

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ им. В.П.АСТАФЬЕВА»  
(КГПУ им. В.П. Астафьева)  
Филологический факультет  
Кафедра современного русского языка и методики

**Пантюшева Татьяна Павловна**

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

**Лексические особенности фейков, распространяемых в сети интернет  
и социальных сетях**

Направление подготовки 44.03.01. Педагогическое образование  
Направленность (профиль) образовательной программы Русский язык

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой: к. ф. н., доцент  
Бебриш Н.Н.

---

Руководитель: старший  
преподаватель Шестернина Е.Г.

---

Соруководитель: к. ф. н., доцент  
Бебриш Н.Н.

---

Дата защиты \_\_\_\_\_

Обучающийся: Пантюшева Т.П.

---

Оценка \_\_\_\_\_

Красноярск 2022

## Содержание

<b>Введение</b> .....	3
<b>Глава 1. Стилистические особенности феномена фейковой новости</b> .....	5
1.1. Понятие фейковой новости.....	5
1.2. Феномен фейковой новости с точки зрения когнитивной лингвистики.....	8
1.3. Фейковая новость в публицистике и медиастилистике	
1.4. Причины распространения фейков в сети интернет и социальных сетях.....	
<b>Глава 2. Анализ видов фейков и их лексических особенностей</b>	
2.1. Основные типы фейков и их цели	
2.2. Основные лексические особенности фейков	
<b>Глава 3. Методический аспект изучения лексических особенностей в средней школе</b>	
3.1. Технологическая карта урока	
Заключение	

## Введение

Существование современного общества невозможно представить вне медиапространства, ведь «оно через всю совокупность каналов формирования, передачи и хранения информации трансформирует человеческое сознание, направляя действие не только на общечеловеческие ценностные ориентации, но и на специфические проявления национальных особенностей и культур [Конах, 2015: с. 112].

Современное медийное пространство функционирует в условиях усиления скорости коммуникационных процессов, порождающих «волны» информационного шума. Информации становится так много, что человек оказывается не в силах её усвоить и понять. В этой связи все более очевидным становится размывание границ между правдой и ложью, медиагероями и медиаврагами, в результате чего в интернет среде и социальных сетях все чаще возникают фейковые новости.

На современного человека информация «обрушивается» со всех сторон, появляется всё больше гаджетов для транслирования и передачи новостей. В XX веке появляется новый культурный феномен «информационный шум», т.е. избыточность информации. С одной стороны, люди различными способами стараются ограничить для себя поток информации, сделать «информационный шум» чуть тише. С другой — телевидение, радио, Интернет — всё это настолько прочно вошло в жизнь каждого человека, что многие уже не могут без новой информации. Человек листает новостную ленту часто даже во время разговора с другими людьми, реальное и виртуальное начинают смешиваться. Существенное влияние на личность в современном обществе оказывает так называемая «информационная перегрузка».

В условиях востребованности поиска мгновенных новостей во Всемирной сети все более распространенным явлением становятся фейковые новости — полностью или частично выдуманная информация об

определенных лицах, общественных событиях, явлениях, которая подается в СМИ как настоящие авторитетные журналистские материалы.

С современным обществом возникает своеобразный информационный парадокс, заключающийся в снижении общего уровня информированности личности вследствие прогресса в сфере производства информации. Несмотря на увеличение объема информации, она все реже переходит на уровень знаний, основные усилия человек тратит на то, чтобы отличить ненужную или ложную информацию, поэтому на анализ, осмысление и запоминание значимой информации у него остается все меньше времени и сил.

В этом смысле особенно **актуальным** становится рассмотрение фейковой новости и инфовброса, как лингвистического понятия находящегося в поле концепта фейковых новостей, занимающих в современных СМИ огромное место и имеющих большое отрицательное влияние на современное общество. Особенно актуальной становится выбранная тема в связи с тем, что в Российской Федерации на законодательном уровне принято решение о регулировании и недопущении фейковой информации в поле деятельности СМИ.

**Цель работы** – анализ лингвистических особенностей фейковых новостей и инфовбросов в медиапространстве.

**Объект исследования** – фейковые новости как жанр

**Предмет исследования** – языковые особенности фейковых новостей

**Методы работы.** В первой теоретической главе были применены методы анализа и обобщения материала, связанного с вопросами понятия фейковой новости и инфовброса, их функционирования в сети интернет и социальных сетях. Во второй главе использованы методы анализа и синтеза, а также метод классификации, позволивший выделить основные темы и лингвистические особенности фейковых новостей, позволяющие воздействовать на сознание пользователей.

Выпускная квалификационная работа имеет традиционную структуру и состоит из введения, теоретической и практической глав, заключения,

списка литературы и приложений. Во Введении определяется цель исследования и задачи, необходимые для ее достижения, предмет и объект исследования, обосновывается выбор темы и дается краткий обзор изученности вопроса.

В Первой главе рассматриваются особенности медиастилистики как современного публицистического жанра. В параграфах первой главы описывается феномен фейковых новостей и инфобросов с точки зрения когнитивной лингвистики. Фейковые новости, как концепт отражают картину мира человека и общества, которая, в свою очередь, находит отражение в языковой картине мира, что делает их важными для исследования с позиций когнитивной лингвистики.

Во Второй главе описываются особенности фейковых новостей существующих в пространстве интернет и сопровождающих появление наиболее значимых новостных сообщений. Так на основе реальной создается фальшивая действительность, ложное «объективное пространство реальности», созданное монологической, императивной и авторитарной манипуляцией в медиaprостранстве. Такая среда формирует не знания, а мнение, отношение, оценочное суждение человека без реальной, фактической, подтвержденной основы.

В Заключении подводятся основные итоги исследования, определяются основные лексические особенности и отличительные черты фейковых новостей.

Список использованной литературы включает 43 источника.

## Глава 1. Стилистические особенности феномена фейковой новости

### 1.1. Понятие фейковой новости

Ложные сообщения, распространяемые в средствах массовой информации, в последнее время чаще всего называют fake news или фейковыми новостями.

Fake news (англ.) – поддельная новость.  
[[https://wooordhunt.ru/dic/content/ru\\_en](https://wooordhunt.ru/dic/content/ru_en)]

Фейковая новость – «это сообщение, стилистически созданное как настоящая новость, но ложное полностью или частично» [Суходолов, 2017: с. 150]. Другими словами это информационная мистификация или намеренное распространение дезинформации в СМИ с целью введения в заблуждение, для получения какой-либо выгоды.

Фейковая новость не всегда имеет чёткую цель, и иногда появляется в онлайн-пространстве без задачи обмануть аудиторию или кого-то на что-то спровоцировать. Это случается, когда автор ошибся, что-то додумал на основе имеющегося факта. Или же когда автору передали недостоверную информацию, а он, будучи уверенным в её правдивости, транслировал её в Сеть.

Чаще всего такое происходит с обычными пользователями соцсетей, блогерами, но не застрахованы от этого и профессиональные журналисты, и даже сотрудники СМИ, имеющие авторитет в профессиональном сообществе и достаточно большой опыт работы в прессе.

Один из самых ярких таких примеров последних лет является ошибочная новость корреспондента издательского дома «Комсомольская правда» Елены Бодуэн, опубликованная на официальном сайте издательского дома [<https://www.kp.ru>] о смерти оперного певца Дмитрия Хворостовского. Новость появилась на официальном сайте издательского дома в ночь на 11 октября 2017 года, к тому времени Хворостовский уже в течение двух лет боролся с раком головного мозга, но проходил лечение и был жив.

Бодуэн получила информацию из собственного источника, которому она доверяла, и опубликовала материал, не проверив данные. У журналиста не было цели кого-то обмануть, спровоцировать или ввести в заблуждение. Она руководствовалась желанием первой выдать эксклюзивный материал – это вполне понимаемый профессиональный интерес. Вскоре новость была удалена. Но для многих новостных порталов она стала информационным поводом. Первым лицам издательского дома пришлось массово давать опровержение и объяснять коллегам из других СМИ, как стало возможным, что на официальном сайте издательского дома «Комсомольская правда» [<https://www.kp.ru>] появилась фейковая новость.

Смежным с фейковой новостью понятием является информационный вброс. Эти два феномена имеют много общего, и зачастую синонимичны.

Информационный вброс (инфовброс) – это «метод искажения фактов с целью прокламации в действительности ложной информации» [Овсепян, 2016: с. 206].

