

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

ЛИ Инин

СЕТЕВЫЕ МЕДИА КАК ФАКТОР ИНФОДЕМИИ

Научная специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата политических наук

Научный руководитель —
доктор политических наук, профессор
Мельник Галина Сергеевна

Санкт-Петербург

2024

Содержание

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ «ИНФОДЕМИИ» В МАССМЕДИА.....	21
1.1 МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «ИНФОДЕМИЯ» ПРИМЕНИТЕЛЬНО К МАССМЕДИА.....	21
1.2 МЕХАНИЗМЫ ГЕНЕРАЦИИ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИНФОДЕМИИ В УСЛОВИЯХ ЭПИДЕМИИ COVID-19	34
1.3 ВЛИЯНИЕ ИНФОДЕМИИ НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СЕТЕВЫХ МЕДИА В УСЛОВИЯХ ЭПИДЕМИИ COVID-19	43
ГЛАВА 2. СЕТЕВЫЕ МЕДИА В ИНФОДЕМИИ: ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ВЫЗОВЫ.....	53
2.1. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СЕТЕВЫХ МЕДИА КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИНФОДЕМИИ	54
2.2 ВЫЗОВЫ СЕТЕВЫХ МЕДИА В ИНФОДЕМИИ В УСЛОВИЯХ ЭПИДЕМИИ НОВОГО КОРОНАВИРУСА.....	71
ГЛАВА 3. ВЛИЯНИЕ ФАКТОРА ИНФОДЕМИИ НА СОВРЕМЕННУЮ ПОЛИТИЧЕСКУЮ ЖУРНАЛИСТИКУ В УСЛОВИЯХ ЭПИДЕМИИ COVID- 19	82
3.1 ВЛИЯНИЕ ИНФОДЕМИИ В СЕТЕВЫХ МЕДИА НА НАЦИОНАЛЬНУЮ ПОЛИТИЧЕСКУЮ СТАБИЛЬНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ЭПИДЕМИИ COVID-19.....	82
3.2 ОЦЕНКА ДОВЕРИЯ К СЕТЕВЫМ МЕДИА И ПРАВИТЕЛЬСТВУ В РАКУРСЕ ИНФОДЕМИИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ОПРОСА КИТАЙСКИХ И РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ).....	98
3.3 СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ СЕТЕВЫМИ МЕДИА В УСЛОВИЯХ ИНФОДЕМИИ.....	136
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	146
ЛИТЕРАТУРА.....	150
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	176

Введение

Актуальность исследования заключается в изучении ценностного аспекта функционирования сетевых медиа, сыгравших важную роль в преодолении эпидемии COVID-19. Цифровизация медийного пространства, оказывая сильное влияние на аудиторию, имеет социальные и культурные последствия для общества, которые нуждаются в специальном изучении и прогнозировании. В научный дискурс попадают новые явления, такие как инфодемия, означающая «масштабное психологическое и информационное давление на людей, распространение паники среди населения, спровоцированной большим потоком новостей по какой-то проблеме, так называемая информационная эпидемия»¹.

В связи с этим возрастает интерес ученых к проблемам выявления генезиса, специфики распространения инфодемии, инфодемическим нарративам и поведению основных участников инфодемического процесса².

Кризис общественного здравоохранения, вызванный новым коронавирусом, является также кризисом политической коммуникации и кризисом коммуникации в области здравоохранения³. В отличие от предыдущих эпидемий, таких, например, как чума, новый коронавирус распространялся гораздо быстрее, а ложная информация, всевозможные слухи, которые сопровождали эпидемию, распространялись в глобальных социальных сетях – «быстрее, чем вирусы», что непосредственно породило «второе поле борьбы с эпидемией» для стран всего мира⁴. Сейчас в век цифровых технологий и интернета инфодемия возвращается

¹ Пестова, М.Е., Сафонов, Е.А. Пандемия нового десятилетия: освещение темы коронавируса в СМИ / М.Е Пестова, Е.А. Сафонов // Медиасреда. – 2020. – № 17. – С. 166-172.

² Землянский, А.В. Инфодемия: генезис и морфология // Вестник Воронежского гос. ун-та. Серия Филология. Журналистика. 2021. № 4. С. 111-114.

³ Gollust, S.E, Nagler, R. H., Fowler, E F. The emergence of COVID-19 in the US: a public health and political communication crisis // Journal of health politics, policy and law. 2020. № 45(6). P. 967-981.

⁴ Orso, D., Federici, N., Copetti, R., Vetrugno, L., Bove, T. Infodemic and the spread of fake news in the COVID-19-era // Eur J Emerg Med. 2020. № 27(5). P. 327-328.

быстрее всего в цифровой среде.

В диссертационном исследовании изучается сетевое медиапространство и условия возникновения деструктивных явлений, вызванных инфодемией, влияющих на психологическое состояние общества. Медиа осваивают инструменты социального взаимодействия на платформах Интернет, обеспечивая максимальную доступность к информации любого вида; существуют в социальных сетях и мессенджерах – часто на нескольких платформах одновременно. С момента вспышки эпидемии социальные сети стали основным инструментом распространения информации об эпидемии, а информационные потребности аудитории в основном удовлетворяются сетевыми медиа.

В сегодняшнюю эпоху омнимедиа сетевое пространство стало центром распространения эпидемической информации, местом обсуждения эпидемических событий и отражением общественного мнения об эпидемии. Судя по закону распространения информации об эпидемии, общественность прошла путь от «информационного голода» в начале вспышки эпидемии к «информационному взрыву», а затем к «информационной перегрузке». Правда и слухи переплетаются в сетевом пространстве, что отрицательно сказывается на рациональном мышлении общественности, усугубляет перемены в позитивном настроении общественности и стимулирует массовое фанатичное и экстремальное поведение.

В разрешении чрезвычайной ситуации сетевые медиа стали выполнять функции распространения информации, социальной мобилизации и формирования общественного мнения и сыграли важную роль, а люди – выдвигать более высокие требования к профессионализму в производстве новостного контента в СМИ.

Все это требует разработки новых подходов к изучению медиапроцессов в постпандемийный период. Изучая опыт российских и китайских СМИ, эксперты в области теории практики массмедиа отмечают новые тренды в развитии цифровой информационной среды: 1) рост сегмента Smart TV; 2) разработка решений для нелинейного потребления телевизионного контента; 3) распространение

мобильных приложений; 4) гибридизация различных типов текстов.

Изменение концепции новостного производства в цифровой среде открыло новые возможности для освещения событий, что, в свою очередь, потребовало новых исследований ценностного содержания новостей.

Именно по этой причине разные страны по всему миру разработали методические рекомендации по управлению инфодемией 2019-nCoV. В частности, в России и в Китае уже введена уголовная ответственность за размещение в Интернет заведомо ложной информации о коронавирусе.

Предполагается рассматривать предмет в контексте других социальных фобий и «эпидемий», порождаемых медиа.

Объект исследования – сетевые медиа, видеоконтент и поликодовые тексты на информационных платформах – YouTube, Twitter, Tik Tok, Weibo, ВКонтакте и WeChat.

Предмет исследования – особенности сетевых медиа как фактора инфодемии, влияющего на деструктивные состояния аудитории.

Цель исследования – показать тенденции функционирования сетевых медиа как инструмента инфодемии в период освещения проблем пандемии в информационно-оценочном пространстве российских и китайских СМИ.

Задачи исследования:

- определить методологические подходы к определению понятия «инфодемия» и выявить признаки «информационной пандемии»;
- охарактеризовать природу слухов и дефицитов восприятия информации о пандемии и классифицировать основные характеристики российского контента слухов, фейков и провокаций, описать специфику контента с оценкой психологического воздействия текстов на аудиторию;
- проанализировать тональность общественного мнения об эпидемии в социальных сетях;
- проследить зависимость национальной политической стабильности от

количества и качества информационных потоков в условиях пандемии COVID-19;

– оценить степень доверия к сетевым медиа и правительству в контексте инфодемии;

– охарактеризовать динамику основной тематики постов и коротких видео в социальных медиа и социальных сетях.

Методы исследования: для классификации основных факторов функционирования сетевых медиа, вызывающих инфодемии, использовались факторный и структурно-функциональный анализ, методы системного и компаративного анализа. В ходе работы был также реализован междисциплинарный анализ, сочетающий классические методы политической психологии и политической журналистики для характеристики явления «инфодемии» как социально-политического явления. Использовался метод мониторинга СМИ за период с декабря 2019 г. по июнь 2023 г. и метод статистического анализа. Проанализированы публикации традиционных и сетевых медиа в период вспышки глобальной эпидемии COVID-19 (с декабря 2019 г. по июнь 2023 г.). Использовался принцип вероятностного отбора, случайная выборка. Основным условием данного отбора являлась доступность каждого из имеющихся компонентов генеральной совокупности объектов в пределах территориально-временных границ (Россия, Китай). Использовался также метод мониторинга СМИ за период с декабря 2019 г. по июнь 2023 г. и метод статистического анализа. Проанализированы публикации традиционных и Интернет-изданиях в период вспышки глобальной эпидемии COVID-19 (с декабря 2019 г. по июнь 2023 г.).

Автором проводился также опрос в интернете с 20 марта по 20 апреля 2024 г. среди групп студентов в указанных городах во время эпидемии COVID-19 в крупных городах Китая и России (включая Пекин, Гуанчжоу, Москву и Санкт-Петербург). Цель опроса – выявить оценку доверия к сетевым медиа и правительству в ракурсе инфодемии. Всего предложено 13 вопросов. Всего было получено 252 ответа китайских респондентов и 263 ответа русских, и в результате

анализа результатов общее количество достоверных анкет составило 488 ответов (240 ответов китайских и 248 ответов русских), что близко к 95%.

Эмпирической основой исследования послужили: СМИ и открытые сетевые порталы, такие как Телеграмм, ВКонтакте, ТАСС, Wechat, TikTok, Weibo, YouTube, газета «Жэньминь жибао» и т. д., а также документы, такие как общенациональные отчеты о социологических расследованиях, документы Всемирной организации здравоохранения и Организации Объединенных Наций об эпидемии коронавируса, национальные правительственные документы Китая и России.

Теоретико-методологической основой для данного исследования стали работы, изучающие такие понятия, как «инфодемия», «слухи», «ложные новости» и «дезинформация», «дезорганизация»⁵; работы Л.О. Алгави, Д.А. Аль-Ханаки, С.Г. Корконосенко, С.С., Бодруновой, К.Р., Нигматуллиной, Л.Г. Свитич, Н. Lasswell, W. Schramm и других авторов⁶, в которых обозначены особенности функционирования современных медиа; исследования О.А. Гринева, В.И. Дупленко, А.Р. Каспаров, G. Bock, M. Mahmood, S. Sharma, C.P. Furner, R. Zinko, Z. Zhu, B.K. Lee, W.N. Lee, D. Shenk, P. Sotoacosta, F. Molinacastillo, C. Lopeznicolas⁷, связанные с

⁵ Brown, Ё. Fake news and conceptual ethics // J. Ethics & Soc. Phil., 2019. 16. P. 144; Макурова, Д.А. Дезинформация в масс-медиа в эпоху пост-правды // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. – 2020. – Т. 17. – №2. – С. 65-69.

⁶ Алгави, Л.О., Аль-Ханаки, Д.А. Функции социальных медиа // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2012. – №3. – С. 56-62; Корконосенко, С.Г. Основы журналистской деятельности: учебник для вузов / С. Г. Корконосенко [и др.]; под ред. С.Г. Корконосенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Изд-во Юрайт, 2024. – 293 с; Ли, Инин. Функционирование «мы-медиа» в условиях инфодемии: проблемы безопасности // Региональная информатика (РИ-2020). XVII Санкт-Петербургская междунар. конф. «Региональная информатика (РИ-2020)». Материалы конференции. Часть 1. – СПб: СПОИСУ, 2020. – С. 262-264; Нигматуллина, К.Р., Чернова, Е.В. Триггеры тревожности в новостных публикациях: методология и подходы к изучению // Caucasian Science Bridge. – 2023. – Т. 6, вып. 3 (21). – С. 23-35; Свитич, Л.Г. Феномен журнализма: [монография] / Л.Г. Свитич; под ред. проф. Я.Н. Засурского. – М.: Факультет журналистики МГУ ИКАР, 2000. – 250 с; Lasswell, H.D. The structure and function of communication in society // The communication of ideas. 1948. 37(1). P. 136-139; Schramm, W. Mass communications, Second Edition. ed. Urbana. University of Illinois Press, 1960. 695 p.

⁷Гринева, О.А. Информационная перегрузка человека в информационном обществе // Миссия конфессий. – 2022. – №65. – С. 193-199; Дупленко, В.И., Каспаров, А.Р. Феномен «фейков о коронавирусе» в контексте информационной безопасности РФ / В.И. Дупленко, А.Р. Каспаров //

информационной перегрузкой, работы Т.В. Christie⁸, М. Metzger, А. Flanagin, Е. Nekmat⁹, S.S. Sundar¹⁰, А.Б. Купрейченко, Е.В. Шляховая¹¹, Ли Чжунчан¹², Ли Яньли¹³, Т.А. Рассадина¹⁴, Цзинь И¹⁵, предлагающие концепции доверия к СМИ; а также исследования И.В. Киреева¹⁶, Ф. Фукуяма¹⁷, V. Basolo, L.J. Steinberg, R.J.

Вестник Адыгейского гос. ун-та. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2020. – № 4 (269). – С. 96-103; Bock, G., Mahmood, M., Sharma, S. et al. The impact of information overload and contribution overload on continued usage of electronic knowledge repositories // *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*. 2010. 20(3). P. 257-278; Furner, C.P., Zinko, R., Zhu, Z. et al. Electronic word-of-mouth and information overload in an experiential service industry // *Journal of Service Theory and Practice*. 2016. 26(6). P. 788-810; Lee, B.K., Lee, W.N. The effect of information overload on consumer choice quality in an on-line environment // *Psychology & Marketing*. 2004. 21(3). P. 159-183; Shenk, D. Data smog: surviving the Info Glut // *Technology Review*. 1997. № 100(4). P. 18-26; Sotoacosta, P., Molinacastillo, F., Lopeznicolas, C. et al. The effect of information overload and disorganisation on intention to purchase online: the role of perceived risk and internet experience // *Online Information Review*. 2014. 38(4). P. 543-561.

⁸ Christie, T.V. The role of values in predicting talk radio listening: A model of value equivalence // *Journal of Radio Studies*. 2007. 14(1). P. 20-36.

⁹ Metzger, M., Flanagin, A., Nekmat, E. Comparative optimism in online credibility evaluation among parents and children // *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 2015. 59(3). P. 509-529.

¹⁰ Sundar, S.S. Exploring receivers' criteria for perception of print and online news // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 1999. 76(2). P. 373-386.

¹¹ Купрейченко, А.Б., Шляховая, Е.В. Доверие к информации как фактор доверия к электронным масс-медиа // *Психологическая наука и образование*. – 2012. – № 1. – С. 1-15; Купрейченко, А.Б. Шляховая, Е.В. Медиадверие как интегрированный социально-психологический феномен // *Знание. Понимание. Умение*. – 2013. – № 1. – С. 191-196.

¹² Ли, Чжунчан. Исследование о доверии к средствам массовой информации // *Журнал Сианьского университета архитектуры и технологии (издание по социальным наукам)*. – 2003. – № 1. – С. 59-61.

¹³ Ли, Яньли. Механизм влияния на формирование социального доверия среди пользователей Сети в эпоху социальных сетей // *Мир связей с общественностью*. – 2022. – № 7. – С. 71-73.

¹⁴ Рассадина, Т.А. Доверие к средствам массовой информации в условиях «общества риска» 150 (на примере российских провинциальных городов) // *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*. – 2012. – № 1 (21). – С. 61-70.

¹⁵ Цзинь, И. Анализ факторов, влияющих на доверие к китайским средствам массовой информации // *Международная пресса*. – 2006. – № 9. – С. 57-61.

¹⁶ Киреева, И.В. Доверие власти как социальная практика в российском обществе в условиях пандемии COVID-19 (по материалам социологического исследования) // *Современная наука и инновации*. – 2021. – № 4. – С. 218-226.

¹⁷ Фукуяма, Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. – М.: АСТ, 2004. – 732 с.

Burby¹⁸, N.A. Kamarulzaman, K.E. Lee, K.S. Siow, M.B. Mokhtar¹⁹, S.C. Whitfield, E.A. Rosa, A. Dan²⁰, Тан Жунчэн, Вэй Шуянь²¹, Сюй Бяо²², Сюн Мэйцзюань²³, Ян Цзяньюй²⁴, предлагающие концепции доверия к правительству.

Методологическую основу данного исследования также составили научные работы российских, китайских и зарубежных авторов в области массовой коммуникации, политической журналистики, политической психологии, выделенные в несколько проблемно-тематических блоков.

Первую группу составили официальные документы Правительства Китая и России, отражающие государственно-информационную политику в отношении пандемии и борьбы с ее последствиями²⁵, а также документы Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ)²⁶.

¹⁸ Basolo, V., Steinberg, L.J., Burby, R.J., et al. The effects of confidence in government and information on perceived and actual preparedness for disasters // *Environment & Behavior*. 2009. 41(3). P. 338-364.

¹⁹ Kamarulzaman, N.A., Lee, K.E., Siow, K.S., Mokhtar, M.B. Public benefit and risk perceptions of nanotechnology development: Psychological and sociological aspects // *Technology in Society*. 2020. 62. P. 101329.

²⁰ Whitfield, S.C., Rosa, E.A., Dan, A., et al. The future of nuclear power: Value orientations and risk perception // *Risk Analysis*. 2009. 29(3). P. 425-437.

²¹ Тан, Жунчэн, Вэй, Шуянь. Эпохальные черты, эволюционные тенденции и практические откровения китайского правительственного доверия в переходный период // *Журнал социалистической теории*. – 2016. – № 3. – С. 20-25.

²² Сюй, Бяо. Восстановление доверия к правительству после общественного кризиса // *Государственное управление в Китае*. – 2013. – № 2. – С. 31-35.

²³ Сюн, Мэйцзюань. Теоретический обзор исследований политического доверия // *Журнал государственного управления*. – 2010. – № 6. – С. 153-180.

²⁴ Ян, Цзяньюй. Исследование различий в уровне доверия к современному китайскому правительству. дисс. ... д. полит. н. – Цзинань: Шаньдунский ун-т, 2016. – 34 с.

²⁵ Муниципальная комиссия по здравоохранению и здравоохранению Ухани уведомила о ситуации с вирусной пневмонией неизвестной причины: все случаи лечились изолированно / [Электронный ресурс] URL: <http://news.haiwainet.cn/n/2020/0103/c3541083-31693764.html> (дата обращения: 01.03.2020); Одобрен проект Национального плана по предупреждению завоза и распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации // Правительство России / [Электронный ресурс] URL: <http://government.ru/info/39407/> (дата обращения: 31.01.2020).

²⁶ Novel Coronavirus (2019-nCoV): situation report, 10 // World Health Organization / [Электронный ресурс] URL: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/330775> (дата обращения: 13.02.2022); Novel Coronavirus (2019-nCoV): situation report, 13 // World Health Organization / [Электронный ресурс] URL: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/330778> (дата обращения: 22.01.2022); Борьба с

Вторую группу составили научные работы, отражающие процесс возникновения и распространения COVID-19²⁷. В работах предлагаются новые концепции западных и отечественных исследователей в отражении пандемии, анализируются психологическое состояние общества в условиях информационной эпидемии (инфодемии), спровоцированной распространением паники и фейковой информации в социальных медиа.

В третью группу вошли статьи, отражающие содержательную сторону публикаций о пандемии²⁸, дающие оценку участников коммуникационного процесса в период пандемии, социологические исследования о доверии к публикациям и видеоматериалам о пандемии на сетевых платформах²⁹. Специально изучены научные работы о доверии аудитории к СМИ³⁰, особенно в пандемический

инфодемией на фоне пандемии COVID-19: поощрение ответственного поведения и уменьшение пагубного воздействия ложных сведений и дезинформации // Всемирная Организация Здравоохранения / [Электронный ресурс] URL: <https://www.who.int/ru/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemicpromoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation> (дата обращения: 01.03.2023).

²⁷ Ци, Пэнчэн, Чжао, Лу. Анализ распространения слухов в эпоху новых медиа // Журнал журналистских исследований. – 2019. – № 15. – С. 88-89; Rothkopf, D.J. SARS Also Spurs an “Information Epidemic” // *Newsday*, 2003. P. 29; Zarocostas, J. How to fight an infodemic // *The Lancet*. 2020. 395(10225). P. 676.

²⁸ Пандемии COVID-19 // *Colloquium-journal*. – 2020. – № 8. – С. 78-79; Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J.G., Rand, D.G. Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention // *Psychology Science*. 2020. 31. P. 770-780.

²⁹ Аудитория интернета в России в 2020 году / [Электронный ресурс] URL: <https://mediascope.net/news/1250827/> (дата обращения: 12.01.2021); 47-й статистический отчет о развитии интернет-сети Китая. – Пекин: Информационный центр китайской интернет-сети. CNMIC / [Электронный ресурс] URL: http://www.cac.gov.cn/2021-02/03/c_1613923423079314.htm (дата обращения: 03.02.2023).

³⁰ Купрейченко, А.Б. Шляховая, Е.В. Медиадоверие как интегрированный социально-психологический феномен // *Знание. Понимание. Умение*. – 2013. – № 1. – С. 191-196; Купрейченко, А.Б., Шляховая, Е.В. Доверие к информации как фактор доверия к электронным масс-медиа // *Психологическая наука и образование*. – 2012. – № 1. – С. 1-15; Ли, Чжунчан. Исследование о доверии к средствам массовой информации // *Журнал Сианьского ун-та архитектуры и технологии (издание по социальным наукам)*. – 2003. – № 1. – С. 59-61; Рассадина, Т.А. Доверие к средствам массовой информации в условиях «общества риска» 150 (на примере российских провинциальных городов) // *Изв. высших учеб. заведений. Поволжский регион. Общественные науки*. – 2012. – № 1 (21). – С. 61-70.

период³¹. Особую группу составляют работы исследователей в области сетевых медиа и цифровизации медиaprостранства³² и научные труды, связанные с когнитивным моделированием и системным анализом как инструментом исследования структуры, функций и свойств аспектов СМИ в целом и ее компонентах³³.

Базовыми для исследования стали работы китайских ученых, ориентированные на изучение практики журналистики по освещению пандемии³⁴, а также зарубежных авторов, поднимающих вопрос о соотношении новых и старых форм предъявления аудитории информации³⁵. Приняты во внимание работы о

³¹ Ли, Яньли. Механизм влияния на формирование социального доверия среди пользователей Сети в эпоху социальных сетей // Мир связей с общественностью. – 2022. – № 7. – С. 71-73; Чжан, Хунчжун, Ду, Хуана, Ван, Руй. Доверие к СМИ: влияние частных веб-сайтов на государственное телевидение в контексте Китая // Журнал азиатско-тихоокеанских коммуникаций. – 2019. – № 29(2). – С.188-210; Orso, D., Federici, N., Copetti, R., Vetrugno, L., Bove, T. Infodemic and the spread of fake news in the COVID-19-era // Eur. J Emerg Med. 2020, 27(5). P. 327-328.

