УДК 81’22
DOI: 10.26907/2782-4756-2024-78-4-146-153

МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БОЛЬШИХ ОБЪЕМАХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ: СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

© Мария Пильгун, Ирина Ерофеева

MANIPULATIVE TECHNOLOGIES IN A LARGE AMOUNT OF LINGUISTIC DATA: SOCIAL MEDIA

Maria Pilgun, Irina Erofeeva

The article presents the results of our study on manipulative techniques based on a large amount of linguistic data from social media and focused on the implementation of a major urban development project in the field of road transport construction in Moscow. The research was conducted using data from social networks, video hosting platforms, microblogs, blogs, forums and review websites (3,358,590 tokens, the audience of 17,688,221). Created during the study, the database contains user-generated content and their digital footprints reflecting user reactions. The data analysis was conducted from a cognitive perspective, employing a neural network text analysis, content analysis, sentiment analysis, digital aggression analysis and lexical association analysis. The Brand Analytics monitoring system was used for data collection, while GPT-4o, GPT-4o mini, GPT-4, TextAnalyst 2.32 and AutoMap were used for the data analysis and interpretation, with the Tableau platform used for visual analytics. The analysis of the data revealed mythological manipulation, speech and psychotechnologies. When manipulative techniques are employed in the media space, rhetorical tropes and figures, sophisms and eristic tricks are actively used. The adaptation of these techniques to the specifics of digital communication allows for indirect influence on the audience, significantly increasing the effectiveness of the impact, which can, in turn, lead to heightened conflict potential and social tension.

Keywords: manipulative technologies, media landscape, social media, influence, large volumes of linguistic data, speech perception

В статье представлены результаты исследования манипулятивных приемов на материале больших объемов лингвистических данных социальных медиа, посвященных реализации крупного градостроительного проекта в сфере дорожно-транспортного строительства в г. Москве. Исследование проводилось на материале данных социальных сетей, видеохостингов, микроблогов, блогов, форумов и сайтов отзывов (3 358 590 токенов, аудитория 17 688 221). В ходе исследования была сформирована база данных, содержащая контент, генерированный пользователями, и их цифровые следы, отражающие реакцию пользователей. Анализ данных проводился в когнитивном аспекте, использовались нейросетевой текстовый анализ, контент-анализ, сентимент-анализ, анализ цифровой агрессии и лексических ассоциаций. В качестве инструментария для сбора данных применялась мониторинговая система Brand Analytics, для анализа и интерпретации данных использовались GPT-4o, GPT-4o mini, GPT-4, TextAnalyst 2.32, AutoMap, для визуальной аналитики – платформа Tableau. Анализ данных позволил выделить мифологическое манипулирование, речевые и психотехнологии. При использовании манипулятивных приемов в медиапространстве активно применяются риторические тропы и фигуры, софизмы, эристические уловки. Адаптации последних к специфике цифровых коммуникаций позволяет оказывать влияние на аудиторию косвенными способами, значительно повышая эффективность воздействия, что, соответственно, может привести к усилению конфликтогенности и социальной напряженности.

Ключевые слова: манипулятивные технологии, медиапространство, социальные сети, большие объемы лингвистических данных, восприятие речи

Для цитирования: Пильгун М., Ерофеева И. Манипулятивные технологии в больших объемах лингвистических данных: социальные медиа // Филология и культура. Philology and Culture. 2024. № 4 (78). С. 146–153. DOI: 10.26907/2782-4756-2024-78-4-146-153

Введение

Использование манипулятивных технологий имеет огромные последствия для общества, поэтому закономерно, что анализ манипуляций и процедуры противодействия представлены в различных научных парадигмах.

Зарождение и развитие систем манипулятивных приемов следует связывать с риторической практикой софистов. В ходе развития в одном из разделов классической риторики *элокуции* были определены специфические словесные приемы, призванные усилить изобразительность и выразительность речи и сделать публичную речь убедительной за счет самой речевой формы, была разработана система речевых фигур и тропов, которая позволяла оказывать непрямое воздействие на аудиторию. Позднее классические риторические традиции были успешно адаптированы к практикам эффективной коммуникации, в сфере рекламы, связей с общественностью, делового общения и пр. и стали активно использоваться в сетевой среде [1], [2]. В основе многих манипулятивных приемов и тактик, которые активно применяются в современном медиапространстве, широко распространены риторические тропы и фигуры, софизмы, эристические уловки.