Существует два вида инфовбросов: непрофессиональные и профессиональные.

Непрофессиональный инфовброс – «зачастую резко преувеличенная информация с целью «привлечения внимания к проблеме», основанная на правде, но раздутая так, что перестаёт быть правдой» [Кочешев, 2016].

Профессиональные инфовбросы «проводятся людьми, хорошо разбирающимися в психологии сетевых пользователей. Делаются прогнозы результата, вкладываются деньги. И результат от таких вбросов имеет большие последствия. Люди, которых накрыло волной информационной бомбы, теряют способность к логическому мышлению» [Кочешев, 2016].

Таким образом, фейк – не всегда публикуется с какой-то целью, информационные вбросы же всегда имеют чёткую цель. В этом главное отличие феноменов друг от друга.

## **1.2. Феномен фейковой новости с точки зрения когнитивной лингвистики**

Когнитивная лингвистика – сравнительно молодая область знаний. Она сформировалась на стыке когнитивной психологии и когнитивной науки во второй половине XX века и изначально была направлением сугубо прикладным: с её помощью осуществляли компьютерное моделирование процессов мышления человека.

На формирование когнитивной лингвистики как науки оказали влияние:

- Психология, так как изучение познания и языка невозможно без учёта перцептивных процессов, исследуемых в рамках психологии;
- Лингвистическая типология и этнолингвистика, позволившие выделить в системе языка то универсальное, что даёт понимание общности когнитивных процессов человека;
- Нейролингвистика, ставшая источником информации о языке как об основе познания ментальной деятельности человеческого мозга в целом;
- Культурология, установившая роль культуры в возникновении и функционировании концептов;
- Лингвистическая семантика, подготовившая основу для развития когнитивной лингвистики в России как «сверхглубинной семантики»;
- Сравнительно-историческое языкознание, позволившее выявить закономерности когнитивных процессов и давшее возможность рассмотреть динамику лексических совокупностей в единстве их внутренних связей и отношений, установить закономерности их формирования и развития в соответствии с базовыми ментальными категориями [Коннова, 2012: с. 7].

Таким образом, «основной областью интересов когнитивной лингвистики как науки стали соотношение между языком и мышлением (языковой структурой и внеязыковыми реалиями); когнитивные принципы и механизмы, общие для разных языков; сравнительный анализ когнитивных особенностей разных языков; процессы категоризации и когнитивные модели понимания (прототипы, ментальные пространства, концептуальные метафоры и т. д.); концептуальное взаимодействие между синтаксисом, семантикой, прагматикой» [Пименова, 2010: с. 15].

Сама же наука является «направлением лингвистики, в центре внимания которого находится язык как общий когнитивный механизм, рассматривающим язык как форму интеллектуальной деятельности человека, в которой закрепились результаты познавательной деятельности» [Крапивник, 2012].

Исследования современной когнитивной лингвистики ведутся в основном по следующим направлениям:

- виды и типы знаний, содержащихся в языковых знаках, и механизм извлечения из знаков знаний (т.е. правила интерпретации);
- условия возникновения и развития знаков и законы, регулирующие их функционирование;
- соотношение языковых знаков и культурных реалий, отраженных в них [Крапивник, 2012].

Базовое понятие когнитивной лингвистики – концепт. Впервые в своих научных работах почти одновременно, в 1928 году, понятие концепта рассматривают такие известные учёные, как философ С.А. Аскольдов-Алексеев и филолог Д.С. Лихачёв.

С.А. Аскольдов-Алексеев полагал, что концепт – это «мысленное образование, которое замещает в процессе мысли неопределенное множество

предметов, действий, мыслительных функций одного и того же рода» [Аскольдов, 1997: с. 267].

Д.С. Лихачёв транслировал объяснение концепта, как определённую единицу мышления, отражающую реальную действительность под влиянием факторов, характерных для конкретного отдельно взятого индивида. Такими факторами, как правило, оказываются, личный опыт, полученный в течение жизни, среда, в которой человек рос или находился долгое время, воспитание, образование.

Другими словами, Д.С. Лихачёв считал, что концепт является своего рода итогом, результатом «столкновения усвоенного значения с личным жизненным опытом говорящего» [Лихачёв, 1997: с. 280].

По мнению Д.С. Лихачёва, роль концепта заключается в том, чтобы обобщить в сознании человека значение определённого слова и дать возможность людям, вступающим в речевое взаимодействие, нивелировать индивидуальные особенности, отличающие собеседников друг друга, и понять друг друга.

После Д.С. Лихачёва и С.А. Аскольдова-Алексеева термин «концепт» в своих исследованиях использовали и другие учёные. Так, Е.С. Кубрякова считала, что концепт является оперативной единицей памяти «ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, квант знания» [Кубрякова, 2004: с. 6].

М.В. Пименова объясняла концепт, как «некое представление о фрагменте мира или части такого фрагмента, имеющее сложную структуру, выраженную разными группами признаков, реализуемых разнообразными языковыми способами и средствами. Концептуальный признак объективируется в закреплённой и свободной формах сочетаний соответствующих языковых единиц - репрезентантов концепта. Концепт отражает категориальные и ценностные характеристики знаний о некоторых фрагментах мира» [Пименова, 2004: с. 10].

По мнению И.А. Стернина, концепт – составное формирование, образующееся в ходе умственной деятельности человека, являющееся ключевой исходной единицей мышления индивида. Данная единица упорядочена благодаря знаниям и опыту личности и включает в себя «комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» [Стернин, 2004: с. 65].

Таким образом, концепт можно считать единицей – итогом когнитивной деятельности отдельной личности, которая образуется, исходя из особенностей этой личности – образования, воспитания, опыта, результатов влияния среды, отражённых в памяти или сознании индивида.

Ещё одним важным понятием когнитивной лингвистики является концептосфера. Если концепт – это минимальная единица, вырабатываемая в результате когнитивной деятельности, то концептосфера – единица более крупная, состоящая из отдельных концептов.

Концептосфера – совокупность концептов нации, включающая в себя набор концептов каждого индивида, к этой нации принадлежащего. [Лихачёв, 1997: с. 287] Но также можно предположить, что набор концептов каждого человека – есть его личная концептосфера.

Понятие концептосферы неразрывно связано с когнитивной, языковой, художественной картиной мира и картиной мира человека в целом. По мнению О.А. Дмитриева, концептосфера – информационная основа когнитивной картины мира человека. Концептосфера упорядочивает и систематизирует концепты и формирует тем самым когнитивную картину мира совместно с динамическими системами познания, когнитивными стереотипами восприятия, сформировавшимися на основе культуры и другими участвующими в этом факторами [Дмитриев, 2019].

Когнитивная картина мира – первична. Языковая и художественная картины мира – вторичны. Они проявляются в ходе внешнего общения и являются отражениями когнитивной картины мира.

Языковая картина мира, по определению И.А. Стернина, – «совокупность зафиксированных в единицах языка представлений народа о действительности на определенном этапе развития народа, представление о действительности, отраженное в языковых знаках и их значениях – языковое членение мира, языковое упорядочение предметов и явлений, заложенная в системных значениях слов информация о мире» [Стернин, 2004: с. 65].

Художественную же картину мира И.А. Стернин представляет следствием картины мира языковой, образующейся в результате воздействия последней на сознание реципиента. Это отражение художественной картины мира творца с учётом индивидуальных особенностей воспринимающего – его национальной и/или языковой картин мира [Стернин, 2004: с. 67].

Фейковые новости и инфобросы являются частью концептосферы, которую воспринимает человек и общество, и которая отражается в когнитивной, языковой, а иногда и художественной картине мира индивида или групп людей. И при определённом подходе к созданию ложных сообщений с использованием конкретных лексических инструментов авторы легко могут добиться поставленных целей, зачастую негативных, а также оказывать существенное влияние на общество и отдельных его представителей.

### **1.3. Феномен фейковой новости с точки зрения публицистического стиля и медиастилистики**

Чтобы максимально воздействовать на аудиторию, авторы информационных вбросов и фейков используют в текстах определённые лексические приёмы – особые слова, словосочетания, устоявшиеся обороты. Эти особенности в том числе создают иллюзию принадлежности ложных сообщений к публицистическому стилю, и их можно назвать конкретными признаками недостоверности размещённой информации.

