационного (функционального) преобразования фейковых сообщений *проявляется в определённой последовательности* – от *причин* (т.е. от фазы прецедентности) *их порождения* для конкретного (единичного или массового) адресата и с конкретными целевыми параметрами (*что, для чего, с какой целью, когда, куда, насколько успешно*) – к *генерированию* у адресата-получателя *сомнений* – к *выработке* (выбору) *полюса / полюсов оценки* контентного содержания фейковых посланий с учётом свойств своей идентичности – к *присоединению* своего полюса оценки к коллективному (доксальному, консенсусному, групповому) *мнению* и “социальному консенсусу” – к *закреплению* в нём личного «*кодекса доверия*» относительно социального консенсуса и коллективного (общественного, общепринятого в обществе) мнения – к *выработке* (формированию) *коллективного доверия* к типовому контенту фейковых сообщений, размещенных в типовых контекстах их функционирования – к *вере* в *содержательный контент* фейковых сообщений и *функциональные условия* реализации типового контекста и, наконец, – к *реализации моббинговой стратегии* (т.е. массмедийной раскрутки в публичном коммуникативном пространстве с подключением к этому процессу своих сторонников, союзников, партнёров и сочувствующих) для *поддержки и закрепления*

веры в истинность (фактуальность, правдивость) содержательного контента фейковых сообщений, разделяемой большинством союзников, т.е. моббинговым сообществом (подробнее о понятии «кодекс доверия» см.: Романов, 1988: 28–36; 2004; 2005; 2016; 2020: 44–52; Романов, Романова, 2017; 2017а).

Анализу работы прагмадинамического механизма векторной направленности трансформационного (функционального) преобразования фейковых сообщений будет посвящена следующая статья авторов.

Ссылки – References in Russian

Белоус, 2007 – *Белоус Н.А.* Структурно-семантические аспекты конфликтного дискурса в коммуникативном пространстве. – М.: Ин-т языкознания РАН; Ульяновский гос. ун-т, 2007. – 247 с.

Бодрийяр, 2015 – *Бодрийяр Ж.* Симулякры и симуляции. Пер. с фр. – М.: Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. – 240 с.

Быстров, 2001 – *Быстров В.В.* Функционально-семантический анализ менасивных диалогических реплик: дисс. ... канд. филол. наук. – Тверь, 2001. – 117 с.

Волошинов, 1930 – *Волошинов В.Н.* Марксизм и философия языка. – Ленинград.: Прибой, 1930. – 157 с.

Волошинов, 2010 – *Волошинов В.Н.* Антропологическая лингвистика. Избранные труды. – М.: Лабиринт, 2010. – 255 с.

Кастельс, 2016 – *Кастельс М.* Власть коммуникации: учеб. пособие. Пер. с англ. – М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2016. – 564 с.

Леонгард, 2000 – *Леонгард К.* Акцентуированные личности. – Ростов н/Д: Феникс, 2000. – 544 с. URL; режим доступа: <http://www.koob.ru> (дата обращения 25.04.2024).

Лукиан, 1991 – *Лукиан* из Самосаты. Избранная проза. Пер. с древнегреч. – М.: Правда, 1991. – 720 с.

Минский, 1979 – *Минский М.* Фрейм для представления знаний. – М.: Энергия, 1979. – 152 с.

Млодинов, 2021 – *Млодинов Л.* (Не)Осознанное. Как бессознательный ум управляет нашим поведением. Пер. англ. – М.: Лайвбук, 2021. – 360 с.

Морозова, 2005 – *Морозова О.Н.* Дискурс согласия в диалогическом пространстве. – М.: Ин-т языкознания РАН; Тверской гос. ун-т; Тверская ГСХА, 2005. – 220 с.

Рашкофф, 2003 – *Рашкофф Д.* Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. – М.: Издательство: Ультра. Культура, 2003. – 392 с.

Розенгрэн, 2012 – *Розенгрэн М.* К вопросу о doxa: эпистемология “новой риторики” // Вопросы философии. – 2012, № 6. – С. 63–72.

Романов, 1982 – *Романов А.А.* Коммуникативно-прагматические и семантические свойства немецких высказываний-просьб: дисс. ... канд. филол. н. (10.02.04 – германские языки). – Калинин: Калининск. гос. ун-т, 1982. – 168 с.

Романов, 1988 – *Романов А.А.* Системный анализ регулятивных средств диалогического общения. – М.: Ин-т языкознания АН СССР. 1988. – 183 с.

Романов, 1995 – *Романов А.А.* Грамматика деловых бесед. – Тверь: Фамилиа, 1995. – 240 с.

Романов, 2002 – *Романов А.А.* Политическая лингвистика. – Москва-Тверь: Ин-т языкознания РАН; Тверской гос. ун-т, 2002. 191 с.

Романов, 2003 – *Романов А.А.* Неориторическая парадигма в лингвистике // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 2 / Под ред. проф. А.А. Ворожбитовой. – Сочи: СГУТиКД, 2003. – С. 79–83.

Романов, 2004 – *Романов А.А.* Суггестивная модель речевого общения: манипуляция или игра со смыслами? // НОМО MENDAX: Игра с личностью или игра со смыслами / Отв. ред. проф. А.А. Романов. – Москва-Тверь: Ин-т языкознания РАН, Тверской гос. ун-т, 2004. – С. 3–36.