В политологической практике манипуляция рассматривается, как правило, в рамках применения политических технологий в связи с изучением «массового общества» и «массового сознания» и интерпретируется как целенаправленное воздействие для достижения конкретного результата [3]. При продвижении политических идей с помощью манипуляций осуществляется принудительное оперирование информацией и формируются «мишени» воздействия [4]. В информационном сопровождении политических процессов особое значение получает кодирование, которое определяется как «акт придания формы и соблюдения формальностей» [5, с. 212]. Описание манипулятивных технологий, базирующихся на целенаправленном, тайном искажении информации для достижения определенных результатов, представлено в [6]. Рекомендации для борьбы с информационным манипулированием во время выборов содержатся в многочисленных работах, в частности в [7].

Особое внимание закономерно уделяется анализу манипулятивных практик в медиапространстве в связи с увеличением количества ложных сообщений в сетях. Рост социальных платформ значительно расширил число участников в ранее строго регламентированном секторе СМИ, способствуя распространению ложных новостей и угрожая социальной безопасности. Учеными разработан механизм прогнозирования влияния сообщений со ссылкой на фейковые новости на социальные платформы [8], описаны инструменты создания и распространения дезинформации, используемые в социальных сетях [9], особенности трансмедийной экосистемы как инновационного инструмента, способствующего повышению медиаграмотности [10] и др.

Появление и стремительное развитие технологий искусственного интеллекта (ИИ) вызвали обоснованные опасения насчет возможности использования потенциала ИИ в сфере манипулирования общественным мнением, которые, в частности, находят отражение в бурных дебатах об этике ИИ [11] и его применении в различных сферах [12]. Количество научных публикаций в указанной сфере свидетельствует о росте озабоченности негативными последствиями для общества развития ИИ [13].

Таким образом, выявление и анализ манипулятивных тактик в больших объемах лингвистических данных социальных медиа, особенно разработка рекомендаций и алгоритмов противодействия манипулятивному воздействию, становятся все более актуальными. Когнитивный подход, который позволяет использовать синергию нескольких научных парадигм, представляется наиболее релевантным для исследования манипулятивных технологий в медиасреде.

Цель исследования – выделить и проанализировать манипулятивные технологии на материале больших объемов лингвистических данных социальных медиа, посвященных реализации крупного градостроительного проекта в сфере дорожно-транспортного строительства в г. Москве.

Метод: для анализа и интерпретации лингвистических данных использовался когнитивный подход, в частности, нейросетевой текстовый анализ, контент-анализ, сентимент-анализ, анализ цифровой агрессии и лексических ассоциаций (подробнее см. в [14]).

Инструментарий:

- Brand Analytics – использовалась для сбора данных.
- GPT-4o, GPT-4o mini, GPT-4, TextAnalyst 2.3., AutoMap – применялись для анализа и интерпретации данных.
- Tableau – для визуальной аналитики.

Данные

В ходе исследования была сформирована база данных, содержащая контент, генерированный пользователями (устная речь и письменные форматы), и их цифровые следы в социальных сетях, микроблогах, блогах, на видеохостингах, форумах и сайтах отзывов, отражающие реакцию

пользователей на реализацию крупного дорожно-транспортного проекта в мегаполисе. Количественные характеристики данных: аудитория – 17 688 221; вовлеченность – 16 006; токены – 3 358 590; лояльность – 0,9. Дата сбора материала: 01.08.2019 00:00 – 30.09.2019.19 23:59.

Результаты

Характеристика контента

Релевантный контент генерировался преимущественно в социальных сетях, а также на видеохостингах и в микроблогах (Рис. 1).