Публицистический стиль «реализуется в текстах средств массовой информации (телевидение, радио, газеты и журналы), рассчитанных на широкую аудиторию в публичных выступлениях, которые могут быть посвящены разнообразной тематике – политической, экономической, культурной, морально-нравственной и пр. Таким образом, публицистический стиль обслуживает прежде всего общественно-политическую и культурную сферы массового общения. Он используется для освещения актуальных проблем и явлений текущей жизни общества, формирования общественного мнения» [Евгтюгина, 2018: с. 17].

Публицистический стиль имеет ряд характерных стилистических черт, лексических и грамматических особенностей.

Стилистические черты публицистического стиля:

- понятность текста для массовой аудитории, которая достигается за счёт общеупотребительной лексики и отказа от узкоспециализированных и понятных лишь небольшой аудитории слов;
- актуальность – привязка сообщения к какой-то важной, волнующей аудиторию теме;

- видимая объективность, которой авторы добиваются включением в текст имён авторитетных людей, известных должностных лиц, лидеров мнений;
- демонстрация автором личного мнения, отношения к происходящему, намёк на попытку установления справедливости и попытку добиться той самой справедливости данным сообщением;
- призывность, агитационность, воздействующая направленность, что выражается в чётких призывах аудитории к действию использованием глаголов повелительного наклонения;
- консервативность, стандартизованность – использование газетно-публицистических штампов, клише-канцеляризмов;
- выразительность и эмоциональность, нацеленная на вызов эмоции у представителей аудитории, на которую направлена информация;
- грамматическая простота текста, доступность его для быстрого восприятия, что выражается в преобладании несложных грамматических структур, незначительной длине предложений;
- лаконичность, сжатость [Евгтюгина, 2018: с. 17].

Лексические особенности, характерные для публицистического стиля:

- ориентация на широкую общественность, использование общеупотребительной лексики, с включением при необходимости терминов, толкование которых известно массовому читателю-пользователю, большинству целевой аудитории, на которую направлено сообщение;
- актуальность, достигаемая использованием новой, заимствованной, но уже известной массовой аудитории лексики;
- объективность, которая достигается включением имён собственных, но и различных цифровых данных – дат, номеров

законов и подзаконных актов, расстояний, сумм денег, количеств жертв и/или пострадавших;

- для достижения эффекта выразительности и эмоциональности авторы используют эмоционально-оценочные слова, сниженную лексику, а зачастую и жаргонизмы;
- выразительность и яркость тексту придают использование художественных средств и приёмов – сравнения, метафоры, эпитеты, фразеологизмы, неологизмы;
- консервативность языка, достигаемая включением в текст газетно-публицистических штампов, клише-канцеляризмов [Евгтюгина, 2018: с. 20].

Грамматические особенности публицистического стиля:

- несложные грамматические конструкции, которые должны быть легко читаемы, воспринимаемы и понимаемы широкой аудиторией;
- для демонстрации, якобы, авторской точки зрения в сообщении, а также для вызова большего доверия у аудитории используется повествование от первого лица;
- включение слов и фраз-обращений, побуждающих к действию – глаголов в повелительном наклонении;
- используемые для придания сообщениям достоверности слова первых лиц, авторитетов, лидеров мнений оформляются в виде диалога или цитаты;
- выразительность текста зачастую достигается с помощью синтаксических средств – вопросительными (риторическими) предложениями, восклицательными предложениями, целенаправленной инверсией слов в предложениях, использованием принципа крайнего контраста и антитезы в

одном предложении, гипертрофированной парцелляции.  
[Евгтюгина, 2018: с. 22].

Стоит отметить, что массовая аудитория, продолжает достаточно легко верить тому, что публикуют в ложных сообщениях. Секрет этого феномена в том, что степень доверия населения СМИ всё ещё достаточно высока. А то, что публикуют в виде фейков и информационных вбросов за счёт множества схожих с публицистическим стилем черт напоминает информационные сообщения от журналистов.

Также можно отметить, что фейки и инфовбросы по многим признакам, хоть и условно, но относятся к публицистическому стилю, поэтому их можно анализировать не только с точки зрения особенностей публицистики, но и с точки зрения медиастилистики.

Медиастилистика – «область пересечения стилистики и медиалогии, в котором феномен медиа изучается с точки зрения стилистики, с помощью выработанного ею научного аппарата и методологии, с учётом их современного развития и методологии, «особая область стилистики, предметом которой является вся массмедийная речь» [Клушина, 2017: с.36].

Предметом медиастилистики является особый стиль – медиастиль, который выделился из публицистического стиля в ходе происходящих с ним функциональных изменений. Медиастиль «имеет особую интенционально нарративную структуру, обусловленную особенностями медиадискурса» [Клушина, 2017: с. 37].

Таким образом, к медиастилистике можно отнести все фейки и инфовросы, распространяемые как в сети интернет, так и в социальные сети, поскольку и то, и другое является площадкой масс-медиа.

И действительно, многие ложные сообщения далеко не всегда соответствуют особенностям публицистического стиля, хотя могут обладать отдельными его чертами: эмоциональность, личностное отношение, простота изложения, парцелляция, наличие разговорной лексики. На наш

взгляд, признаков медиастилия, распространённого сегодня в массмедийном пространстве, у фейков и инфовбросов прослеживается больше.

#### **1.4. Причины распространения фейков в сети интернет и социальных сетях**

Информационные вбросы и фейки появляются в основном в интернете – реже в сетевых СМИ, чаще всего – в социальных сетях.

Согласно Закону РФ «О средствах массовой информации», «под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием); (в ред. Федерального закона от 14.06.2011 N 142-ФЗ)» [[https://rkn.gov.ru/docs/Zakon\\_o\\_SMI\\_2021.pdf](https://rkn.gov.ru/docs/Zakon_o_SMI_2021.pdf)].

Согласно ФЗ РФ «О средствах массовой информации», «под сетевым изданием понимается сайт в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", зарегистрированный в качестве средства массовой информации в соответствии с настоящим Законом; (абзац введен Федеральным законом от 14.06.2011 N 142-ФЗ)» [[https://rkn.gov.ru/docs/Zakon\\_o\\_SMI\\_2021.pdf](https://rkn.gov.ru/docs/Zakon_o_SMI_2021.pdf)].

Первыми интерес к изучению социальных сетей проявили социологи. Само понятие «социальная сеть» впервые появилось в 1954 году, его ввёл социолог из Великобритании Джейм Бранс. По его мнению, социальная сеть – это особая структура, которая состоит из узлов, связанных друг с другом особым видом социальных отношений: люди, группы людей или организаций [Акопов, 1997: с. 43].

Социальная сеть как ресурс – это «веб-сайты или иные инструменты интернета, которые предоставляют возможность пользователям взаимодействовать друг с другом, обмениваясь информацией, мнениями, знаниями» [Калинин, 2010: с. 4].

Социальная сеть – это «интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети. Сайт представляет собой автоматизированную социальную среду, позволяющую общаться группе пользователей, объединенных общим интересом» [Пескова, 2010: с. 198].

Правовой статус социальных сетей в РФ долгое время документально закреплён не был. Официально понятие «социальная сеть» в российском законодательстве появляется в 1 февраля 2021 года в Федеральном законе «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 30.12.2020 N 530-ФЗ. Как разъяснил на сайте Государственной думы РФ председатель Комитета по информационной политике, информационным технологиям и связи Александр Хинштейн, понятие «социальная сеть» определяется как сайт, доступ к которому в течение суток имеют более 500 000 пользователей, находящихся на территории России [<http://duma.gov.ru/news/50660/>].

Новости с недостоверной информацией или фейки, появляющиеся в официальных средствах массовой информации, встречаются чаще всего в сетевых СМИ. Происходит это в основном из-за ошибок журналистов. Поскольку в работе интернет-СМИ очень важна скорость публикации материалов. Авторы, желая опубликовать новость или заметку первыми и занять верхние позиции в сюжетах агрегаторов новостей, пренебрегают правилами и не проверяют информацию. Именно скорость становится одним из факторов, способствующих проникновению недостоверных данных в Сеть. Один из таких примеров, рассмотренный нами ранее случай с публикацией на сайте издательского дома «Комсомольская правда» [<https://www.kp.ru>] новости о смерти оперного артиста Дмитрия Хворостовского.

