

# ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

DOI 10.37386/2305-4077-2022-1-199-211

**Я. А. Дударева<sup>1</sup>**

*Кемеровский государственный университет*

## **СХОДСТВО ЯЗЫКОВЫХ ЗНАКОВ ДО СТЕПЕНИ СМЕШЕНИЯ И ЛИНГВОПЕРСОНОЛОГИЧЕСКОЕ СХОДСТВО ТЕКСТОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ АККАУНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ)<sup>2</sup>**

В настоящей статье явление сходства языковых знаков получает рассмотрение в лингво-персонологическом аспекте с учетом модели языковой личности, предложенной Ю. Н. Карауловым. Выбранный материал анализа (фейковый аккаунт представителя власти в социальной сети «Инстаграм») позволил прийти в следующему выводу: если языковая личность X проявляет себя на вербально-семантическом, тезаурусном и мотивационном уровне сходным образом с другой языковой личностью Y, в результате чего текст языковой личности X воспринимается как текст языковой личности Y, значит, между этими текстами имеется лингвоперсонологическое сходство.

Поскольку виртуальная коммуникация является пространством, в котором широко распространены фейковые аккаунты, и ситуации ошибочной атрибуции текста являются не единичными, а повторяющимися, то считается возможным ввести типологию языковых личностей: реальная и фейковая языковые личности.

*Ключевые слова:* лингвоперсонология, сходство текстов, языковая личность, персонотекст

**Ya. A. Dudareva**

*Kemerovo State University*

## **SIMILARITY OF LINGUISTIC SIGNS TO THE POINT OF CONFUSION AND LINGUO-PERSONOLOGICAL SIMILARITY OF TEXTS (ON THE MATERIAL OF POLITICAL ACCOUNTS IN SOCIAL NETWORKS IN THE RUSSIAN LANGUAGE)**

In this article, the phenomenon of the similarity of linguistic signs is considered in the linguo-personological aspect, taking into account the model of linguistic personality proposed by Yu. N. Karaulov. The selected material of analysis (a fake account of a government official on the Instagram social network) led to the following conclusion: if at the verbal-semantic, thesaurus and motivational level a linguistic personality X manifests itself in a similar way to another linguistic personality Y, the text of the linguistic personality X is perceived as a text of the language personality Y, which means that there is a linguo-personological similarity between these texts.

<sup>1</sup> Яна Александровна Дударева – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка Кемеровского государственного университета, магистрант АлтГПУ.

<sup>2</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-412-420004 «Лингвистический мониторинг социальной напряжённости в Кузбассе».

Since virtual communication is a space in which fake accounts are widespread, and situations of erroneous attribution of text are not single, but repetitive, we consider it possible to introduce a typology of linguistic personalities: real and fake linguistic personalities.

**Keywords:** linguopersonology, similarity of texts, language personality, personotext

### **Сходство языковых знаков до степени смешения: лингвистический и лингвоюридические аспекты рассмотрения**

Понятие сходство до степени смешения является лингвоюридическим и употребляется в связи с функционированием в общем лингвомаркетинговом пространстве сходных коммерческих наименований (товарных знаков, фирменных наименований, доменных имен и т.п.). Согласно «Руководству по экспертизе товарных знаков в Федеральной службе по интеллектуальной собственности» (далее – «Руководство») «обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Иными словами, сходными признаются обозначения, производящие в целом сходное впечатление, несмотря на некоторые отличия составляющих их элементов» [Руководство, 2016, с. 218].

Лингвистически сходство коммерческих наименований представляет собой сходство языковых знаков как двусторонних сущностей и является одним из частных случаев проявления сходства языковых знаков в фонетическом, семантическом и графическом аспектах. Перечисленные аспекты названы в «Руководстве»: «... сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим). При сравнении двух словесных обозначений следует установить наличие/отсутствие их сходства как по каждому из указанных признаков в отдельности, так и в их совокупности» [Там же, 2016, с. 221–222]. Исходя из норм «Руководства» наличие между знаками графического, фонетического и семантического сходства является показателем имеющегося между ними ассоциативного сходства. Именно перечисленные параметры находятся во внимании лингвистов, проводящих исследования по коммерческим наименованиям [Баранов, 2019; Дударева, 2012; Новичихина, 2016 и др.].

С лингвистических позиций значимо, что указанные критерии соотносятся с двумя планами знака: означающим и означаемым. Ассоциативное сходство коммерческих наименований проявляется в сходстве их формального и содержательного планов. Между знаками могут иметься отношения производности, когда они соотносятся между собой как первичное наименование и вторичное, но деривационные связи не являются обязательным условием сходства коммерческих обозначений между собой. Понятие «сходство до степени смешения» применяется по отношению к знакам, выполняющим номинативную функцию, т.е. прежде всего знакам лексического уровня языка.