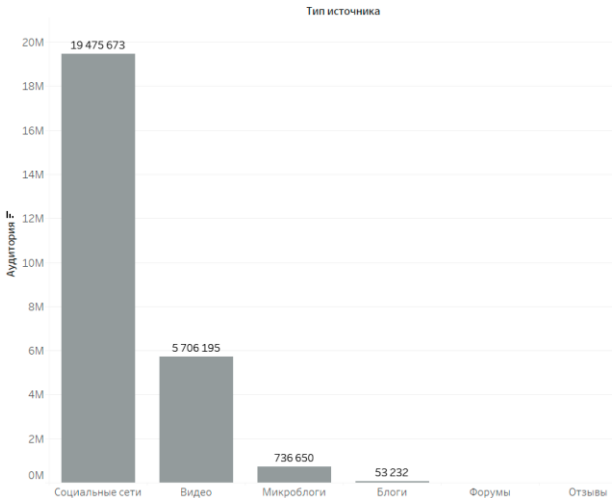

Рис. 1. Типы источников

По количеству аудитории[1] и показателям вовлеченности среди цифровых источников лидирует социальная сеть ВКонтакте, на втором месте – видеохостинг Ютуб.

В базе данных преобладающими типами сообщений оказались комментарии и посты, репосты (с дополнениями и без) составили незначительное количество (Рис. 2).

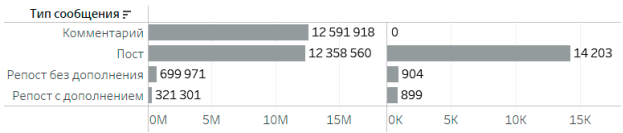

Рис. 2. Типы сообщений

Среди типов акторов, генерировавших релевантный контент, преобладали личные профили. Показательно, что аккаунты СМИ, которые по количественным показателям занимали вторую позицию, демонстрировали наименьшую вовлеченность акторов[2], что свидетельствует о низкой степени воздействия официальных источников информации на них. Между тем сообщества показывают значительные маркеры вовлеченности, свидетельствуют о высокой степени воздействия на аудиторию (Рис. 3).

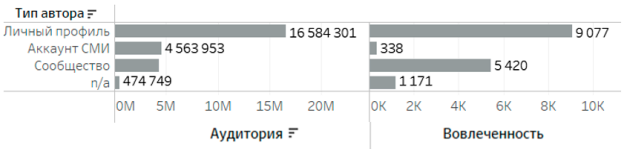

Рис. 3. Аудитория и вовлеченность разных типов акторов

Анализ тональности и цифровой агрессии

Сентимент-анализ сводной базы данных показал преобладание кластера с нейтральной тональностью. Негативный кластер оказался самым малочисленным (Рис. 4.).

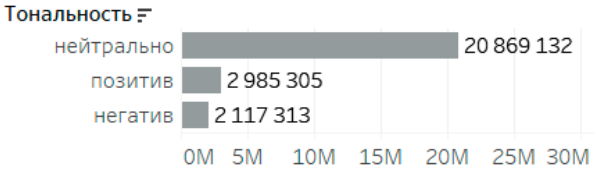

Рис. 4. Тональность базы данных

Анализ цифровой агрессии демонстрирует количественное преимущество контента без агрессии. Однако наличие небольшого кластера с сильной агрессией свидетельствует о присутствии конфликтных сюжетов, которые сопровождают развитие ситуации (Рис. 5).

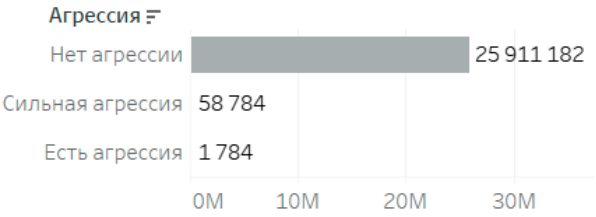

Рис. 5. Цифровая агрессия

Для анализа естественной реакции жителей особую важность имеет изучение цифровых следов. Исследование тональности и цифровой агрессии в цифровых следах акторов подтвердило преобладание нейтрального отношения к реализации проекта (Рис. 6, 7).