Официальные сетевые СМИ подчиняются действующим законам Российской Федерации, предусматривающим санкции за публикацию заведомо ложной информации. Поэтому фейки, а также провокационные

информационные вбросы появляются, как правило, на ресурсах, выдающих себя за официальные СМИ, но на самом деле таковыми не являющимися, а также в социальных сетях. Хотя после вступления в силу Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 30.12.2020 N 530-ФЗ [[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_372700/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_372700/)], администрации социальных сетей сами должны выявлять и блокировать запрещённый контент. Но обычно от появления ложного сообщения или вброса до его выявления и, собственно, блокировки, проходит определённое время, и фейк успевает прочесть, а в ряде случаев и распространить дальше существенная часть аудитории.

Цели в последних двух случаях в основном коммерческие – как правило, ресурсы, выдающие себя за сетевые СМИ, а также пользователи социальных сетей, публикующие и распространяющие фейки и инфовбросы получают от таких действий финансовую выгоду в виде гонораров от авторов или организаторов распространения таких сообщений. Но случается и так, что некоторые пользователи социальных сетей публикуют заведомо ложную информацию из личных убеждений или приверженности к определённой идеологии.

Безусловно, что чаще всего фейки и инфовбросы распространяют в популярных социальных сетях с большим количеством пользователей. Прослеживается чёткая закономерность: чем больше аудитория, тем она привлекательнее и интереснее для авторов и распространителей фейков и информационных вбросов, тем больше таких сообщений в данных социальных сетях встречается.

Таким образом, изучая феномен фейковой новости, необходимо отметить, что фейк и инфовброс – явления многоаспектные и многоплановые, поэтому их необходимо рассматривать с точки зрения различных разделов лингвистической науки.

Феномен фейковой новости возможно рассматривать с точки зрения когнитивной лингвистики, поскольку базовое понятие этой научной области – концепт, а фейки и инфовбросы для аудитории являются частью концептов.

Кроме того, необходимо выделить характерные черты, роднящие ложные сообщения с публицистическими текстами. Именно благодаря им общество достаточно легко продолжает верить информации, распространяемой при помощи фейков, поскольку степень доверия массового читателя-пользователя к средствам массовой информации высока. И видя ложные сообщения, с чертами публицистического текста, аудитория принимает их за правду.

Также фейки можно рассматривать и с точки зрения медиастилистики и медиастилия, поскольку такие сообщения тяготеют к ним, несомненно, больше, чем к классическому публицистическому стилю.

Анализ этих теоретических аспектов необходим для более полного раскрытия феномена фейковых новостей и инфовбросов, распространяемых в сети интернет и социальных сетях, а также выделения характерных для них лексических особенностей.

## Глава 2. Анализ видов фейков и их лексических особенностей

### 2.1. Основные типы фейков и их цели

Исследователи феномена фейковых новостей дают разные классификации видов таких сообщений.

Существует традиционная западная классификация, но в силу её специфики в отечественной медиастилистике используется классификация, предложенная А.П. Суходуловым.

Виды фейковых новостей:

1. В зависимости от соотношения достоверной и недостоверной информации;
2. В зависимости от достоверности обстоятельств времени и места произошедшего события;
3. В зависимости от состава лиц, упоминаемых в «новости»;
4. В зависимости от целей создания и распространения;
5. В зависимости от уровня восприятия достоверности [Суходолов, 2017: с. 151].

Проанализировав более ста фейковых новостей, опубликованных в социальных сетях и в сети интернет с 1 января 2018 года до 31 декабря 2021 года, нами были выделены следующие самые распространённые типы инфобросов и фейков:

1. Следующие за крупным ЧП с большим количеством погибших, сообщающие о том, что погибших на самом деле гораздо больше, чем числится в официальных сводках.

Например, после пожара в кемеровском торговом центре «Зимняя вишня», случившегося в 2018 году, в котором погибло 60 человек, писали, что погибших на самом деле сотни, под трупы не хватает мешков, и тела ночами, чтобы никто не видел, вывозят фурами «Магнита». (Приложение 2).

Источником этой дезинформации стали два анонимных звуковых файла, на которых мужчина и женщина рассказывают о «горах обгоревших тел». Сообщения подавались анонимно, а свидетелей, кто видел бы эти «сотни тел», а также родственников этих многочисленных погибших, так и не нашлось [<https://www.kp.ru/daily/26810/3847117/>].

2. Сообщения о негативных последствиях каких-то событий, особенно, если они инициированы действующей властью. Ярким примером таких инфобросов являются фейки о вреде вакцинации от коронавируса. (Приложение 1).

Противники вакцинации распространяли информацию о том, что в вакцине от COVID-19 содержатся опасные тяжёлые металлы, что вакцина принудительно вызывает заболевание коронавирусом, провоцирует бесплодие. Также одним из самых распространённых фейков о вакцинации стало сообщение о том, что с её помощью Билл Гейтс намерен «чипировать» население всего мира [<https://iz.ru/1143868/mariia-nemtceva/pechal-intellektualchshie-feiki-o-vaktcine>].

3. Сообщения о возможных мошенниках, которых никто не видел.

Особенно часто этот вид стал встречаться во время пандемии. В частности, писали совершенно фантастические сообщения о том, что по домам ходят банды мошенников, говорящих людям о том, что квартиры необходимо обработать от коронавируса. А после того, как хозяева запускали аферистов, те распыляли «усыпляющий газ» и, когда хозяева засыпали, выносили всё ценное (Приложение 3).

Практически одинаковые сообщения распространялись почти во всех городах России. В каждом из них, и в Красноярске в том числе, полиция давала комментарии: заявлений от пострадавших от действий мошенников не поступало, о которых говорилось в сообщениях, не поступало, и данная информация является фейком [<https://tvk6.ru/publications/news/49194/>].

4. Сообщения о несуществующих мерах поддержки, льготах, а также отмене налогов и сборов

Наиболее популярными фейками данного типа являются публикации о новых никому ещё неизвестных выплатах для пенсионеров [<https://vse42.ru/news/33298165>], семей с детьми или вообще всем гражданам (Приложение 4), а также об отмене платы взносов на капитальный ремонт многоквартирных домов (Приложение 5).

Особенно активно такие сообщения распространяли в самый пик пандемии. Но и после того, как почти все ограничения, связанные с распространением коронавируса, отменили, фейки, которые были популярны в тот период, продолжают распространять. Так, в Московской области для снижения напряжённости во время нерабочего для многих периода, объявленного властями для снижения заболеваемости COVID-19, временно отменили взносы на капремонт. Через три месяца внесение взносов вновь стало обязательным. Но в соцсетях продолжают распространять информацию о том, что всех собственников Подмоскovie навсегда освободили от обязанности вносить эти взносы [<https://360tv.ru/news/mosobl/informatsija-ob-otmene-vznosa-na-kapitalnyj-remont-v-podmoskove-okazalas-fejkom/>].

5. Призывы помочь пострадавшим от какого-либо ЧП, перевести деньги на операцию, лечение, похороны.

Такие сообщения распространяют, забирая информацию у тех, кто действительно нуждается в помощи, просто меняя реквизиты для перечисления денег на свои, взламывая страницы и размещая на них информацию о несуществующих происшествиях, после которых нужна помощь (Приложение 6). Часто мошенники размещают просьбы о помощи деньгами на похороны живых людей (Приложение 7). Одним из последних таких сообщений, вызвавших широкий резонанс, стал пост жительницы Иркутской области, собиравшей деньги «на похороны сына». Когда это

сообщение увидели знакомые женщины, знавшие, что мальчик жив, они написали заявление в полицию [<https://www.irk.kp.ru/daily/1712104/4344210/>].

6. Призывы сдать кровь для несуществующего человека или при уже неактуальной повестке.

В таком сообщении, как правило, указана редкая группа крови и телефон, при звонке на который со счёта телефона звонящего снимают деньги [<https://ngs24.ru/text/health/2018/07/30/65207521/>]. Либо же публикация с просьбой о поиске доноров была реальной, но была актуальной очень давно, и сейчас кровь не требуется (Приложение 8).

7. Сообщения из прошлого о каком-то важном событии с припиской о том, что официальные СМИ незаслуженно обошли это событие своим вниманием.

В 2016 году футбольный клуб «Тотем» красноярского детского дома №1 стал Чемпионом мира среди команд таких же учреждений. Тогда это очень широко освещалось в СМИ, не только в региональных, но и в федеральных, ребят встречали дома с почестями. Но уже на протяжении шести лет после этого события в социальных сетях встречается сообщение о том, что «детдомовцы победили на Чемпионате мира, а в СМИ об этом ни слова» (Приложение 9).