³² Мельник, Г.С. Стратегии новых медиа в цифровой среде и журналистское образование // Феноменология современных медиасистем и медиатекстов: Матер. междунар. научн.-практ. конференции, 16-17 ноября 2018 года. / отв. ред. С.В. Олейников. Тирасполь: Приднестров. гос. ун-т, – 2019. – С. 93-101; Melnik G.S., Teplyashina A.N. The impact of digitalization of network space on journalism education // Education Media (Mediaobrazovanie). 2019. 59(1). P. 86-92; Melnik, G., Pantserev, K. Digitalization of the Communication Environment as an Incentive for Innovation in Media Education // Media Education (Mediaobrazovanie), 2020. 60(2), P. 290-297.

³³ Исина, Г.И., Аратаева, А.Т. Когнитивные механизмы функционирования медиадискурса // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2017. – № 1-2. – С. 357-360; Суходолов, А.П. Модели системы СМИ для поддержки принятия решений / А.П. Суходолов, В.А. Маренко. – Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2021. – 111 с.

³⁴ Ни, Чао. Исследование характеристик распространения и управления ключевыми моментами интернет-слухов в период эпидемии // Образование в области общественной безопасности. – 2021. – № 3. – С. 41-44; Пань, Вэньхао, Ли, Цзиньцин, Хэ, Бикай. Анализ эмоций пользователей Интернета и психологической динамики в чрезвычайных ситуациях в области общественного здравоохранения – на примере «Новой коронарной пневмонии» // Медиа наблюдение. – 2020. – № 7. – С. 10-15.

³⁵ Распространение информации об эпидемиях и управление ими в эпоху интеграции средств массовой информации // People's Daily Online / [Электронный ресурс] URL: <http://yuqing.people.com.cn/n1/2020/0323/c209043-31644615.html> (дата обращения: 23.03.2023); Xie, B., He, D., Mercer, T. et al. Global health crises are also information crises: A call to action // Journal of the Association for Information Science and Technology. 2020. 71(12). P. 1419-1423.

будущем российской и в целом мировой медиаиндустрии³⁶.

Не обойдены вниманием работы, направленные на сохранение объективности информации и фактчекинг (проверку данных)³⁷.

Большую группу исследований представляют статьи, рассматривающие COVID-19 как кризис общественного здравоохранения и политических коммуникаций, а инфодемию как новый вызов общественному здравоохранению, поднимающие проблему управления инфодемией и информационной перегрузкой³⁸.

Глобальные кризисы в области здравоохранения рассматриваются авторами статей как информационные кризисы³⁹.

В большой группе психологических исследований рассматриваются проблемы страха и слухов, подпитывающих беспрецедентную «инфодемию»⁴⁰;

³⁶ Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / под общ. ред. В.В. Григорьева. – М.: Мин-во цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, 2021; Digital 2020: Global digital overview / [Электронный ресурс] URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview> (дата обращения: 15.05.2020).

³⁷ López-García, X., Costa-Sánchez, C.; Vizoso, Á. Journalistic fact-checking of information in pandemic: Stakeholders, hoaxes, and strategies to fight disinformation during the COVID-19 crisis in Spain // *Int. J. Environ. Res. Public Health*. 2021. 18. P. 1227; Moreno-Gil, V.; Ramon-Vegas, X., Mauri-Ríos, M. Bringing journalism back to its roots: Examining fact-checking practices, methods, and challenges in the Mediterranean context // *Prof. Inf.* 2022. 31, e310215.

³⁸ Briand, S.C, Cinelli, M., Nguyen, T. et al. Infodemics: A new challenge for public health // *Cell*. 2021. 184(25). P. 6010-6014.; Ellwart, T., Happ, C., Gurtner, A. et al. Managing information overload in virtual teams: Effects of a structured online team adaptation on cognition and performance // *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 2015. 24(5). P. 812-826; Mooney, P., Juhász, L. Mapping COVID-19: How web-based maps contribute to the infodemic // *Dialogues in Human Geography*. 2020. 10(2). P. 265-270.

³⁹ Capaldo, G.Z. *The Global Community Yearbook of International Law and Jurisprudence 2019*. Oxford University Press, 2020, 341 p; Xie, B., He, D., Mercer, T. et al. Global health crises are also information crises: A call to action // *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 2020. 71(12). P. 1419-1423.

⁴⁰ Дейнека, О.С., Мельник, Г.С., Духанина, Л.Н, Максименко, А.А. Психологическое состояние общества в условиях инфодемии // *Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования: сборник статей VI Международной научно-практической конференции / отв. ред. Г.Г. Гуляев. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – С. 202-206; Rothkopf, D.K. When the buzz bites back // *The Washington Post* / [Электронный ресурс]. URL: <https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/2003/05/11/when-the-buzz-bites-back/bc8cd84f-cab6-4648-bf58-0277261af6cd/> (дата обращения: 15.09.2022).*

рассматривается информационное воздействие сетевых медиа на психологическую реакцию на пандемию COVID-19 и онлайн-полученные знания⁴¹. Огромное количество статей посвящено борьбе с инфодемией на фоне пандемии COVID-19, в них поощряется ответственное поведение и способы уменьшения пагубного воздействия ложных сведений и дезинформации⁴². Ряд работ посвящен непосредственно анализу взаимодействия сетевых площадок с аудиторией в период эпидемии коронавируса, подчеркивается важность ответной реакции аудитории на структуру сообщения, источники, а также анализ способов социальной поддержки в информировании для улучшения восприятия достоверности медицинской информации⁴³. Несколько научных статей отражали критический момент, «который

⁴¹ Хроники пандемии: влияние социальных сетей на психологическое состояние населения / [Электронный ресурс] URL: https://lahtaclinic.ru/uptodate/social_networks_and_psychological_state/ (дата обращения: 06.10.2023); Garfin, D.R., Silver, R.C., Holman, E.A. The novel coronavirus (COVID-2019) outbreak: Amplification of public health consequences by media exposure // Health psychology. 2020. 39(5). P. 355.

⁴² Борьба с инфодемией вместе // Всемирная Организация Здравоохранения / [Электронный ресурс] URL: <https://www.euro.who.int/ru/health-topics/Health-systems/digital-health/news/news/2020/6/working-together-to-tackle-the-infodemic> (дата обращения: 29.06.2022); Борьба с инфодемией на фоне пандемии COVID-19: поощрение ответственного поведения и уменьшение пагубного воздействия ложных сведений и дезинформации // Всемирная Организация Здравоохранения / [Электронный ресурс] URL: <https://www.who.int/ru/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation> (дата обращения: 01.03.2023); Борьба с фейковыми новостями о коронавирусе // Новостной портал БГПУ им. М. Акмуллы / [Электронный ресурс] URL: <https://bspu.ru/news/11273> (дата обращения: 03.02.2023).

⁴³ Ли, Сяоцин. Изучение источников информации, доверия к СМИ, а также предотвращение и контроль чрезвычайных ситуаций в области общественного здравоохранения – на примере новой эпидемии коронарной пневмонии // Книги и информация. – 2020. – № 2. – С.19-24; Ли, И. Проблемы сетевой информационно-психологической безопасности и меры противодействия угрозам в условиях эпидемии COVID-19 // Информационная безопасность регионов России (ИБРР-2021): Материалы XII Санкт-Петербургской межрегиональной конференции. – Санкт-Петербург: Региональная общественная организация «Санкт-Петербургское Общество информатики, вычислительной техники, систем связи и управления», 2021. – С. 301-303; Архипова, А.С. Пути российской инфодемии: от WhatsApp до Следственного комитета / А. С. Архипова [и др.] // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены / под общ. ред. С.Г. Давыдова. – 2020. – С. 231-265; Borah, P., Xiao, X. The importance of ‘likes’: The interplay of message framing, source, and social endorsement on credibility perceptions of health information on Facebook // Journal of health communication. 2018. 23(4). P. 399-411.

усилил угрозы журналистике, которые уже существовали. Но пандемия также показала сохраняющуюся важность журналистики, поскольку новостные организации предоставляли аудитории жизненно важную информацию и способствовали сплочению и солидарности⁴⁴. Специальный выпуск отражает богатое глобальное разнообразие реакций и опыта журналистики на пандемию коронавируса. Особое внимание уделено результатам аналитических исследований, освещающих работу СМИ Китая и России с аудиторией в период пандемии⁴⁵.

Анализ медийных материалов проводится в русле политических исследований и базируются на работах таких авторов, как И.А. Быков, Лай Линчжи, Е.Г. Кулагина, С.Б. Никонов, Л.В. Сморгун, О.А. Игнатьева, Н.С. Лабуш, А.С. Пую⁴⁶ и др.

Научная новизна. Исследование и анализ влияния сетевых медиа на распространение дезинформации и формирование инфодемии помогают понять, как информация в сетевых медиа влияет на мнения и поведение людей, а также на

⁴⁴ Karin, Wahl-Jorgensen, Thorsten, Quandt. Introduction: Global Perspectives on Journalism and the Coronavirus Pandemic // *Journalism Studies*. 2022. 23:5-6. P. 545-550.

⁴⁵ Лю, Сяожун, Сунь, Цзини. Сравнительное исследование сообщений «COVID-19» и «SARS» в «Жэньминь жибао» // *Исследование новостей*. – 2021. – № (02). – С. 93-95; Лю, Цзыюнь. Глобальная коммуникация в контексте COVID-19 // *Распространение новостей*. 2021. (05):116-118; Лю, Цзыюнь. Глобальная коммуникация в контексте COVID-19 // *Распространение новостей*. – 2021. – № 05. – С. 116-118; ТАСС: «Код здоровья» – зеленый? Ухань после двух месяцев карантина / [Электронный ресурс] – URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8053221> (дата обращения: 23.03.2023); ТАСС: «Помочь сможет только Китай». Коронавирус поставил под вопрос европейскую солидарность / [Электронный ресурс] – URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8014475> (дата обращения: 19.03.2020); Цуй, Найвен. Размышления и просвещение о конструктивных сообщениях об эпидемии COVID-19 в Великобритании и США // *Китайские журналисты*. – 2021. – № 03. – С. 38-40.

⁴⁶ Быков, И.А., Лай, Л. К вопросу о развитии коммуникативных специальностей в Китае и России // *Российская школа связей с общественностью. Альманах*. – 2023. – № 31. – С.77-95; Кулагина, Е.Г., Никонов, С.Б. Ноополитика и интернет-СМИ: информационное противостояние в сетевом пространстве. – Курск: Университет. книга., 2020. – 260 с; Сморгун, Л.В., Быков, И.А., Игнатьева, О.А. и др. Структура суждений на цифровых платформах в процессе коммуникации граждан и органов государственной власти // *Аутсорсинг политических суждений: проблемы коммуникации на цифровых платформах*. – М.: Полит. энциклопедия., 2021. – С. 214-263; Labush, N.S., Nikonov, S.B., Puju, A.S., Baichik, A.V., Kurysheva, Y.V. Meditization of the political process. The nature and condition of manifestation // *Man in India*. 2017. 97(07). P.143-153.

общественное доверие к медиа, что может иметь важное практическое значение для общества, помогая бороться с инфодемией и сохранять информационную безопасность. В работе вводится в научный оборот большое количество новых эмпирических данных.

Теоретическая значимость диссертационной работы заключается в разработке важной для теории и практики журналистики и массовой коммуникации проблемы определения походов к освещению пандемии в массмедиа.

Практическая ценность диссертационной работы заключается в возможности применения результатов, выводов и рекомендаций исследования в медийной практике, а также в учебном процессе, таких курсах лекций и практических занятий, как «Теория и практика массмедиа» и «Основы творческой деятельности журналиста».

Апробация результатов исследования. По теме данной диссертации было опубликовано 18 статей, в том числе 6 статей в периодических изданиях, рекомендованных ВАК. Среди этого списка 1 статья в изданиях, которые входят в Web of Science.

Список публикаций (ВАК и Web of Science):

1. The phenomenon of political trust in virtual communities (based on the materials of Chinese social networks during the Covid-19 pandemic) // *Communicologiya*. 2023. 11(4). P. 13-24. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-13-24. **ВАК**.
2. Динамика изменений психосоциальных характеристик потребителей сетевых медиа под воздействием официальной информации и слухов о COVID-19 // *Litera*. 2024. № 2. С. 36-44. **ВАК**.
3. The Construction of the Network Media as an Ideal model of Public Information Dissemination During the Epidemic of Novel Coronavirus Pneumonia // *Media Education (Mediaobrazovanie)*. 2023. 19(2). P. 337-342. **Web of Science**.
4. Особенности распространения фейков о вакцине от COVID-19 в китайских

- сетевых медиа // Меди@льманах. 2024. № 2 (121). С. 94-101. **ВАК.**
5. Ценность сетевых медиа как источника информации об эпидемии COVID-19 // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17. № 4. С. 157–164. **ВАК.**
 6. Короткое видео как источник инфодемии в условиях эпидемии COVID-19 // Вестник Воронежского гос. ун-та. Серия Филология. Журналистика. 2022. № 3. С. 122-124. **ВАК.**

Структура работы. Диссертационное исследование состоит из Введения, трех глав, восьми разделов, Заключения, Литературы и Приложения. Первая глава посвящена теоретическим подходам к определению понятий «инфодемия», «слухи», «ложные новости» и «дезинформация», «дезорганизация». В этой главе изучены механизмы генерации, распространения угрозы инфодемии в условиях эпидемии COVID-19, а также ее влияние на функционирование сетевых медиа.

Во второй главе изучены коммуникационные, социальные, пропагандистские, политические аспекты инфодемии и рассмотрены вызовы, связанные с экологией глобальной системы новостной коммуникации в будущем.

В третьей главе анализируется процесс взаимодействия государства и населения при распространении сетевой информации в период эпидемии COVID-19, определяется среди китайских и российских студентов степень доверия к сетевым медиа и правительству в период эпидемии COVID-19, и даются рекомендации по управлению сетевыми инфодемиями в сочетании с реальной ситуацией.

Основные научные результаты.

1. Влияние инфодемии в сетевых медиа на аудиторию⁴⁷.

⁴⁷ Ли, И. «Пандемия» дезинформации в СМИ о COVID-19 // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. – 2021. – Т. 1. – № 1. – С. 64-73; Ли, И. Инфодемия как среда формирования в медиапространстве фейков о коронавирусе // Региональные СМИ: пути взаимодействия: Материалы Всероссийской научно-

2. Вызовы массовой коммуникации для сетевых медиа⁴⁸ и правительств⁴⁹ в условиях инфодемии.
3. В условиях вакциной войны распространение фейков о вакцине против COVID-19 в сетевых медиа привело к тому, что аудитория по-разному воспринимает ложную информацию⁵⁰.
4. Двусторонние процессы изучения коммуникации между общественностью и правительством в сетевых медиа⁵¹.
5. Разработка актуальных проблем, вызванных инфодемией, в коммуникации массмедиа в условиях эпидемией коронавируса⁵².

практической конференции, Чита, 16 декабря 2021 г. – Чита: Забайкальский гос. ун-т, 2021. – С. 13-16.

⁴⁸ Ли, И. Вызовы и исследование глобальной массовой коммуникации в условиях эпидемии COVID-19 // Медиа-технологии в условиях изменяющегося мира: тренды, проблемы, прогнозы: сборник трудов / Министерство науки и высшего образования российской федерации; федеральное государственное автономное образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2021. – С. 162-165; Ли, И. Инфодемия в условиях пандемии COVID-19 как современный социально-гуманитарный вызов // Медиа в современном мире. 60-е Петербургские чтения: сборник материалов 60-го Международного научного форума. В 2 т., Санкт-Петербург, 30 июня – 02 2021 года. Том 1. – Санкт-Петербург: ООО «Медиапапир». – 2021. – С. 185-186.

⁴⁹ Li, Y. The Construction of the Network Media as an Ideal model of Public Information Dissemination During the Epidemic of Novel Coronavirus Pneumonia // Media Education (Mediaobrazovanie). 2023. 19(2). P. 337-342.

⁵⁰ Ли, И. Особенности распространения фейков о вакцине от COVID-19 в китайских сетевых медиа // Меди@льманах. 2024. № 2 (121). С. 94-101.

⁵¹ Ли, И. Динамика изменений психосоциальных характеристик потребителей сетевых медиа под воздействием официальной информации и слухов о COVID-19 // Litera. – 2024. – № 2. – С. 36-44; Ли, И. Механизмы распространения сетевой информации между правительством и общественностью во время пандемии COVID-19 // Язык. Коммуникация. Общество. 2024. № 1 (5). С. 37-42; Li, Y. The phenomenon of political trust in virtual communities (based on the materials of Chinese social networks during the Covid-19 pandemic) // Communicologiya. 2023. 11(4). P. 13-24.

⁵² Ли, И. Проблемы сетевой безопасности личной информации в условиях профилактики и борьбы с эпидемией COVID-19 // Региональная информатика (РИ-2022): Юбилейная XVIII Санкт-Петербургская международная конференция. Материалы конференции, Санкт-Петербург, 26–28 октября 2022 года. – Санкт-Петербург: Региональная общественная организация «Санкт-Петербургское Общество информатики, вычислительной техники, систем связи и управления», 2022. – С. 377-379; Ли, И. Проблемы сетевой информационно-психологической безопасности и меры противодействия угрозам в условиях эпидемии COVID-19 // Информационная безопасность регионов России (ИБРР-2021): Материалы XII Санкт-Петербургской межрегиональной конференции. – Санкт-Петербург: Региональная общественная организация

6. Анализ особенностей функционирования и вызовы сетевых медиа⁵³, таких как мы-медиа⁵⁴, в контексте инфодемии во время эпидемии COVID-19.
7. Стратегии управления сетевыми медиа в условиях инфодемии⁵⁵.
8. Анализа фейковых новостей о эпидемии новой коронавирусной, широко распространяющихся в коротких видеороликах, которые являются современными популярными сетевыми медиа⁵⁶.

Положения, выносимые на защиту

1. Инфодемия – в контексте конкретных чрезвычайных ситуаций, – это переизбыток правдивой и ложной информации, из-за которого людям трудно найти заслуживающие доверия источники и надежные инструкции и руководства в период ЧС, когда они в нем нуждаются. Инфодемия имеет два

«Санкт-Петербургское Общество информатики, вычислительной техники, систем связи и управления», 2021. – С. 301-303.

⁵³ Ли, И. Сетевые медиа в инфодемии: особенности функционирования и вызовы // Журналистика и медиакommunikации: современные тренды: материалы Международной научно-практической конференции, г. Тирасполь, 27 октября 2023 г. / ответственные редакторы: С.Л. Распопова, С.В. Олейников. – Тирасполь: Изд-во Приднестр. ун-та, 2024. С. 123-128; Ли, И. Ценность сетевых медиа как источника информации об эпидемии COVID-19 // Гуманитарный вектор. – 2022. – Т. 17. – № 4. – С. 157–164.

⁵⁴ Ли, И. Мы-Медиа меняют человеческую жизнь // Коммуникации в эпоху цифровых изменений: Сборник материалов IV Междунар. научн.-практ. конференции, Париж – Санкт-Петербург: L'Harmattan, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – С. 116-119; Ли, И. Функционирование «мы-медиа» в условиях инфодемии: проблемы безопасности // Региональная информатика (РИ-2020). XVII Санкт-Петербургская междунар. конф. «Региональная информатика (РИ-2020)». Материалы конференции. Часть 1. – СПб: СПОИСУ, 2020. – С. 262-264.

⁵⁵ Ли, И. Новые медиа как важная движущая сила цифровой трансформации // Региональная журналистика: культурные коды, пространство смыслов, полиэтничный дискурс: Материалы I Всероссийской конференции, Ростов-на-Дону, 10–12 ноября 2022 года / отв. ред. А.Г. Беспалова, К.Р. Нигматуллина, Е.В. Ширина. – Ростов-на-Дону - Таганрог: Южный федеральный университет. – 2022. – С. 138-141; Ли, И. Стратегические коммуникации в условиях эпидемии коронавируса // Коммуникации в эпоху цифровых изменений: Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции, Париж – Санкт-Петербург: L'Harmattan, Санкт-Петербургский государственный экономический университет. – 2020. – С. 308-311.

⁵⁶ Ли, И. Короткое видео как источник инфодемии в условиях эпидемии COVID-19 // Вестник Воронежского гос. ун-та. Серия Филология. Журналистика. – 2022. – № 3. – С. 122-124.

основных элемента – информацию и эпидемию, связь между которыми причинно-следственная.

2. Механизм генерации инфодемии на сетевых медиа позволяет выделить следующие аспекты: во-первых, общественные эмоции являются основой для возникновения инфодемии; во-вторых, социализация сетевых медиа создала коммуникационную среду для распространения инфодемии; в-третьих, несовершенные законы и правила по контролю инфодемией.
3. Проблема сетевой информационной безопасности является наиболее актуальной проблемой инфодемии в сетевом пространстве и включает в себя следующие аспекты: А) клевета в интернете; Б) электронные атаки с использованием сетевых вирусов; В) интернет-травля; Г) инциденты информационной безопасности в дистанционном образовании; Д) проблемы сетевой безопасности личной информации; Е) появление страхов, повышенной тревожности и усиление стрессовых реакций людей мире, охваченном эпидемией коронавируса; Ж) рост влияния процесса информатизации на переживания тревожного состояния.
4. В условиях инфодемии сетевые медиа выполняют коммуникационную, социологическую, пропагандистскую и политическую функции в разрешении чрезвычайной ситуации (ЧС).
5. Важнейшие вызовы для сетевых медиа на фоне инфодемии: А) генерализация субъектов распространения информации затрудняет различие между истинным и ложным содержанием; Б) недостаточный запас научных профессиональных знаний медиа ограничивает глубину освещения новостей; В) иррациональное поведение аудитории в научной коммуникации ускоряет распространение слухов.
6. В период эпидемии COVID-19 журналистика является посредником взаимодействия государства и общественности. Процесс взаимодействия представляет собой процесс, основанный на информационном «контроле» и

«антиконтроле». Форма «антиконтроля» также проявляется в конфронтационном дискурсе виртуального сообщества, состоящего из пользователей Сети, отражается не только в сомнениях в отношении уровня услуг общественного здравоохранения и эффективности реагирования на кризисные ситуации, но и в критике характера государственных служащих.

7. Предполагаем, что доверие к СМИ у китайских и российских студентов одинаково, с предпочтением политических источников, затем новостных и социальных сетей, а также доверие к правительству и восприятие риска заражения примерно одинаковы.
8. В условиях инфодемии возрождение доверия пользователей Сети к СМИ и правительству требует совместных усилий правительства, народа и СМИ.

Глава 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ «ИНФОДЕМИИ» В МАССМЕДИА

Глобальная вспышка эпидемии COVID-19 в начале 2020 г. имеет эпохальное значение. Появление нового коронавируса и глобальная пандемия изменили мировой порядок. Конечно, никто не может точно сказать, какую новую эру и какой новый порядок мы установим. Поэтому в этой эпохальной эпидемии люди должны победить в двух совершенно новых войнах: с одной стороны, – пандемия COVID-19 в реальном мире, с другой стороны, – война под названием «инфодемия» в сетевом пространстве.