[1] Совокупность участников онлайн- коммуникаций

[2] Активные и пассивные участники онлайн- коммуникаций

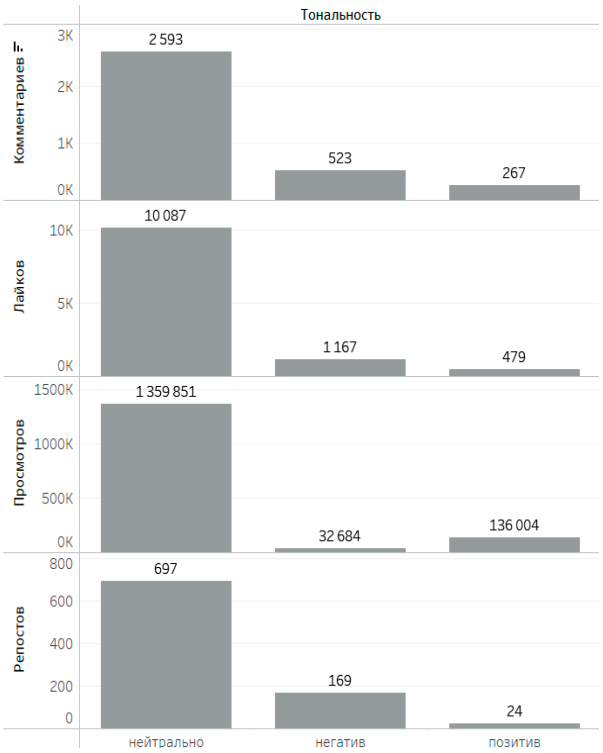

Рис. 6. Тональность цифровых следов

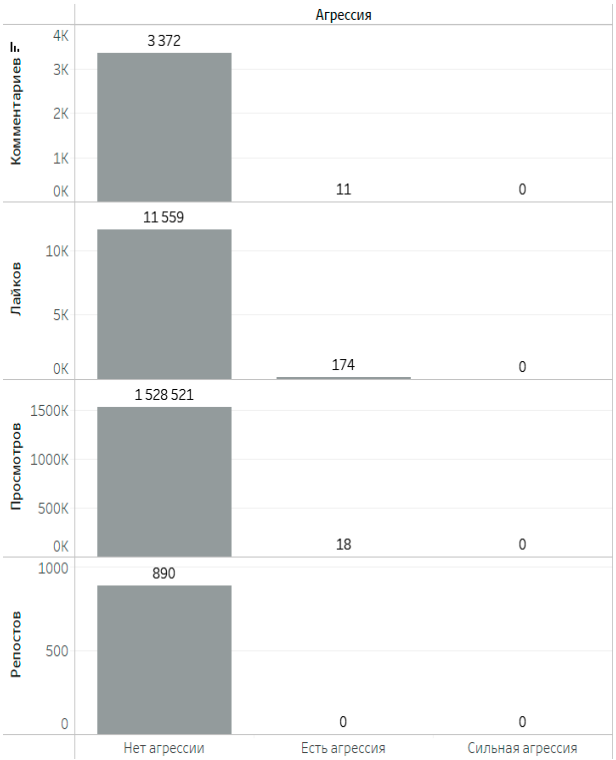

Рис. 7. Агрессия цифровых следов

Семантический анализ

Анализ тематической структуры контента, семантической сети, а также формирование и исследование семантического ядра позволили выделить ключевые темы контента, посвященного реализации проекта**.**

Положительные аспекты реализации проекта, которые распространяют преимущественно официальные СМИ, связаны с намерением улучшить транспортную ситуацию в городе.

Негативные оценки строительства объекта связаны со следующими темами, которые вызывают опасения у жителей: реализация проекта несет опасность жизни граждан; строительство повлечет взрыв онкологических заболеваний населения; приведет к повышению радиационного фона в городе; реализация проекта может разрушить люберецкий канализационный коллектор; приведет к экологической катастрофе, под угрозой разрушения окажутся парки и скверы города; будут разрушены памятники архитектуры, которые находятся в непосредственной близости от строительной площадки; возникнет риск роста социальной напряженности среди горожан; а также появится опасность социального взрыва; продолжение строительства значительно снизит уровень жизни местных жителей и ухудшит транспортное сообщение внутри района, в котором будет развернуто строительство.

Анализ манипулятивных технологий

Распространение манипуляций в виртуальном пространстве может быть связано с искусственными информационными волнами, которые являются инструментом манипуляции целевыми аудиториями и способствуют социальному проектированию будущего [15], а также служат элементами информационных войн и конфликтов.

Характер информационной волны, связанной с анализируемым проектом (Рис. 8), свидетельствует о преимущественно естественном характере распространения информации. Это подтверждает аналогичная динамика активности акторов.