8. Сообщения о несуществующих маньяках и педофилах или же утратившие актуальность.

Такие публикации случаются, как правило, из-за того, что люди, получив не всю информацию, постарались заполнить возникшие лакуны собственными объяснениями и комментариями. Например, так было в случае с распространением информации о маньяке на правобережье Красноярска в январе 2021 года (Приложение 10). Тогда выяснилось, что полицейские действительно показывали людям ориентировку с фотографией мужчины, только искали его, чтобы проверить на причастность к кражам, и никаких изнасилований и убийств он не совершал [<https://tvk6.ru/publications/news/55440/>].

Также подобные сообщения часто появляются, когда ужу утратили свою актуальность – когда человек уже давно отбывает наказание за совершённые преступления, а ориентировку на него до сих пор распространяют в соцсетях.

Также представленные виды фейковых новостей можно разделить на три группы – по цели их распространения:

1. Цель – дискредитация официальных СМИ и действующей власти, провокация отдельных членов, групп общества или общества в целом на недовольство, а, возможно, и на участие в несанкционированных массовых акциях, выступлениях, митингах, беспорядках.

К этой группе относятся фейки, следующие за крупными ЧП, сообщения о негативных последствиях каких-либо событий, особенно инициированных действующей властью.

2. Цель – нагнетание страха и паники у населения.

К этой группе относятся фейки, следующие за крупными ЧП, сообщения о негативных последствиях каких-либо событий, особенно инициированных действующей властью, фейки о несуществующих маньяках и мошенниках.

3. Цель – выманить деньги у пользователей.

К этой группе относятся фейки с призывом сдать кровь, перечислить деньги на лечение, операцию, похороны, которые состоятся, а также фейки о несуществующих пособиях.

4. Цель – повысить релевантность публикации, посещаемость страницы/группы/аккаунта.

К этой группе так или иначе относятся почти все виды ложных сообщений.

5. Цель – заработать «положительные поглаживания».

Если сообщения такого типа распространяли обычные пользователи, которые «просто хотели предупредить», то их целью, по мнению

красноярского психолога Натальи Ясной, является удовлетворение необходимости в «положительных поглаживаниях»: «Я предупредил, я – молодец, я сделал доброе дело, я – хороший».  
[<https://www.krsk.kp.ru/daily/26301/3179212/>]

К этой группе относятся сообщения о возможных негативных последствиях каких-то событий, сообщения о несуществующих маньяках, а также фейки о давно прошедших громких событиях, о которых официальные СМИ, якобы, ни слова не опубликовали.

## 2.2 Основные лексические особенности фейков

Как уже было сказано выше, у всех информационных вбросов и фейков есть свои лексические особенности, по которым можно такие заведомо ложные сообщения отличить от сообщений, представляющих верную информацию.

1. Совершенно фантазмагорический смысл. Если попытаться критически подойти к содержанию высказывания, то можно легко понять, что такое попросту невозможно. Особенно это касается сообщений о мошенниках, распыляющих «усыпляющий газ», а также об огромном количестве погибших после ЧП, трупы которых тайно, под покровом ночи вывозят «фурами «Магнита».

2. Наличие экспрессивно-окрашенной лексики, вызывающей эмоциональный отклик, особенно чувство тревоги, страха, паники – «страшно», «больно», «будьте осторожны!», «предупредите!», «много трупов», «умирает ребёнок».

3. Нагнетание обстановки, прогноз самого негативного развития событий из тех, что можно себе представить – тексты о негативных последствиях вакцинации.

4. Вложение смысла о срочности действий – «скорее читай, пока не удалили», «скорее передай дальше», «срочно распространить», «срочно нужна помощь», «срочно нужна помощь, ребёнок/человек умирает».

5. Наличие глаголов повелительного наклонения – «поделись», «распространи», «расскажи друзьям».

6. Посыл недоверия к официальной информации, общий смысл которого «от нас скрывают правду», «вы это не прочтаете нигде», «об этом официальные СМИ молчат».

7. Обязательная просьба поделиться, распространить дальше.

8. Отсутствие конкретных имён, отсутствие конкретного источника – «рассказали знакомые, которые работают в полиции, а им говорить об этом запретили».

Таким образом, мы выяснили, что основные виды фейков, распространяемых в социальных сетях и сети интернет в целом, имеют конкретные лексические особенности, которые нетрудно идентифицировать, и по ним понять, что сообщение ложное.

## **Глава 3. Методический аспект изучения лексических особенностей в средней школе**

### **3.1 Технологическая карта урока русского языка по теме «Повелительное наклонение глагола»**

В предыдущих главах нами были рассмотрены теоретические аспекты фейковых новостей и инфовбросов, а также конкретные виды таких сообщений и их лексические особенности на примере публикаций для взрослой аудитории. Но дети и подростки в последнее время также являются активными пользователями социальных сетей и сети интернет. Поэтому им тоже необходимо учиться мыслить критически, не распространять бездумно информацию, даже кажущуюся правдивой, а также знать признаки ложных сообщений.

Отдельные лексические особенности фейков можно рассмотреть в качестве примеров на уроках русского языка. В частности, при изучении темы: «Повелительное наклонение глагола».

## Технологическая карта урока

Тема: **Повелительное наклонение глагола.**

Тип урока: урок открытия новых знаний.

Цели:

- **обучающие:** углубить знания учащихся о наклонениях глагола, дать понятие о повелительном наклонении, познакомить с условиями образования форм повелительного наклонения;
- **развивающие:** способствовать развитию умений правильно писать глаголы в повелительном наклонении и правильно употреблять их в речи; развитию мотивации учебной деятельности; рефлексивных способностей, активности и любознательности, речи учащихся; развитие критического мышления в условиях постоянного информационного потока, идущего из социальных сетей и сети интернет;
- **воспитательные:** воспитывать чувство ответственности и взаимопомощи в условиях работы в классном коллективе.

**Планируемые результаты**

**Предметные:**

- обучающиеся проявляют позитивное отношение к правильной устной и письменной речи;
- знают и соблюдают нормы русского родного литературного языка;
- знают морфологические признаки глагола, понимают значение глаголов в речи, осуществляют самостоятельную запись текста.

**Метапредметные:**

- обучающиеся находят информацию в текстах, содержащих теоретические сведения;
- вычитывают информацию, представленную в форме таблицы;
- оценивают информацию с точки зрения достоверности.

**Личностные:**

- обучающиеся выражают положительное отношение к процессу познания;
- оценивают собственную учебную деятельность;
- применяют правила делового сотрудничества;
- принимают и осваивают социальную роль обучающегося.

**Форма работы: фронтальная, парная, индивидуальная, групповая.****Новые понятия:** повелительное наклонение.**Оборудование:** учебный комплекс «Русский язык. Теория. 5–9 кл.» В. В. Бабайцевой, Л. Д. Чесноковой; «Русский язык. Практика. 6 класс» под ред. Г. К. Лидман-Орловой.

УУД вставить в третьей колонке

Ход урока

<b>Этапы урока</b>	<b>Деятельность учителя и учащихся</b>	<b>УУД</b>
<b>1. Оргмомент.</b> 1 Мин.	Приветствие, проверка готовности к уроку.  «Здравствуйте! Начинаем наш урок русского языка. Рада встрече с вами. Прошу записать в тетради число и настроиться на хорошую работу».  Обучающиеся приветствуют учителя, записывают в тетради число.	
<b>2. Проверка домашнего задания</b> 2 мин.	Фронтальный опрос по теме «Глагол».  Обучающиеся отвечают.	