1.1 Методологические подходы к определению понятия «инфодемия» применительно к массмедиа

Хотя термин «инфодемия» стал популярным во многих словарях во всем мире, он также получил распространение и стал основой горячей темы как в научных кругах, так и в политической сфере. Феномен инфодемии исследуется специалистами в области гуманитарных наук, такими как философы⁵⁷, психологи⁵⁸,

⁵⁷ Новицкая, Т.Е. Проблема дезинфодемии в контексте медиатизации глобальной пандемии COVID-19 // *Философия и вызовы современности*. – 2021. – № 3. – С. 83-86.

⁵⁸ Дейнека, О.С., Максименко, А.А. Оценка психологического состояния общества в условиях инфодемии посредством анализа социальных сетей: обзор зарубежных публикаций // *Общество. Среда. Развитие*. – 2020. – № 2 (55). – С. 28-39; Михеев, Е.А., Нестик, Т.А. Психологические механизмы инфодемии и отношение личности к дезинформации о COVID-19 в социальных сетях // *Институт психологии Российской академии наук*. 2021. – № 1 (21) – С. 37-64.

социологи⁵⁹, политологи⁶⁰ и юристы⁶¹. Лингвисты анализируют причины возникновения инфодемии, ее проявления в различных формах коммуникации, уровень доверия коммуникантов к различным источникам информации, лингвистические критерии определения ложной информации, выявляют опасные сюжеты и тексты с медицинской и юридической точек зрения, а также оценивают воздействие инфодемии на современную журналистику.

В англоязычной Википедии слово «инфодемия» объясняется так: «инфодемия – это быстрое и далеко идущее распространение как точной, так и неточной информации по определенным вопросам»⁶². Инфодемия представляет собой сочетание информации и эпидемии и используется в качестве метафоры для описания того, как дезинформация может распространяться от человека к человеку, как вирус, и поражать людей, как болезнь⁶³.

В Китае, где впервые разразилась эпидемия нового коронавируса, в основном используются следующие переводы «infodemic»: во-первых, «информационная эпидемия», выражение, которое чаще всего встречается в китайских СМИ, во-вторых, «информационная чума», словосочетание, которое появляется в заморской версии «Жэньминь Жибао» на русский язык «infodemic» переводится как

⁵⁹ Першуткин, С.Н. Конституционная социология в условиях инфодемии: возможности и новые задачи // Социология и общество: традиции и инновации в социальном развитии регионов: Сборник докладов VI Всероссийского социологического конгресса, Тюмень, 14–16 октября 2020 года / отв. ред. В.А. Мансуров. – Тюмень: Российское общество социологов, 2020. – С. 1756-1767.

⁶⁰ Плотичкина, Н.В. Публичная политика управления инфодемией COVID-19 // Общество: политика, экономика, право. 2021. – № 2 (91). – С. 12-16.

⁶¹ Акимов, А.А., Полищук, С.В., Григорьев, С.М. Формирование правосознания молодых специалистов оборонно-промышленного комплекса в период инфодемии // Человеческий капитал. – 2020. – № 9 (141). – С. 224-231; Совик, Ю.И. «Фейк-ньюс» и свобода слова в условиях кризиса общественного здравоохранения: уроки «инфодемии» // Юридический ми. – 2021. – № 3. – С. 33-39.

⁶² Novel Coronavirus (2019-nCoV): situation report, 13 // World Health Organization / [Электронный ресурс] URL: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/330778> (дата обращения: 22.01.2020); Mooney P., Juhász. L. Mapping COVID-19: How web-based maps contribute to the infodemic // Dialogues in Human Geography. 2020. 10(2). P. 265-270.

⁶³ Simon, F.M., Camargo, C.Q. Autopsy of a metaphor: The origins, use and blind spots of the “infodemic” // New Media & Society, 2021. p. 14614448211031908.

инфодемия («информационная эпидемия») или «информационная пандемия» соответственно. Последнее является наиболее частотным переводом в российских СМИ. Судя по всему, оба выражения являются дословными переводами. Эксперты и ученые, имеющие опыт в области медицины и общественного здравоохранения, обычно предпочитают использовать переводы, в основе которых лежит название заболевания. Однако значение слова «инфодемия» проистекает от синтетического английского динамического существительного, которое содержит два значения: 1) информация – причина, 2) возникновение эпидемий – результат, поэтому инфодемия является описанием логического прогрессирующего процесса, а именно от причины к результату.

Впервые термин был предложен экспертом по коммуникациям в области здравоохранения и кризисов Дэвидом Роткопфом еще в 2003 г. Он дал такое определение инфодемии: «несколько фактов, смешанных со страхом, спекуляциями и слухами, быстро распространяемых и распространяемых по всему миру с помощью современных информационных технологий, повлияли на национальную и международную экономику, политику и даже безопасность способами, совершенно несоразмерными с коренными реалиями»⁶⁴. Первоначально Роткопф предложил эту теоретическую концепцию в ответ на распространение слухов по всему миру во время вспышки SARS в 2003 г. Это понятие имеет двойное значение: во-первых, инфодемия проистекает из перегруженного распространения информации, связанной с медицинскими эпидемиями; во-вторых, это само перегруженное распространение приобретает свойство заразительности. В то же время, это понятие подразумевает вирусные характеристики новых медиа. Когда информация широко распространяется в Интернете, можно сказать, что

⁶⁴ Rothkopf, D.K. When the buzz bites back // The Washington Post / [Электронный ресурс]. URL: <https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/2003/05/11/when-the-buzz-bites-back/bc8cd84f-cab6-4648-bf58-0277261af6cd/> (дата обращения: 15.09.2022); Rothkopf, D.J. SARS Also Spurs an “Information Epidemic” // *Newsday*, 2003. P. 29; Rothkopf, D.J. SARS, fear, rumors feed unprecedented “infodemic” // *The Record*, 2003. P. 1.

информация является вирусом, который распространяется с большой скоростью и чрезвычайно трудно поддается контролю. Вспышка инфодемии одновременно с вспышкой эпидемии COVID-19 в медицинском смысле нанесут обществу двойной вред.

Некоторые ученые отметили, что, хотя SARS, в том числе ближневосточный респираторный синдром и вирус Зика, вызвали глобальную панику, хотя серьезной вспышки инфодемии не было, теперь развитие социальных сетей усугубило опасения людей по поводу эпидемии. Поэтому в настоящее время наблюдается бурная вспышка инфодемии. Использование термина «инфодемия» быстро увеличилось во время пандемии COVID-19. Всемирная Организация Здравоохранения определила инфодемию как избыток информации – частью точной, а частью неточной, из-за чего людям трудно найти заслуживающие доверия источники и надежные рекомендации, когда они им нужны⁶⁵. Впоследствии 13 февраля 2020 г. ВОЗ провёл инновационное исследовательское совещание по эпидемии COVID-19, и эпидемия стала новым термином, на котором сосредоточилось внимание на совещании. Инфодемия характеризуется переизбытком информации, особенно ложной и вводящей в заблуждение⁶⁶. Связанный с этим термин «дезинфодемия» (относящийся к кампаниям по дезинформации о COVID-19) использовался ЮНЕСКО⁶⁷. К тому времени, когда Журнал медицинских интернет-исследований опубликовал свой выпуск за июнь 2020 г., в котором описывалась структура ВОЗ для борьбы с инфодемией, связанной с эпидемией COVID-19, Всемирная организация здравоохранения и учреждения общественного здравоохранения признали инфодемиологию «развивающейся научной областью», которая критически осмысливает безграничный

⁶⁵ Novel Coronavirus (2019-nCoV): situation report, 13 // World Health Organization / [Электронный ресурс] URL: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/330778> (дата обращения: 22.01.2020).

⁶⁶ Zarocostas, J. How to fight an infodemic // The Lancet. 2020. 395(10225). P. 676.

⁶⁷ Capaldo, G.Z. The Global Community Yearbook of International Law and Jurisprudence 2019. Oxford University Press, 2020, 341 p.

информационный поток во время эпидемии COVID-19⁶⁸. Специалист в области управления Эйзенбах описал «инфодемиологию» как изучение «детерминант и распространения медицинской информации и дезинформации»⁶⁹.

Как упоминалось ранее, слово «инфодемии» представляет собой сочетание двух составляющих понятия – «информация» и «эпидемия». Это динамическое существительное включает в себя причинно-следственные связи, что было предложено Роткопф, экспертом в области общественного здравоохранения, и в последнее время этому понятию особое внимание уделяется ВОЗ. Таким образом, под инфодемией в основном подразумевают эпидемию, то есть процесс ее обострения, вызванный избытком информации. Это «трансграничное» понятие коммуникации, психологии и общественного здравоохранения.

Информация в термине инфодемии включает два аспекта: достоверная и ложная информация. Правдивая информация включает в себя как достоверные новости, такие как официальные или экспертные рекомендации по профилактике заболеваний и т. д., так и тревожные реальные новости, такие как передача вируса от человека к человеку и всплеск числа подтвержденных случаев.

Часть ложной информации в основном состоит из слухов, фейковых новостей и дезинформации. Из-за инертности человеческого мышления, недопонимания людьми сущности явления, всё ещё не хватает четкой коннотации феномена, поэтому инфодемия легко ассоциируется со слухами, фейковыми новостями, дезинформацией, что является общим недостатком восприятия. Более того, в эпоху социальных сетей границы между фейковыми новостями, дезинформацией и слухами становятся все более размытыми⁷⁰.

⁶⁸ Eysenbach, G. How to fight an infodemic: the four pillars of infodemic management // *Journal of medical Internet research*. 2020. 22(6). P. 21820.

⁶⁹ Eysenbach, G. Infodemiology: The epidemiology of (mis) information // *The American journal of medicine*. 2002. 113(9). P. 763-765.

⁷⁰ Пром, Н.А. Медиафакт: между достоверностью и вымыслом // *Знак: проблемное поле медиапотребления*. – 2018. – № 4. – С. 47-53; Apostol, Nikoleta-Elena. From The Fake news crisis to

Это требует от нас дальнейшего уточнения соотношения между инфодемией и упомянутыми выше понятиями, которые легко с ней спутать.

Инфодемия и слух. По сравнению с инфодемией, начавшейся в 2003 г., понятие «слухи» относительно старое, которое практически сопровождает человеческое общество и шагает вместе с ним. Под слухами понимаются выступления, не имеющие соответствующей фактической основы, но сфабрикованные и продвигаемые определенными средствами. Исходя из того, что аудитория не является явно или косвенно фиктивной, сфабрикованные и распространяемые утверждения, отличные от фактов или даже противоречащие действительности, являются слухами.

По механизмам и функциям слухи очень тесно связаны с эпидемией. Во-первых, по количеству новостей в СМИ ложная информация, вызвавшая эпидемию, в основном состояла из слухов. В эпидемический период количество слухов о социальном обеспечении, повседневной жизни и государственной политике имеет взрывной характер и имеет тенденцию к росту. Концентрированное появление большого количества слухов часто становится основным фактором возникновения инфодемии. Во-вторых, слухи распространяются быстро. Особенно в современной среде самораспространения с использованием гибких и беспорядочных сетевых коммуникаций цена нелегальных сетевых слухов чрезвычайно низка. Поскольку слухи распространяются быстрее и имеют более сильный эффект, они могут быстро расширить масштабы эпидемии.

Именно потому, что слухи тесно связаны с эпидемией, когда говорят об этом масштабном заболевании, обычно считают, что эпидемия вызвана слухами. Однако инфодемии и слухи имеют разные коннотации, и их нельзя прямо рассматривать как синонимы. Причины таковы: во-первых, термин «инфодемия» включает в себя

два измерения: истинную и ложную информацию. Слухи заведомо представляются ложной информацией, не содержащей никакой правды, что неизменно порождает субъективные и беспочвенные утверждения. Как правило, они являются выражением эмоций людей и иррациональных суждений. Например, «употребление высокосортного спиртного может предотвратить новую коронавирусную пневмонию» и «закапывание в ноздри кунжутного масла может предотвратить новую коронавирусную инфекцию». Такие сведения являются типичными слухами и не соответствуют объективным фактам. Поэтому можно утверждать, что слухи являются составной частью инфодемии, а отношения между частью и целым должны быть взаимодополняемыми.

Слухи, как правило, распространяются среди отдельных лиц, а источником слухов обычно являются отдельные лица. Слухи сегодня обычно осуществляются в форме массового самораспространения. Такие слухи часто являются иррациональным и эмоциональным катарсисом. Те, кто был встревожен, нашел в слухах некоторое объяснение, и слухи предоставили информацию, которая соответствовала их чувствам. И информация из инфодемии поступает из всех слоев общества, а источником могут быть отдельные лица, основные СМИ или даже правительство.

Инфодемия и фейковые новости. Фейковые новости – информационный обман или преднамеренное распространение дезинформации в социальных сетях и традиционных СМИ с намерением ввести в заблуждение с целью получения финансовой или политической выгоды ⁷¹. Коннотация «фейковые новости» предполагает наличие реальных новостных событий в природе, воспроизводимых в сообщениях, имеющих характеристики новостей по форме и положению, но, по сути являющихся новостями без какого-либо источника объективных фактов, то есть, фейковые новости – продукт воображения, фабрикация, основанной на

⁷¹ Brown, É. Fake news and conceptual ethics // J. Ethics & Soc. Phil., 2019(16). P.144.

новостных фактах. В чистом виде фейковые новости не содержат абсолютно никакой правды.

С точки зрения определения и механизма действия фейковые новости очень похожи на слухи: если сетевые слухи являются слухами, распространяемыми в Интернете, то фейковые новости являются слухами, распространяемыми СМИ. Таким образом, фейковые новости больше похожи на обновленную версию сетевых слухов и более убедительны. Сетевые слухи, о которых сообщают основные СМИ (такие как традиционные СМИ, основные вебсайты, новостные приложения и т. д.), распространяются в форме новостей и превращаются в фальшивые новости. Например, сетевой слух о том, что новый вирус коронной пневмонии был выращен в секретной лаборатории (ссылаясь на Уханьский институт вирусологии), был опубликован британской Daily Star и быстро превратился в фейковую новость. Вообще говоря, основная причина фейковых новостей заключается в том, что некоторые СМИ не уделяют внимания расследованию и проверке источника новостного контента, чтобы сделать его своевременным. Есть также некоторые фальшивые новости с политическими элементами, например, фальшивые новости, преднамеренно сфабрикованные некоторыми основными СМИ в США для нападков на враждебные политические партии. Однако не все сетевые слухи можно отнести к фейковым новостям, а фейковые новости должны относиться к категории слухов.

Таким образом, связь между фейковыми новостями и информационной эпидемией аналогична связи между слухами и информационной эпидемией. При этом по сравнению со слухами количество фейковых новостей меньше, издатель авторитетнее, а доверие к нему выше. Скорость распространения, способность к распространению и влияние фейковых новостей намного превосходят обычные сетевые слухи, особенно под воздействием объединенных усилий основных СМИ и массового самораспространения.

Инфодемия и дезинформация. Дезинформация представляется собой

заведомо ложной или искажённой информацией⁷². А в настоящее время под дезинформацией понимается заведомо ложная информация, распространяемая государственными органами. Причина, по которой правительство публикует дезинформацию, связана с конкретной ситуацией управления. Например, когда западные правительства реагируют на социальные горячие точки и события общественного мнения, они должны сделать выбор между публичностью и непубличностью. Согласно многим имевшим место инцидентам, на ранней стадии вспышки стихийного бедствия правительство обычно инстинктивно предпочитает не разглашать факты, чтобы не нанести ущерб своим интересам. Однако сокрытие фактов в дальнейшем может вызвать недовольство со стороны общественного мнения и сказаться на репутации правительства.

Для того, чтобы найти баланс между интересами и давлением, правительства ряда западных стран использовало дезинформацию в стратегических коммуникациях, например, в «вакцинных войнах».⁷³ Огромные масштабы приобретали попытки ведущих западных изданий и мировых агентств, тиражирующих официальную позицию своих правительств, скомпрометировать производителей вакцин в России. Муссировалась также тема искусственного

⁷² Дорофеева, В.В. Фейковые новости в современном медиапространстве // *Theoretical and Practical Issues of Journalism*. – 2019. – Т. 8. – № 4. – С. 774-786; Ершов, Ю.М. Феномен фейка в контексте коммуникационных практик // *Вестник Томского гос. ун-та. Филология*. – 2018. – № 52. – С.245-256; Макурова, Д.А. Дезинформация в масс-медиа в эпоху пост-правды // *Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика*. – 2020. – Т. 17. – №2. – С. 65-69; Суходолов, А.П. Феномен «фейковых новостей» в современном медиапространстве: понятие, виды, назначение, меры противодействия // *Научный журнал. Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты*. – Москва, 2017. – Т. 6. – №2. – С. 87-90; Шерилин, А., Позетти, Дж. Журналистика, «фейковые новости» и дезинформация: руководство для академической и профессиональной подготовки журналистов / Уордл, К., Дерахшан Х., Мэтьюс, Э., Позетти Дж и др. [перевод с французского Южно-Уральский государственный университет, А. Красавина]. – Южно-Уральск: ЮУрГУ, 2019. – С. 34.

⁷³ Мельник, Г.С. Вакцинные войны в медиа как факто угрозы информационно-психологической безопасности России // *Информационная безопасность регионов России (МБПР-2021): материалы XII Санкт-Петербургской межрегиональной конференции*. Санкт-Петербург, 2021. С. 305-307; Ли, И. Особенности распространения фейков о вакцине от COVID-19 в китайских сетевых медиа // *Меди@льманах*. 2024. № 2 (121). С. 94-101.

происхождения вируса, который рассматривался как биологическое оружие. В контексте инфодемии можно рассматривать деятельность правительств этих стран, которые распространяли ложную информацию. Но даже во время кризиса количество информации обо всем, что связано с COVID-19, не может быть чрезмерным. Следовательно, дезинформация правительства не может напрямую привести к информационной перегрузке. То есть по количеству дезинформация не составляет основную часть информации в инфодемии, и её количество намного меньше, чем слухов и фейковых новостей. Однако официальная дезинформация обычно распространяется быстрее, с большей оперативностью и с более широким охватом. Когда разразилась инфодемия, правительства должны были взять на себя функции рассеивания слухов, своевременного выпуска реальных и объективных новостей и предоставления людям надежного руководства к действию. И когда люди узнают, что официальные новости на самом деле являются ложными новостями или тщательно сфабрикованной ложью, а тот, кто отвергает слухи, становится их создателем, доверие к правительству теряется. Люди, которые не могут найти разумного руководства к действию, будут обращаться к разного рода слухам и фейковым новостям, количество слухов будет резко возрасти при межличностном общении, а вероятность фейковых новостей будет выше. Результатом является информационная эпидемия, которая усиливается, поскольку люди тщетно ищут надежное руководство к тому, что делать среди экспоненциально растущей массы слухов и фальшивых новостей.

Анализ практики работы российских государственных органов с населением и СМИ в период пандемии показал, что официальная информация, рассчитанная как на внутреннюю, так и на внешнюю аудиторию, отличалась достоверностью и общедоступностью. В распространении информации госорганы придерживались принципа: любое лицо, распространяющее публично информацию, противоречащую официальной российской информации, тем самым распространяет заведомо ложную информацию и в зависимости от тематики такой

распространяемой противоправной информации во многих случаях несет административную или уголовную ответственность. Данный подход подкрепляется известной судебной практикой, в том числе по ст. 207.3 УК РФ и 280.3 УК РФ.

Подводя итог, можно сказать, что инфодемия тесно связана со слухами, фейковыми новостями и дезинформациями. Инфодемия стала обычной информационной болезнью, которая часто вспыхивает и быстро распространяется в век информации ⁷⁴. Механизм генерации инфодемии представляет собой суперпозицию информационной перегрузки и информационной неопределенности ⁷⁵, а механизм ее передачи проявляется как соединение виртуальных сетевых социальных отношений в конструируемой медийной среде.

Модели эпидемических инфекций в области медицины делят испытуемых на две категории: восприимчивые и инфицированные. В инфодемии также есть инфицированные и восприимчивые лица: инфицированный человек производит или распространяет «информационный вирус», а восприимчивый человек заражается «информационным вирусом». В современном сетевом обществе инфицированные люди распространяют вирус инфодемии за информационной средой в виде информационных следов через факты и мнения, порожденные использованием СМИ, и ускоряют распространение посредством сетевых медиа.

Распространение инфодемий в сетевом пространстве является следствием участия отдельных лиц в распространении информационных потребностей. Американский социолог Марк Грановеттер делит межличностные отношения на три типа: отношения сильной связи, отношения слабой связи и отношения отсутствия связи ⁷⁶. Сильные связи характеризуются сходством людей и

⁷⁴ Briand, S.C., Cinelli, M., Nguyen, T. et al. Infodemics: A new challenge for public health // Cell. 2021. 184(25). P. 6010-6014.

⁷⁵ Гринева О.А. Информационная перегрузка человека в информационном обществе // Миссия конфессий. – 2022. – №65. – С. 193-199.

⁷⁶ Granovetter, M. The strength of weak ties: A network theory revisited // Sociological theory, 1983. P. 201-233.

когнитивным балансом, а их поддержание зависит от сильных эмоциональных факторов. В отношениях с сильной групповой связью из-за близости родственников и друзей труднее отличить ложную информацию в обнаружении WeChat и группах Телеграмм. В отношениях слабой связи слабая социальная платформа фокусируется на противоречиях и конфликтах через общественные проблемы в более широком сетевом пространстве, постоянно привлекает внимание людей в форме хештега и передает инфодемию. Поэтому сложные и разнообразные социальные отношения, состоящие из сильных и слабых связей, позволяют инфодемиям производить перекрестное заражение в широких социальных кругах. Независимо от того, что существует сильная или слабая связь, «информационные вирусы» должны проходить через определенные посредники, такие как правительство, массмедиа и частные лица, и распространяться в среде, созданной этими посредниками.

Инфодемия распространяется и тиражируется в медиасреде. В социальных сетевых отношениях многие лидеры мнений злонамеренно рекламируют, манипулируют общественным мнением, развязывают сетевые войны брани или распространяют чрезмерно развлекательный контент и искаженные ценности, а также распространяют источники инфодемий, такие как тревога и беспокойство, через просмотр и репост воздействуя на восприимчивую группу, с которой у него виртуальные социальные отношения⁷⁷.

Подводя итог, заметим: инфодемия вызвана чрезмерным распространением правдивой и ложной информации, связанной с медицинскими эпидемиями, и само это избыточное распространение является заразным. В то же время это понятие подразумевает вирусные характеристики сетевых медиа. Когда информация широко распространяется в Интернете, можно сказать, что информация является

⁷⁷ Буркова, В.Н., Бутовская, М.Л. Коронафобия, инфодемия и фейки во время COVID-19 // Сибирские исторические исследования. – 2023. – №2. – С. 55-75.

вирусом, который распространяется с большой скоростью и чрезвычайно трудно поддается контролю.