Романов, 2005 – *Романов А.А.* Семантика и прагматика немецких перформативных высказываний-просьб. – М. - Тверь: Ин-т языкознания РАН; Тверской гос. ун-т; Тверская ГСХА, 2005. – 153 с.

Романов, 2011 – *Романов А.А.* Мемезис перформативного знания о функционировании естественно-языковых практик [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2011, № 2. – С. 66–71. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, 2014 – *Романов А.А.* Спин-докторинговая реализация ментальных репрезентаций в Интернет-коммуникации // Язык, коммуникация и социальная среда. Ежегодное международное издание. Вып. 13. – Воронеж: Наука - Юнипресс; Воронежск. гос. ун-т, 2014. – С. 88–119.

Романов, 2016 – *Романов А.А.* «Окно дискурса» как регулятивный механизм распространения и внедрения «вирусной» информации: два подхода [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2016, № 4. – С. 1–35. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, 2016а – *Романов А.А.* Механизм распространения «вирусных» идей в инфосфере регулятивно-меметической реальности [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2016, № 2. – С. 1–19. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, 2016б – *Романов А.А.* Бенефициарные смыслы в информативной медиа-сфере // Межкультурная коммуникация: теория и практика. Сб. науч. тр. XVI Междунар. научно-практ. конф. «Лингвистические и культурологические традиции и инновации» 11–13 октября 2016 г. / под ред. Ю.В. Кобенко. – Томск: Изд-во Томского политехн. ун-та, 2016. – С. 221–227.

Романов, 2017 – *Романов А.А.* «Окно дискурса» как технология изменения представления о реальности // Языковой дискурс в социальной практике: материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Тверь: Тверской гос. ун-т, 2017. – С. 205–214.

Романов Малышева, 2016 – *Романов А.А., Малышева Е.В.* Семантическое манипулирование как форма сетевого воздействия // Психолингвистика и лексикография: сб. научных тр. – Воронеж: изд-во «Истоки», 2016. – Вып. 3. – С. 166–169.

Романов, Малышева, Новоселова, 2014 – *Романов А.А., Малышева Е.В., Новоселова О.В.* Спиддокторинговая реализация «принципа каузальной последовательности» ментальных репрезентаций в структуре фреймовой конфигурации // Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом. Междунар. науч. семинар. Белгород, НИУ «БелГУ», 2–3 апреля 2014 г. Ч. I. Сб. науч. работ. – Белгород: БелГУ, 2014. – С. 158–164.

Романов, Немец, 2006 – *Романов А.А., Немец Н.Г.* Дискурс утешения: лингвопсихологический анализ. – М.: Ин-т языкознания РАН; Тверской гос. ун-т, 2006. – 144 с.

Романов, Новоселова, 2018 – *Романов А.А., Новоселова О.В.* Коммуникативный абсурд в актах менасивной дискурсии // Абсурд в коммуникациях, или Общение без понимания. – М.: Ленанд, 2018. – С. 66–78.

Романов, Новоселова, 2021 – *Романов А.А., Новоселова О.В.* Менасивные конструкторы в предвыборной дискурсии: лингвокогнитивный анализ материалов программ предвыборной кампании 2018 года. – М.: Флинта, 2021. – 440 с.

Романов, Романова, 2005 – *Романов А.А., Романова Л.А.* Перформативные речевые акты в парадигме социального конструкционизма // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. Сер.: Акмеология образования. – 2005. – Т. 11, № 2. – С. 26–36.

Романов, Романова, 2010 – *Романов А.А., Романова Л.А.* Конверсационная реальность дискурса // *Arg grammatica*. Грамматические исследования: тезисы докл. 4-й Международной научн. конф. Минск, 2–3 ноября 2010 г. / Отв. ред. Д.Г. Богушевич. – Минск: Минский гос. лингвист. ун-т, 2010. – С. 25–27.

Романов, Романова, 2015 – *Романов А.А., Романова Л.А.* Меметический механизм конструирования медиа-смыслов информационного противостояния [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2015, № 3. – С. 1–16. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, Романова, 2016 – *Романов А.А., Романова Л.А.* Меметико-регулятивная реальность как психолингвистический феномен [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2016, № 1. – С. 1–14. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, Романова, 2017 – *Романов А.А., Романова Л.А.* Бенефициарная манипуляция и её разновидности // VIII Международный Крымский лингвистический конгресс «Язык и мир» (Ялта, 5–8 октября 2017). Сб. науч. докл. – Симферополь: ИП Минакир И.П., 2017. – С. 129–131.

Романов, Романова, 2017а – *Романов А.А., Романова Л.А.* Ментальные репрезентации в языковом процессе: мемы и регулятивы // Психолингвистика и лексикография: сб. науч. тр. – Воронеж: ООО «Издательство РИТМ», 2017. – С. 181–196.

Романов, Романова, 2017б – *Романов А.А., Романова Л.А.* Регулятивная специфика распространения «дискурсивно-вирусных» посланий в инфосфере // Жизнь языка в культуре и социуме – 6. Мат. Междунар. науч. конф. Москва: Ин-т языкознания РАН; РУДН, 26–27 мая 2017 г. – М.: Изд-во «Канцлер», 2017. – С. 283–284.