По отношению к единицам синтаксического уровня языка – текстам – «институт авторского права не оперирует категорией сходства до степени смешения» [Постановление, URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SIP&n=13668#ncHT0wSiRrvXQsrD>]. «Случаи сходства произве-

дений «авторским правом квалифицируются не как воспроизведение произведения, а могут квалифицироваться как его переработка (создание производного произведения). При этом в 4-й части ГК РФ вообще не прописаны какие бы то ни было критерии, по которым можно было бы установить факт переработки. Вот суды вместе с истцами и обращаются к уже достаточно хорошо знакомой категории из смежной области правового регулирования – сходство до степени смешения» [Довгалюк, URL: [https://zakon.ru/blog/2015/10/23/kategoriya\\_sходstvo\\_do\\_stepeni\\_smesheniya\\_v\\_avtorskom\\_prave](https://zakon.ru/blog/2015/10/23/kategoriya_sходstvo_do_stepeni_smesheniya_v_avtorskom_prave)].

Таким образом, в делах, связанных с нарушением авторских прав, лингвистически значимой является квалификация текстов как первичного и вторичного на основе отношений производности между ними.

Новым объектом лингвистического анализа, в рамках которого важны категории сходства-различия текстов, являются разнообразные фейковые материалы. Как совершенно справедливо отмечает И. А. Стернин, фейк имеет особые языковые (текстовые) маркеры – «особенности построения текста, подачи материала, заголовка, используемые языковые выражения» [Стернин, 2020, с. 6], т. е. наличие языкового сходства спорного текста с фейковыми является признаком его фейковости.

Разнообразием фейковых публикаций, а именно их размещение в специально созданных фейковых аккаунтах социальных сетей, позволяет расширить перечень ранее описанных языковых особенностей и отметить среди них лингвоперсоналогичность, которая проявляется в выборе автором фейкового сообщения языковых средств для успешной коммуникации, позволяющих ему маскироваться под другую языковую личность, якобы от имени которой создается сообщение. Как отмечает Роскомнадзор, «“фейковые” аккаунты в соцсетях являются примером нарушения закона о персональных данных» [Ведомости, URL: <https://rkn.gov.ru/press/publications/news29215.htm>].

### **Сходство текстов: формальное варьирование и текстообразование**

О первичности и вторичности знаков можно говорить как в связи с отношениями варьирования между ними, так и в связи с существованием деривационных связей между производящим и производным знаками, когда каждый из них является самостоятельным. Отсюда вытекает формулировка проблемы выполняемого исследования: каков предел варьирования текста как языкового знака? В каком случае имеющееся сходство между текстами лингвист может квалифицировать как а) создание варианта первичного текста (т. е. производного, вторичного текста, который не является самостоятельным произведением); б) как создание самостоятельного текста, имеющего лишь частичное или даже случайное сходство с неким текстом.

Возникновение вторичного текста в общем виде можно представить схемой, наглядно иллюстрирующей концепцию вариативно-интерпретационного функционирования текста Л. Г. Ким:

«Адресант – Текст адресанта – Текст субстанциальный – Адресат – Текст адресата» [Ким, 2010, с. 29].

В случаях пересказа, изложения и т.п., когда перед адресатом стоит коммуникативная задача создания текста, близкого по форме и содержанию к исходному, то представленная схема преобразуется:

Текст адресата ~ Текст субстанциальный, т.е.

Адресант – Текст адресанта – Текст субстанциальный – Адресат – Текст субстанциальный.

Такова схема возникновения вариантов текста, имеющих сходство с исходным, т.е. аллотекстов – «элементов регрессивной ментальной подструктуры» [Боронин, 2007, с. 9], которые «создаются в результате лексического замещения, изменения грамматической формы слова, распространения цитируемой фразы и т.д. [Там же]. Аллотекст представляет собой частный случай интерпретации первичного текста из конгломерата возможных.

Согласно лексико-деривационной концепции Ю.В.Трубниковой текст может включаться в «парадигматические отношения формального варьирования и текстообразования. В связи с этим выделяются варианты и производные тексты» [Трубникова, 2012, с. 7]. Введенное исследователем понятие «лексико-деривационная структура» (ЛДС) позволяет разграничить понятия вторичный текст – производный текст – вариант. При текстообразовании «... тексты соотносятся как мотивированная и мотивирующая единицы; их ЛДС обнаруживают значительную область пересечения» [Трубникова, 2012, с. 26], если же «тексты представляют собой формальные варианты, их ЛДС являются сходными, а ядерные компоненты структур совпадают» [Там же].