Таким образом, понятие инфодемии имеет широкий и узкий смысл. Инфодемия в широком смысле относится к такому явлению, когда информационная перегрузка и информационный беспорядок мешают людям находить действительно ценную и достоверную информацию, тем самым нанося ущерб личности, социальной безопасности и экономической стабильности. Узкое понимание инфодемии часто связывается с контекстом крупных общественных событий, со стихийными бедствиями, несчастными случаями, особенно событиями в области общественного здравоохранения, приобретающими большой резонанс.

Дальнейшее обсуждение инфодемии в сетевых медиа направлено на инфодемию в узком смысле. В условиях инфодемии, сопровождающей крупные чрезвычайные ситуации, чувство потери контроля усиливает панику и тревогу людей, а децентрализованный и открытый характер дискурсивной власти в эпоху социальных сетей также значительно ослабил авторитет официального дискурса. В сочетании с различными социальными представлениями и культурами разных регионов и стран ситуация с инфодемией в современном обществе чрезвычайно сложна. Эта первая настоящая инфодемия в эпоху социальных сетей предоставляет миру ценную возможность пересмотреть существующие механизмы профилактики и борьбы с эпидемиями, управления информацией, информирования о рисках и другие механизмы.

1.2 Механизмы генерации и распространения инфодемии в условиях эпидемии COVID-19

Лингвисты исследуют причины возникновения инфодемии⁷⁸ и изучают её воздействие на современное журналистское сообщество⁷⁹. В этом разделе обобщается генерация инфодемии в трех аспектах: во-первых, выражение негативных общественных настроений заложило основу для возникновения инфодемии; во-вторых, социализация сетевых медиа ускорила распространение инфодемии; в-третьих, несовершенные законы и правила по контролю инфодемии, и распространение инфодемии, характеризующиеся сложной информацией, повышенным вниманием, сильной путаницей и трудностью контроля.

А) Общественные эмоции являются основой для возникновения инфодемии.

Американские исследователи коммуникации Мелвин Дефлер и Эверетт Деннис отметили, что чем сложнее социальная ситуация, тем сильнее внутренняя «незащищенность» людей, тем глубже зависимость людей от СМИ и, соответственно, сильнее спрос на информацию. Информационный спрос является основной причиной, по которой общественность обращается к СМИ и использует их, а удовлетворение информационного спроса также является основой для оценки общественностью СМИ и доверия к ним. Информационные потребности считаются необходимостью для выживания и являются реальными. Они имеют два значения: с одной стороны, это потребность масса в базовой и важной информации; с другой стороны, стремление общества к специальной информации. Эпидемия

⁷⁸ Землянский, А.В. Инфодемия: генезис и морфология явления // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2021. – № 4. – С. 111-114; Землянский, А.В. Причины возникновения инфодемии: сравнительный анализ освещения эпидемии SARS и пандемии COVID-19 // Вестник Рос. ун-та дружбы народов. – 2021. – № 3(26). – С. 570-579.

⁷⁹ Иванова, С.В. Инфодемия в зеркале журналистики // Наука и школа. – 2021. – № 2. – С. 60-65.

нового коронавирусной пневмонии связана с безопасностью жизни и физическим здоровьем каждого человека. Люди стремятся получить больше информации, чтобы понять эпидемию и события, чтобы лучше осуществлять самозащиту. В этом сценарии пробуждаются негативные эмоции людей, такие как паника, тревога и неутомность. По мере того, как эпидемия COVID-19 становится все более серьезной, внимание общественного мнения также возрастает, а спрос общественности на информацию об эпидемии растет. Однако вспышка ЧС в области общественного здравоохранения в целом характеризуется внезапностью, неизвестностью и неопределенностью, что неизбежно приводит к недостатку информации на ранних стадиях эпидемии. Информационные потребности общества вообще не могут быть удовлетворены. Таким образом, ложная информация и слухи, несомненно, стали одним из наиболее удобных способов для потребителей информации «выпустить» свои негативные эмоции для достижения сбалансированного состояния⁸⁰.

Здесь стоит отметить, что публичное выражение эмоций также имеет определенный положительный эффект, поскольку оно часто отражает направление общественного дискурса, что позволяет правительственным ведомствам широко собирать ценную информацию, основанную на степени эмоционального отклика общественности, и своевременно корректировать свою политику реагирования. Однако неупорядоченное выражение общественных эмоций приводит к распространению фейков, что способствует пандемии ложной информации и слухов, и порождает феномен инфодемии.

Б) Социализация медиа создала коммуникационную среду для инфодемии.

Сетевые медиа – это интернет-приложение, которое позволяет группам пользователей создавать, взаимодействовать и обмениваться информацией между

⁸⁰ Rosnow, R.L. Inside rumor: a personal journey // American Psychologist. 1991. 46(5). P. 484-496.

различными платформами, обеспечивать связь между сетями в режиме реального времени и обеспечивать условия для активного участия пользователей в публичном дискурсе⁸¹. По сравнению с традиционными СМИ, пользователи, публикующие информацию на сетевые медиа, не нуждаются в слишком строгом редакционном контроле или рецензировании и могут сохранять анонимность и чисто выражать свои личные мнения. Еще одной особенностью сетевых медиа является то, что они могут охватывать большое количество информационных аудиторий и быстро распространять информацию с помощью Интернета⁸².

По состоянию на 2024 г. социальными сетями пользуются 5,17 миллиарда человек, что эквивалентно 63,82% населения земного шара⁸³.

В этом контексте сетевые медиа стали основной коммуникационной средой, наводненной слухами и ложной информацией. Наступление эры сетевых медиа позволило каждой пользователю создавать и распространять информацию, что существует множество источников информации, и значительно усложнило борьбу с инфодемией.

В) Несовершенные законы и правила по контролю инфодемией.

Проектирование системы является важной частью системы управления и важным средством обеспечения упорядоченной, сбалансированной и эффективной работы. В процессе профилактики и борьбы с эпидемией новой коронавирусной пневмонии некоторые правительственные ведомства по-прежнему имеют очевидные недостатки в разработке систем, такие как несовершенство механизмов

⁸¹ Сенчищев, М.А. Дефиниции термина «новые медиа» в современной науке // Вестник науки – 2023. – Т.3. – № 12(69) – С.996-972.

⁸² Neha, P., Eric, A.C., Hourmazd, H., Keith, G. Social Media and vaccine hesitancy: new updates for the era of COVID-19 and globalized infectious diseases // Human Vaccines & Immunotherapeutics. 2020. 16(11). P. 2586-2593.

⁸³ Social Media Users 2024 (Global Data & Statistics) / [Электронный ресурс] URL: <https://www.demandsage.com/social-media-users/> (дата обращения: 04.03.2024); Most popular social networks worldwide as of April 2024, by number of monthly active users / [Электронный ресурс] URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (дата обращения: 01.04.2024).

раннего предупреждения слухов и механизмов раскрытия информации, и проблемы в этих системах прямо или косвенно создают жизненное пространство для пандемии здесь стоит живой информации. Прежде всего, образ мышления некоторых государственных ведомств не идет в ногу со временем, и построение системы еще не идеально. Несмотря на то, что общественность может использовать сетевые медиа, чтобы своевременно узнать последние новости, публикуемых правительством, и также может давать комментарии за короткое время, мышление и концепции многих правительственных ведомств все еще остаются в прошлом, которые полагают, что их обязанность – только опубликовать информацию. И так, они игнорируют реальные информационные потребности общественности и реакцию на полученную информацию. Вследствие этого отсутствует механизм двусторонней коммуникации между правительством и общественностью. Затем, также очевидна проблема неполных и нерегулярных систем управления информацией некоторых государственных ведомств. На ранних стадиях эпидемии новой коронавирусной пневмонии система раскрытия информации некоторых правительственных ведомств была несовершенной, что приводило к информационной асимметрии между правительством и общественностью. Инфодемия является результатом косвенного влияния информационной асимметрии. Таким образом, в контексте глобальной эпидемии COVID-19 совершенствование механизма управления ЧС имеет важное значение для профилактики и борьбы с эпидемией заболевания и инфодемией.

С момента вспышки эпидемии COVID-19 социальные сети стали основным каналом распространения информации об эпидемии. С одной стороны, правительства разных стран распространяли актуальную информацию о борьбе с эпидемией через сетевые медиа. С другой стороны, большое количество дезинформации также быстро распространялось через сетевые медиа, экспоненциально усиливая панику людей. Это нарушает общественный консенсус и наносит ущерб репутации правительств и международных организаций.

Эта инфодемия не только представляет серьёзную угрозу глобальному общественному здоровью, но и серьёзно подрывает основы международных отношений. В условиях глобального распространения эпидемии COVID-19 точное понимание инфодемии, понимание моделей её передачи и методов контроля уже стали важными частями глобального сотрудничества в области управления информацией, совместного реагирования на эпидемию и сохранение общности общего будущего человечества.

Инфодемия характеризуется сложной информацией, повышенным вниманием, сильной путаницей и трудностью контроля. Хотя механизм её распространения уникален, он также демонстрирует определенную универсальность, которая проявляется в четырёх аспектах – сильное подстрекательство, мощное усилие, широкое влияние и эффективное управление общественного мнения с большим трудом.

А) Сильное подстрекательство.

В процессе распространения информации о ЧС в области общественного здравоохранения отправитель и получатель могут напрямую перейти по контрольной ссылке для обмена информацией. В частности, нынешняя медийная среда побудила все больше людей стать источником распространения информации, и феномен «децентрализации» Интернета становится все более очевидным, что способствовало усилению инфодемии. Профессиональные знания о защите, связанные с эпидемией, являются большой заботой и духовной пищей для людей, которые оказались в ловушке дома и остаются дома в течение нескольких месяцев. Эти новости перемешаны с некоторой ложной, ненаучно проверенной информацией, удовлетворяющей вкус и психологические потребности публики, которая, как правило, нова и ненормальна и может привлечь внимание и обсуждение большего числа людей.

Привлекательные заголовки и нетрадиционный контент сопровождаются высокой посещаемостью и обсуждениями, и это именно самые важные звенья в

цепочке преимуществ «монетизации трафика» в современную эпоху Интернета⁸⁴. Критерий для оценки успешности новости больше не в том, является ли она правдивой и достаточно глубокой, а в том, может ли она привлечь клики пользователей, привлечь трафик на новостные веб-сайты, а затем преобразовать трафик в доход⁸⁵. Особенно для тех новых медиа, которые только что появились, и мы-медиа, которые нуждаются в тепле, маркетинговая концепция трафика сначала сделает их известными. Более того, мы-медиа позволяет большему числу людей выражать свое собственное мнение и распространять факты, расширять каналы распространения информации и обеспечивать быстрое и широкое распространение информации, что оказывает положительное влияние на право общественности знать, участвовать и осуществлять надзор⁸⁶. В связи с растущим распространением коронавируса и связанными с ним дискуссиями по всему миру, люди предпочитают доверять ложной информации, которая наводняет социальные сети. Некоторая дезинформация и слухи о COVID-19 даже маскируют правильные профилактические меры и способствуют неправильному поведению, которое увеличивает распространение вируса. По состоянию на август 2020 г. по меньшей мере 800 человек во всем мире умерли от ложной информации, связанной с эпидемией коронавируса. Негативная экологическая среда СМИ, создаваемая ложной информацией, не только влияет на физическое и психическое состояние человека, но даже вызывает социальный хаос и панику.

Даже если медиа делает фальшивые новости, и это часто приводит к

⁸⁴ Hendrickx, J. From newspapers to TikTok: social media journalism as the fourth wave of news production, diffusion and consumption // *Blurring Boundaries of Journalism in Digital Media*. 2023. Vol. 140. P.229-289.

⁸⁵ Синь, Сяофэн, Ван, Цян. Четыре измерения новых основных средств массовой информации для повышения ценности новостных продуктов // *Медиа*. – 2023. – № 24. – С. 56-58.

⁸⁶ Ли, И. Мы-Медиа меняют человеческую жизнь // *Коммуникации в эпоху цифровых изменений: Сборник материалов IV Междунар. научн.-практ. конференции, Париж – Санкт-Петербург: L'Harmattan, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – С. 116-119.*

большому количеству ложных новостей, таких как различные «волшебные лекарства» из разных стран мира разлетаются по всему миру, стигматизация китайской эпидемии, неспровоцированные обвинения в адрес ВОЗ и так далее, под лозунгом «предотвращать и противостоять коронавирусу». В то же время подстрекательские характеристики таких новостей также побуждают первоначальное «молчаливое большинство» больше не хранить молчание, а вместо этого становится расходящимся звеном в коммуникационной структуре информационной сети, позволяющей большому количеству реальной или ложной информации утекать в информационные реки и моря через сетевые медиа, которые собраны в категорию тем, наиболее обсуждаемых гражданами и имеющих наибольший общественный резонанс.

Б) Мощное усилие.

Twitter сообщает, что еще в конце января 2020 г. о вспышке коронавируса уже было более 15 миллионов твитов, и обсуждение быстро набирало обороты⁸⁷. Среди них большой объем информации в социальных сетях быстро меняется. Большой объем реальной и ложной информации был адаптирован, удален, собран воедино и сфабрикован для распространения должным образом, и появилась серия слухов, которые не соответствуют фактам. В контексте тенденции к интеграции основные СМИ также будут попадать под влияние ложной информации в сетевых медиа, и будут сообщать неподтвержденные новости. Например, китайское издательство «Жэньминь жибао» опубликовало во время эпидемии отчет о том, что «коптис китайский» может эффективно предотвратить новый коронавирус. Как только появился отчет, он быстро распространился через сетевые медиа. В результате этого граждане расхватывали лекарство «коптис китайский», что привело к хаосу в социальном порядке. Во время эпидемии в сетевых медиа распространились слухи,

⁸⁷ Инфодемия коронавируса: как соцсети борются с заболеванием / [Электронный ресурс] URL: <https://supa.ru/blog/posts/sotsialnyie-sieti-i-koronavirus-rol-platform-v-borbie-s-zabolievaniem> (дата обращения: 24.02.2020).

и основные СМИ, пользующиеся доверием, не смогли целенаправленно и превентивно сформулировать программы в соответствии с этим периодом в различные периоды общественного мнения.

Независимо от того, идёт ли речь о прямом распространении информации или распространении через СМИ после проверки, окончательный эффект распространения будет воздействовать на само событие. Таким образом, он снова воздействует на распространение информации, что соответствует формированию замкнутой структуры между отправителем и получателем. Преимущество этого замкнутого цикла в том, что вы можете вовремя получить обратную связь, а затем внести коррективы. Однако, что касается механизма распространения, независимо от того, несовершенен или не совершенен, роль привратника не может быть реализована на месте в случае чрезвычайной ситуации. Наоборот, генерируемая отрицательная сила будет беспрецедентно огромной, даже нанося необратимый ущерб и воздействие как на проходящего, так и на принимающего. Пример – псевдонаучные слухи, которые рождались во время эпидемии и приводили к возникновению неблагоприятных явлений, таких как слепое мародёрство и скачки цен в различных местах. Эффект от таких слухов велик.

В) Широкое влияние.

В пространстве, созданном глобальными социальными сетями, события во всем мире происходят почти одновременно. Скорость распространения информации в Интернете превышает скорость чувств людей. Человеческое понимание и его взаимодействие с внешним миром связаны через Интернет. В сетевом пространстве, где информация вездесуща, людям трудно быть «изолированными», как зараженные пациенты существуют в реальной жизни, и они могут принимать информацию всесторонне. Со стремительным развитием мобильного Интернета социальные сети стали новым типом глобальной площадки общественного мнения, центром распространения международной идеологической

и культурной информации и усилителем общественного мнения о ЧС⁸⁸. Согласно последнему отчету, опубликованному совместно WeAreSocial и Hootsuite, по состоянию на январь 2020 г. количество пользователей социальных сетей во всем мире составляет 3,8 миллиарда человек, что составляет более 49% от общей численности населения мира⁸⁹. Поскольку глобальная социальная сеть тесно взаимосвязана, как только произойдет инфодемия, она будет ориентирована на большое количество пользователей по всему миру и будет быстро передаваться через границы, регионы и расы.

В сегодняшней медийной среде взрывной эффект распространения информации больше не вызывает удивления⁹⁰. В отличие от традиционных, новые СМИ преодолели ограничения времени, пространства и технологий, изменили систему обмена информацией, сделали обе стороны передачи и приёма информации более гибкими и диверсифицировали источники коммуникации. В то же время интерактивность новых медиа, несомненно, ускорила глубину и широту распространения информации, и реакция на распространение ядерной цепочки в эпоху социальных сетей будет более быстрой и интенсивной. Поэтому «эпидемия» в «инфодемии» подразумевает и опасность её распространения. В сегодняшней ситуации, когда у каждого есть мобильное устройство, инфодемия, как и новый коронавирус, «заражает» людей – мужчин, женщин и детей, имеет широкий спектр воздействия и охвата.

Таким образом, эта ситуация может легко спровоцировать общественную панику, создать напряженную социальную атмосферу и даже повлиять на

⁸⁸ Сян, Дэбао, Чжан, Вэньчжэн. Анализ влияния глобальных аналитических центров на социальные сети в эпоху новых медиа // Рефераты по общественным наукам. – 2018. – № 4. – С. 118-120.

⁸⁹ DIGITAL 2020: GLOBAL DIGITAL OVERVIEW / [Электронный ресурс] URL: <https://languageinsight.com/blog/2020/global-digital-trends-in-2020/> (дата обращения: 15.05.2020).

⁹⁰ Дорофеева, В.В. Фейковые новости в современном медиапространстве // Вопросы теории и практики журналистики. – 2019. – Т. 8. – № 4. – С. 774-786.

общественные ценностные тенденции и доверие к правительству, что крайне вредно для общества.

Г) Недостаточность эффективного управления общественным мнением.

Связь между медиасистемами, доверием медиа, поведением людей в их бытовом медиапотреблении и, казалось бы, чисто эпидемиологическими – параметрами заболеваний, заражения и т. п. не такая отдаленная, как кажется⁹¹. На протяжении всего цикла распространения общественного мнения в работе правительств по информированию общественности об эпидемии коронавируса всегда возникали проблемы нежелательного, несвоевременного и неполного охвата информацией. Эта инфодемия выявила недостаточность фильтрации, проверки и контроля информации в СМИ в случае ЧС. В то же время существуют такие недостатки, как недостаточные обработка и руководство соответствующим общественным мнением, несвоевременное использование действий по связыванию.

Фрагментация эпидемической информации и путаница информации в определенной степени усложнили управление информацией. Столкнувшись с иррациональным мышлением общественности в ЧС, в сочетании с чрезвычайно быстрым распространением информации в Интернете и его более широкой аудиторией, чем традиционные СМИ, к эффективному управлению информацией со стороны государства предъявляются более высокие требования.

1.3 Влияние инфодемии на функционирование сетевых медиа в условиях эпидемии COVID-19

Слухи, фейковые новости и дезинформация – всё это «вирусы» в инфодемии, и тесно связаны с генерацией и распространением инфодемии. В данном разделе

⁹¹ Колчина, А. Медийные и городские пространства: динамика изменений // Когда «корона» тяжела: цифровые медиа в эпоху пандемии / под ред. А. Качкаевой, С. Шомовой. – Екатеринбург: НИУ ВШЭ, – 2020. – 196 с.

объединены результаты исследований, связанных с контролем слухов, фейковых новостей и дезинформаций, способствующие изучению актуальных проблем инфодемий в коммуникации массмедиа (особенно в контексте чрезвычайных ситуаций в области общественного здравоохранения).

Проблемы сетевой информационной безопасности⁹². В начале 2020 г. вспыхнул коронавирус. Распространение инфекции COVID-19 является первой пандемией в человеческой истории, которая широко использует социальные сети для обеспечения безопасности, информирования, продуктивности и связи людей⁹³. В то же время технологии, которые аудитория использует для общения и получения информации, порождают и усиливают инфодемию, которая продолжает подрывать глобальные ответные меры и угрожает подорвать усилия по борьбе с ней. Однако актуализируется проблема сетевой информационной безопасности, в полной мере выявляющая недостаточность работы с сетевой информационной безопасностью в условиях ЧС, что вносит большие трудности в профилактику борьбы с эпидемией COVID-19.

Во время эпидемии COVID-19 возникли типичные проблемы сетевой информационной безопасности, которые выглядели устрашающе. Некоторые

⁹² См. подробнее: Ли, И. Проблемы сетевой безопасности личной информации в условиях профилактики и борьбы с эпидемией COVID-19 // Региональная информатика (РИ-2022): Юбилейная XVIII Санкт-Петербургская международная конференция. Материалы конференции, Санкт-Петербург, 26–28 октября 2022 года. – Санкт-Петербург: Региональная общественная организация «Санкт-Петербургское Общество информатики, вычислительной техники, систем связи и управления», 2022. – С. 377-379; Ли, И. Проблемы сетевой информационно-психологической безопасности и меры противодействия угрозам в условиях эпидемии COVID-19 // Информационная безопасность регионов России (ИБРР-2021): Материалы XII Санкт-Петербургской межрегиональной конференции. – Санкт-Петербург: Региональная общественная организация «Санкт-Петербургское Общество информатики, вычислительной техники, систем связи и управления», 2021. – С. 301-303.

⁹³ Борьба с инфодемией на фоне пандемии COVID-19: поощрение ответственного поведения и уменьшение пагубного воздействия ложных сведений и дезинформации [Электронный ресурс] / Всемирная Организация Здравоохранения. URL: <https://www.who.int/ru/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation> (дата обращения: 01.03.2023).

пользователи сети преднамеренно распространяют слухи в Интернете, осуществляют кибератаки и травлю в глобальной сети, помимо интереса других и общества по психологическим причинам.

А) Клевета в интернете. Клевета в интернете является самыми частыми инцидентом в области сетевой безопасности во время эпидемии COVID-19. Соответствующие сетевые платформы и авторитетные медиа по всему миру своевременно размещали клеветнические объявления в Интернете. По состоянию на 7 марта 2023 г. более 459 единиц информации об эпидемии COVID-19 были отмечены как «слухи» на «Китайском совместно-сетевом сайте для опровержения слухов». Крайне негативное влияние оказали различные слухи, водящие в заблуждение общественность, искажающие факты, разжигающие ненависть. В условиях инфодемии массы склонны к стрессовым и физиологическим реакциям, таким как бессонница и сердцебиение.

Б) Электронные атаки с использованием сетевых вирусов. Преступники использовали психологическое воздействие эпидемии COVID-19 на общественность для проведения атак социальной инженерии, а именно фишинга электронной почты через спам-ресурсы и более целенаправленные попытки, такие как компрометация деловой электронной почты⁹⁴.

В) Интернет-травля. Некоторые пользователи сети применяли анонимные учетные записи социальных программ в Интернете, и огульно критиковали других людей с целью психологического давления на них. Например, некоторые артисты подверглись интернет-травле во время эпидемии COVID-19. Даже их безосновательно обвиняли в том, что они не пожертвовали деньги или материалы в

⁹⁴ Давыдов, В.О. Спекуляция пандемией: как преступники используют кризис covid-19 (по материалам доклада исполнительного директора Европол К. Де боль «Pandemic profiteering: how criminals exploit the covid-19 crisis») // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2020. – № 2. – С. 19-25.