<p><b>3. Актуализация знаний</b> 2 мин.</p>	<p>«Ребята, давайте вспомним, что мы уже знаем о части речи под названием глагол?»</p> <p>Блиц-опрос: Определите верное или неверное утверждение</p> <p>1) Наклонение – это постоянный морфологический признак глагола.</p> <p>2) С помощью наклонения выражается, как соотносятся действие и действительность.</p> <p>3) Глаголы имеют два наклонения.</p> <p>4) Глаголы в изъявительном наклонении обозначают реальные действия, которые происходили, происходят или произойдут.</p>	<p>Личностные УУД: осознают границы собственного знания и «незнания»</p>
<p><b>4. Целеполагание</b> 2 мин.</p>	<p>«Предлагаю сформулировать тему урока и определить задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• узнать, что выражают глаголы в повелительном наклонении;</li> <li>• определить на какие вопросы отвечают; как образуются; где используются в речи» <p>«Как вы понимаете значение слова «повелительный»? Подберите однокоренные слова» (повелевать, велеть, повелитель).</p> <p>«Обратимся к толковому словарю: повелевать- иметь</p> </li></ul>	<p>Регулятивные УУД:</p> <p>1. Высказывают предположения на основе наблюдений.</p> <p>2. Формулируют тему урока, планируют деятельность в соответствии с УЗ.</p> <p>Личностные: осознают границы собственного знания и</p>

	<p>власть над кем-нибудь (устар.). Приказывать, указывать»</p> <p>Обучающиеся слушают, погружаются в тему, высказывают свои предположения относительно её формулировки</p>	
<p><b>5. Первое пробное действие</b> 4 мин.</p>	<p>«Определим, что выражают глаголы в данных предложениях. Лето, останься подольше, пожалуйста! (просьба) Оставайся такой же яркой и позитивной! (пожелание) Эй, присоединяйся к нашему сообществу! (команда) Читайте книги, они учат нас жизни. (совет) Репостни это немедленно! (приказ)»</p> <p>«Предлагаю вам самим сделать вывод о том, что могут выражать глаголы в повелительном наклонении? (Глаголы в повелительном наклонении могут выражать пожелание, просьбу, приказ, совет)»</p>	<p>Регулятивные УУД: высказывают предположения на основе наблюдений.</p> <p>Коммуникативные УУД: 1. Свободно излагают свои мысли в устной форме. 2. Слушают и слышат других, готовы корректировать свою точку зрения.</p> <p>Личностные УУД: осознают границы собственного знания и «незнания»</p>
<p><b>6. Изучение нового</b> 12 мин.</p>	<p>«Ребята, приступаем к изучению нового материала. Выполним упр. 286 «Практики» (с. 108)».</p>	<p>Познавательные УУД: самостоятельно анализируют тему, выделяют из</p>

	<p>Задание упражнения знакомит со значением, образованием, изменением и сферой употребления глаголов в повелительном наклонении.</p> <p>Далее рассматриваем процессы образования изучаемых форм глагола, при этом особое внимание уделяем их морфемному составу, поскольку умение вычленять морфемы в этих формах является базовым для формирования орфографических навыков. Для этого необходимо выполнить упр. 287.</p> <p>Напоминаем обучающимся, что повелительное наклонение – изменяемая форма глагола, поэтому в ней всегда есть окончание (в единственном числе нулевое – <i>отрежь, прочитай</i>; во множественном числе появляется окончание <i>-те</i>: <i>отрежьте, прочитайте</i>, а суффикс бывает не всегда (ср.: <i>пой, встань</i>). У возвратных глаголов окончание оказывается перед возвратным суффиксом <i>-ся</i> (<i>-сь</i>): <i>спрячься, спрячьтесь</i> (сравним с формами прошедшего времени: <i>спряталась</i>).</p>	<p>текста главное, удобно структурируют информацию.</p> <p>Регулятивные УУД:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ищут пути решения проблемы.</li> <li>2. Прогнозируют, корректируют свою деятельность.</li> <li>3. Осуществляют познавательную и личностную рефлексию.</li> </ol> <p>Личностные УУД: осознают границы собственного знания и «незнания»</p>
--	--	--

	<p>Затем предлагаем изучить параграф 94 «Теории» (с. 125) и составить его краткий конспект.</p> <p>Обучающиеся выполняют задания, погружаются в тему, анализируют, структурируют информацию, выделяют из теоретического текста главное.</p>	
<p><b>7. Динамическая пауза</b></p> <p>1 мин.</p>	<p>«Ребята, прошу вас встать и выполнить несложные упражнения физминутки: Мы писали, мы устали. Встали! Сели! Снова встали! Потянулись, потянулись, Вправо-влево повернулись! Головою повертели! Сели! Встали! Снова сели!</p> <p>Ребята, слова какой части речи нам помогли выполнить упражнения физкультминутки?»</p> <p>Обучающиеся выполняют задания физкультминутки, а затем отвечают на поставленный вопрос.</p>	
<p><b>8. Закрепление изученного. Применение знаний, формирование умений и навыков</b></p> <p>12 мин.</p>	<p>«Ребята, прочтите представленный текст. В нём необходимо найти и подчеркнуть глаголы повелительного наклонения, а также выделить в этих словах суффиксы».</p> <p><i>Советы биолога.</i></p> <p><i>Ничего нельзя нарушать в лесу! Иди в лес, но не бери с</i></p>	<p>Познавательные УУД: умеют отличать глаголы в повелительном наклонении от глаголов в условном и изъявительном наклонении,</p>

	<p><i>собой сачков и морилок. Оставь дома своего четвероногого друга – собаку. Старайся тише говорить, чтобы больше увидеть, услышать и не нарушить лесную жизнь.</i></p> <p><i>Запиши в дневнике, сколько видел муравейников, очисти их от мусора. Увидите плакучую березу – залепите глиной рану. Не лови и не бери домой зайчат, птенцов.</i></p> <p><i>Спиши текст, заменяя глаголы неопределенной формы глаголами повелительного наклонения мн. числа.</i></p> <p><i>Недавно в Молодежном центре Иланского района были организованы дворовые игры с обучающимися 1 В класса Иланской школы №41.</i></p> <p><i>Так как нынешнее поколение - это поколение, которое все свободное время проводит за компьютером и телефоном, мы решили отвлечь ребят и поиграть с ними в игры, которые развивают физическую активность ребенка.</i></p> <p><i>Мы играли в «Классики», «Чижик», «Третий лишний», «Цепи, цепи кованные», «Часики», «Море волнуется раз... » и многие другие</i></p>	<p>умеют образовывать глаголы повелительного наклонения из глаголов других форм.</p> <p>Регулятивные УУД:</p> <p>умеют выполнять новые задания по образцу, осуществлять самоконтроль, взаимный контроль.</p>
--	--	--

	<p>подвижные игры.</p> <p>Ребят очень заинтересовали дворовые игры из детства их родителей.</p> <p>Поработаем самостоятельно.</p> <p><b>Задание 1.</b> Образуйте от данных глаголов форму повелительного наклонения единственного и множественного числа.</p> <p>Бежать, отрезать,  поздравлять, поехать,  бежать, измерять,  прославиться, знакомиться.</p> <p>Обучающиеся самостоятельно выполняют задание по образцу, осуществляют взаимопроверку и самоконтроль.</p>	
<p><b>9. Подведение итогов</b></p> <p>2 мин.</p>	<p>«Ребята, что нового мы узнали о повелительном наклонении глагола?  В форме какого лица и числа они употребляются?  От основы какого времени они образуются?»</p> <p>Обучающиеся отвечают на поставленные вопросы.</p>	<p>Регулятивные УУД:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Соотносить цели и результаты своей деятельности.</li> <li>2. Вырабатывать критерии оценки и определять степень успешности работы.</li> </ol>
<p><b>10.Рефлексия</b></p> <p>2 мин.</p>	<p>Без глагола жизнь скучна.  Согласитесь же, друзья?  Без глагола невозможно ни учиться, ни писать,  Веселиться, танцевать,  Ни гулять и ни играть.  Грустно стало бы нам всем.</p>	

	<p>Веселимся действием!</p> <p>«Ребята, вы хорошо поработали на нашем уроке! А теперь предлагаю вам самим оценить свою работу на уроке».</p> <p>Обучающиеся анализируют прошедший урок, высказывают своё мнение о нём. Задают вопросы, если что-то осталось непонятным. Проводят самооценку работы на уроке.</p>	
<p><b>11. Домашнее задание</b></p> <p>2 мин.</p>	<p>«Ребята, запишите домашнее задание: найти в РДШ Красноярского края во «ВКонтакте» [<a href="https://vk.com/rdshkrsk">https://vk.com/rdshkrsk</a>] десять глаголов и образовать от них глаголы повелительного наклонения</p> <p>Обучающиеся записывают домашнее задание.</p> <p>«Наш урок окончен. Благодарю всех за хорошую работу. Увидимся на следующем уроке. До свидания!»</p> <p>Обучающиеся прощаются с учителем.</p>	

## Заключение

Фейки и инфовбросы в последнее время стали существенной частью медийного пространства, окружающего всех пользователей социальных сетей и сети интернет. Ложные сообщения появляются после крупных ЧП и во время каких-то серьёзных событий, особенно если они инициированы действующей властью, после резонансных преступлений, в результате других, менее значимых информационных поводов.