Романов, Романова, 2017в – *Романов А.А., Романова Л.А.* Специфика внедрения «вирусной» информации в инфосферу // Эксплицитное и имплицитное в языке и речи. Материалы Международн. науч. конф. Минск (Беларусь) 10–11 мая 2017 г. – Минск: Минский госуд. лингвист. ун-т, 2017. – С. 81–83.

Романов, Романова, 2017г – *Романов А.А., Романова Л.А.* Векторная направленность переформатирующего погружения в дискурсивное пространство информационных атак [Электронный ресурс] // Мир

лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2017, № 2. – С. 1–32. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, Романова, 2017д – *Романов А.А., Романова Л.А.* Функциональная специфика «вверного сдвига» окна дискурса в информационно-консциентальной кампании [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2017, № 3. – С. 1–39. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, Романова, 2018 – *Романов А.А., Романова Л.А.* Фейковая дискурсия vs дефензивная контрдискурсия в «информационной дуэли» // Языковой дискурс в социальной практике. Сб. научн. тр. Международной научно-практ. конф. Тверь, 6–7 апреля 2018 г. – Тверь: Тверской гос. ун-т, 2018. – С. 176–187.

Романов, Романова, 2018а – *Романов А.А., Романова Л.А.* Фейковая дискурсия и контрдискурсия в консциентальном противостоянии // Русский язык и литература в профессиональной коммуникации и мультикультурном пространстве: мат. Международной научно-практ. конф. – М.: Изд-во «Перо»; Саратов: Амирант, 2018. – С. 284–289.

Романов, Романова, 2018б – *Романов А.А., Романова Л.А.* Вербальная агрессия в профессиональной коммуникации. – Тверь: Тверской гос. ун-т, 2018б. – 292 с.

Романов, Романова, 2019 – *Романов А.А., Романова Л.А.* Медийные демонстративные Я - практики как перформативные маркеры сетевой идентификации // Русская грамматика: активные процессы в языке и речи: сб. научн. трудов Международного научного симпозиума. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2019. – С. 813–825.

Романов, Романова, 2019а – *Романов А.А., Романова Л.А.* Эристический механизм формирования постправдивого дискурса-интервью // Дискурсология и медиакритика современных СМИ: Сб. науч. трудов по материалам международно-практической конференции 2–4 октября 2019 г. – Белгород: ПОЛИТЕРРА, 2019. – С. 249–255.

Романов, Романова, 2020 – *Романов А.А., Романова Л.А.* Фейк vs факт в информационной борьбе за репутационный капитал // Цифровизация в АПК: технологические ресурсы, новые возможности и вызовы времени: Сб. науч. трудов по материалам Междунар. научн.-практ. конф. 11–13 февраля 2020 г. – Тверь: Тверская ГСХА, 2020. – С. 441–446.

Романов, Романова, 2020а – *Романов А.А., Романова Л.А.* Стратегический ресурс коммуникативных практик “острой силы” в информационном противостоянии “война без войны” // Человек в языке и коммуникативном пространстве: сб. науч. ст. [Электронный ресурс] / отв. за выпуск М.В. Веккесер. – Электрон дан. (6,1 Мб). – Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2020а. Вып. 11 (20). – С. 46–53.

Романов, Романова, 2020б – *Романов А.А., Романова Л.А.* Дискурсивные практики “острой силы” в информационных “войнах без войн” // Языковой дискурс в социальной практике. Сб. науч. трудов Междунар. научно-практ. конф. – Тверь: Тверской гос. ун-т, 2020. – С. 22–30.

Романов, Романова, 2021 – *Романов А.А., Романова Л.А.* Постправдивые дискурсивные практики «острой силы» в информационном противостоянии “войны без войн” // Коммуникативное пространство. Информационное пространство. Культурное пространство. Коммуникативное пространство Беларуси: мат. Междунар. науч. конф., Минск, 22–23 дек. 2020 г. – Минск: МГЛУ, 2021. – С. 139–145.

Романов, Романова, 2024 – *Романов А.А., Романова Л.А.* Медийные практики дискурсивно-менасивной эристики в контексте информационных противостояний и противоборств // Лингвистика первой четверти XXI века: тенденции, итоги и перспективы: коллективная монография / под общ. ред. А.А. Романова. – М.: Флинта, 2024. – С. 211–264.

Романов, Романова, 2024а – *Романов А.А., Романова Л.А.* Фреймовое моделирование как механизм разоблачения фейковой реальности и борьбы с ней // Современная филологическая наука: достижения и инновации: сб. мат.

Международ. симпозиума. Иваново, 23–25 мая 2024 г. – Иваново: Иван. гос. ун-т, 2024а. – С. 398–412.

Романов, Романова, Морозова, 2015 – *Романов А.А., Романова Л.А., Морозова О.Н.* Фреймовая матрица спиндокторингового конструирования смыслов в системе публичных коммуникаций [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2015, № 2. – С. 1-31. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, Романова, Морозова, 2015а – *Романов А.А., Романова Л.А., Морозова О.Н.* Конструирование медийных смыслов информационного противостояния // Функциональная лингвистика: VII Международ. Крымский лингв. конгресс «Язык и мир». Ялта, 5–8 октября, 2015. Сб. науч. докл. – Симферополь: ООО «Форма», 2015. – С. 284–287.