сильно пострадавшие районы, либо сумма пожертвования была слишком маленькой.

Г) Проблемы информационной безопасности в дистанционном образовании. Во время эпидемии COVID-19 школы проводили дистанционное обучение и столкнулись с проблемами информационной безопасности. Учительница делала неуместные замечания в классе, что привело к запрету трансляции. Более того, серьезной уязвимостью стала утечка информации с платформы дистанционного образования. Оригинальные ресурсы на платформе дистанционного обучения были незаконно присвоены, что нарушило права интеллектуальной собственности. Это серьезно подорвало активность учителей в создании ресурсов дистанционного обучения.

Д) Проблемы сетевой безопасности личной информации. С момента вспышки эпидемии COVID-19 постоянно происходили случаи незаконной утечки и передачи личной информации, и масштабная транзакция по утечке личной информации в Интернете является обычным делом. По мере развития цифровой эпохи применение Интернета становится все более популярным и глубоким. С момента вспышки эпидемии, хотя злоумышленники и не придумали новых сетевых преступных схем, они активно эксплуатировали тему эпидемии COVID-19. И поскольку большая часть работы переместилась в онлайн, число атак в Интернете закономерно выросло. По данным телеметрии «Лаборатории Касперского», в 2020 г. по сравнению с аналогичным периодом 2019-го г. мошенники в пять раз чаще рассылали вредоносные письма о якобы положенных получателям социальных выплатах и пособиях⁹⁵. Поэтому необходимо повысить уровень грамотности населения в области информационной безопасности.

В современную информационную эпоху наблюдается высокая степень

⁹⁵ История 2020 года: удаленная работа / [Электронный ресурс] URL: <https://securelist.com/the-story-of-the-year-remote-work/99720/> (дата обращения: 21.12.2022).

концентрации личной информации и данных во всех сферах жизни. Количество собранных персональных данных достигает миллионов или даже сотен миллионов. Это легко вызывает удивительно масштабную утечку персональных данных. В начале этого года по данным российского Telegram-канала «Утечки информации», на теневом форуме появился образец баз QR-кодов, вакцинированных из приложения «Госуслуги СТОП Коронавирус». Образец содержал 10 тыс. строк, включающих первые буквы фамилии, имени и отчества пациента, дату рождения, несколько цифр из номера паспорта, название вакцины и т. д. Из-за соблазна огромных выгод от транзакции личной информацией соответствующие черные и серые отрасли используют секретные каналы продаж и торговли для получения безудержной прибыли. И продавец потребовал 100 тыс. долларов за базу.

Согласно сообщению китайского издания «Южный Метрополис Дейли», информационные документы, зарегистрированные на более чем 7000 людей, которые вернулись в Хубэй из других провинций, внезапно были отправлены в социальные сети, такие как WeChat и Weibo.

Содержание документов включает имена, фотографии, места работы, домашние адреса, номера мобильных телефонов и номера удостоверения личности. Многие люди из них даже получали спам-звонки и оскорбительные СМС. Они также говорят, что это заставляет их долгое время жить в страхе и неуверенности в себе.

21 сентября 2021 г. Елисейский дворец во Франции подтвердил, что QR-код медицинской пропуска президента Эммануэля Макрона просочился и распространился в сетевых медиа. В результате произошла утечка его личной информации, включающая имя, дату рождения, время и тип прививки вакцинации. Незадолго до этого инцидента также просочился QR-код медицинской пропуска премьер-министра Франции Кастеля. Тем более, до этого утечка личной информации 1,4 миллиона французов произошла из-за применения тестирования на новый коронавирус.

Е) Появления страхов, повышения тревожности и усиления стрессовых

реакций людей во всем мире. Социальная ситуация с эпидемической угрозой, сложившаяся в последние годы в связи с распространением COVID-19, значительно усилила неопределенность воздействия и риск для жизни и здоровья человечества. Распространение коронавирусной инфекции изменилось во всех сферах общественной жизни. Приостановлена по всему миру работа многих предприятий, учебных заведений, были прерваны почти все публичные мероприятия, введен обязательный режим масок, система социальной дистанции и режим изоляции. Многие люди за короткое время оказались в ситуации внезапной потери работы и финансовой нестабильности. Все эти обстоятельства, а также утрата чувства стабильности, невозможность удовлетворения своих социальных потребностей становятся причиной возникновения страхов, повышенной тревожности, усиления стрессовых реакций, что негативно сказывалась на здоровье человечества.

Тревога является естественной эмоциональной реакцией человечества. Понятие впервые было упомянуто З. Фрейдом в его монографии, вышедшей, а 1926 г, «Торможение, симптомы, тревога», в которой он впервые обозначил и подчеркнул состояние беспокойства, тревоги. Он описывал состояние как эмоциональное состояние, включающее в себя переживания предвкушения и неуверенности, чувство беспомощности⁹⁶.

Вместе с тем, когда тревога является чрезмерной и продолжительной, это состояние может серьезно ухудшить работоспособность, отношения и общее функционирование человека. Особенно тяжелым в условиях эпидемиологической угрозы может стать положение людей с тревожными расстройствами, для которых важно сохранение стабильных качеств жизни в условиях самоизоляции и распространения коронавирусной инфекции, чтобы они могли чувствовать себя в

⁹⁶ Погорелова, Е.И. Тревога как фактор развития личности (На примере преодоления экстремальных ситуаций): дис. ... канд. психол. наук: 19.00.13 / Е.И. Погорелова. – Таганрог, 2002. – 151 с.

безопасности.

Ж) Влияние процесса информатизации на переживания тревожного состояния. Информационная среда представляет собой совокупность виртуальных раздражителей и информационных потоков, которые различным образом воздействуют на людей. Через виртуальные стимулы общества сообщают людям правила, поведенческие стереотипы, нормы и ценности. Особенности этого влияния среды на сознание человека формируют у него специфический образ действительности и представление о себе⁹⁷. Исследования Д. Гарфина, Р. Сильвера и Э. Холмана свидетельствуют о том, что освещение медийных событий, связанных с эпидемией COVID-19, опосредованно повлияло на людей с низким уровнем риска заражения, вызывая у них усиление тревожных и стрессовых реакций, порождающих соматические симптомы болезни⁹⁸.

Обеспокоенное общество долгое время находилось в состоянии замешательства из-за неясности источника заражения эпидемией COVID-19 и непредсказуемости последствий массового заболевания для общества⁹⁹.

В связи с появлением новых средств коммуникации сетевые медиа играют все более важную роль в формировании общественного мнения и консенсуса, а основные СМИ, которые изначально находились в центре внимания, рискуют оказаться на обочине майнстрима¹⁰⁰. Отчет Social flagship report Q3 2020 о тенденциях в социальных сетях за третий квартал, опубликованный организацией

⁹⁷ Виноградова, С.М. Психология массовой коммуникации / С.М. Виноградова, Г.С. Мельник. – М.: Юрайт, 2020. – 512 с.

⁹⁸ Garfin, D.R., Silver R.C., Holman, E.A. The novel coronavirus (COVID-2019) outbreak: Amplification of public health consequences by media exposure // Health psychology. 2020. 39(5). P. 355.

⁹⁹ Казиев, В.М. Медиаграмотность как основа информационно-коммуникационной и социально-психологической безопасности в цифровом обществе / Цифровая гуманитаристика и технологии в образовании (ДНТЕ 2020) // Сборник материалов Всероссийской научн.-практ. конференции с международным участием. – 2020. – С. 80-87.

¹⁰⁰ Припоров, Е.С. Роль и влияние «Новых СМИ» в современном мире // Вестник Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. –2014. – №. 3-1. – С. 251-255.

GlobalWebIndex в сентябре 2020 г., показывает, что сетевые медиа стали краеугольным камнем потребления цифровых новостей, и демонстрируют выдающиеся результаты в поиске и получении последних новостей, текущих событий и жизненных услуг. Однако эпидемия COVID-19 ускорила глобальную тенденцию полагаться на сетевые медиа для обновления информации. Кроме того, Организация We Are Social в купе с Hootsuite выпустила отчёт Digital 2020 October Global Statshot Report, согласно которому за последние 12 месяцев пользователи почти всех ведущих мировых сетевых медиа (таких как: Instagram, Snapchat, Tik Tok) добились значительного роста, увеличившись более чем на 12% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Увеличение числа пользователей отражает постоянную значимость сетевых медиа.¹⁰¹

Согласно опросу, во время эпидемии основными источниками информации для китайских пользователей сети являются WeChat (25,7%), Weibo (22,1%), вебсайты СМИ или их мобильные приложения (21,6%). В это время люди часто предпочитают оставаться за закрытыми дверями, чтобы избежать кризиса, поэтому внимание обычно сосредоточено на сетевых медиа. Самым большим источником паники является то, что люди наблюдают, как эпидемия постепенно расширяется на сетевых медиа, что вызовет огромную психологическую панику среди людей. В свою очередь паника также приводила к волне накопления и панических покупок, нарушив нормальный порядок.

Инфодемия приведет к тому, что люди не смогут принимать правильные решения из-за страхов и будут слепо следовать ложной информации, чтобы совершать неверные действия. ВОЗ привела пример: люди могут стекаться, чтобы купить определенный «эффективный препарат» (на самом деле препарат против ВИЧ), который, как утверждается, может лечить новую коронавирусную

¹⁰¹ Digital 2020: October Global Statshot Report / [Электронный ресурс] URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-october-global-statshot> (дата обращения: 20.10.2020).

пневмонию. Такое поведение может привести к нехватке лекарств от ВИЧ. Те пациенты, которые действительно нуждаются в препаратах против ВИЧ, не могут получить их беспрепятственно, что сказывается на их здоровье.

Выводы к первой главе.

Изучение понятия инфодемии носит междисциплинарный характер, и специалисты в разных областях науки о коммуникации, политологии, медицине, психологии, журналистике и т. д. и имеет уникальные трактовки этого термина. В результате данного исследования мы пришли к выводу, что инфодемия – в контексте конкретных ЧС, это переизбыток правдивой и ложной информации, из-за которого людям трудно найти заслуживающие доверия источники и надежное руководство, когда они в нем нуждаются.

Инфодемия имеет два основных элемента – информацию и эпидемии, находящихся в отношении «причина» – «следствие» / «вирусы» (слухи, фейковые новости, дезинформация).

Механизм генерации инфодемии на сетевых медиа можно обобщать следующие аспекты: во-первых, общественные эмоции являются основой для возникновения инфодемии; во-вторых, социализация сетевых медиа создала коммуникационную среду для распространения инфодемии; в-третьих, несовершенные законы и правила по контролю инфодемией.

Тем более, механизм распространения инфодемии в условиях эпидемии COVID-19 уникален. Он также демонстрирует определенную универсальность, которая проявляется в четырех аспектах – сильное подстрекательство, мощное усилие, широкое влияние и недостаточность эффективного управления общественным мнением.

Инфодемия широко влияет на сетевую информационную безопасность, и вызывает ряд проблем в сетевом пространстве, которые включают в себя следующие аспекты: А) клевета в интернете; Б) электронные атаки с использованием сетевых вирусов; В) интернет-травля; Г) инциденты

информационной безопасности в дистанционном образовании; Д) проблемы сетевой безопасности личной информации; Е) появление страхов, повышения тревожности и усиления стрессовых реакций среди человечества; Ж) рост влияния процесса информатизации на переживания тревожного состояния.

Глава 2. СЕТЕВЫЕ МЕДИА В ИНФОДЕМИИ: ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ВЫЗОВЫ¹⁰²

Эпидемия COVID-19 свирепствовала на пяти континентах в начале 2020 г. В эпоху интеллектуальных средств массовой информации и вспыхнула эпидемия коронавируса, превратившись в «глобальную эпидемию». Страны по всему миру по очереди нажимали кнопку «пауза», и люди были вынуждены оставаться и работать дома. В то же время инфодемия вспыхнула и распространилась одновременно, а подавляющее освещение в СМИ и хаотический шум социальных сетей глубоко изменили структуру и среду распространения глобальных новостей. Трансграничная, межрегиональная и межкультурная передача кризиса и его «эффект бабочки» становятся все более заметными. Эпидемия вызвала такие проблемы, как изоляция и дискриминация среди людей, неэффективность и даже отказ механизмов социального функционирования, что подорвало доверие аудитории. Своевременные и эффективные выпуски новостей и информирование общественности являются важными средствами решения этих проблем. В этой главе рассматриваются и обобщаются новые вызовы, связанные с экологией глобальной системы новостной коммуникации во время эпидемии, заставившие сетевые медиа изменять способы функционирования и методы работы с массовой аудиторией.

¹⁰² См. подробнее: Ли, И. Сетевые медиа в инфодемии: особенности функционирования и вызовы // Журналистика и медиакommunikации: современные тренды: материалы Международной научно-практической конференции, г. Тирасполь, 27 октября 2023 г. / ответственные редакторы: С.Л. Распопова, С.В. Олейников. – Тирасполь: Изд-во Приднестр. ун-та, 2024. С. 123-128.

2.1. Функционирование сетевых медиа как источник информации в условиях инфодемии

В истории коммуникативных исследований американский ученый Гарольд Лассуэлл первым провел всесторонний анализ социальной ценности коммуникации. В своей работе «Структура и функции коммуникации в обществе», опубликованной в 1948 г., он предположил, что ценности СМИ отражаются в трех социальных функциях:

- А) мониторинг окружающей среды;
- Б) социальная координация;
- В) культурное наследие¹⁰³.

Его последователь Шрамм видел ценность коммуникации в реализации политической, экономической и социальной функций¹⁰⁴. К политическим функциям социолог относит наблюдение, координацию, социальное наследие, передачу законов и обычаев; к экономическим – материальные выгоды, которые может принести распространение новостей; к социальным – координацию общества, осуществление социального контроля и передачу членам общества норм.

Заметим, что объектом политических, социальных и экономических функций по-прежнему является человечество. На взгляд ученых, основной функцией СМИ является «служение людям».

Отождествление СМИ с журналистикой наблюдается во многих исследованиях. Профессор Санкт-Петербургского университета С.Г. Корконосенко выделяет функции журналистики субъектным образом, такие как функции интеграции, познания, пропаганды, агитации, организации, личностной

¹⁰³ Lasswell, H.D. The structure and function of communication in society // The communication of ideas. 1948. 37(1). P. 136-139.

¹⁰⁴ Schramm, W. Mass communications, Second Edition. ed. Urbana. University of Illinois Press, 1960. 695 p.

ориентации, служебного профессионализма и творчества¹⁰⁵. Профессор Санкт-Петербургского университета К.Р. Нигматуллина считает, что медиа в формировании дискурса может усиливать или нивелировать тревожность, страхи, и даже воздействовать на передачу определенных ценностей и смыслов¹⁰⁶. Л.Г. Свитич, советский и российский ученый, социолог и журналист, разработала специальную функциональную классификацию массовой коммуникации, названную журналистикой, выделила сорок пять категорий журналистских функций, которые, по сути, объединяют все сферы деятельности СМИ¹⁰⁷.

Сетевые медиа, выполняя названные функции, играют заметную и важную роль в цифровую эпоху. Исследователи Л.О. Алгави, Д.А.-Н. Аль-Ханаки выделили следующие функции социальных медиа: креативная функция; сотрудничество; оценка актуальности и релевантности материалы; проверка фактов; классификация и рубрикация; обмен созданным контентом; обучение; консолидация и медиа-активизм¹⁰⁸.

В авторской работе «Функционирование мы-медиа в условиях инфодемии: проблемы безопасности», нами подчеркивалось: функционирование мы-медиа в период пандемии показало, что это сила, которая может превзойти влияние институтов, контролирующих новости и информацию и повлиять на ситуацию как позитивно, так и негативно¹⁰⁹.

¹⁰⁵ Корконосенко, С.Г. Основы журналистской деятельности: учебник для вузов / С. Г. Корконосенко [и др.]; под редакцией С.Г. Корконосенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 293 с.

¹⁰⁶ Нигматуллина, К.Р., Чернова, Е.В. Триггеры тревожности в новостных публикациях: методология и подходы к изучению // *Caucasian Science Bridge*. – 2023. – Т. 6, № 3(21). – С. 23-35.

¹⁰⁷ Свитич, Л.Г. Феномен журнализма: [монография] / Л.Г. Свитич; под ред. проф. Я.Н. Засурского. – М.: Факультет журналистики МГУ ИКАР, 2000. – 250 с.

¹⁰⁸ Алгави, Л.О., Аль-Ханаки Д.А. Функции социальных медиа // *Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика*. – 2012. – №3. – С. 56-62.

¹⁰⁹ Ли, И. Функционирование «мы-медиа» в условиях инфодемии: проблемы безопасности // *Региональная информатика (РИ-2020)*. XVII Санкт-Петербургская международная конференция «Региональная информатика (РИ-2020)». Материалы конференции. Часть 1. – СПб: СПОИСУ, 2020. – С. 262-264.

В конце 2019 г. в китайском городе Ухань выявлено несколько случаев заражения жителей неизвестным на тот момент видом пневмонии. Впоследствии масштабы передачи инфекций значительно выросли. Эта эпидемия стала серьезной чрезвычайной ситуацией в здравоохранении, затронувшей весь мир.

Обеспокоенное общество долгое время находилось в состоянии замешательства из-за неясности источника заражения эпидемией COVID-19 и непредсказуемости последствий массового заболевания для общества¹¹⁰. На этом фоне помимо основного «поля битвы», на котором люди во всем мире борются с эпидемией, ещё одно «поле битвы», которое представляет собой войну общественного мнения: в Интернете широко распространяется множество ложной и вредоносной информации, становящейся инфодемией.

Прямым следствием этого явилось то, что из-за нерасторопности правительства и традиционных СМИ слухи стали опережать правду¹¹¹.

Сетевые медиа – вид массовой коммуникации, осуществляемый посредством интернета и имеющий ряд существенных отличий от традиционных медиа. Сетевые медиа относятся к основным СМИ, которые имеют определенный масштаб, воплощают и распространяют социальную идеологию и ценности, а также направляют социальное развитие и движение¹¹². В ранний период глобальной вспышки эпидемии COVID-19 сетевые медиа стали выполнять функции в области коммуникации, социологии, пропаганды, политика и т.д. и сыграли важную роль в разрешении чрезвычайных ситуаций (ЧС), анализируя новости в Интернет с декабря 2019 г. по июня 2020 г.

¹¹⁰ Казиев, В.М. Медиаграмотность как основа информационно-коммуникационной и социально-психологической безопасности в цифровом обществе / Цифровая гуманитаристика и технологии в образовании (DHTE 2020) // Сборник материалов Всероссийской научн.-практ. конф. с международным участием. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2020. – С. 80-87.

¹¹¹ Ци, Пэнчэн, Чжао, Лу. Анализ распространения слухов в эпоху новых медиа // Журнал журналистских исследований. – 2019. – № 15. – С. 88-89.

¹¹² Московкина, Ю.Ю. Новые медиа как средства массовой информации // Молодой ученый. – 2018. – № 52 (238). – С. 239-241.

Коммуникационное функционирование. Когда человеческая коммуникативная деятельность зарождалась, «коммуникация» была основной потребностью и функцией, а СМИ с древних времен был важным каналом распространения общественной информации. В условиях информационных технологий, опирающихся на удобство, взаимодействие и персонализацию сетевых медиа, способы распространения информации более разнообразны, что значительно расширяет возможности передачи информации как во времени, так и в пространстве.

В ЧС в области общественного здравоохранения количество и скорость распространения информации изменились в большей степени, чем общая ситуация, поэтому характеристикам сетевых медиа было предоставлено большое пространство для отображения. Особенно, когда речь идет о такой информации, как экспресс-информация, комментарии к текущим событиям, научно-популярная и пропагандистская информация, удобство и своевременность распространения сетевые медиа демонстрируют преимущества, с которыми сравниться традиционные СМИ.

Произошёл переход от преимущественно линейного распространения информации к сочетанию линейного и сетевого распространения¹¹³.

А) *Экспресс-информация.* Ход ЧС в области общественного здравоохранения часто меняется в течение короткого периода времени, и любое изменение приведет к изменению мер реагирования, поэтому своевременное доведение этих изменений до населения является основной функцией средств массовой информации при реагировании на ЧС в области общественного здравоохранения. Во время эпидемии российские медиа ВКонтакте, китайский Weibo и «The New York Times» в США создали специальные страницы об эпидемии COVID-19 и транслировали

¹¹³ Шарков, Ф.И. Интернет и масс-медиа: локальный дискурс в сетевых и массовых коммуникациях // Коммуникология. – 2014. – Т. 8. – № 6. – С. 15-28.

ежедневно данные о количестве случаев, реализуя принципы редакционной политики в отражении профилактики эпидемий в различных странах и регионах в режиме реального времени.

Б) *Комментарии к текущим событиям.* В этой эпидемии новой коронарной пневмонии произошла информационная перегрузка из-за многочисленности источников информации. В результате общественность имеет разные уровни дискриминации и доверия к разной информации, которая имеет характеристики изменения общественного мнения в Интернете.

Таким образом, СМИ своевременно реагируют на озабоченность общественности и ясно выражают свою позицию по некоторым спорным событиям, что может сыграть роль в передаче позиции правительства и в стабилизации общественного мнения. Как одно из основных сетевых медиа, Weibo имеет большое количество пользователей и авторитет в СМИ, особенно выполняет коммуникационную функцию при распространении новостей с комментариями к текущим событиям.

Согласно «Отчету о развитии пользователей Weibo за 2020 год», в 2020 г. количество учетных записей государственных учреждений на Weibo, превысило 140 000, количество пользователей превысило 3 миллиарда, а количество прочтений Weibo превысило 450 миллиардов раз. Во время эпидемии 37 000 правительственных постов и более 3 000 СМИ опубликовали на Weibo 6,076 млн единиц официальной информации и запустили 30 000 прямых трансляций эпидемии, а среднесуточное потребление информации об эпидемии на Weibo составило 16,1 миллиарда раз¹¹⁴.

Например, 2 февраля 2020 г. газета «Жэньминь жибао» опубликовала на своем официальном аккаунте на Weibo: «Народный комментарий: чем больше мы

¹¹⁴ Отчет о развитии пользователей Weibo за 2020 г. / [Электронный ресурс] URL: <https://data.weibo.com/report/reportDetail?id=456&sudaref=www.baidu.com> (дата обращения: 12.03.2021).

концентрируемся на борьбе с эпидемией, тем больше мы должны обеспечить нормальное функционирование общества. Ожесточенная битва за борьбу с эпидемией находится в критической стадии, так как нормальная жизнь сотен миллионов людей оказалась под угрозой. В процессе профилактики и борьбы с эпидемией мы должны не только яростно бороться с эпидемией, но и учитывать настроения людей, чтобы обеспечить стабильность общества»¹¹⁵. Сетевые медиа смогли своевременно позитивно отреагировать на горячие темы в Интернете во время эпидемии, такие как, как сбалансирование политики профилактики и борьбы с эпидемией с нормальным производством и жизнью людей, и как благотворительные пожертвования могут участвовать в профилактической и контрольной работе с максимальной эффективностью и т. д.