В концепции Ю.В.Трубниковой разграничение между формообразованием и текстообразованием проводится на основе сопоставления внутренней структуры текстов. При формообразовании, в качестве примера которых автор рассматривает аннотации, ключевые слова и т.п., текст подвергается формальным изменениям, но количество детерминантов не изменяется. При текстообразовании, примером которого являются переводы, лексико-деривационная структура текста качественно изменяется, т.к. в ней появляется дополнительный детерминант в виде нового лексического ряда, выступающего в функции текстообразующего форманта.

### **Лингвоперсонологическое сходство текстов**

Согласно нашей концепции, учитывающей прикладной аспект предпринимаемого исследования для автороведения и в целом лингвоэкспертологии, сходство текстов может быть рассмотрено в лингвоперсонологическом аспекте. Сходство текстов как языковых знаков обусловлено лингвоперсонологически и проявляется в сходстве их формального плана и содержательного. Согласно трехуровневой модели языковой личности, представленной Ю.Н.Карауловым [Караулов, 2010], в персонотексте языковая личность проявляется на вербально-

семантическом, тезаурусном и мотивационном уровнях. В связи с этим лингвоперсоналогическое сходство текстов разных авторов может быть описано следующей схемой, где A1 – автор как языковая личность № 1, A2 – автор как языковая личность № 2, T1 – текст автора № 1, T2 – текст автора № 2, волнистая линия (~) – знак подобия, сходства:

A1 – T1

~ ~

A2 – T2

Из сформулированного положения вытекают следствия:

- 1) авторы, относящиеся с точки зрения лингвоперсоналогии к одному типу, создают сходные тексты;
- 2) сходство текстов свидетельствует о лингвоперсоналогическом сходстве их авторов;
- 3) лингвоперсоналогические различия авторов будут проявляться в форме и в содержании создаваемых ими текстов.

В области лингвоперсоналогии особую актуальность имеют исследования, связанные с описанием типов разных языковых личностей. Классификации могут строиться как на одном основании, так и с одновременным учетом нескольких факторов. Не ставя себе задачу в рамках данной статьи представить подробный обзор имеющихся типологий языковых личностей, остановимся на ряде из них.

Так, К. Ф. Седов предложил типологию стратегий речевого поведения языковых личностей в коммуникативном конфликте (инвективная стратегия; куртуазная стратегия; рационально-эвристическая стратегия) [Седов, URL: <https://www.dialog-21.ru/digest/2002/articles/sedov/>]. В.И. Карасик представил типологию языковых личностей в ценностном, познавательном и поведенческом аспектах [Карасик, 2002].

В научных исследованиях, посвященных лингвоперсоналогии, особое внимание уделяется лингвоперсоналогической вариативности персонотекстов как вторичных текстов, созданных в ситуациях эксперимента на основе первичных (исходных) текстов. Так, Л. Г. Ким выделены многообразные интерпретационные стратегии, используемые языковыми личностями при построении собственных текстов: холистическая и элементаристская; рационально-логическая и интуитивно-чувственная; языковая и метаязыковая; семантическая и прагматическая; языкового доверия и языкового скепсиса; копиальная и креативная; игровая и неигровая интерпретационные стратегии [Ким, 2010].

Н. В. Мельник описала вариативность текста «с помощью следующих параметров лингвоперсоналогических различий: текстоцентрических (креативный – копиальный, содержательный – формальный, механический – осмысленный, внутритекстовый – затекстовый, субъективный – объективный) и персонотцентрических (интуитивный (художественный) – рационально-логический, «окультуренный» – природный, профессиональный – наивный)» [Мельник, 2011, с. 14].

В научных исследованиях Н.Н.Шпильной языковая картина мира (ЯКМ) рассматривается как «элемент механизма речемыслительной деятельности русской языковой личности» [Шпильная, 2010, с. 5]. На материале сочинений, выполненных разными языковыми личностями, было убедительно продемонстрировано, что «лингвоперсонологическое варьирование ЯКМ русской языковой личности в конечном итоге приводит к вариативности текстов» [Шпильная, 2010, с. 7]. Исследователем были выделены класс референтных, метареферентных и модальных ЯКМ с разнообразными подвидами.