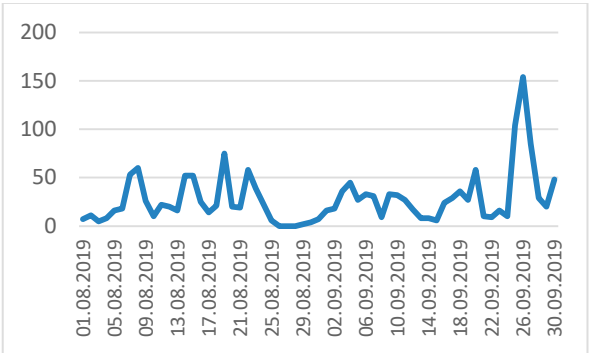

Рис. 8. Информационная волна

Зафиксированные небольшие искусственные информационные волны связаны с освещением хода реализации проекта в официальных медийных источниках.

Следует отметить незначительное количество манипулятивных тактик, использованных в анализируемом контенте, что можно объяснить преобладанием естественных реакций жителей. В

контенте, генерированном пользователями, средства речевого воздействия и манипулятивные тактики применяются для того, чтобы наиболее ярко донести свое несогласие с реализацией проекта. Горожане, которые живут в непосредственной близости к строительным площадкам, испытывают серьезные проблемы, ухудшение уровня жизни, выражают свой протест всеми доступными способами.

1. *Мифологическое манипулирование*

Мифологическое манипулирование активно используется в политической коммуникации при проведении предвыборных кампаний и пр. Реализация крупных градостроительных проектов закономерно связывается с городскими властями и может использоваться политическими противниками для дискредитации действующего мэра, ослабления его позиций. Кроме того, дорожно-транспортное развитие мегаполиса является чрезвычайно дорогостоящим, и борьба за подряды на строительство, право участия в проектах могут приводить к жесткой конкурентной борьбе бизнес-структур, информационному противостоянию, в которых активно используются манипулятивные технологии.

Мифологическое манипулирование, как правило, представляет собой использование манипулятивных тактик с помощью создания ментально-мифологических конструктов и воздействия на архетипы и метапрограммы. [16], [17], [18].

В анализируемом контенте в негативном кластере представлены мифологические образы [17], [18] «Ловкач», а в позитивном кластере – «Хозяин», которые характеризуют деятельность главы города в связи с реализацией конкретного проекта.

2. *Манипулятивные речевые технологии*

2.1. Шокирующая информация:

Где гарантии того, что вся эта радиация, которая, возможно, пока её не трогают, особо и не будоражит никого, не попадёт в реку, и от этого не пострадают все остальные районы? [19] .

2.2. Противопоставление, использование контраста:

А мы вдыхаем отравленный загаженный воздух (...)! Прежде чистый зелёный двор перед домом превратился в две параллельные дороги под окнами с вырубленными долыса деревьями, а с торца дома ещё и съезд с ново-испеченной СЕВЕРО-ВОСТОЧНОЙ хорды к нам во двор сделал. Это не смотря на то, что у нас на пр. Черепановых (САО) в добавок перекрёсток МЦК с грохочущей Октябрьской Жел / дорогой имеется!! [20].

2.3. Остранение[3]:

Такие ударные темпы строительства новых дорог, скорее всего, наоборот лишь станут причиной для увеличения количества личных автомобилей в пределах Москвы, так как большое количество новых магистралей создаст у горожан иллюзию свободного перемещения по городу на автомобиле [21].

2.4. Юмор:

А ещё мне нравится реклама ЖК Сильвер про экологически чистый район: напротив ЛЭП, Северо-восточной хорды, бетонного завода и северянинского путепровода [22].

2.5. Экспрессивно заряженная лексика:

(...) пробок.нет отстаивает только интересы людей на автомобилях, а не мои как пешехода или пользователя ОТ. У них нет пробок, только когда широченное шоссе без наземных переходов и парковки везде. Ну и никаких выделенных полос и велодорожек (...) Северо-восточная хорда значительно ухудшит и мою жизнь (...) [23].

2.6. Повышенная экспрессивная тональность с использованием средств разных типов:

МЫ ЗАДЫХАЕМСЯ ОТ ЯДОВИТОГО МАШИННОГО ВЫХЛОПА И НЕ СПИМ ИЗ-ЗА ШУМА ПОД ОКНАМИ (...)! АУУУУ!!! Спасите нас!!!! (...) Посадите уничтоженный сквер хотя бы между дорогами! Ни одного дерева не посадили, только вырубаете и дор0жите свои дороги! [24].