В) *Научно-популярная и пропагандистская информация.* Также стоит отметить функцию фильтрации информации сетевых медиа в ЧС в области общественного здравоохранения. Сетевые медиа уменьшили барьеры для самовыражения и распространения и деконструировали односторонний способ коммуникации традиционных СМИ. Эта функция привела к изменениям в методах и эффективности коммуникации, а также вызвала большую избыточность информации и даже беспричинное распространение ложной информации. С точки зрения функции медиакоммуникации опровержение ложной информации так же важно, как и предоставление верной информации.

ЧС в области общественного здравоохранения имеют отношение к большому количеству профессиональных знаний и оказывают большое влияние на производство и жизнь нормального общества, требуют специальных механизмов преодоления. Таким образом, от СМИ требуется не только объяснять и анализировать состояние, масштабы, причины и тенденции самого инцидента в

¹¹⁵ Чем больше мы концентрируемся на борьбе с эпидемией, тем больше мы должны обеспечить нормальное функционирование общества / [Электронный ресурс] URL: <https://wap.peopleapp.com/article/5099159/4994967> (дата обращения: 02.02.2020).

области общественного здравоохранения, но также требуется, чтобы СМИ хорошо справились с расширенной интерпретацией и распространением соответствующих профессиональных знаний. Особенно на ранней стадии эпидемии непонимание людьми нового коронавируса и паника по этому поводу заставляли людей верить слухам и ложным новостям в Интернете. Например: китайский академик Чжун Наньшань предложил людям оставаться дома две недели; употребление чеснока лучше лекарства, убивающего вирусы; употребление бананов вызовет новую коронавирусную пневмонию; белый уксус может дезинфицировать воздух. Напротив, распространение важных правильных знаний о профилактике эпидемий, таких как ношение масок, частое мытье рук и ограничение поездок, очень ограничено. В ответ на это явление газета «Жэньминь жибао» на своем официальном ресурсе Weibo, официальном аккаунте CCTV News в WeChat и мобильном приложении агентства Синьхуа опубликовала научно-популярные посты, чтобы опровергнуть слухи. Например: на официальном аккаунте CCTV News в WeChat создана научно-популярная колонка для сбора различных опровергающих слухов о новой коронавирусной пневмонии; на официальной площадке Weibo газеты «Жэньминь жибао» опубликована статья «О новой коронавирусной пневмонии: 100 научных сведений, которые вы должны знать» также набрала более 100 тыс. просмотров.

В условиях инфекционных заболеваний население склонно распространять слухи и верить слухам, находясь в состоянии паники, поэтому для основных сетевых медиа особенно важно своевременно публиковать такие опровергающие слухи.

Социальное функционирование. В период ЧС возрастает социальная неопределенность. Кроме того, неясность и несвоевременное информации приведет к беспричинному разрастанию слухов и ложных новостей. В то же время «обратный эффект» (backfire effect) также серьезно влиял на большую склонность общественности к ложным новостям, то есть, когда люди сообщают, что еще

больше верят в дезинформацию после того, как увидели доказательную коррекцию, направленную на ее исправление, что часто используется как причина не исправлять дезинформацию¹¹⁶. Например, утверждение «Вакцина против COVID-19 НЕ изменит вашу ДНК» направлено на то, чтобы развеять дезинформацию, однако повторение слов «Вакцина против COVID-19» и «измененная ДНК» предлагается для того, чтобы сделать эту неточную связь более очевидной. Считается, что эффект обратного воздействия возникает в результате того, что люди с большей вероятностью верят в правдивость повторяющейся информации, явление, называемое эффектом иллюзорной правды. В результате общественное радикальное мнение будет препятствовать развитию социальной помощи. СМИ являются клапаном сброса давления общества. Эта образная метафора отражает то, что СМИ могут выполнять функцию социальной интеграции посредством направления общественных эмоций. Концентрированные изменения в социальной реальности приведут к изменению индивидуальных эмоций за короткий промежуток времени, став тем самым важным окном для влияния на общественное мнение. Непосредственно проблемам влияния социальных сетей на процесс формирования и функционирования общественного мнения посвящены работы Т.А. Дидаева, С.В. Капраловой, Ю.А. Поповой, Д.И. Шведовой, С.Г. Ушкина¹¹⁷, и

¹¹⁶ Swire-Thompson, B., Miklaucic, N., Wihbey, J.P., Lazer, D., DeGutis, J. The backfire effect after correcting misinformation is strongly associated with reliability // *J Exp Psychol Gen.* 2022. 151(7). P. 1655-1665.

¹¹⁷ Дидаева, Т.А. Потенциал социальных сетей в формировании общественного мнения // *Коммуникология: электронный научный журнал.* – 2021. – № 3. – С. 48-57; Капралова, С.В. Прогресс информационно-компьютерных технологий и развитие интернета как факторы формирования общественного мнения // *Историческая и социально-образовательная мысль.* – 2013. – № 4 (20). – С. 169-172; Попова, Ю.А. Информационные технологии в системе формирования общественного мнения [Электронный ресурс] // *Психология, социология и педагогика.* 2015. – № 7. – URL: <https://psychology.snauka.ru/2015/07/5560> (дата обращения: 09.05.2023); Ушкин, С.Г. Влияние виртуальных социальных сетей на протестную активность в российском обществе: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / С.Г. Ушкин; Морд. гос. ун-т им. Н.П. Огарева. – Саранск, 2015. – 25 с; Шведова, Д.И. Влияние социальных сетей на формирование общественного мнения // *Молодежный научно-технический вестник / [Электронный ресурс]* URL: <http://ainsnt.ru/doc/823670.html> (дата обращения: 11.11.2015).

др. В период эпидемии общественность находится в состоянии растерянности. В это время социальная функция СМИ заключалась в том, чтобы направлять общественное мнение, сбалансировать общественные настроения, преодолеть социальные различия и создавать гармоничную и позитивную среду формирования общественного мнения, направленного на социальное развитие. Суй Янь, профессор Университета коммуникаций Китая, считает, что суть социальных сетей заключается в распространении эмоций¹¹⁸. Общественные настроения сильно колеблются, а негативные эмоции легко накапливаются из-за информационной перегрузки и неспособности принять ту информацию, которая действительно нужна. В то же время из-за потребности искать эмоциональную поддержку и социальную симпатию люди более склонны бездумно делиться отрицательными эмоциями.

Это подразумевает, что «отрицательные эмоции скорее стимулируют эмоциональное участие аудитории», а затем формируют сильное поле общественного мнения. Платформа сетевых медиа является не только местом зарождения такого общественного мнения, но и лучшим каналом для разрядки эмоций пользователей сети и реагирования на общественные опасения. Через сетевую медиaplatformу можно обеспечить связь между сторонами, передающими и получающими информацию, чтобы стабилизировать общественное мнение и сыграть роль в социальной интеграции.

Во время эпидемии Уханьское общество Красного Креста вызвало социальные споры из-за распределения материальных ресурсов для оказания помощи пострадавшим от стихийных бедствий. Перед лицом общественного негодования и социальных разногласий основные сетевые медиа такие как, CCTV News, газета «Жэньминь жибао» и агентство Синьхуа быстро вмешались и

¹¹⁸ Суй, Янь, Ли, Янь. Влияние сетевого языка на социальную коммуникацию индивидуальных эмоций // Международная пресса. – 2020. – № 42(1). – С. 79-98.

опубликовали соответствующую информацию, чтобы своевременно успокоить общественные настроения. В данном контексте общественное мнение является инструментом, позволяющим прямо или косвенно участвовать в процессе регулирования деятельности органов власти и других социальных институтов через специальные механизмы с целью влияния на их деятельность¹¹⁹.

Кроме того, с одной стороны, основные СМИ сосредотачиваются на объективном сообщении фактов и обновлении данных; с другой стороны, основные сетевые медиа уделяли больше внимания таким группам, как чиновники, авторитетные эксперты и медицинский персонал, и, таким образом, они не уделяли внимания обычным людям и эмоциональным потребностям. Новые медиа технически преодолевали барьеры простых людей в выражении своей речи, а их технологические преимущества делали сетевые медиа более способными защитить голос обычных людей по сравнению с институциональной системой и традиционными СМИ¹²⁰. Сетевые медиа сами по себе обладают интерактивностью, предоставляют большинству пользователей, которые в прошлом хранили молчание, возможность активного выражения своих мнений.

Информация, которой делятся пользователи в социальных сетях из-за грусти, гнева, депрессии и других причин, является реальной историей. СМИ являются важным каналом для людей, чтобы выразить свои эмоции, особенно сетевые медиа, основанные на мобильных сетях, которые имеют огромное влияние на направление и регулирование общественной эмпатии.

Согласно китайскому исследованию «Анализ эмоций и психологической динамики интернет-пользователей в чрезвычайных ситуациях в области общественного здравоохранения – на примере инцидента новой коронавирусной

¹¹⁹ Горшков, М.К. Общественное мнение: история и современность / М. К. Горшков. – М.: Политиздат, 1988. – 383 с.

¹²⁰ Мельник, Г.С. Новые технологии медиапроизводства: достижения и издержки / Г.С. Мельник // Челябинский гуманитарий. – 2020. – № 4(53). – С. 48-56.

пневмонии», с использованием алгоритма нейронной сети CNN для анализа эмоциональной тенденции 92 347 текстовых данных Weibo, связанных с «эпидемией коронавирусных пневмонией» с 11 декабря 2019 г. по 12 февраля 2020 г., показал, что в сетевом медиа Weibo количество постов с отрицательными эмоциями было выше, чем количество постов с положительными эмоциями (тексты с негативными эмоциями составляли 63,5%, а тексты с позитивными эмоциями – 36,5%)¹²¹.

Исследование показало, что ЧС в области общественного здравоохранения тесно связаны с жизненно важными интересами населения. Общественность, как правило, чувствительна к такой информации. На самом раннем этапе таких инцидентов, если авторитетная информация не будет своевременно и открыто обнародована, то это легко приведет к вирусному распространению негативных замечаний и даже сформирует феномен поляризации эмоций в различных социальных группах. Появление этого феномена согласованности коллективной негативной эмоции может привести к удвоению общественной социальной незащищенности. Однако соответствующее негативное эмоциональное смещение также играет определенную роль в содействии позитивному развитию события. Теория стресса подчеркивает, что смещение негативного внимания является своего рода мерой самозащиты человека. Люди склонны отдавать приоритет негативной информации, а не позитивной. Уделяя приоритетное внимание негативной информации, аудитория может лучше определить цели угрозы и подготовиться заранее. Это способствует выживанию и развитию человечества. В самом начале вспышки эпидемии коронавируса наблюдалось больше негативных явлений эмоциональной поляризации, таких как страх и тревога. Этот феномен не означает,

¹²¹ Пань, Вэньхао, Ли, Цзиньцзинь, Хэ, Бикай. Анализ эмоций пользователей Интернета и психологической динамики в чрезвычайных ситуациях в области общественного здравоохранения – на примере «Новой коронарной пневмонии» // Медиа наблюдение. – 2020. – № 7. – С. 10-15.

что сетевые пользователи пессимистично и негативно относятся к самому событию. Скорее всего, это проявление психологической реакции людей и их желания, чтобы эпидемия закончилась как можно скорее. В начале 2020 г. эпидемия развивалась в позитивном направлении, и скрытые опасности, угрожающие общественной безопасности, контролировались. Затем, позитивный оптимизм среди общественности стал превалировать. Социальные сети способны выявлять и объединять разрозненные протестные мнения, закреплять их и, в конечном счете, переводить общественное мнение из духовной сферы в реальную сферу деятельности. В этом случае социальные сети являются реальными триггерами, влияющими на массовую активность¹²².

По состоянию на июнь 2020 г. тема «Уханьского дневника» в китайских сетевых медиа Weibo обсуждалась 4,216 миллиона раз. На постах зафиксировано: время 76-дневной изоляции людей в Ухане стало самым трудным время людей из всех слоев общества¹²³.

Среди постов зафиксировано много позитивных (например: отмечалось воодушевление Уханских масс на преодоление трудностей эпидемии), что полностью подтверждало: в условиях ЧС в области общественного здравоохранения распространение социальных сетей играет положительную роль в снятии психологического напряжения людей и повышении сплоченности общества. Огромное количество сообщений в Weibo является доказательством того, что сетевые медиа гарантируют простым людям право голоса.

Пропагандистское функционирование¹²⁴. СМИ уничтожают слухи,

¹²² Ушкин, С.Г. Влияние виртуальных социальных сетей на протестную активность в российском обществе: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / С. Г. Ушкин; Морд. гос. ун-т им. Н.П. Огарева. – Саранск, 2015. – 25 с.

¹²³ Хао, Вэйгуан. «Уханьский дневник 2020»: запись любви и тепла Уханя с помощью Vlog // Медиа. – 2021. – № 7. – С. 3.

¹²⁴ См. подробнее: Ли, И. Ценность сетевых медиа как источника информации об эпидемии COVID-19 // Гуманитарный вектор. – 2022. – Т. 17. – № 4. – С. 157-164.

ложные новости и сообщения, разжигающие ненависть и разногласия и работают над распространением точной информации, надежды и солидарности. Мелисса Флеминг, заместитель министра по глобальным коммуникациям, сказала, что распространение страха, неуверенности и ложных новостей может затруднить реакцию стран и всего мира на вирус и позволять тем, кто стремится углубить социальные разногласия, извлечь выгоду. Эти действия могут помешать глобальному сотрудничеству, а нам срочно необходимо глобальное сотрудничество, чтобы справиться с этим кризисом. Генеральный секретарь ООН Антониу Гутерриш даже заявил на UN Web TV, что наш мир может справиться с этим вирусом только одним способом: действуя сообща¹²⁵.

Под влиянием интернета претерпели глубокие изменения как структура СМИ, так и способы общения, технологии связи с аудиторией. Во время эпидемии сетевые медиа не только своевременно распространяли информацию и направляли общественные эмоции, но и формировали позитивное общественное мнение посредством пропагандистской работы. В сообщении о борьбе с эпидемией новые медиа решили направить свои камеры и микрофоны на противоэпидемические действия людей, освещали события с точки зрения медицинского персонала, простых граждан и противоэпидемических волонтеров, и фиксировали факты совместной борьбы с эпидемией.

В то же время коммуникационная архитектура сетевых медиа, насчитывающая сегодня сотни миллионов пользователей, значительно повышает потенциал пропагандистского воздействия. В освещении пандемии основные сетевые медиа придерживались позиции общественного мнения, играли синергетическую роль, объединяли технические ресурсы, внедряли инновационные методы коммуникации, повышали производительность

¹²⁵ Наш мир может справиться с этим вирусом только одним способом: действуя сообща / [Электронный ресурс] URL: <https://www.un.org/ru/coronavirus/our-world-can-only-get-ahead-virus-one-way-together> (дата обращения: 15.01.2021).

интегрированных новостей с помощью коротких видеороликов, прямых трансляций и т. д. Например: в начале вспышки эпидемии основные сетевые медиа Китая, CCTV, объединились, используя форматы прямой трансляции («медленная прямая трансляция», «мобильная прямая трансляция», «подключенная облачная прямая трансляция») и запускали в своих мобильных приложениях инновационную прямую трансляцию «Эскорт для ангелов», представляющую истории медработников во время уханьской эпидемии¹²⁶. В английском новостном документальном фильме «Хроники эпидемии Уханя», выпущенном CGTN на Youtube, в течение 33 минут был показан весь процесс перехода эпидемии от быстрой вспышки к сдерживанию в этом городе с населением в десятки миллионов человек за последний месяц. Основные сетевые медиа, рассказывающие истории во время эпидемии, пробуждали сочувствие людей и укрепляли всеобщую уверенность в совместной борьбе с эпидемией.

Россия становится первой страной в мире, которая успешно произвела вакцину против COVID-19, поскольку наука продолжает прокладывать новые пути надежды. Однако информационный рынок был наполнен ложными данными и дезинформацией, о чем свидетельствовали заявления пресс-секретаря Белого дома и пресс-секретаря президента России о недопустимости политизации темы вакцин и ведения на этой почве информационных войн. Спецслужбы США вычисляют «вредных агентов» влияния, в их числе называются малоизвестные в России медиаресурсы – News Front, New Eastern Outlook, Oriental Review, Rebel Inside, якобы контролируемые ФСБ, которые ведут антипропаганду (Первая мировая вакцинная война. Вечерняя Москва. 2021. 16 марта)¹²⁷. При этом СМИ должны

¹²⁶ Чэнь, Тайсю, Хуан, Хунчжэнь. Рост и причины медленных прямых трансляций в новом отчете об эпидемии короны // Молодой журналист. – 2020. – № 26. – С. 88-89.

¹²⁷ Мельник, Г.С. Вакцинные войны в медиа как фактор угрозы информационно-психологической безопасности России // Информационная безопасность регионов России (ИБРР-2021): Материалы XII Санкт-Петербургской межрегиональной конференции, Санкт-Петербург, 27–29 ноября 2021 года. – Санкт-Петербург: Региональная общественная организация «Санкт-

проводить эффективную, основанную на фактах пропаганду, чтобы завоевать общественное доверие и повысить доверие и понимание вакцин. Ключевое рекламное сообщение или идея публичного объявления могут влиять на сознание получателей с помощью текста, фотографий или изображений, а также комбинаций этих инструментов¹²⁸. Продвижение вакцины в социальной рекламе заключается в позиционировании врача как лидера мнений через особый медийный портрет. Люди в белых халатах доносили до населения особую важность вакцинации. Социальная реклама имеет значительный охват. В то же время СМИ используют различные формы и методы воздействия на аудиторию. В социальных сетях тексты о медработниках, рассказывающих о преимуществах прививки, сопровождаются инфографикой, фото и видеоконтентом. Таким образом посредством медиа выполняется функция пропаганды, призванная удовлетворять социальные потребности¹²⁹. Такая пропаганда является неотъемлемой частью государственной политики в условиях, когда страна вместе с мировым сообществом переживает пандемию и борется с её последствиями.

Политическое функционирование. В современном медийном обществе коммуникация стала основной частью «стратегической игры», от которой зависит успех отдельных групп граждан, организаций, социальных групп или даже всего общества¹³⁰. Политическая функция СМИ позволяет контролировать деятельность и решения органов власти, а также формировать целостное и четко выраженное общественное мнение о тех или иных действиях органов власти, что позволяет

Петербургское Общество информатики, вычислительной техники, систем связи и управления», 2021. – С. 305-307.

¹²⁸ Фадеева, И.В. Текстовая и визуальная пропаганда вакцинации COVID-19 в новых медиа Астраханского региона // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2022. – Т. 2. – № 2. – С. 268-275.

¹²⁹ Пропагандистский дискурс в условиях цифровизации /под ред. В.А. Ачкасовой и Г.С. Мельник. – СПб.: СПбГУ, 2023. – 424 с.

¹³⁰ Münch, R. Die Dynamik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1995. 313 p.

«всем гражданам получать информацию о политическом процессе, и те, у кого есть возможность публиковать информацию в СМИ, влиять на реализацию политических программ» конъюнктура и мировоззрение людей становится взаимовлияющим фактором влияния. СМИ оказывают существенное влияние на политическую сферу общества и формирование и функционирование в ней политических институтов посредством так называемой «политической социализации личности»¹³¹. Суть модели политической социализации заключается в том, что общество развивает индивидуального социального человека в политического человека и культивирует роль политического человека, соответствующую господствующей политической культуре общества¹³². К людям политической ориентации относятся те граждане, которые действительно становятся основой реальной политики, граждане, обладающие политическими способностями и участвующие в политике¹³³.

При традиционных медийных методах обмен информацией и каналы связи между политической системой и обществом являются односторонними. Недостатком этого метода является то, что он всегда нисходящий, система коммуникаций неэффективна и имеет единую структуру. Из-за невозможности выйти на высший уровень общения – лицом к лицу, две стороны общения находятся в неравном положении, что вызывает дисбаланс и делает политическое убеждение более похожим на прямую идеологическую обработку.

В эпоху сетевых медиа аудитория может полагаться на новые технологические платформы для достижения двустороннего интерактивного

¹³¹ Горбатова, Н.В., Малькевич, А.А. Современные СМИ как инструмент политической социализации молодежи // Управленческое консультирование. – 2015. – № 5 (77). – С. 52-62.

¹³² Ю, Кун. Трансформация парадигмы и корректировка политической социализации молодежи с точки зрения сети // Шаньдун: Журнал Шаньдунского колледжа молодежных управленческих кадров. – 2010. – № 1. – С. 18-21.

¹³³ Сунь, Гуаньхун. Ху, Юйчунь, Жэнь, Цзюньфэн. Введение в политологию // Шанхай: Изд-во Фуданьского ун-та. – 2014. – 320 с.

общения. Как основные сетевые медиа, так и социальные сети преодолели коммуникационные барьеры между правительством и общественностью, что позволило им вести независимый диалог. По мнению К. Е. Виноградовой, коммуникация в политической сфере описывается как «процесс передачи политических сообщений, структурирующий и придающий новый смысл политической деятельности, формирование общественного мнения и политическую социализацию граждан с учетом их потребностей и интересов»¹³⁴.

Профессор Уолтер Ян Липкин, американский эксперт по инфекционным заболеваниям, известный как «охотник за вирусами», сказал в интервью ССТV, что многие люди больше не получают информацию из газет, радио и телевидения, а привыкают не только получать информацию через платформы сетевых медиа, но и верят в такую информацию.

В сегодняшней медиасреде взрывной эффект распространения информации больше не вызывает удивления. Тем более, децентрализация сетевых медиа нарушила первоначальную схему коммуникации. Сетевые медиа стали мощным центром формирования общественного мнения, поскольку каждый пользователь сетевых медиа может стать производителем и потребителем информации. Осознавая необходимость взаимодействия правительства с народом государственные ведомства, стали открывать официальные аккаунты на сетевых платформах для оперативного реагирования на запросы аудитории. По мнению Н. Лумана, в постоянно изменяющемся дифференцированном обществе либеральная модель гласности как «зеркала»¹³⁵. При этом некоторые страны создали сетевую сервисную платформу для сбора предложений по профилактике и борьбе с эпидемии. В 2021 г. Санкт-Петербург уже стал одним из лидеров по работе с

¹³⁴ Виноградова, К.Е. Роль масс-медиа в политической системе общества // Журналистский ежегодник. – 2013. – № 2-1. – С. 64-67.

¹³⁵ Luhmann, N. Gesellschaftliche Komplexität und öffentliche Meinung // Soziologische Aufklärung 5: Konstruktivistische Perspektiven. 2005. P. 163-175.

населением через сетевые медиа, в топ также вошли Вологодская, Челябинская и Самарская области и Ханты-Мансийский АО. Так, за первый квартал 2022 г. Санкт-Петербурге от местных жителей через социальные сети поступило 22 137 сообщений, через платформу «Госуслуги. Решаем вместе» – 41 250 сообщений. Одной из самых популярных тем запросов стала вакцинация от COVID-19¹³⁶. Подобные ресурсы во время эпидемии использовались в Китае. Так, Государственный совет создал платформу «взаимодействия правительства и гражданского общества» в WeChat для сбора мнений и предложений общества по профилактической и контрольной работе. Это даёт возможность общественности своевременно сообщать правительству о различных проблемах, существующих в борьбе с эпидемией, и ускорять темпы победы в борьбе с эпидемией. В случае физической изоляции бесперебойный поток информации обеспечивает эффективный диалог с населением и помогает стабилизировать психологическое состояние людей¹³⁷.