Существование разнообразных типологий языковых личностей, классификаций персонотекстов и интерпретационных стратегий свидетельствует о том, что между персонотекстами имеются объективные сходства, наличие которых и позволяет выстраивать типологию языковых личностей. На основе сходства персонотекстов и сходства языковых личностей в современной коммуникации обнаруживается явление сходства текстов до степени смешения, которое и вызывает необходимость в его теоретическом осмыслении и в разработке методики лингвоперсонологического анализа сходных текстов, которую можно было бы применять для решения прикладных задач.

### **Лингвоперсонологический аспект функционирования фейковых текстов**

В современном обществе весьма распространены случаи создания фейковых аккаунтов, когда от имени реальной персоны / организации публикуются сообщения, ведутся диалоги, которые часто оказывают негативное влияние на ее репутацию, подрывают доверие или каким-либо образом провоцируют своих собеседников.

Обратимся к конкретному примеру.

От имени главы администрации МО «Всеволожского муниципального района» Ленинградской области Андрея Низовского в социальной сети «Инстаграм» был создан аккаунт «andrey.nizovskiy», с которого было отправлено сообщение губернатору Ленинградской области А. Ю. Дрозденко:

«Александр Юрьевич, и все таки мое мнение однозначно, что комментарии в социальной сети (американской) – это не нормальная обратная связь с жителями Ленинградской области. Средств донести идею или проблемный вопрос до Губернатора у граждан достаточно: электронная почта, телефон, личный прием и т.д. Комментарии зачастую накаляют градус обсуждения, не дают полное понимание ситуации. Комментарии – это плохой инструмент разъяснения гражданам. Иногда необходимо проработать вопрос, а граждан рассчитывать на моментальный ответ и решение. Люди начинают злиться. Я принимаю волевое решение информировать граждан Всеволожского района только через посты. Комментарии будут с марта месяца отключены<sup>3</sup>» [Галимова, URL: <https://ivbg.ru/8098672-instagram-pokoryayut-fejkovye-stranicy-gubernatora-i-glavy-municipalitetov.html>].

На сообщение был получен следующий ответ от реального губернатора Ленинградской области А. Ю. Дрозденко:

«@andrey.nizovskiy не горячитесь. Мгновенно отвечать никто не заставляет и не требует. И главное, если вы уверены, разъясните позицию и ответьте один раз. Не вступайте в дискуссию. Экономте свое время и подписчиков. Дискуссию, если она нужна пусть ведут

<sup>3</sup> Анализируемые тексты из социальной сети «Инстаграм» приводятся с сохранением авторской орфографии и пунктуации.

профильные сотрудники. Главное, что это возможность получать информацию о проблемах и болевых точках быстро и на прямую. Вы сами должны дальше определять уровень проблем. Часть брать на себя, часть отдать в поселение, часть отдела. А некоторые может и не решить сразу, а включить в дальнейшие планы работы. Глава – это стратег ...» [Там же].

Как сообщают интернет-издания [Там же], вскоре выяснилось, что губернатор Ленинградской области вступил в полемику с фейковым главой Всеволожского района, аккаунт которого в дальнейшем был удален. Однако наличие аргументированного ответа от губернатора Ленинградской области является лингвистическим показателем того, что фейковая языковая личность А. А. Низовского, главы Всеволожского района, была воспринята губернатором А. Ю. Дрозденко как реальная. Диалог состоялся в силу лингвоперсонологического сходства фейковой языковой личности А. А. Низовского с реальной на вербально-семантическом, тезаурусном и мотивационном уровнях.

Сходство фейковой и реальной языковых личностей на мотивационном уровне проявляется в коммуникативно-деятельностной потребности автора – высказаться по поводу комментариев пользователей в социальной сети «Инстаграм». А. А. Низовский известен своей прямолинейностью и принципиальностью, в интервью губернатору он, отвечая на вопрос о коммуникации в соцсетях по жалобам, поступающим от жителей района, характеризует начальный период работы как «кошмар» [Низовский, URL: <https://47news.ru/articles/179016/>], в связи с чем интенция закрыть комментарии граждан потенциально могла быть им реализована в виде опубликованного сообщения.

Названные языковые личности являются коммуникантами из одной сферы общения – политической, при этом для них (профильных сотрудников от их имени) типично участвовать как в оффлайн, так и в онлайн-коммуникации. А. А. Низовский был приглашенным гостем для интервью, которое у него брал лично губернатор А. Ю. Дрозденко, оба лица участвуют в прямых эфирах, отвечая на вопросы жителей, а также подписаны друг на друга в «Инстаграме».