Романов, Романова, Морозова, 2018 – *Романов А.А., Романова Л.А., Морозова О.Н.* Политическое интервью как инструмент вербального агрессивного воздействия «мягкой силы» в информационном противостоянии [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2018, № 3. – С. 1–50. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, Романова, Морозова, 2019 – *Романов А.А., Романова Л.А., Морозова О.Н.* Дискурс правды и дискурс постправды политического интервью: на материале интервью действующих политиков зарубежным СМИ [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2019, № 1. – С. 1–28. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, Романова, Морозова, 2019а – *Романов А.А., Романова Л.А., Морозова О.Н.* Признание фактуальности дискурса-интервью как инструментальная стратегия “мягкой силы” вербального принуждения к правде [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2019, № 2. – С. 1 -72. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, Романова, Морозова, 2020 – Романов А.А., Романова Л.А., Морозова О.Н. Коммуникативные технологии формирования постправдивого содержания дискурса-интервью [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2019б, № 3. – С. 1–62. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, Романова, Морозова, 2020 – Романов А.А., Романова Л.А., Морозова О.Н. Коммуникативные практики “острой силы” как стратегические маркеры вербальной агрессии в информационных “войнах без войн” [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2020, № 1. – С. 97–155. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, Романова, Новоселова, 2015 – Романов А.А., Романова Л.А., Новоселова О.В. Конструирование медийных смыслов информационного противостояния // Функциональная лингвистика: VII Международный Крымский лингвистический конгресс «Язык и мир». Ялта, 5–8 октября, 2015. Сб. науч. докл. / Отв. ред. А.Н. Рудяков, Ю.В. Дорофеев; Крымский республ. ин-т постдипломного педагог. образования. – Симферополь: ООО «Форма», 2015. – С. 284–287.

Романов, Романова, Новоселова, 2015а – Романов А.А., Романова Л.А., Новоселова О.В. Прагматика коммуникативной справедливости // Вестник Тверского государственного университета. Сер. «Педагогика и психология». – Тверь: ТвГУ. – 2015, № 4. – С. 23–35.

Романов, Романова, Новоселова, 2018 – Романов А.А., Романова Л.А., Новоселова О.В. Дискурсивные регулятивы информационных атак // Дискурс-Пи. – 2018, № 1 (30). – С. 17–23.

Романов, Романова, Федосеева, 2013 – Романов А.А., Романова Л.А., Федосеева Е.Г. Перформативные ритуальные акты сакральной коммуникации. – М. - Тверь: Ин-т языкознания РАН; Тверская ГСХА, 2013. – 241 с.

Романов, Черепанова, 1998 – *Романов А.А., Черепанова И.Ю.* Языковая суггестия в предвыборной коммуникации. – Тверь: ГЕРС, 1998. – 205 с.

Романов, Черепанова, 1999 – *Романов А.А., Черепанова И.Ю.* Суггестивный дискурс в библиотерапии. – М. - Тверь: Лилия ЛТД; Тверской гос. ун-т; Тверская ГСХА, 1999. – 128 с.

Романова, Малышева, Морозова, Романов, 2023 – *Романова Л.А., Малышева Е.В., Морозова О.Н., Романов А.А.* Политическое ТВ-интервью в противостоянии постправдивым информационным посланиям // Военная журналистика в современном мире: Материалы Международной научно - практической конференции (г. Луганск, 12 апреля 2023 года; Луганский гос. педагог. ун-т; Санкт-Петербургский гос. ун-т). Под ред. Ж.В. Марфиной, А.В. Дроздовой [и др.]. – СПб.: Медиапапир, 2023. – С. 183–194.

Романова, 2007 – *Романова Л.А.* Конструктивная семантика криптокласса английских прилагательных размера в диахронии и синхронии. – М.: Ин-т языкознания РАН; Тверской гос. ун-т, 2007. – 120 с.

Романова, 2009 – *Романова Л.А.* Структурно-семантические аспекты перформативов в функциональной парадигме языка. – М.: Ин-т языкознания РАН; Тверской гос. ун-т, 2009. – 180 с.

Субботский, 2022 – *Субботский Е.В.* Разум в паутине: магическая манипуляция сознанием и противодействие ей // Психологическая газета. 18.08.2022 г.

Уайтхед, 1990 – *Уайтхед А.* Избранные работы по философии: Пер. с англ. Сост. И.Т. Касавин: Общ. ред. и вступ. ст. М.А. Кисселя. – М.: Прогресс, 1990. – 387 с.

Уткин, 2011 – *Уткин Ю.Ю.* Специфика семантической диффамации в правовых текстах СМИ: на материале Тверских региональных печатных изданий. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тверь: ТвГУ, 2011. – 21 с.

Шаховский, 2021– *Шаховский В.И.* Разнообразие дистрибуций в социомотивном коммуникативном пространстве // Дискурс в социокультурном пространстве: Коммуникативные механизмы и ментальные

структуры его репрезентации: сб. науч. тр., посвящённых юбилею проф. А.А. Романова / отв. ред. проф. Л.А. Романова. – М.: Флинта, 2021. – С. 21–45.