Увеличение объема информации приводит к тому, что основные усилия человек тратит на то, чтобы «отфильтровать» ненужную или низкокачественную информацию. Доступность поверхностной информации увеличивает ценность и редкость важных и полезных знаний, но, с другой стороны, и участвует в формировании такой личности, которой достаточно того, что лежит на поверхности.

Современные технологии создают определенные проблемы, бросают вызов личности, повышая требования к скорости ее реакций, к уровню компетентности, усложняя деятельность, однако наряду с этим они же предоставляют и новые возможности её самореализации.

Поэтому исследование фейков, а также передача информации о них, их целях и признаках аудитории – должно стать важной составляющей образовательного процесса. От этих знаний, в том числе, во многом зависит информационная безопасность пользователей, в первую очередь, школьного возраста.

Именно поэтому в данной работе феномен фейковой новости и инфовброса был рассмотрен в разных аспекта: с теоретической точки зрения, точки зрения когнитивной лингвистики, с выделением черт публицистического стиля, а также в разрезе медиастилистики. Были установлены условия, при которых данные понятия становятся

синонимичными, условия, при которых они отличаются друг от друга, установлены эти отличия.

Кроме того проведены параллели между фейками и текстами публицистического стиля, рассмотрены особенности публицистики и то, как они соотносятся с публикуемыми в Сети ложными сообщениями. И в результате анализа более ста таких сообщений, опубликованных в онлайн-пространстве с 1 января 2018 года до 31 декабря 2021 года, выделены и перечислены цели публикации фейковых новостей, перечислены их основные признаки на примерах, встречающихся в социальных сетях наиболее часто.

На основе фрагмента полученной в результате исследования информации была составлена технологическая карта урока русского языка, в ходе которого предлагается вместе с учениками изучить глаголы повелительного наклонения – один из признаков инфовброса – с применением материала из тематического сообщества школьников – текстов постов из группы во «ВКонтакте» РДШ (Российского движения школьников) Красноярского края.

Задания в предложенной методической разработке урока поможет заинтересовать учащихся, мотивировать их на дальнейшее изучение русского языка, а также станет основой для формирования способности мыслить критически, позволит в будущем не доверять данным, публикуемым непроверенными источниками, не поддаваться информационным волнам и провокациям, направленным на вовлечение школьников в совершение противоправных действий.

## Список использованных источников

1. NGS24.ru. Волна спама о сборе редкой крови для мальчика прокатилась по Сети. Сострадающие лишаются денег. Точка доступа (5.01.2022): <https://ngs24.ru/text/health/2018/07/30/65207521/>
2. VSE42.RU. ПФР прокомментировал фейк о новых выплатах для пенсионеров. Точка доступа (5.01.2022): <https://vse42.ru/news/33298165>
3. Акопов, А. И. Электронные сети как новый вид СМИ / А. И. Акопов //Филологический вестник Ростовского государственного университета. 1998. - №3. -С. 43-51
4. Аскольдов С.А. Концепт и слово.// Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. - М., 1997. - С.267-279.
5. Борискова А. Информация об отмене взноса на капитальный ремонт в Подмосковье оказалась фейком. Точка доступа (5.05.2022): <https://360tv.ru/news/mosobl/informatsija-ob-otmene-vznosa-na-kapitalnyj-remont-v-podmoskove-okazalas-fejkom/>
6. Государственная дума Федерального собрания Российской Федерации. Что меняется в законодательстве о социальных сетях. Точка доступа (10.05.2022): <http://duma.gov.ru/news/50660/>
7. Дмитриев О. А. «Концептосфера», «концепт» и «картина мира» в альтернативных медиа. Точка доступа (10.05.2022): <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/73871/1/iurp-2019-186-11.pdf>
8. Евтюгина А. А. Функциональная стилистика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2018. 75 с. Точка доступа (10.05.2022): <http://elar.rsvpu.ru/978-5-8050-0651-8>
9. Иванов А. Фейки кемеровской трагедии: разбираем ложные вбросы о пожаре в «Зимней вишне». Точка доступа (2.05.2022): <https://www.kp.ru/daily/26810/3847117/>

10. Калинин А. Мнение специалистов о PR в социальных сетях. М., 2010. С. 4
11. Киселев, Ю. Н. Электронная коммерция : Практ. рук. / Киселев Ю. Н. - М. [и др.] : DiaSoft, 2001. - 214 с.
12. Клушина Н. И. Медиастилистика и ее место в современной филологической науке // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. №1. С. 35–38 [Электронный ресурс]: режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/184386/1/35-38.pdf>
13. Клушина Н.И. Медиастилистика и эмотивная лингвистика // Известия ВГПУ. 2019. №1 (134). Точка доступа (5.01.2022): <https://cyberleninka.ru/article/n/mediastilistika-i-emosivnaya-lingvistika>
14. Клушина Н.И. Медиатизация: стилистический вектор // Верхневолжский филологический вестник. 2019. №2. Точка доступа (10.05.2022): <https://cyberleninka.ru/article/n/mediatizatsiya-stilisticheskiy-vektor>
15. «Комсомольская правда», официальный сайт издательского дома. Точка доступа (10.05.2022): <https://www.kp.ru>
16. Конах В.К. Возникновение и эволюция понятия «медиа-пространство» в научной мысли / В.К. Конах // Вестник Днепропетровского университета. — 2015. — № 2. — С. 112-129
17. Коннова М.Н. Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие. Изд. 2-е, перераб. — Калининград: Изд-во БФУ им. И. Канта, 2012. — 313 с.
18. Консультант плюс. Федеральный закон «О внесении изменений в статью 15.3 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 18.03.2019 N 31-ФЗ (последняя редакция). Точка доступа (10.03.2022): [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_320401/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_320401/)

- 19.Консультант плюс. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 30.12.2020 N 530-ФЗ (последняя редакция). Точка доступа (10.05.2022): [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_372700/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_372700/)
- 20.Консультант плюс. Федеральный закон от 04.03.2022 N 32-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и статьи 31 и 151 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации». Точка доступа (10.03.2022): [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_410887/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_410887/)
- 21.Кочешев П.А. Информационные «вбросы». Методы минимизации последствий // Проблемы науки. 2016. №6 (7). Точка доступа (10.05.2022): <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-vbrosy-metody-minimizatsii-posledstviy>
- 22.Крапивник Е.В. Учебно-методические материалы по дисциплине «Введение в когнитивную лингвистику» [Электронный ресурс]: режим доступа: <https://pnu.edu.ru/media/filer/2012/10/01/01.pdf>
- 23.Круглов В. В., Дли М. И., Голунов Р. Ю. Нечеткая логики и искусственные нейронные сети: Учеб. пособие. – М.: Издательство Физико-математической литературы, 2001. – 224 с.
- 24.Кубрякова Е.С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики. / Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004, № 1. – С.6-17
- 25.Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. Справочное издание. – СПб.: Норинт, 2000. – 1536 с.
- 26.Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Изв. РАН - СЛЯ - 1993, № 1. – С.5
- 27.Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка. //Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: Антология. - М., Academia, 1997. -С. 280-287

28. Немцева М. Печаль интеллекта: лучшие фейки о вакцине. Точка доступа (2.05.2022): <https://iz.ru/1143868/mariia-nemtceva/pechal-intellekta-luchshie-feiki-o-vaktcine>
29. Объясняем. РФ. Фейки. Точка доступа (9.05.2022): <https://объясняем.рф/search/index.php?q=фейк>
30. Овсепян М.С. Информационный вброс как популярный приём агрессивного ведения информационной войны в современный период. / Вестник ТвГУ. Серия «Филология». 2016. №3. – С. 206
31. Пантюшева Т.П. «Мы все умрём! Поставьте «лайк», плиз...». Точка доступа (10.05.2022): <https://www.krsk.kp.ru/daily/26301/3179212/>
32. Пескова, О.Ю. Социальные медиа, как платформа для технологий PR 2.0. Сборник научных статей. Серия «Коммуникативные исследования». Выпуск 5. М.: НИУ ВШЭ. – 2011. – С. 198
33. Пименова М.В.. Предисловие. / Введение в когнитивную лингвистику. Под ред. М.В.Пименовой. Вып.4. - Кемерово, 2004. – С. 10
34. РДШ Красноярский край, официальная группа в социальной сети «ВКонтакте». Точка доступа (10.05.2022): <https://vk.com/rdshkrsk>
35. Русско-английский словарь (онлайн). Точка доступа (2.05.2022): [https://woordhunt.ru/dic/content/ru\\_en](https://woordhunt.ru/dic/content/ru_en)
36. Синьков А. Сибирячка собирала деньги на похороны своего живого ребенка. Точка доступа (5.05.2022): <https://www.irk.kp.ru/daily/1712104/4344210/>
37. Стернин И.А. Когнитивная интерпретация в лингвокогнитивных исследованиях. / Вопросы когнитивной лингвистики. –2004, № 1. - С.65-69
38. Суходолов, А.П. «Фейковые новости» как феномен современного медиaprостранства: понятия, виды, назначение, меры