На тезаурусном уровне в анализируемом тексте генерализованным высказыванием является первая фраза – «... комментарии в социальной сети (американской) – это не нормальная обратная связь с жителями Ленинградской области» [Галимова, URL: <https://ivbg.ru/8098672-instagram-pokoryayut-fejkovyje-stranicy-gubernatora-i-glavy-municipalitetov.html>]. В этом высказывании фейковая языковая личность представляет важный фрагмент картины мира от имени главы района: связь с жителями района через соцсеть «Инстаграм» характеризуется как нечто чуждое, отвлекающее и совсем не соответствующее принятому в России формату общения жителей со своим главой.

А. А. Низовский имеет репутацию главы района, который хорошо информирован о проблемах жителей, знает, на каком этапе находится решение их вопросов, может дать оценку конкретным лицам, действия которых привели к проблеме, видит перспективы решения возникших трудностей, поэтому можно считать, что фейковая языковая личность А. А. Низовского на тезаурусном уровне структуры

языковой личности является сходной с реальной. Потенциально А. А. Низовский мог опубликовать сообщение, в котором бы он осветил минусы работы с жителями через «Инстаграм» по сравнению с практикой реального, тщательного погружения в те проблемы, с которыми они сталкиваются.

На вербально-семантическом уровне фейковая языковая личность использует номинацию аккаунта «andrey.nizovskiy», которая сходна до степени смешения с наименованием настоящего инстаграм-аккаунта А. А. Низовского – «andrei.nizovskiy» [Низовский, URL: <https://www.instagram.com/andrei.nizovskiy/>]. Номинации являются сходными по графическому, фонетическому и семантическому критериям. Графическое сходство проявляется в использовании латиницы в написании наименований аккаунтов, оба наименования выполнены исключительно строчными буквами, являются двухкомпонентными, части наименования расположены в одинаковом порядке: имя, фамилия. Словесные компоненты наименования разделены одинаковым графическим знаком – точкой. Графическим отличием является использование буквы латинского алфавита «у» в имени «andrey», в то время как в наименовании настоящего аккаунта используется буква латинского алфавита «i» в имени «andrei».

Фонетическое сходство наименований аккаунтов является полным: первый компонент – имя «andrey» и «andrei» – читается одинаково «Андрей» вне зависимости от выбранного графического знака. Фамилия «nizovskiy» является тождественным компонентом в наименованиях обоих аккаунтов.

Поскольку в наименованиях аккаунтов используются тождественные имена собственные, то можно говорить о наличии семантического совпадения между ними.

В сообщении фейковая языковая личность использует обращение по имени отчеству «Александр Юрьевич» к губернатору Ленинградской области А. Ю. Дрозденко, как это принято в официальной коммуникации. Как следует из интервью [Низовский, URL: <https://47news.ru/articles/179016/>], содержащего реальные персонотексты языковой личности А. А. Низовского, для главы района характерно обращение на «Вы» к губернатору Ленинградской области.

Анализируемое сообщение по своему типу относится к тексту-рассуждению: содержит тезис, в котором дана отрицательная оценка социальной сети «Инстаграм» как способу коммуникации с жителями Ленинградской области. Далее следует выстроенная аргументация, сопровождающаяся авторской отрицательной оценкой.

Согласно предлагаемой им точки зрения, во-первых, у граждан, помимо социальной сети, имеются иные способы эффективной коммуникации с представителями власти («электронная почта, телефон, личный прием и т. д.» [Галимова, URL: <https://ivbg.ru/8098672-instagram-pokoryayut-fejkovyestrancy-gubernatora-iglavy-municipalitetov.html>]).

Во-вторых, формат коммуникации через социальную сеть имеет недостаток, связанный с непрямым взаимодействием между субъектами. Часто для решения

проблемы гражданина необходимо ее многоаспектное рассмотрение, поэтому комментарий оценивается как неэффективный жанр коммуникации для обоих участников: и для гражданина, и для представителя власти. («Комментарии зачастую накаляют градус обсуждения, не дают полное понимание ситуации») [Там же].

В-третьих, в анализируемом сообщении отмечается такой недостаток жанра комментария в социальных сетях, как требование быстроты ответа от представителя власти на заданный вопрос гражданина. Высказана мысль о том, что соблюдение оперативности ответа не позволяет тщательно прорабатывать поступающие вопросы («Иногда необходимо проработать вопрос, а гражданин рассчитывает на моментальный ответ и решение. Люди начинают злиться») [Там же].

Приведенные аргументы о неэффективности использования социальной сети в коммуникации граждан с представителями власти завершаются логическим выводом: «Я принимаю волевое решение информировать граждан Всеволожского района только через посты. Комментарии будут с марта месяца отключены» [Там же].