Экман, 2023 – Экман П. Психология эмоций. Пер. с англ.– СПб.: Питер, 2023. – 448 с.

References

Belous, N.A. (2007) *Strukturno-semanticheskie aspekty konfliktного diskursa v kommunikativnom prostranstve*, M., In-t linguistics of the Russian Academy of Sciences, Ulyanovsk State University, 247 p. (In Russian)

Becker, K. (2002) *Tactical Reality Dictionary. Cultural Intelligence and Social Control*. Vienna, Selene, 128 p.

Bodrijjar, Zh. (2015) *Simuljakry i simuljicii*, M., Izdatel'skij dom «POSTUM», 240 p. (In Russian)

Bystrov, V.V. (2001) *Funkcional'no-semanticheskij analiz menasivnyh dialogicheskikh replik: diss. ... Cand. Phil. Sciences*, Tver, 117 p. (In Russian)

Ekman, P. (2023) *Psihologija jemocij*, SPb., Piter, 448 p. (In Russian)

Ecker, U.K.H, Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L.K., Brashier, N., Kendeou, P., Vraga, E.K. & Amazeen, M.A. (2022) The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction // *Nature Reviews Psychology*. № 1, pp. 13–29. URL: <https://www.nature.com/articles/s44159-021-00006-y> (date of access 25.04.2024).

Jack, C. Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information (2017) // *Data & Society Research Institute*, URL: <https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSocietyLexiconofLies.pdf> (date of access 25.04.2024).

Johnson, J. *The five types of fake news* (2024) // URL: https://www.huffingtonpost.com/dr-john-johnson/the-five-types-offake-ne_b_13609562.html (date of access 25.04.2024).

Kastel's, M. (2016) *Vlast' kommunikacii: ucheb. posobie*, M., Dom Vysshej shkoly jekonomiki, 564 p. (In Russian)

Leongard, K. (2000) *Akcentuirovannye lichnosti*, Rostov n/D: Feniks, 544 p.
URL: <http://www.koob.ru> (date of access 25.04.2024). (In Russian)

Lukian iz Samosaty, (1991) *Izbrannaja proza*, M., Pravda, 720 p. (In Russian)

Minskij, M. (1979) *Frejm dlja predstavlenija znanij*, M., Jenergija, 152 p.
(In Russian)

Mlodinov, L. (2021) *(Ne)Osoznanoe. Kak bessoznatel'nyj um upravljaet nashim povedeniem*, M., Lajvbuk, 360 p. (In Russian)

McKernon, E. (1925) Fake News and the Public: How the Press Combats Rumor, the Market Rigger, and the Propagandist // *Harper's Magazine*, October, 1925.

Melissen, J. *Part I: Fake news, and what (not) to do about it* (2024) // URL: <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/part-i-fakenews-and-what-not-do-about-it> (date of access 07.05.2024).

Melissen, J. *Part II: Fake news, and what (not) to do about it* (2024) // URL: <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/part-ii-fakenews-and-what-not-do-about-it> (date of access 07.05.2024)

Morozova, O.N. (2005) *Diskurs soglasija v dialogicheskom prostranstve*, M., In-t linguistics of the Russian Academy of Sciences, Tver State University. Tver State Agricultural Academy, 220 p. (In Russian)

Nimmo, B et. al. *Fake News: Defining and Defeating* (2024) // URL: <https://www.medium.com/dfrlab/fake-news-defining-and-defeating-43830a2ab0af> (date of access 07.05.2024.).

Rajan, A. *Fake news: too important to ignore* (2024) // URL: <https://www.bbc.com/news/entertainment-ars-38636042> (date of access 25.04.2024).

Rashkoff, D. (2003) *Mediavirus. Kak pop-kul'tura tajno vozdejstvuet na vashe soznanie*, M., Izdatel'stvo, Ul'tra. Kul'tura, 392 p. (In Russian)

Romanov, A.A. (1982) *Kommunikativno-pragmatische i semanticheskie svojstva nemeckih vyskazyvanij-pros'b*, Kalinin, Kalinin State University, 168 p. (In Russian)

Romanov, A.A. (1988) *Sistemnyj analiz reguljativnyh sredstv dialogicheskogo obshhenija*, M., Russian Academy of Sciences of the USSR, 183 p. (In Russian)

Romanov, A.A. (1995) *Grammatika delovyh besed*, Tver', Familija, 240 p. (In Russian)

Romanov, A.A. (2002) *Politicheskaja lingvistika*, M.-Tver, In-t linguistics of the Russian Academy of Sciences, Tver State University, 191 p. (In Russian)

Romanov, A.A. (2003) *Neoritoricheskaja paradigma v lingvistike // Lingvoritoricheskaja paradigma: teoreticheskie i prikladnye aspekty. V. 2*, Sochi: SGUTiKD, pp. 79–83. (In Russian)

Romanov, A.A. (2004) *Suggestivnaja model' rechevogo obshhenija: manipuljacija ili igra so smyslami? // HOMO MENDAX: Playing with personality or playing with meanings / Executive Editor Prof. A.A. Romanov*, M.-Tver, In-t linguistics of the Russian Academy of Sciences, Tver State University, pp. 3–36. (In Russian)