2.7. Гипербола.

2.8. Аналогия.

2.9. Метафора.

3. Манипулятивные психотехнологии

3.1. Альтернативная экспертиза;

3.2. Альтернативный прогноз;

3.3. Непроверенная информация;

3.4. Дезинформация.

3.5. Эффект глорихантера (амер. разг. ‘болельщик, поддерживающий команду только в дни её триумфа(ов)’).

3.6. Некорректные статистические данные.

Заключение

При использовании манипулятивных приемов в медиапространстве активно применяются риторические тропы и фигуры, софизмы, эристические уловки. Адаптации последних к специфике цифровых коммуникаций позволяет оказывать влияние на аудиторию косвенными способами, значительно повышая эффективность воздействия, что, соответственно, может привес-

[3] Литературный приём, введённый В. Б. Шкловским в 1916 году, который заключается в разрушении «автоматизма восприятия».

ти к усилению конфликтогенности и социальной напряженности. Расширение взаимодействия в киберпространстве делает выявление и обнародование манипулятивных тактик, а также разработку рекомендаций для противодействия манипулятивному воздействию все более важной задачей в современном обществе.

Анализ конкретной коммуникативной ситуации показал, что среди типов акторов, вовлеченных в обсуждение проекта, преобладали личные профили. Аккаунты СМИ, занимающие вторую позицию по количественным показателям, продемонстрировали наименьшую вовлеченность акторов, что свидетельствует о низкой степени воздействия официальных источников информации на пользователей. В то же время онлайн-сообщества показывают значительные маркеры вовлеченности, свидетельствуют о высокой степени воздействия на аудиторию.

Анализ тональности и цифровой агрессии контента в цифровых следах акторов обнаружил преобладание нейтрального отношения жителей к реализации проекта.

Коммуникативная специфика общения в сетевой среде способствует использованию манипулятивных технологий. Количество применяемых манипулятивных тактик зависит от ситуации, возрастает в случае распространения искусственных информационных волн. Манипулятивные методы используются для влияния на общественное мнение, часто вызывая сильные эмоции, преувеличивая или преуменьшая проблемы, создавая ложное чувство консенсуса и пр.

Анализ данных показал преимущественно естественный характер распространения информации, связанной с реализацией проекта. Официальное информационное сопровождение сталкивалось с негативной реакцией городских активистов – противников строительства и жителей районов, которые находились в непосредственной близости к стройке. Отсутствие масштабных искусственных информационных волн объясняет незначительное количество манипулятивных тактик, использованных в анализируемом контенте.