На вербально-семантическом уровне сообщение соответствует статусно-ролевому уровню коммуникантов, имеет тематику, непосредственно относящуюся к общей коммуникативной сфере. Сообщение содержит аргументированные оценки и выводы. С точки зрения соблюдения норм русского языка в сообщении имеется только одна ошибка, связанная с ошибочным написанием слова «все-таки»: «Александр Юрьевич, и все таки мое мнение однозначно ...» [Там же]. Построение предложений отличается лексико-грамматическим разнообразием: предложения, как правило, являются распространенными с помощью использования обращения, обобщающего слова, рядов однородных членов предложения. Используются различные виды связи: бессоюзная, сочинительная и подчинительная.

Итак, проведенный анализ фейкового сообщения на вербально-семантическом, тезаурусном и мотивационном уровнях свидетельствует о наличии у него лингвоперсонологического сходства с персонотекстами А.А. Низовского. Омонимичная номинация аккаунта, выбранная форма и содержание текста обусловили восприятие этого сообщения как персонотекста А.А. Низовского. Факт успешной коммуникации в виде полученного ответа от губернатора А.Ю. Дрозденко, в котором он дает своему адресату советы по эффективной коммуникации в социальных сетях и высказывает для адресата аргументы «за» использования социальной сети в коммуникации с жителями своего района, главным из которых является «... возможность получать информацию о проблемах и болевых точках быстро и на прямую» [Там же] свидетельствует о том, что в современной коммуникации имеют место быть ситуации сходства реальной и фейковой языковых личностей до степени смешения.

### **Выводы**

Подводя итог рассмотрению лингвоперсонологического сходства текстов, отметим, что современная коммуникация в социальных сетях является пространством, в котором активно появляются тексты, создаваемые фейковыми языко-

выми личностями, но воспринимаемые адресатами как персонотексты реальных языковых личностей.

Рассмотренный пример демонстрирует, что описываемое смешение обусловлено как объективными, так и субъективными факторами. Объективной (собственно языковой) причиной является формальное и содержательное сходство языковых знаков. Как показал лингвистический анализ, имеется фонетическое, графическое и семантическое сходство наименований анализируемых аккаунтов, что приводит в целом к их ассоциативному сходству, т.е. сходству наименований аккаунтов как языковых знаков до степени смешения. Анализ сообщения на вербально-семантическом, тезаурусном и мотивационном уровнях проявления языковой личности показал, что на всех перечисленных уровнях имеется сходство с персонотекстами реальной языковой личности. Оба названных фактора в совокупности объективно создавали опасность смешения личностей (фейковой и реальной), которая получила свою реализацию в силу субъективных обстоятельств.

Предпринимаемое нами исследование имеет перспективы, связанные с представлением концепции лингвоперсонологического сходства текстов как единиц языка и методики анализа спорных текстов в связи со спорными ситуациями в области нарушения закона о персональных данных, а также в сфере авторского права.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

**Баранов, А. Н.** Семантическое сходство как один из аспектов лингвистической экспертизы товарных знаков / А.Н.Баранов, О. М. Грунченко // *Acta linguistica petropolitana. Труды института лингвистических исследований.* – 2019. Т. 1. – № 15. – С. 17–41. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41585231> (Дата обращения: 25.01.2022).

**Боронин, А. А.** Ментальный образ художественного текста: о результатах психолингвистического эксперимента / А. А. Боронин // *Вестник МГОУ. Серия «Русская филология».* – 2007. – № 2. – С. 7–14. – URL: <https://vestnik-mgou.ru/Issue/IssueFile/139> (Дата обращения: 25.01.2022).

**Ведомости: «Фейковые» аккаунты в соцсетях нарушают закон о персональных данных – Роскомнадзор.** – URL: <https://rkn.gov.ru/press/publications/news29215.htm> (Дата обращения: 25.01.2022).

**Галимова, Г.** Instagram покоряют фейковые страницы губернатора и главы муниципалитетов / Г.Галимова. – URL: <https://ivbg.ru/8098672-instagram-pokoruyut-fejkovye-stranicy-gubernatora-i-glavy-municipalitetov.html> (Дата обращения: 25.01.2022).

**Довгалюк А.** Категория «сходство до степени смешения» в авторском праве / А. Довгалюк. – URL: [https://zakon.ru/blog/2015/10/23/kategoriya\\_sходstvo\\_do\\_stepeni\\_smesheniya\\_v\\_avtorskom\\_prave](https://zakon.ru/blog/2015/10/23/kategoriya_sходstvo_do_stepeni_smesheniya_v_avtorskom_prave) (Дата обращения: 25.01.2022).