Romanov, A.A. (2005) *Semantika i pragmatika nemeckih performativnyh vyskazyvanij-pros'b*, M.-Tver, In-t linguistics of the Russian Academy of Sciences, Tver State University, Tver State Agricultural Academy, 153 p. (In Russian)

Romanov, A.A. (2011) *Memezis performativnogo znanija o funkcionirovanii estestvenno-jazykovyh praktik [Electronic resource] // World of linguistics and communication: electronic scientific journal, № 2. P. 66–71. Access mode: www.tverlingua.ru* (In Russian)

Romanov, A.A. (2014) *Spin-doktoringovaja realizacija mental'nyh reprezentacij v Internet-kommunikacii // Language, Communication and Social Environment. Annual International Publication, Ex. 13*, Voronezh: Science - Unipress; Voronezhsk. State, pp. 88-119. (In Russian)

Romanov, A.A. (2016) «Okno diskursa» kak reguljativnyj mehanizm rasprostraneniya i vnedreniya «virusnoj» informacii: dva podhoda [Electronic resource] // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal*, № 4. P. 1–35. Access mode: www.tverlingua.ru (In Russian)

Romanov, A.A. (2016a) Mehanizm rasprostraneniya «virusnyh» idej v infosfere reguljativno-memeticheskoj real'nosti [Electronic resource] // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal*, № 2. P. 1–19. Access mode: www.tverlingua.ru (In Russian)

Romanov, A.A. (2016b) Beneficiarnye smysly v informativnoj media-sfere // *Intercultural communication: theory and practice. Collection of scientific works of XVI International. scientific-practical. conference «Linguistic and cultural traditions and innovations» 11-13 October 2016, Tomsk, Tomsk Polytechnic Department*, pp. 221-227. (In Russian)

Romanov, A.A. (2017) «Okno diskursa» kak tehnologija izmeneniya predstavlenija o real'nosti // *Language Discourse in Social Practice: Materials of scientific works*, Tver: Tver State University, pp. 205–214. (In Russian)

Romanov, A.A., Malysheva, E.V. (2016) Semanticheskoe manipulirovanie kak forma setevogo vozdejstvija // *Psycholinguistics and lexicography: Collection of scientific works*, v. 3, pp. 166–169. (In Russian)

Rozengren, M. (2012) K voprosu o doxa: jepistemologija “novoj ritoriki” // *Voprosy filosofii*, № 6, pp. 63–72. (In Russian)

Romanov, A.A., Malysheva, E.V., Novoselova, O.V. (2014) Spindoktoringovaja realizacija «principa kauzal'noj posledovatel'nosti» mental'nyh reprezentacij v strukture frejmovoj konfiguracii // *Current Problems of Modern Medialis and Media Acritics in Russia and Abroad*, Belgorod: BelSU, pp. 158–164. (In Russian)

Romanov, A., Malysheva, E. (2016) Political language in internet communication // *Proceedings of the V International Academic Congress Fundamental and Applied Studies in EU and CIS Countries” (United Kingdom,*

Cambridge, England, 14-16 October 2015), Cambridge, Cambridge University Press, Volume II, 2016. – pp. 152–158.

Romanov, A.A., Nemes N.G. *Diskurs uteshenija: lingvopsihologičeskij analiz*, M., In-t linguistics of the Russian Academy of Sciences, Tver State University, 144 p. (In Russian)

Romanov, A.A., Novoselov, a O.V. (2018) *Kommunikativnyj absurd v aktah menasivnoj diskursii // Absurdity in communication, or Communication without understanding*, M., Lenand, pp. 66–78. (In Russian)