Список источников

1. *Дзялошинский И. М., Пильгун М. А.* Риторика: учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2024. 232 с.
2. *Пильгун М. А., Ерофеева И. В.* Манипулятивные технологии в медиапространстве: когнитивный аспект // Когнитивные исследования языка. 2024. № 2-2 (58). С. 598–604.
3. *Rudinow T.* Manipulation. N.-Y., 1997. 234 p.
4. *Каландаров К. Х.* Управление общественным сознанием: Роль коммуникативных процессов /; Рос. экол. акад. М.: Гуманитарный центр «Монолит», 1998. 79 с.
5. *Бурдье П.* Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993. 336 с.
6. *Доценко Е. Л.* Психология манипуляции. М.: ЧеРо, 1996. 344 с
7. *Arnaudo, D. Bradshaw, S., Ooi, H.H., Schwalbe, K., Zakem, V. and Zink, A.* Combating information manipulation: A playbook for elections and beyond. Stanford: Stanford university, 2021. 54 p.
8. Li, P. H., Y.-Y. Huang., Shei, C. Hsieh, H.-P. ExoFIA: Deep Exogenous Assistance in the Prediction of the Influence of Fake News with Social Media Explainability. Applied Sciences10.3390/app13116782 13:11, 2023. Pp. 6782– 6789.
9. *Caled D., Silva M. J.* Digital media and misinformation: An outlook on multidisciplinary strategies against manipulation. In Journal of computational social science, Vol. 5, 2022. Pp. 123–159.
10. *Martin-Neira, J. I., Trillo-Domнnguez, M.* and *Olvera-Lobo, M.D.* Science journalism against disinformation: decalogue of good practices in the digital and transmedia environment. Scientific Journal of Communication and Emerging Technologies, 21(1). 2023. Pp. 1699–2407.
11. *Stahl B. C., Schroeder D., Rodrigues R.* Manipulation; In: Ethics of Artificial Intelligence; Springer Briefs in Research and Innovation Governance. Cham: Palgrave Macmillan, Springer, 2023. Pp. 53–61.
12. *Wach, K., Duong, C., Ejdys, J., Kazlauskaite, R, Korzynski, P., Mazurek, G., Paliszkiewicz, J. and Ziemba, E*. The dark side of generative artificial intelligence: A critical analysis of controversies and risks of ChatGpt. Entrepreneurial Business and Economics Review, 11(2), 2023. Pp. 7–30.
13. *Wang. C., Tang F., Zhang Y*. et al. Towards harmonized regional style transfer and manipulation for facial images; Comp; Visual Media 9, 2023. Pp. 351–366.
14. *Kharlamov A.A., Pilgun M.* Perception of the Situation: Social Stress and Well-Being Indices. Lecture Notes in Networks and Systems, 544 LNNS, 2023. Pp. 778–790.
15. *Градосельская Г. В., Щеглова Т. Е.* Теоретические основы исследования информационных волн в социальных сетях // Управление развитием крупномасштабных систем MLSD'2019. М: ИПУ РАН, 2019. С. 1196–1199.
16. *Юнг К. Г.* Психология переноса. М.: Медков С. Б., 2020. 134 с.
17. *Дзялошинский И.М.* Манипулятивные технологии в СМИ**:** Учебно-методическое пособие. М.: «Гуманитарный институт», 2006. 44 с.
18. *Кара-Мурза С.* Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2003. 490 с.
19. ВКонтакте. URL: https://m.vk.com/ (дата обращения: 10.08.2019)
20. Дзен. URL: https://m.dzen.ru (дата обращения: 11.09.2019)
21. ВКонтакте. URL: https://m.vk.com/ (дата обращения: 15.08.2019)

22. ВКонтакте. URL: https://m.vk.com/ (дата обращения: 19.09.2019)

23. Дзен. URL: https://m.dzen.ru (дата обращения: 17.09.2019)

24. ВКонтакте. URL: https://m.vk.com/ (дата обращения: 25.08.2019)

References

1. Dzyaloshinskii, I. M., Pil'gun, M. A. (2024). *Ritorika: uchebnik i praktikum dlya vuzov* [Rhetoric: A Textbook and Practical Course for Universities]. 232 p. Moscow, Yurait. (In Russian)

2. Pil'gun, M. A., Erofeeva, I. V. (2024). *Manipulyativnye tehnologii v mediaprostranstve: kognitivnyi aspekt* [Manipulative Technologies in the Media Space: A Cognitive Aspect]. Kognitivnye issledovaniya yazyka. No. 2–2 (58), pp. 598–-604. (In Russian)

3. Rudinow, T. (1997). *Manipulation*. 234 p. N.-Y. (In English)

4. Kalandarov, K. Kh. (1998). *Upravlenie obshhestvennym soznaniem: Rol' kommunikativnykh protsessov* [Management of Public Consciousness: The Role of Communication Processes]. Ros. ekol. akad. 79 p. Moscow, Gumanitarnyi tsentr “Monolit”. (In Russian)

5. Burd'e, P. (1993). *Sotsiologiya politiki* [Sociology of Politics]. 336 p. Moscow, Socio-Logos. (In Russian)

6. Dotsenko, E. L. (1996). *Psikhologiya manipulyatsii* [Psychology of Manipulation]. 344 p. Moscow, CheRo. (In Russian)

7. Arnaudo, D. Bradshaw, S., Ooi, H. H., Schwalbe, K., Zakem, V. and Zink, A. (2021). *Combating Information Manipulation: A Playbook for Elections and Beyond.* 54 p. Stanford, Stanford university. (In English)

8. Li, P. H., Y.-Y. Huang., Shei, C. Hsieh, H.-P. *ExoFIA: Deep Exogenous Assistance in the Prediction of the Influence of Fake News with Social Media Explainability*. Applied Sciences10.3390/app13116782 13. No. 11, pp. 6782–6789. (In English)