**Дрозденко, А. Ю.** – URL: [https://www.instagram.com/drozdenco\\_au/](https://www.instagram.com/drozdenco_au/) (Дата обращения: 25.01.2022).

**Дударева, Я. А.** Методика определения ассоциативного сходства товарных знаков: полипропозиционный анализ / Я.А. Дударева // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2012. – № 1 (49). – С. 143–148. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17682824> (Дата обращения: 25.01.2022).

**Карасик, В. И.** Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.

**Караулов, Ю. Н.** Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – Москва: Издательство ЛКИ, 2010. – 264 с.

**Ким, Л. Г.** Вариативно-интерпретационное функционирование текста: теоретико-экспериментальное исследование: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Специальность: 10.02.19 – теория языка / Л.Г. Ким. – Кемерово, 2010. – 50 с.

**Мельник, Н. В.** Деривационное функционирование русского текста: лингвоцентрический и персоноцентрический аспекты: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Специальность: 10.02.01 – русский язык / Н.В. Мельник. – Кемерово, 2011. – 48 с.

**Низовский, А. А.** – URL: <https://www.instagram.com/andrei.nizovskiy/> (Дата обращения: 25.01.2022).

**Низовский** в микрофон губернатора: «Управляю, как могу. Про Вас вообще молчу». – URL: <https://47news.ru/articles/179016/> (Дата обращения: 25.01.2022).

**Новичихина, М. Е.** Экспертиза товарного знака в системе лингвистической экспертизы / М.Е. Новичихина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2016. – № 4. – С. 112–115. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27638740> (Дата обращения: 25.01.2022).

**Постановление** Суда по интеллектуальным правам от 14.05.2015 № С01–332/2015 по делу № А19–2243/2014. – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SIP&n=13668#ncHT0wSiRvXQsrD>. (Дата обращения: 25.01.2022).

**Руководство** по экспертизе товарных знаков в Федеральной службе по интеллектуальной собственности. – URL: [https://rospatent.gov.ru/activities/inter/bicoop/modern/project/Ruk\\_tz\\_rospatent.pdf](https://rospatent.gov.ru/activities/inter/bicoop/modern/project/Ruk_tz_rospatent.pdf). (Дата обращения: 25.01.2022).

**Седов, К. Ф.** Языковая личность в аспекте психолингвистической конфликтологии / К.Ф. Седов. – URL: <https://www.dialog-21.ru/digest/2002/articles/sedov/>. (Дата обращения: 25.01.2022).

**Стернин, И. А.** Маркеры фейка в медиатекстах. Рабочие материалы / И.А. Стернин, А. М. Шестерина. – Воронеж: ООО «РИТМ». – 2020. – 34 с.

**Трубникова, Ю. В.** Лексико-деривационная концепция текста (на материале современного русского языка): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Специальность: 10.02.01 – русский язык / Ю.В. Трубникова. – Барнаул, 2012. – 40 с.

**Шпильная, Н. Н.** Языковая картина мира в структуре речемыслительной деятельности русской языковой личности (на материале сочинений по картине В.А. Серова «Девочка с персиками»): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Специальность: 10.02.01 – русский язык / Н.Н. Шпильная. – Кемерово, 2010. – 23 с.

## REFERENCES

**Baranov, A. N.** Semanticheskoe skhodstvo kak odin iz aspektov lingvisticheskoy ekspertizy tovarnyh znakov / A.N.Baranov, O. M. Grunchenko // Acta linguistica petropolitana. Trudy instituta lingvisticheskikh issledovanij. – 2019. T. 1. – № 15. – S. 17–41. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41585231>. (Data obrashcheniya: 25.01.2022).

**Boronin, A. A.** Mental'nyj obraz hudozhestvennogo teksta: o rezul'tatah psiholingvisticheskogo eksperimenta / A.A.Boronin // Vestnik MGOU. Seriya «Russkaya filologiya». – 2007. – № 2. – S. 7–14. – URL: <https://vestnik-mgou.ru/Issue/IssueFile/139>. (Data obrashcheniya: 25.01.2022).

**Dovgalyuk, A.** Kategoriya “skhodstvo do stepeni smesheniya” v avtorskom prave / A. Dovgalyuk // – URL: [https://zakon.ru/blog/2015/10/23/kategoriya\\_sxodstvo\\_do\\_stepeni\\_smesheniya\\_v\\_avtorskom\\_prave](https://zakon.ru/blog/2015/10/23/kategoriya_sxodstvo_do_stepeni_smesheniya_v_avtorskom_prave). (Data obrashcheniya: 25.01.2022).