2.2 Вызовы сетевых медиа в инфодемии в условиях эпидемии нового коронавируса

На этом поле боя без пороха – эпидемии нового коронавируса сетевые медиа,

¹³⁶ Вакцинация от COVID-19 стала одной из главных тем обращений нижегородцев на платформе «Госуслуги. Решаем вместе» // Правительство Нижегородской области. / [Электронный ресурс] URL: <https://nobl.ru/novosti-nizhegorodskoj-oblasti-za-vse-vremya/vaktsinatsiya-ot-covid19-stala-odnoy-iz-glavnykh-tem-obrashcheniy-nizhegorodtsev-na-platfome-gosusl?ysclid=lsbqinxfgq736976636> (дата обращения: 07.10.2021).

¹³⁷ Фанфан, В. Особенности освещения эпидемии COVID-19 в Китае в материалах ИТААР-ТАСС // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. – 2021. – № 1(3). – С. 72-86; Лю, Сяожун, Сунь, Цзини. Сравнительное исследование сообщений «COVID-19» и «SARS» в «Жэньминь жибао» // Исследование новостей. – 2021. – № (02). – С. 93-95; Лю, Цзыюнь. Глобальная коммуникация в контексте COVID-19 // Распространение новостей. – 2021. – № 05. – С. 116-118; Цуй, Найвен. Размышления и просвещение о конструктивных сообщениях об эпидемии COVID-19 в Великобритании и США // Китайские журналисты. – 2021. – № 03. – С. 38-40.

несомненно, сыграли огромную роль. Они не только передали авторитетный голос ВОЗ, сообщали о «трогательных» историях борьбы с эпидемией и уделяли внимание эмоциональным потребностям простых людей, но и боролись с инфодемией, являющейся производным вирусной эпидемии. Все виды сетевых медиа прошли большое испытание, и важнейшие проблемы связаны с генерализациями субъектов распространения информации, запасом научных знаний, и тем, что иррациональное поведение аудитории в научной коммуникации. Убеждены, что такие вызовы будут продолжаться и окажут влияние на всю медиа-экосистему в будущем.

Генерализация субъектов распространения информации затрудняет различие между истинным и ложным содержанием. Инфодемия представляет собой серьезную проблему для распространения социальной информации, особенно в области здравоохранения. Педагог Джон Дьюи сказал: «общество существует не только благодаря передаче и коммуникации, но, точнее, оно существует в передаче и коммуникации»¹³⁸. Изменения, происходящие в информационном мире, должны пробудить нашу бдительность. Развитие технологий делает связь между людьми более удобной. Ларс Бэкстром также продемонстрировал в своих экспериментах, что новые медиа могут уменьшить мир с шести степеней разделения, ранее предложенных гарвардским психологом Стэнли Милгрэмом, до четырех степеней разделения¹³⁹. Сегодня действительно существует такая степень связи между людьми, которая никогда раньше не была возможна ввиду отсутствия технологий.

Цифровизация меняет структуру журналистики, которая использует новые методы и инструменты для достижения ощутимых экономических выгод¹⁴⁰.

¹³⁸ Dewey, J. Democracy in education // The elementary school teacher. 1903. 4(4). P. 193-204.

¹³⁹ Backstrom, L., Boldi, P., Rosa, M. et al. Four degrees of separation // Proceedings of the 4th Annual ACM Web Science Conference, 2012. P. 33-42.

¹⁴⁰ Градюшко, А.А. Производство и распространение контента на цифровых платформах: оценка вовлеченности аудитории // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. – 2022. – № 2(261).

Основываясь на результатах исследования природы новых медиатехнологий, найдем два ключевых момента: цифровизация и интерактивность.

Цифровизация изменила способы производства, хранения, распространения и потребления информации на уровне контента и способствовала трансформации традиционных медиа и появлению новых медиа. На уровне отношений цифровизация, особенно технология мобильного Интернета позволила реорганизовать, деконструировать и строить традиционные социальные отношения в разных регионах, временных периодах и группах. Все больше и больше информационных систем и баз данных можно получить и взаимодействовать через мобильные устройства, и все больше и больше доступа к изменчивым пространствам становится решающей чертой социальных организаций¹⁴¹.

Независимо от содержания или отношений, интерактивность является ключом к тому, чтобы отличить новые медиа от традиционных медиа. То, что стоимость интерактивность стремится к нулю, заставляет новые медиа формировать новые изменения на основе существующих достижений традиционных медиа с точки зрения основных субъектов коммуникации, форм коммуникации и каналов коммуникации. Технологическая интерактивность способствовала интерактивности содержания и отношений, а также реализовало «ориентированный на людей» способ коммуникации в новых медиа.

Сетевые медиа, привнесшие способ коммуникации, ориентированный на

– С. 43-49; Градюшко, А.А. Производство контента в цифровой журналистике // Журналістыка – 2023: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 25-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 22 лістап. 2023 г. / Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: А.В. Бяляеў (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск: ЭБ БГУ: Общественные науки: Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации, 2023. – С. 118-120; Мельник, Г.С. Стратегии новых медиа в цифровой среде и журналистское образование // Феноменология современных медиасистем и медиатекстов: Матер. междунар. научн.-практ. конференции, 16-17 ноября 2018 года. / отв. ред. С.В. Олейников. Тирасполь: Приднестров. гос. ун-т, –2019. – С. 93-101; Chua, S., Westlund, O. Platform Configuration: A Longitudinal Study and Conceptualization of a Legacy News Publisher's Platform-Related Innovation Practices // Online Media and Global Communication. 2022. Vol. 1. Issue 1. P. 60-89.

¹⁴¹ Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Qiu, J.L. et al. Mobile communication and society: A global perspective. Mit Press, 2009, 352 p.

человека, который основан на связи между людьми, по-прежнему остаются самым авторитетным каналом, ориентированным на человека, для большинства людей. Удобство использования сетевых медиа и рост силы публичного дискурса позволяют любому стать субъектом научной коммуникации. На фоне эпидемии COVID-19 профессиональные ученые, медработники, журналисты, массовые люди и т. д. могут делиться своим мнением и участвовать в процессе научной коммуникации через платформы социальных сетей, такие как Weibo, TikTok и Youtube, Телеграмм и т. д. Таким образом, у каждого человека есть шанс стать журналистом или информатором, каждый может быть причастен к сюжету и оказывать влияние на аудиторию. Впервые люди могут избавиться от оков времени и пространства и участвовать почти во всех необходимых обменах одновременно с несколькими идентичностями. Генерализация субъектов распространения информации обогатила содержание научной коммуникации, но в то же время привела к затруднению различения истинного и ложного содержания. Среди большого количества контента для распространения многие являются слухами, созданными недобросовестными субъектами распространения с целью привлечения внимания общественности и обмана взглядов. Более того, во время борьбы с эпидемией коронавируса контроль над слухами стал важной мишенью социальных сетей¹⁴².

Более того, многие «фальшивые врачи» начали использовать известные социальные медиаплатформы, чтобы привлечь внимание аудитории. Это, в частности, нанесло ущерб распространению качественной информации о вирусе и дополнительно укрепило веру в простые загадочные методы лечения, тем самым заставив людей стать неосторожными и способствовать распространению болезни.

¹⁴² Ли, И. Вызовы и исследование глобальной массовой коммуникации в условиях эпидемии СОУЮ-19 // Медиа-технологии в условиях изменяющегося мира: тренды, проблемы, прогнозы: сборник трудов / Министерство науки и высшего образования российской федерации; федеральное государственное автономное образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2021. – С. 162-165.

Например, распространились слухи об использовании увлажнения и пара для предотвращения болезни, и в прямом эфире Facebook live (Facebook принадлежит компании Meta Platforms Inc, деятельность которой признана в РФ экстремизмом) был показан видеоролик продолжительностью 40 минут, объясняющий использование «паровой ингаляции» как способа убить вирус. В видео «техник» объяснил использование кипяченой воды, смешанной с морской солью и кожурой цитрусовых, в течение 15 минут, которое было просмотрено 2,4 миллиона раз.

По сообщениям канадских СМИ, слух на TikTok о том, что «коронавирус распространяется через изготовленные хирургические маски», получил более 2 миллионов лайков от пользователей. Кроме того, подросток в Ванкувере (Канада) опубликовал видео TikTok, на котором мальчик в дыхательной маске кашляет у мусорного бака в коридоре кафетерия. Человек, стоящий за ним, позвонил на горячую линию экстренной помощи. Эта новость была представлена в виде скриншота, поскольку это первый подтвержденный подозрительный случай коронавируса в Британской Колумбии. Это шутивное и поддельное видео было воспроизведено более 400 тыс. раз¹⁴³.

Видно, что хотя несколько субъектов распространения информации могут распространять информацию с большего количества сторон, из-за низкой медиаграмотности субъектов распространения информации вне научного сообщества сложно отличить истинное от ложного.

Недостаточный запас научных профессиональных знаний медиа ограничивает глубину освещения новостей. Согласно «самым популярным поисковым запросам Google и темам новостей в 2020 году», предоставленным Semrush, «COVID-19» значительно превзошел объем поиска по всем другим ключевым словам, достигнув самого высокого объема поиска в 101 млн в марте

¹⁴³ Ли, И. Короткое видео как источник инфодемии в условиях эпидемии COVID-19 // Вестник Воронежского гос. ун-та. Серия Филология. Журналистика. – 2022. – № 3. – С. 122-124.

2020 г. В отчет «Десять главных социальных тем 2020 года», опубликованном китайскими СМИ The Paper, показывает, что тема знаний и образования по профилактике и борьбе с эпидемиями является категорией тем с наибольшей частотой слов в различных социальных сетях¹⁴⁴. Официальные лица ВОЗ отмечали, что новый коронавирус распространяется по миру с головокружительной скоростью, и, что еще хуже, распространение дезинформации в Интернете быстрее, чем распространение вирусов в реальности. Сетевые медиа – это палка о двух концах, наравне с преимуществами они имеют недостатки. Хотя они могут распространять объективную информацию быстрее и шире, также могут распространять с относительно высокой скоростью ложную информацию, слухи, крайние эмоции и т. д.

Множество дисциплин, таких как медицина, психология, коммуникация изучает инфодемию. Кроме того, эпидемический инцидент отличается от общих новостных сообщений. Он относится к области общественного здравоохранения. В начале пандемии медицинские круги сыграли свою роль, сделав ситуацию еще более запутанной, в некоторых случаях от медучреждений исходила неточная, непроверенная и противоречивая информация, к ней добавлялись разноплановые комментарии по COVID-19. COVID-19 – это новый тип коронавируса, с которым сталкиваются люди. В то же время медицинское сообщество мало об этом знало. Это первопричина всевозможных слухов и ложных утверждений. «Незнание» людей перед COVID-19 стало рассадником слухов и ложных утверждений¹⁴⁵. Неизбежно отсутствие у редакторов соответствующих медицинских знаний, создавало трудности в интерпретации эпидемической ситуации и получении

¹⁴⁴ Десять главных социальных точек 2020 года / [Электронный ресурс] URL: https://m.thepaper.cn/baijiaohao_10600883 (дата обращения: 30.12.2020).

¹⁴⁵ Ли, И. Инфодемия в условиях пандемии COVID-19 как современный социально-гуманитарный вызов // Медиа в современном мире. 60-е Петербургские чтения: сборник материалов 60-го Международного научного форума. В 2 т., Санкт-Петербург, 30 июня – 02 2021 года. Том 1. – Санкт-Петербург: ООО «Медиапапир». – 2021. – С. 185-186.

ключевых данных, и предоставлении общественности научных и эффективных предложений. Недостаток профессиональных знаний сотрудников медиа ограничивает глубину новостных сообщений. Традиционные ведущие медиа обычно сосредотачиваются на популярной информации, историях и сообщениях о текущих событиях. Но перед лицом эпидемии общественность нуждается в большем количестве знаний об эпидемической интерпретации и профессиональной защите. С учетом того возникает необходимость в том, чтобы особенно в случае пандемий, напомнить врачам о социальной ответственности предоставлении общественности информации, основанной только на фактических данных. При этом должны сведения доставляться аудитории простым и общедоступным способом, чтобы избежать неправильного толкования и недопонимания. Следовательно, необходима лучшая координация между медицинскими кругами, правительствами и СМИ, чтобы избежать распространения дезинформации по различным каналам, ограничить в медиапространстве присутствие фейковых новостей и тем самым активнее привлекать широкую общественность к соблюдению установленных правил¹⁴⁶.

В СМИ велось много споров вокруг противоречивых позиций медиков. Из многочисленных интервью с медицинскими работниками нами выделены две группы с противоположными позициями: с одной стороны, те, кто был склонен распространять тревожные новости, а с другой стороны, те, у кого были оптимистические идеи, поддерживающие неопасный характер COVID-19. После вспышки эпидемии в основных СМИ можно было увидеть непрофессиональные комментарии о вариантах лечения COVID-19. Однако в постэпидемический период осознание населения о профилактике нового коронавируса также повышается. При том, что некоторых людей очень беспокоит необходимость запастись лекарствами.

¹⁴⁶ Ли, И. «Пандемия» дезинформации в СМИ о COVID-19 // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. – 2021. – Т. 1. – № 1. – С. 64-73.

Некоторые неавторитетные авторы используют, обманчивые «народные пословицы» для распространения в Интернете. Создается обстановка, при которой любой человек может вступить экспертом по COVID-19.

В октябре 2022 г. многие люди уже видели «Таблицу последовательности новой коронной медицины», размещенную на публичном аккаунте WeChat «Hubei Daily», на крупных сетевых платформах, таких как Wechat, Weibo, TikTok и т. д. В некоторых группах со слабой способностью фильтровать информацию и легко слушать слухи, была запущена волна информации о «накоплении лекарств».

Медикаментозное лечение – это профессиональная медицинская проблема. Хотя текущая эпидемическая ситуация неизбежно вызовет у некоторых людей чувство беспокойства, при приеме лекарств следует руководствоваться авторитетными медицинскими профессиональными рекомендациями. Если люди пойдут в аптеки «запасаться» лекарствами только из-за слухов, будут тратить деньги, но и может затронуть и тех, у кого уже есть нормальные потребности в лекарствах, вызвав вторичную панику. Примечательно также, что знание об их опасности не сказывается на уровне доверия пользователей к информации, получаемой из онлайн-сетей и поисковиков¹⁴⁷. В эпоху Интернета родилась поговорка «не ищи доктора в медиа». В прошлом также были фарсы, такие как захват лекарства «radix isatidis» и «ShuangHuangLianKouFuYe», которые также преподнесли людям глубокий урок.

Из этого можем увидеть, что некоторым сетевым медиа не хватает профессионализма. Однако социальные сети даже с большой базой пользователей следуют их примеру и осуществляют «популяризацию фальшивой науки» среди общественности, вызывая неблагоприятные последствия.

Иррациональное поведение аудитории в научной коммуникации

¹⁴⁷ Задорин, И.В., Сапонова, А.В. Динамика основных коммуникативных практик россиян // Коммуникации. Медиа. Дизайн. – 2019. – Т. 4. – № 3. – С. 48-68.

ускоряет распространение слухов. Внезапная вспышка эпидемии COVID-19 нанесла огромный вред населению как физически, так и психологически. Наиболее интуитивным отражением этой паники является появление иррационального поведения, такого как вера и распространение слухов, когда они участвуют в научном общении¹⁴⁸. После того, как массовые люди увидят информацию о новой эпидемии коронавирусной пневмонии в сетевых медиа, особенно такие как Wechat, Weibo, Twitter и т. д, они в основном не заходят на профессиональные веб-сайты или платформы, чтобы проверить, правдива ли новость, считая содержание правдой, и пересылают его напрямую к родственникам и друзьям.

По словам Л. Фестингера, люди, движимые страхом, будут уделять больше внимания слухам во время бедствия, поскольку слухи обеспечивают познание, созвучное страху, в том смысле, что люди принимают их и верят им¹⁴⁹. В дополнение к поиску поддержки страха люди также нуждаются в некоторой поддержке слухов, чтобы придерживаться своих позиций. Это изменение в психологическом состоянии населения также приведет к тому, что они потеряют способность мыслить рационально и будут вести себя иррационально, например верить и распространять слухи. Таким образом, во время пандемии распространение слухов внезапно увеличится. Некоторые производители контента также пользуются психологией людей, чтобы создавать большое количество слухов или распространять слухи, чтобы привлечь внимание.

Конечно, эта эпидемия стала для нас важным предупреждением: слухи не обязательно являются фейковыми информацией, и некоторые сведения, которые

¹⁴⁸ Хоу, Ян. Исследование феномена отсутствия рациональности в научной коммуникации в эпоху Интернета [Электронный ресурс] // Хунаньский педагогический университет. – 2019. – URL:

https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=ACks_bcdpKISXr7C9Nod03R46RI65y4lzUe9X_PkKcpoTLP1bzZ7Xn-hPNDM451q18XOfdwHdKghuXFW8IQhWOwFt1PoW72PTNn3zlZiytpnKSd3IJaiboXd0ahCodO3Qz2Pi6hIyI5UW9QS2aRPTA==&uniplatform=NZKPT&language=CHS (дата обращения: 01.05.2019).

¹⁴⁹ Festinger, L. A theory of cognitive dissonance. Vol. 2. Stanford university press, 1962. 291 p.

мы пока не можем признать правдивыми, нельзя просто классифицировать как «слухи». Проверка достоверности информации – очень профессиональная работа, и она не может быть полностью решена медиаграмотностью обычных пользователей, и даже некоторые авторитетные организации не могут судить о ней на основе своего опыта, а зависят от профессионального расследования и проверки. Однако в распространении социальных сетей сегодня слухи часто распространяются раньше, быстрее и шире, чем информация, опровергающая слухи.

Хотя уважение выбора пользователей сегодня стало необходимостью, в ответ на быстрое распространение слухов большинство сетевых медиа приняли простой и грубый метод «удаления постов».

Сегодняшние социальные платформы должны переосмыслить свою роль в распространении публичной информации и общении с общественностью, а также взять на себя соответствующие обязанности, которые не только находят свое отражение в «удалении постов», но и в максимально возможном обеспечении разнообразия информационной среды.

Выводы ко второй главе.

В эпоху глобальной коммуникации асимметричная, односторонняя и локальная модель коммуникации традиционного общества была нарушена, и скрытая общественность получила право голоса, сформировав многополярную модель коммуникации. В условиях нынешней инфодемии сетевые медиа стали играть особую роль в ориентации аудитории и реализации коммуникационной, социологической, пропагандистской и политической функции в разрешении ЧС.

Все виды сетевых медиа прошли большое испытание, были вскрыты важнейшие проблемы: А) генерализация субъектов распространения информации затрудняет различие между истинным и ложным содержанием; Б) недостаточный запас научных профессиональных знаний медиа ограничивает глубину освещения новостей; В) иррациональное поведение аудитории в научной коммуникации

ускоряет распространение слухов. Для людей в критический момент, такой как крупная эпидемия, очень важно, с какими медиа и источниками информации они контактируют, что сильно влияет на последующее доверие медиа и методы обработки информации, что, в свою очередь, влияет на общественность и медиа бороться с инфодемией успех или неудача.

Глава 3. ВЛИЯНИЕ ФАКТОРА ИНФОДЕМИИ НА СОВРЕМЕННУЮ ПОЛИТИЧЕСКУЮ ЖУРНАЛИСТИКУ В УСЛОВИЯХ ЭПИДЕМИИ COVID-19

3.1 Влияние инфодемии в сетевых медиа на национальную политическую стабильность в условиях эпидемии COVID-19

В век информации существование Интернета сильно изменило состояние информационного обмена в физическом обществе. Это не только дает каждому возможность участвовать в процессе создания и распространения информации, но и ускоряет распространение информации и сферу её влияния. Сетевое распространение информации рассматривается как поведение и процесс распространения информации на сетевых медиа¹⁵⁰. Однако, хотя сетевые медиа вызвали информационную перегрузку, они также ускорили появление многих проблем, особенно вызванных инфодемией. Государство, и общественность, как получатели и производители информации, участвуют в процессе распространения информации¹⁵¹.

В начале 2020 г. эпидемия COVID-19 распространилась по всему миру. Безопасность общественного здравоохранения тесно связана с физическим здоровьем граждан, а также профилактикой и лечением инфекционных заболеваний. Это вопрос жизнеобеспечения людей, которому все слои общества

¹⁵⁰ Данина, М.М., Шаляпин, А.А. Социально-психологический аспект исследования социальных сетей в Интернете // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2012. – № 3. – С. 16-33.

¹⁵¹ Манойло, А.В. «Фейковые новости» как метод перехвата информационной повестки в условиях современного информационного противоборства // Культурная политика. – 2019. – № 1. – С. 254-258.

уделяют особое внимание. Исходя из этой особенности и важности, граждане испытывают больший спрос на информацию как насущную психологическую потребность. Таким образом, во время эпидемии данные опросов по всему миру показали, что зависимость людей от сетевых медиа значительно возросла¹⁵². Однако именно рост внимания общества создает условия для возникновения и распространения большого числа конспирологических сюжетов и фейков о коронавирусе в интернете. Неслучайно главный врач Всемирной организации здравоохранения с сожалением замечал: «Мы боремся не только с эпидемией, но еще и с инфодемией. Фейк-ньюс распространяются быстрее и гораздо проще, чем сам вирус, при этом являются не менее опасными, чем он»¹⁵³. Основной задачей фейковой новости при этом становится перехват информационной повестки и замыкание её на себя, с тем чтобы содержание фейка на некоторое время стало навязчивой идеей, подчиняющей себе сознание человека, подпавшего под влияние фейковой новости»¹⁵⁴. При этом следует подчеркнуть, что фейки и конспирология скорее усиливают массовые страхи и тревоги¹⁵⁵. Иными словами, теперь

¹⁵² Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад [Электронный ресурс] / под общ. ред. В.В. Григорьева. – М.: Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, 2021. – URL: https://digital.gov.ru/uploaded/files/periodic-2021.pdf?utm_referrer=https%3a%2f%2fyandex.com%2f; CSM: Отчет об опросе о потреблении медиа пользователями и ожиданиях от использования в период эпидемии / [Электронный ресурс] URL: https://www.sohu.com/a/375603267_809031 (дата обращения: 25.02.2020); GWI: April 2020 Series 4: Media Consumption and Sport / [Электронный ресурс] URL: [https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%20Coronavirus%20Research%20PDFs/GWI%20coronavirus%20findings%20April%202020%20-%20Media%20Consumption%20\(Relase%204\).pdf](https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%20Coronavirus%20Research%20PDFs/GWI%20coronavirus%20findings%20April%202020%20-%20Media%20Consumption%20(Relase%204).pdf) (дата обращения: 31.03.2020);

¹⁵³ Борьба с фейковыми новостями о коронавирусе // Новостной портал БГПУ им. М. Акмуллы / [Электронный ресурс] URL: <https://bspu.ru/news/11273> (дата обращения: 03.02.2023).