противодействия / А.П. Суходолов //Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т. 6. – № 2. – С.150

- 39.ТВК Красноярск. В сети распространяют фейк о маньяке на правом берегу Красноярска. Точка доступа (10.01.2022): <https://tvk6.ru/publications/news/55440/>
- 40.ТВК Красноярск. «Заходят и усыпляют газом»: в красноярских мессенджерах распространяют фейк о дезинфекции в квартирах. Точка доступа (10.01.2022): <https://tvk6.ru/publications/news/49194/>
- 41.Тимофеева М. К. Введение в экспериментальную когнитивную лингвистику: Учеб. пособие / Новосиб. гос. ун-т. Новосибирск, 2010. С. 114
- 42.Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Федеральный закон «О средствах массовой информации». Точка доступа: (13.04.2022): [https://rkn.gov.ru/docs/Zakon\\_o\\_SMI\\_2021.pdf](https://rkn.gov.ru/docs/Zakon_o_SMI_2021.pdf)

## Приложение 1



## Приложение 2



Редакция ВашГород  
27 марта 2018, 00:10

Подписаться

«Про количество жертв нам врут, от 200 до 350, возможно, больше» - отец погибших на пожаре в «Зимней вишне» детей рассказал страшные подробности трагедии

"Ещё раз повторяюсь, про количество жертв нам врут, от 200 до 350, возможно больше".

### Приложение 3

#### ВНИМАНИЕ!!!

По домам ходят люди!

в мед и хим костюмах,!говорят, что в вашем доме  
зафиксирован случай заражения коронавирусом,проходит  
дезинфекция квартир!

Заходят в квартиру, усыпляют газом и выносят всё из  
квартиры.

Будьте бдительны, передайте дальше!

Сразу на горячую линию и в Росгвардию звонить!

Маразм людской крепчает и доводит до отупения!

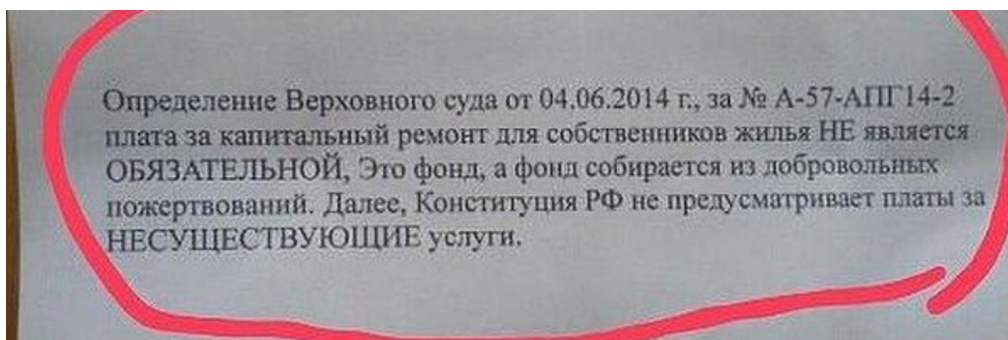
Сейчас дети не учатся, все дома!

Особенно предупредите их и пенсионеров!!!


### Приложение 4




## Приложение 5



## Приложение 6


 Администрация Балаковского муниципального района  
30 минут назад

Уважаемые подписчики! Сегодня произошел взлом нашей группы. На стене сообщества мошенниками была опубликована новость о сборе средств жертве ДТП. Просим считать данную информацию недостоверной, а также удалить свои репосты для предотвращения распространения ложных сообщений. Благодарим за понимание и поддержку!

 Администрация Балаковского муниципального района  
три часа назад

УВАЖАЕМЫЕ УЧАСТНИКИ!  
НАША ИНФОРМАЦИЯ ПРОВЕРЕННА АДМИНИСТРАЦИЕЙ.  
ОЧЕНЬ ПРОСИМ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ НА ОБРАЩЕНИЕ ДОЧЕРИ  
ПОСТРАДАВШЕЙ, КО  
ВСЕМ НАМ:  
Здравствуйт...  
Антонина Николаевна 1985г. рождения, проживающая по адресу: г. Балаково, ул. Орлова  
сбила машину. Водитель скрылся с места преступления и сейчас находится в  
розыске.  
Показать полностью...

**ФЕЙК!**



## Приложение 7



Новости Красноярска и Сибири | 1-LINE ✓  
25 дек 2020 в 13:05

+ Подписаться



В Ангарске женщина собирала деньги на похороны своего живого сына

Об этом полицейским рассказала одна из знакомых женщины. Она увидела просьбу о помощи в соцсети, перевела «убитой горем матери» деньги, а потом узнала, что ребёнок жив.

Мало того, мальчишка с матерью даже не живёт – его некоторое время назад изъяли из семьи из-за того, что мать не исполняла свои родительские обязанности. На неё завели дело по статье «Мошенничество», теперь ей грозит до пяти лет колонии.

## Приложение 8



13 июн в 17:08

На тему сбора крови для Суетиной Елены! Проверяйте источники на актуальность.

P.S.: Здоровья всем!



Елена Суетина

24 июн 2015 в 8:25

Уважаемые пользователи соц.сетей! В настоящее время в очередной раз пошла волна репостов сообщения по поводу сдачи крови для меня. Авария была в 2012г. Собранная в тот период кровь спасла мне жизнь. Огромное спасибо тем, кто откликнулся и сдал кровь для меня! Сейчас я чувствую себя хорошо, и дополнительно кровь мне не требуется. Тем не менее, если у Вас появилось желание сдать кровь, то дойдите до станции переливания крови и сделайте это! Сданная кровь может спасти жизни других людей! Буду благодарна за репост этого сообщения!!!

♥ Нравится 1

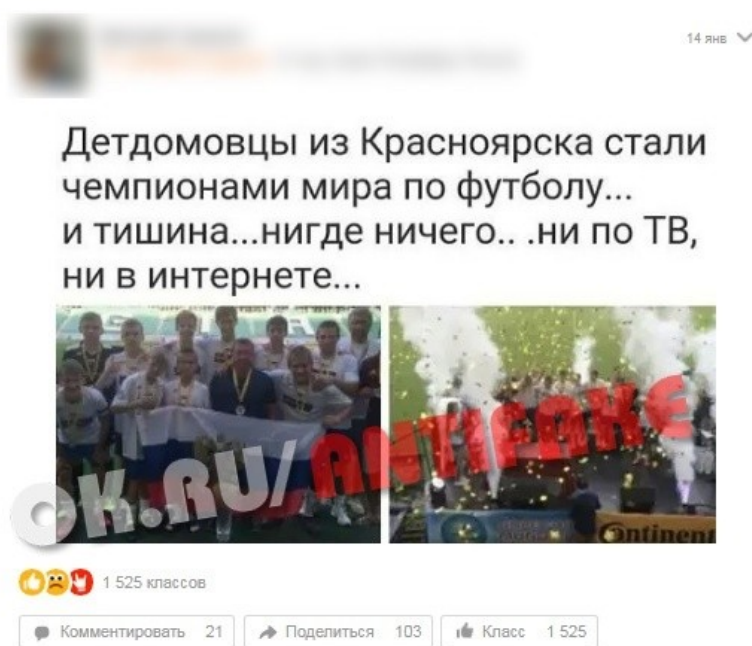


1

👁 130

Люди  
Новости  
Сообщест  
Аудиозапи  
Видеозапи

## Приложение 9



## Приложение 10