**Drozdenco, A. YU.** – URL: [https://www.instagram.com/drozdenco\\_au](https://www.instagram.com/drozdenco_au). (Data obrashcheniya: 25.01.2022).

**Dudareva, YA. A.** Metodika opredeleniya associativnogo skhodstva tovarnyh znakov: polipropozicional'nyj analiz / YA. A. Dudareva // Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2012. – № 1 (49). – S. 143–148. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17682824>. (Data obrashcheniya: 25.01.2022).

**Galimova, G.** Instagram pokoryayut fejkovye stranicy gubernatora i glavy municipalitetov / G. Galimova // – URL: <https://ivbg.ru/8098672-instagram-pokoryayut-fejkovye-stranicy-gubernatora-i-glavy-municipalitetov.html>. (Data obrashcheniya: 25.01.2022).

**Karasik, V. I.** YAzykovej krug: lichnost', koncepty, diskurs / V.I.Karasik. – Volgograd: Peremena. – 2002. – 477 s.

**Karaulov, Yu. N.** Russkij yazyk i yazykovaya lichnost' / YU. N. Karaulov. – Moskva: Izdatel'stvo LKI, Izd. 7-e. – 2010. – 264 s.

**Kim, L. G.** Variativno-interpretacionnoe funkcionirovanie teksta: teoretiko-eksperimental'noe issledovanie: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. Special'nost': 10.02.19 – teoriya yazyka / L. G. Kim. – Kemerovo, 2010. – 50 s.

**Mel'nik, N. V.** Derivacionnoe funkcionirovanie russkogo teksta: lingvocentricheskij i personocentricheskij aspekty: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. Special'nost': 10.02.01 – russkij yazyk / N. V. Mel'nik. – Kemerovo, 2011. – 48 s.

**Nizovskij, A. A.** / A. A. Nizovskij // – URL: <https://www.instagram.com/andrei.nizovskiy>. (Data obrashcheniya: 25.01.2022).

**Nizovskij v mikrofon gubernatora:** “Upravlyayu, kak mogu. Pro Vas voobshche molchu”. – URL: <https://47news.ru/articles/179016>. (Data obrashcheniya: 25.01.2022).

**Novichihina, M. E.** Ekspertiza tovarnogo znaka v sisteme lingvisticheskoy ekspertizy / M. E. Novichihina // Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. ZHurnalistika. – 2016. – № 4. – S. 112–115. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27638740>. (Data obrashcheniya: 25.01.2022).

**Postanovlenie** Suda po intellektual'nym pravam ot 14.05.2015 № S01–332/2015 po delu № A19–2243/201. – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SIP&n=13668#ncHT0wSiRrvXQsrD>. (Data obrashcheniya: 25.01.2022).

**Rukovodstvo** po ekspertize tovarnyh znakov v Federal'noj sluzhbe po intellektual'noj sobstvennosti. – URL: [https://rospatent.gov.ru/activities/inter/bicoop/modern/project/Ruk\\_tz\\_rospatent.pdf](https://rospatent.gov.ru/activities/inter/bicoop/modern/project/Ruk_tz_rospatent.pdf). (Data obrashcheniya: 25.01.2022).

**Sedov, K. F.** YAzykovaya lichnost' v aspekte psiholingvisticheskoj konfliktologii / K.F.Sedov – URL: <https://www.dialog-21.ru/digest/2002/articles/sedov>. (Data obrashcheniya: 25.01.2022).

**SHpil'naya, N. N.** YAzykovaya kartina mira v strukture rechemyslitel'noi deyatel'nosti russkoj yazykovoj lichnosti (na materiale sochinenij po kartine V. A. Serova «Devochka s persikami»): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Special'nost': 10.02.01 – russkij yazyk / N.N. SHpil'naya. – Kemerovo, 2010. – 23 s.

**Sternin, I. A.** Markery fejka v mediatekstah. Rabochie materialy / I. A. Sternin, A.M. SHesterina. – Voronezh: OOO «RITM». – 2020. – 34 s.

**Trubnikova, Yi. V.** Leksiko-derivacionnaya koncepciya teksta (na materiale sovremennogo russkogo yazyka): avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. Special'nost': 10.02.01 – russkij yazyk / YU. V. Trunikova. – Barnaul, 2012. – 40 s.

**Vedomosti: «Fejkovye» akkaunty v socsetyah narushayut zakon o personal'nyh dannyh – Roskomnadzor.** – URL: <https://rkn.gov.ru/press/publications/news29215.htm>. (Data obrashcheniya: 25.01.2022).