Romanov, A.A., Novoselova, O.V. (2021) *Menasivnye konstrukty v predvybornoj diskursii: lingvokognitivnyj analiz materialov programm predvybornoj kampanii 2018 goda*, M., Flinta, 440 p. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2005) *Performativnye rečevye akty v paradigme social'nogo konstrukcionizma // Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova. Ser., Akmeologija obrazovanija*, 11, № 2, pp. 26–36. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2010) *Konversacionnaja real'nost' diskursa // Ars grammatica. Grammar research: theses of reports of the 4th International Scientific. Conference Minsk, November 2-3, 2010*, Minsk, Minsk State. Linguist. University, pp. 25–27. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2015) *Memetičeskij mehanizm konstruirovanija media-smyslov informacionnogo protivostojanija [Electronic resource] // World of linguistics and communication: electronic scientific journal*, № 3. P. 1–16. Access mode: www.tverlingua.ru (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2016) *Memetiko-reguljativnaja real'nost' kak psiholingvističeskij fenomen [Electronic resource] // World of linguistics and communication: electronic scientific journal*, № 1. P. 1–14. Access mode: www.tverlingua.ru (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2017) *Beneficiarnaja manipuljacija i ejo raznovidnosti // VIII International Crimean Linguistic Congress «Language and World» (Yalta, October 5-8, 2017)*, Simferopol, pp. 129–131. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2017a) Mental'nye reprezentacii v jazykovom processe: memy i reguljativy // *Psycholinguistics and lexicography: sc. science*. tr. Voronezh: LLC «Publishing RHYTHM», pp. 181–196. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2017b) Reguljativnaja specifika rasprostraneniya «diskursivno-virusnyh» poslanij v infosfere // *Zhizn' jazyka v kul'ture i sociume – 6*. Moskva, In-t linguistics of the Russian Academy of Sciences; RUDN, 26–27 maja 2017, M., Izd-vo «Kancler», pp. 283–284. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2017v) Specifika vnedrenija «virusnoj» informacii v infosferu // *Explicit and implicit in language and speech*. Materials of the International Scientific Conference, Minsk (Belarus) 10-11 May 2017, Minsk, Minsk State. Ling. University, pp. 81–83. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2017g) Vektornaja napravlenost' pereformatirujushhego pogruzhenija v diskursivnoe prostranstvo informacionnyh atak [Electronic resource] // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal*, № 2. P. 1–32. Access mode: www.tverlingua.ru (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2017d) Funkcional'naja specifika «veernogo sdviga» okna diskursa v informacionno-konsciental'noj kampanii [Electronic resource] // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal*, № 3. P. 1–39. Access mode: www.tverlingua.ru (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2018) Fejkovaja diskursija vs defenzivnaja kontrdiskursija v «informacionnoj dujeli» // *Language Discourse in Social Practice: Materials of scientific works*, Tver: Tver State University, pp. 176–187. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2018a) Fejkovaja diskursija i kontrdiskursija v konsciental'nom protivostojanii // *Russian language and literature in professional communication and multicultural space*, Materials of the International Scientific Conference M., «Pepo», Saratov, Amirant, pp. 284–289. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2018b) *Verbal'naja agressija v professional'noj kommunikacii*, Tver', Tver State University, 292 p. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2019) Medijnye demonstrativnye Ja - praktiki kak performativnye markery setевой identifikacii // *Russian grammar: active processes in language and speech: collection of scientific works of the International Scientific Symposium*, Yaroslavl, RIO JaGPU, pp. 813–825. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2019a) Jeristicheskij mehanizm formirovanija postpravdivogo diskursa-interv'ju // *Discoursology and Mediacritics of Modern Media: Materials of scientific works of the International Practical Conference on October 2-4, 2019*, Belgorod, Polytera, C. 249–255. (In Russian)

Romanov A.A., Romanova L.A. (2020) Fejk vs fakt v informacionnoj bor'be za reputacionnyj kapital // Digitalization in the agro-industrial complex: technological resources, new opportunities and challenges, *collection of scientific works International scientific and practical conference*, 11-13 February 2020, Tver, pp. 441–446. (In Russian)

Romanov A.A., Romanova L.A. (2020a) Strategicheskij resurs kommunikativnyh praktik “ostroj sily” v informacionnom protivostojanii “vojna bez vojny” // *Man in language and communicative space: Materials of scientific works [Electronic resource] / (6.1 Mb)*. Krasnoyarsk, v. 11, (20), pp. 46–53. (In Russian)

Romanov A.A., Romanova L.A. (2020b) Diskursivnye praktiki “ostroj sily” v informacionnyh “vojnah bez vojn” // *Language Discourse in Social Practice: Materials of scientific works*, Tver, Tver State University, pp. 22–30. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2021) Postpravdivye diskursivnye praktiki «ostroj sily» v informacionnom protivostojanii “vojny bez vojn” // *Communicative space. Information space. Cultural space. Communicative space of Belarus: мат. Materials of scientific conference*, Minsk, 22–23 Dec. 2020, MSLU, pp. 139–145. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2024) Medijnye praktiki diskursivno-menasivnoj jeristiki v kontekste informacionnyh protivostojanij i protivoborstv // *Linguistics of the First Quarter of the XXI Century: Tendencies, Results and Prospects: Collective Monograph / under the General Redaction of A.A. Romanov, M., Flinta, pp. 211–264. (In Russian)*

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2024a) Frejmovoe modelirovanie kak mehanizm razoblachenija fejkovoj real'nosti i bor'by s nej // // *Modern philological science: achievements and innovations: proceedings of the International Symposium, Ivanovo, 23-25 May 2024, pp. 398–412. (In Russian)*

Romanov, A.A., Romanova, L.A., Morozova, O.N. (2015) Frejmovaja matrica spin-doktoringovogo konstruirovanija smyslov v sisteme publicnyh kommunikacij [Electronic resource] // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal, № 2. P. 1–31. Access mode: www.tverlingua.ru (In Russian)*

Romanov A.A., Romanova L.A., Morozova O.N. (2015a) Konstruirovanie medijnyh smyslov informacionnogo protivostojanija // *Functional linguistics: VII International. Crimean lingua. congress «Language and World». Yalta, October 5-8, Simferopol, pp. 284–287. (In Russian)*

Romanov, A.A., Romanova, L.A., Morozova, O.N. (2018) Politicheskoe interv'ju kak instrument verbal'nogo agresivnogo vozdejstvija «mjagkoj sily» v informacionnom protivostojanii [Electronic resource] // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal, № 3. P. 1–50. Access mode: www.tverlingua.ru (In Russian)*

Romanov, A.A., Romanova, L.A., Morozova, O.N. (2019) Diskurs pravdy i diskurs postpravdy politicheskogo interv'ju: na materiale interv'ju dejstvujushhijh politikov zarubezhnym SMI [Electronic resource] // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal, № 1. P. 1–28. Access mode: www.tverlingua.ru (In Russian)*