9. Caled, D., Silva, M. J. (2022). *Digital Media and Misinformation: An Outlook on Multidisciplinary Strategies against Manipulation*. In Journal of Computational Social Science. Vol. 5, pp. 123–159. (In English)

10. Martin-Neira, J. I., Trillo-Domнnguez, M., and Olvera-Lobo, M. D. (2023). *Science Journalism against Disinformation: Decalogue of Good Practices in the Digital and Transmedia Environment*. Scientific Journal of Communication and Emerging Technologies. No. 21(1), pp. 1699–2407. (In English)

11. Stahl, B. C., Schroeder, D., Rodrigues, R. (2023). *Manipulation*. In: Ethics of Artificial Intelligence; Springer Briefs in Research and Innovation Governance. Pp. 53–61. Cham, Palgrave Macmillan, Springer. (In English)

12. Wach, K., Duong, C., Ejdys, J., Kazlauskaite, R, Korzynski, P., Mazurek, G., Paliszkiewicz, J. and Ziemba, E. (2023). *The Dark Side of Generative Artificial Intelligence: A Critical Analysis of Controversies and Risks of ChatGpt.* Entrepreneurial Business and Economics Review. No. 11(2), pp. 7–30. (In English)

13. Wang. C., Tang, F., Zhang, Y. et al. (2023). *Towards Harmonized Regional Style Transfer and Manipulation for Facial Images*. Comp; Visual Media 9. Pp. 351–366. (In English)

14. Kharlamov, A. A., Pilgun, M. (2023). *Perception of the Situation: Social Stress and Well-Being Indices.* Lecture Notes in Networks and Systems, 544 LNNS. Pp. 778–790. (In English)

15. Gradosel'skaya, G. V., Shheglova, T. E. (2019). *Teoreticheskie osnovy issledovaniya informatsionnykh voln v sotsial'nykh setyakh* [Theoretical Foundations of the Study of Information Waves in Social Networks]. Upravlenie razvitiem krupnomasshtabnyh sistem MLSD'2019. Pp. 1196–1199. Moscow, IPU RAN. (In Russian)

16. Jung, K. G. (2020). *Psihologiya perenosa* [The Psychology of the Transference]. 134 p. Moscow, Medkov S. B. (In Russian)

17. Dzyaloshinskii, I. M. (2006). *Manipulyativnye tehnologii v SMI: Uchebno-metodicheskoe posobie* [Manipulative Technologies in the Media: A Teaching Aid]. 44 p. Moscow, “Gumanitarnyi institute”. (In Russian)

18. Kara-Murza S. (2003). *Manipulyatsiya soznaniem* [Manipulation of Consciousness]. 490 p. Moscow, Eksmo. (In Russian)

19. *VKontakte* - URL: https://m.vk.com/ (accessed: 10.08.2019). (In Russian)

20. *Dzen* – URL: https://m.dzen.ru (accessed: 11.09.2019). (In Russian)

21. *VKontakte* - URL: https://m.vk.com/ (accessed: 15.08.2019). (In Russian)

22. *VKontakte* - URL: (https://m.vk.com/ (accessed: 19.09.2019). (In Russian)

23. *Dzen* – URL: https://m.dzen.ru (accessed: 17.09.2019). (In Russian)

24. *VKontakte* - URL: https://m.vk.com/ (accessed: 25.08.2019). (In Russian)

The article was submitted on 24.10.2024
Поступила в редакцию 24.10.2024

Пильгун Мария Александровна,
доктор филологических наук,
профессор,
Российский государственный университет,
Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова,

Pilgun Maria Alexandrovna,
Doctor of Philology,
Professor,
Russian State Social University,
Lomonosov Moscow State University,

119991, Россия, Москва,
Ленинские горы, 1.
pilgunm@yandexl.ru

Ерофеева Ирина Валерьевна,
доктор филологических наук,
профессор,
Казанский федеральный университет,
420008, Россия, Казань,
Кремлевская, 18.
erofeeva89@mail.ru

1 Leninskie Gory,
Moscow, 119991, Russian Federation.
pilgunm@yandexl.ru

Erofeeva Irina Valeryeva,
Doctor of Philology,
Professor,
Kazan Federal University,
18 Kremlyovskaya Str.,
Kazan, 420008, Russian Federation.
erofeeva89@mail.ru