Romanov, A.A., Romanova, L.A., Morozova, O.N. (2019a) Priznanie faktual'nosti diskursa-interv'ju kak instrumental'naja strategija “mjagkoj sily”

verbal'nogo prinuzhdenija k pravde [Electronic resource] // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal*, № 2. P. 1–72. Access mode: www.tverlingua.ru (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A., Morozova, O.N. (2019b) Kommunikativnye tehnologii formirovanija postpravdivogo sodержanija diskursa-interv'ju [Electronic resource] // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal*, № 3. P. 1–62. Access mode: www.tverlingua.ru (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A., Morozova, O.N. Kommunikativnye praktiki “ostroj sily” kak strategicheskie markery verbal'noj agressii v informacionnyh “vojnah bez vojn” [Electronic resource] // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal*, № 1. P. 97–155. Access mode: www.tverlingua.ru (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A., Novoselova, O.V. (2015) Konstruirovanie medijnyh smyslov informacionnogo protivostojanija // *Functional linguistics: VII International Crimean Linguistic Congress «Language and World»*. Yalta, October 5-8, 2015, scientific papers, Simferopol, pp. 284–287ю (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A., Novoselova, O.V. (2015a) Pragmatics of communicative justice // *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta*. Ser. «Pedagogika i psihologija», Tver, Tver State University. № 4, pp. 23–35. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A., Novoselova O.V. (2018) Diskursivnye reguljativy informacionnyh atak // *Diskurs-Pi*. № 1 (30), pp. 17–23. (In Russian)

Romanov, A.A., Romanova, L.A., Fedoseeva, E.G. (2013) *Performativnye ritual'nye akty sakral'noj kommunikacii*, M. – Tver', In-t linguistics of the Russian Academy of Sciences, Tver State University, 241 p. (In Russian)

Romanov, A.A., Cherepanova, I.Ju. (1998) *Jazykovaja suggestija v predvybornoj kommunikacii*, Tver': GERS, 205 p. (In Russian)

Romanov, A.A., Cherepanova, I.Ju. (1999) *Suggestivnyj diskurs v biblioterapii.*, M., Tver', Liliya LTD, Tver State University, Tver State Agricultural Academy, 128 p.

Romanova, L.A., Malysheva, E.V., Morozova, O.N., Romanov, A.A. (2023) Politicheskoe TV-interv'ju v protivostojanii postpravdivym informacionnym poslanijam // *Military journalism in the modern world: Materials of the International Scientific-Practical Conference* (Lugansk, 12 April 2023; Lugansk State Pedagogical University, St. Petersburg State University), SPb., Mediapapir, pp. 183–194. (In Russian)

Romanova, L.A. (2007) *Konstruktivnaja semantika kriptoklassa anglijskih prilagatel'nyh razmera v diahronii i sinhronii*, In-t linguistics of the Russian Academy of Sciences, Tver State University, 120 p. (In Russian)

Romanova, L.A. (2009) *Strukturno-semanticheskie aspekty performativov v funkcional'noj paradigme jazyka*, In-t linguistics of the Russian Academy of Sciences, Tver State University, 180 p. (In Russian)

Shahovskij, V.I. (2021) *Raznoobrazie distribucij v sociojemotivnom kommunikativnom prostranstve // Discourse in the sociocultural space: Communicative mechanisms and mental structures of his representation: a collection of scientific works dedicated to the anniversary of professor. A.A. Romanov*, M., Flint, C. 21–45. (In Russian)

Subbotskij, E.V. (2022) Razum v pautine: magicheskaja manipuljacija soznaniem i protivodejstvie ej // *Psihologicheskaja gazeta*. 18.08.2022. (In Russian)

Traindl, A. (2024) *Neuromarketing. Die innovative Visualisierung von Emotionen*. Wien: Trauner Verlag, 128 S. URL: [https:// www. psylib.myword.ru](https://www.psylib.myword.ru) (date of access 25.04.2024.)

Uajthed, A. *Izbrannye raboty po filosofii*, M., Progress, 387 p. (In Russian)

Uberti, D. The Real History of Fake News (2016) // *Columbia Journalism Review*, December 15, 2016. URL: https://www.cjr.org/special_report/fake_news_history.php (date of access 25.04.2024).

Utkin, Ju.Ju. (2011) *Specifika semanticheskoy diffamacii v pravovyh tekstah SMI: na materiale Tverskih regional'nyh pechatnyh izdanij*, Autoef. Dis. ... Kand. Phil. of Sciences, Tver, 21 p. (In Russian)

Voloshinov, V.N. (1930) *Marksizm i filosofija jazyka*, Leningrad, Priboj, 157 p. (In Russian)

Voloshinov, V.N. (2010) *Antropolingvistika. Izbrannye trudy*, M., Labirint, 255 p. (In Russian)

Wardle, Cl. *Fake news. It's complicated* (2024) // URL: <https://www.firstdraftnews.org/fake-news-complicated/> (date of access 25.04.2024).

Wardle, Cl. 6 Types of Misinformation Circulated This Election Season (2016) // *Columbia Journalism Review*, November 18, 2016, URL: https://www.cjr.org/tow_center/6_types_election_fake_news.php (date of access 25.04.2024)