¹⁵⁴ Манойло, А.В. «Фейковые новости» как метод перехвата информационной повестки в условиях современного информационного противоборства // Культурная политика. – 2019. – № 1. – С. 254-258.

¹⁵⁵ Баринов, Д.Н. Медиавирус страха: особенности репрезентации российскими СМИ пандемии коронавирусной инфекции (covid-19) в период первой волны (январь-июнь 2020 года) // Социодинамика. – 2021. – № 2. – С. 73-86; Мельник, Г.С., Мисонжников, Б.Я., Шевченко, А.В.

повсеместное распространение непонятной и могущественной коронавирусной инфекции, внезапно изменившей жизнь во всем мире, воспринимается больше, чем болезнь, и больше, чем эпидемия. Удаленная работа и меры самоизоляции привели к возникновению проблемы распространения информации в сфере коммуникаций. Коронавирус стал огромным социально-культурным, экономическим, даже политическим событием практически для всех современных людей и стран¹⁵⁶.

Масштаб, большая степень напряженности и непредсказуемость последствий для здоровья людей, превышающие обычные возможности реагирования на ситуацию соответствующих государственных ведомств, систем здравоохранения и санитарии, а также сообществ позволяют определить её как «чрезвычайную ситуацию в области общественного здравоохранения»¹⁵⁷. Информационная среда, в которой люди находятся, и возможное их поведение в условиях чрезвычайных ситуаций в области общественного здравоохранения отличаются от тех, которые возникают в других чрезвычайных ситуациях. Некоторые ученые указывали, что любой кризис, вызванный чрезвычайными ситуациями в области общественного здравоохранения, также является информационным кризисом, который вызовет множество проблем, связанных с информатизацией и поиском научных библиотечных источников¹⁵⁸.

В качестве примера коронавирусную пневмонию (COVID-19), вызванную вспышкой нового коронавируса (SARS CoV-2), как серьезную крупномасштабную чрезвычайную ситуацию в области общественного здравоохранения,

Медиапровокационный дискурс как продуцент социальных фобий / Г.С. Мельник, Б.Я. Мисонжников, А.В. Шевченко // Национальное здоровье. – 2019. – № 3. – С. 117-120.

¹⁵⁶ Ли, И. Стратегические коммуникации в условиях эпидемии коронавируса // Коммуникации в эпоху цифровых изменений: Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции, Париж – Санкт-Петербург: L'Harmattan, Санкт-Петербургский государственный экономический университет. – 2020. – С. 308-311.

¹⁵⁷ Nelson, C., Lurie, N., Wasserman, J. et al. Conceptualizing and defining public health emergency preparedness // American journal of public health. 2007. 97(Supplement_1). P. 9-11.

¹⁵⁸ Xie, B., He, D., Mercer, T. et al. Global health crises are also information crises: A call to action // Journal of the Association for Information Science and Technology. 2020. 71(12). P. 1419-1423.

охватывающую большую территорию во всем мире, отметило, что распространение эпидемической информации и способности средств массовой информации по управлению чрезвычайными ситуациями во время внезапных кризисных событий создают огромные проблемы. 2 февраля 2020 г. доктор Сильви Бриан, эксперт по глобальной профилактике инфекционных заболеваний ВОЗ, отметила, что с началом эпидемии новой коронарной пневмонии инфодемия также оказала огромное влияние на жизнь людей. Инфодемия порождает ситуацию, при которой потребителю практически невозможно оценить информацию как истинную или ложную, поскольку сам поиск надежных источников информации затруднен, в то время как идентификация источников крайне необходима, поскольку некоторые из них могут быть даже вредны для здоровья людей¹⁵⁹. Отличие от информационной эпидемии, вызванной чрезвычайными ситуациями в области общественного здравоохранения (такими как атипичная пневмония (SARS) в 2003 г., вирус гриппа H1N1 в 2009 г. и MERS в 2015 г.), в век омнимедиа и интеграция СМИ породили более сложные каналы распространения информации, больший объем информации и более диверсифицированную систему взаимодействия отправителей и получателей информации, а также сделали явление инфодемии более заметным¹⁶⁰. В этом контексте разумное и полное понимание и эффективный контроль над инфодемией помогут отдельным лицам, СМИ и государственным организациям лучше реагировать на кризисы в области здравоохранения и контролировать эпидемии заболеваний в условиях чрезвычайных ситуаций в области общественного здравоохранения.

С развитием и популяризацией информационных и коммуникационных

¹⁵⁹ Раренко, А.А., Воронцова, В.О. Инфодемия в условиях пандемии COVID-19 // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11: Социология. – 2021. – № 2. – С. 93-103.

¹⁶⁰ Распространение информации об эпидемиях и управление ими в эпоху интеграции средств массовой информации // People's Daily Online / [Электронный ресурс] URL: <http://yuqing.people.com.cn/n1/2020/0323/c209043-31644615.html> (дата обращения: 23.03.2023).

технологий информационная среда людей усложнялась, а информация становилась излишне изобильной по количеству и форме. В условиях инфодемии большое количество плотной, неразличимой и противоречивой информации оказывает множественное воздействие на получателей информации. Одним из наиболее частых проявлений реакции на неё, как мы отметили ранее, является информационная перегрузка. Информационная перегрузка стала одной из основных причин возникновения инфодемий. Исследования информационной перегрузки уже давно привлекают внимание ученых в области потребительского поведения¹⁶¹, управления организацией¹⁶², и управленческой информационной системы¹⁶³.

Создание социальной платформы облегчает связь между людьми. Когда объем информации, поступающей на платформу, и количество пользователей достигают определенного масштаба, она неизбежно становится общедоступной платформой для распространения информации. Однако эти платформы для обмена информацией могут стать «информационным коконом», который непосредственно

¹⁶¹ Furner, C.P., Zinko, R., Zhu, Z. et al. Electronic word-of-mouth and information overload in an experiential service industry // *Journal of Service Theory and Practice*. 2016. 26(6). P. 788-810; Lee, B.K., Lee, W.N. The effect of information overload on consumer choice quality in an on-line environment // *Psychology & Marketing*. 2004. 21(3). P. 159-183; Sotoacosta, P., Molinacastillo, F., Lopeznicolas, C. et al. The effect of information overload and disorganisation on intention to purchase online: the role of perceived risk and internet experience // *Online Information Review*. 2014. 38(4). P. 543-561.

¹⁶² Ellwart, T., Happ, C., Gurtner, A. et al. Managing information overload in virtual teams: Effects of a structured online team adaptation on cognition and performance // *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 2015. 24(5). P. 812-826; Shenk, D. Data smog: surviving the Info Glut // *Technology Review*. 1997. 100(4). P. 18-26.

¹⁶³ Дуленко, В.И., Каспаров, А.Р. Феномен «фейков о коронавирусе» в контексте информационной безопасности РФ // *Вестник Адыгейского гос. ун-та. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология*. – 2020. – № 4 (269). – С. 96-103; Bock, G., Mahmood, M., Sharma, S. et al. The impact of information overload and contribution overload on continued usage of electronic knowledge repositories // *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*. 2010. 20(3). P. 257-278.

формирует суждения людей и их восприятие мира¹⁶⁴. Например: упомянутая выше ориентация на простых людей в зоне новой коронавирусной эпидемии, заключения медицинских экспертов и предложения по мерам профилактики эпидемии, предоставленные правительством. Короткие видеоролики также очень популярны. На TikTok, bilibili, YouTube и других платформах видео продолжительностью всего в десяток секунд набирает миллионы, а то и десятки миллионов просмотров. Кроме этих сообщений, ходили еще и всевозможные слухи о коронавирусе. Медиа, распространяя информацию о стихийных бедствиях, будоражат общественность, вызывая очень широкий спектр чувств – ужас, страх, отвращение, панику, сочувствие. Так, медиа может «выключить» здравый смысл¹⁶⁵.

Магистр психологических наук Л. Чемберс, основатель коучинговой компании Essentialise, ответил: «Хотя пользование социальными сетями на каждого из нас влияет по-разному, непрерывный поток негативной и ложной информации, продолжает сеять страх. Назойливый и непропорциональный акцент исключительно на проблемах, будь то социальные, политические или медицинские проблемы, способен отбить всякий оптимизм. Искусно отредактированные фотографии и токсически-негативный контент не оставляет шансов на то, чтобы почувствовать себя в безопасности или выражать эмоции здоровым образом»¹⁶⁶. Как упоминал выше Л. Фестингер, слухи дают знания, позволяющие жить в гармонии со страхом, в том смысле, что люди принимают их и верят им.¹⁶⁷ Люди также нуждаются в некоторой поддержке слухов, чтобы убедиться в правильности своей

¹⁶⁴ Li, Y. The Construction of the Network Media as an Ideal model of Public Information Dissemination During the Epidemic of Novel Coronavirus Pneumonia // Media Education (Mediaobrazovanie). 2023. 19(2). P. 337-342.

¹⁶⁵ Мельник, Г.С., Мисонжников, Б.Я., Шевченко, А.В. Медиапровокативный дискурс как продуцент социальных фобий // Национальное здоровье. – 2019. – № 3. – С.117-120.

¹⁶⁶ Хроники пандемии: влияние социальных сетей на психологическое состояние населения / [Электронный ресурс] URL: https://lahtaclinic.ru/uptodate/social_networks_and_psychological_state/ (дата обращения: 06.10.2023).

¹⁶⁷ Festinger, L. A theory of cognitive dissonance. Vol. 2. Stanford university press, 1962. 291 p.

позиции, придерживаться ей в дальнейшем. Поэтому во времена бедствия распространение слухов внезапно увеличится.

При распространении общедоступной сетевой информации её достоверность играет важную роль в стабильности и развитии общества. Категория достоверности в философии выступает как синоним истины и предстает в качестве «характеристики знания как обоснованного, доказательного, бесспорного»¹⁶⁸.

Вместе с тем прислушивание к слухам больше связано с социальным менталитетом и социальной реальностью, порождающими слухи. Слухи не только негативны, они могут не только отражать внутренние запросы людей¹⁶⁹, но и деконструировать и реконструировать социальное доверие, способствовать социальному развитию¹⁷⁰. Однако безудержное распространение ложной информации в информационной перегрузке обязательно нарушит порядок общественного развития, а заодно вызовет панполитизированные атаки и повлияет на политическую стабильность страны¹⁷¹. Хотя сетевые медиа могут стать способом распространения ложной информации, правительство и СМИ также могут использовать сетевые медиа для разьяснения слухов и публикации правдивой информации, чтобы обеспечить и укрепить инициативу и право высказываться при распространении информации. Важно знать, что многочисленные фейки введут людей в заблуждение относительно ситуации и усиливают панику. Объективно это сводит на нет усилия правительства по профилактике и борьбе с эпидемиями¹⁷². В

¹⁶⁸ Королев, И.А. К определению понятий «верификация» и «фактчекинг» в теории и практике журналистики // Журнал Белорусского гос. ун-та. Журналистика. – 2022. – № 1. – С. 28.

¹⁶⁹ Knapp, R.H. A psychology of rumor // Public opinion quarterly. 1944. 8(1). P. 22-37.

¹⁷⁰ Ма, Хао, Ма, Сяююэ. Исследование кластеризации новых медиа-событий на основе сетевой структуры и распространения контента // Современный интеллект. – 2021. – № 41(02). – С. 30-41.

¹⁷¹ Heath, A. Fake news is killing people's minds, says Apple boss Tim Cook // The Telegraph / [Электронный ресурс] URL: <http://www.telegraph.co.uk/technology/2017/02/10/fake-news-killing-peoples-minds-says-apple-boss-tim-cook/> (дата обращения: 13.02.2024).

¹⁷² Ли, И. Инфодемия как среда формирования в медиaprостранстве фейков о коронавирусе // Региональные СМИ: пути взаимодействия: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Чита, 16 декабря 2021 г. – Чита: Забайкальский государственный университет. – 2021. – С. 13-16.

условиях этой эпидемии нового коронавируса потребности граждан и общества заключались в своевременном обновлении, профессиональных источниках информации и общедоступных знаниях. Учитывая скорость распространения информации на сетевых медиа и огромную базу пользователей, сочетание основных СМИ и сетевых медиа часто позволяет достичь высокие результаты при малых затратах. Основные СМИ могут использовать преимущества сосуществования авторитета информации, своевременности, прямоты и интерактивности через сетевые медиа.

Как пресс-конференции, так и раскрытие информации на веб-сайте являются односторонним распространением информации, в то время как сетевые медиа могут обеспечить коммуникацию и взаимодействие между официальным лицом и аудиторией¹⁷³. По мере расширения и углубления каналов коммуникации между правительством и общественностью сетевые медиа становятся важным фактором, влияющим на построение стабильной политической системы в стране. При вспышке пандемии правительственная коммуникация с общественностью оказывает большее влияние на социальную психологию, и общественность часто использует эффективность кризисной коммуникации правительства для оценки степени важности, которую правительство придает общественности¹⁷⁴. Раскрытие информации и публичное обнародование результатов работы правительства – это способы для общественности понять прогресс и эффективность административной работы правительства, а также важные факторы, влияющие на оценку общественностью политической стабильности правительства. Хотя в сетевых

¹⁷³ Киселева, А. М., Шпак, Е.А. Социальные сети в процессе коммуникации между властью и обществом // Вопросы управления. – 2015. – №6 (18). – С. 66-75; Колесник, О.А. Особенности взаимодействия органов государственной власти и средств массовой информации // International Journal of Humanities and Natural Sciences. – 2021. – Vol. 2-2 (53). – С.46-48.

¹⁷⁴ Ли, И. Динамика изменений психосоциальных характеристик потребителей сетевых медиа под воздействием официальной информации и слухов о COVID-19 // Litera. – 2024. – № 2. – С. 36-44.

информационных каналах перепечатка пресс-конференций и объявлений на правительственных веб-сайтах являются основными каналами для понимания общественностью работы правительства, в большинстве случаев этот метод коммуникации требует, чтобы общественность проявляла инициативу в поиске информации, опубликованной правительством. Следовательно, возникнет ряд вопросов, таких как, может ли быть прочитана сама информация и может ли раскрытие правительственной информации обеспечить эффективный социальный охват, так как отсутствие достоверной информации вынуждает людей распространять слухи и преувеличивать угрозы¹⁷⁵.

В нынешнюю сетевую эпоху форма взаимодействия общества и власти изменились коренным образом. Общественность не только готова участвовать в политических дискуссиях по неофициальным каналам, но и с нетерпением ожидает более активной реакции правительства. Обсуждение и оценка определенных конкретных событий сетевыми пользователями являются осуществлением людьми в киберпространстве права на свободу слова, права на информацию, и права контроля, которые были подавлены в физическом обществе. «Антивластная» роль общественности с помощью слухов или ложных информации заставляет официальную власть дать ответ¹⁷⁶. В современном обществе, которое выступает за рациональность, фейки рассматриваются как плохие вещи. Они часто связаны с иррациональными, оскорбительными, сфабрикованными, целенаправленными. Но все явления имеют двойственный характер. Сетевые фейки также обладают двойственностью. Они выполняют как негативные функции, так и демонстрируют определенное положительное значение в конкретной среде. Сетевые фейки являются продуктом игры между общественным мнением и официальным мнением,

¹⁷⁵ Маховская, О.И. Потенциал медиа в формировании солидарности во время пандемии covid-19: обзор западной социально-психологической литературы // Человек: Образ и сущность. Гуманитарные аспекты. – 2022. – №2 (50). – С. 7-23.

¹⁷⁶ Попов, Д.Г., Фокина, В.В. О коммуникативном пространстве смыслов и фейков // Terra Linguistica. – 2021. – Т. 12 – №2. – С. 137-146.

и играют роль контроля за мнением. В этом смысле процесс распространения общественной информации также является процессом коммуникации и обратной связи между общественностью и правительством.

Во время эпидемии COVID-19, когда правительство воспользовалось доминирующим преимуществом, чтобы контролировать последнюю информацию, связанную с эпидемией, общественность отстаивала гражданские права и распространяла слухи для достижения цели – получения правды от информации. По ситуации официального аккаунта Weibo Китайской сетевой платформы по опровержению слухов, была выбрана информация, опубликованная с 1 января по 30 апреля 2020 г., были исключены слухи об одной и той же информации, а 542 фрагмента информации, опровергающие слухи о новой эпидемии коронавируса, были засекречены. По типу распределения наибольшая доля приходится на слухи об эпидемической политике – 38,6%, затем следуют слухи о личной профилактике, лечении и здоровье, слухи о развитии эпидемической ситуации – 26,6% и 25,5% соответственно; слухи на социальные средства к существованию приходилось 6,3%, а на другие слухи – 4,1%. Сетевые фейки – это неинституционализированное политическое выражение. Они могут быстро распространяться, потому что они представляют часть общественного мнения. Стоит отметить, что высокочастотными словами-фейками о государственной политике были «закрытие города», «дезинфекция», «закрытие дорог», «спирт», «маски» и «начало занятий в школе». По анализу ключевых слов показало, что потребность пользователей сети в государственном контроле пандемии, их потребность в чувстве безопасности, а также их ожидания по поводу возобновления работы и производства. Однако, с помощью Интернета фейки об информационной политике могут усилить недовольство людей существующей политической системой¹⁷⁷. Кроме того,

¹⁷⁷ Ли, И. Динамика изменений психосоциальных характеристик потребителей сетевых медиа под воздействием официальной информации и слухов о COVID-19 // *Litera*. – 2024. – № 2. – С. 36-44.

сетевые фейки могут не только оказать давление на правительство с помощью сетевого мнения, но и заставить власти реагировать на темы, чтобы достичь цели поиска знаний.

С точки зрения взаимосвязи между общедоступной ложной информацией и поведением правительства влияние слухов об эпидемии нового коронавируса указывает на некоторые ключевые политические области – содержание соответствующих политик, издаваемых правительством, легитимность и эффективность политики, а также работоспособность государственного управления и т. д. Оглядываясь на эти сетевые слухи с течением времени, с тех пор, как Ухань вынуждена находиться в изоляции с 23 января 2020 г., новости о «изоляции городов» распространились во многих городах и районах по всему миру. По мере того, как в различных городах и районах реализовалась политика по профилактике и борьбе с эпидемиями, типичные слухи, которые появляются одна за другой, включали информацию о политике в области управления дорожным движением, поставки живых материалов для поддержания повседневной жизни населения и т. д. Из этих слухов видим, что ложная информация в сетевых медиа неразрывно связана с нашей реальной жизнью, а появление слухов отражает осведомленность и отношение общественности к влиянию политики управления эпидемическими рисками на повседневную жизнь¹⁷⁸. Когда политическая власть осуществляет доминирующий контроль над выпуском информации, общественность часто находится в слабом положении в получении и признании информации. Однако двойное давление и страх эпидемии нового коронавируса и инфодемии вынуждают общественность искать более достоверную и правдивую информацию.

Кроме того, многие слухи и дезинформации возникают из-за того, что

¹⁷⁸ Ни, Чао. Исследование характеристик распространения и управления ключевыми моментами интернет-слухов в период эпидемии // Образование в области общественной безопасности. – 2021. – № 3. – С. 41-44.

общественности не ясно содержание действий и политики правительства. Иными словами, работа правительства по профилактике и борьбе с эпидемиями больше склоняется к модели продвижения сверху вниз. В борьбе с распространением вируса, а также в предотвращении рисков и контроле над ними быстрое внедрение политик имеет основополагающее значение. Интерпретация политики и осведомленность общественности отходят на второй план, поэтому населению сложно интуитивно понять основную цель и информацию реализуемой политики в области здравоохранения.

Например: в январе 2020 г. в Интернете распространилось видео, загруженное на YouTube корейским пользователем, в котором утверждалось, что медсестра из Ухани обвинила Китайскую Народную Республику в том, что она диагностировала более 90 000 пациентов, и что вирус «дважды мутировал», и один человек может передать его другим – до 14 человек¹⁷⁹. 21 января 2020 г. 4 пользователя сети опубликовали слухи в группе WeChat, в которых говорилось, что «молниеносный выпуск новостей Qilu.com, подозрительный случай пневмонии из Ухани с новым типом коронавирусной инфекции был обнаружен на улице Бейан, в городе Циндао»¹⁸⁰. В тот же день в Интернете появилась информация о том, что из больницы Пекинского союзного медицинского колледжа сбежал больной с диагнозом тяжелая особая инфекционная пневмония, и связь с ним была потеряна¹⁸¹. 24 января 2020 г. в аккаунте Weibo «Ведьма Сяо Си» было

¹⁷⁹ Иностранцы распространяют слухи об эпидемии пневмонии! Фальшивые врачи лгали о количестве инфекций во время эпидемии! Пользователи сети раскрывают правду // sohu.com / [Электронный ресурс] URL: https://www.sohu.com/a/369021571_679184 (дата обращения: 29.01.2023).

¹⁸⁰ Отчет полиции Шаньдун Джимо: 4 человека были арестованы за фабрикацию и распространение слухов о новой пневмонии // The Paper / [Электронный ресурс] URL: https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_5597541 (дата обращения: 22.01.2023).

¹⁸¹ Больница Пекинского союзного медицинского колледжа развеяла слухи о том, что «пациенты с пневмонией из Ухани сбежали»: они все еще проходят лечение // Beijing news / [Электронный ресурс] URL: <http://www.bjnews.com.cn/news/2020/01/22/677839.html> (дата обращения: 26.01.2024).

опубликовано видео, в котором утверждалось, что в отделении неотложной помощи Уханьской больницы Красного Креста остались без присмотра три трупа. А 25 января ЦК ЛКСМ заявил на Weibo, что соответствующее видео было дублировано и воспроизведено, что не соответствует действительности. Проблемы, отраженные в этих слухах, заключаются в незнании общественностью процедур системы отчетности об эпидемиях, способов лечения и лечения пациентов и других поддерживающих политик контроля. Следовательно, сетевой текст выступает как способ общественного вмешательства в процесс обсуждения темы, принятия решения¹⁸². Но эти слухи не представляют собой сопротивление общественности политической власти страны. Наоборот, общественность участвует в политических дискуссиях по управлению эпидемией с чувством подотчетности и ожидает объяснений и ответов от государственных ведомств, следя за соблюдением прав. Сюжет слухов о завозных случаях болезни за пределы Китая является хорошим примером того, что общественность нуждается в ответе правительства.

К концу февраля 2020 г. эпидемическая ситуация в Китае была постепенно взята под контроль, а международная эпидемическая ситуация становилась все более тяжелой, в то же время появились слухи о завозных случаях заболевания из-за рубежа, и связанные с этим слухи усилились. Например, в сообщении на Weibo утверждалось, что «поскольку внутренняя эпидемия в Южной Корее находится на подъеме, а внутренний контроль Китая над эпидемией очень эффективен. Многие корейцы считают, что полет на самолете в Циндао, ближайший к Южной Корее, может обеспечить собственную безопасность». Хотя общественность не может предотвратить въезд иностранцев в страну, она использует эту искаженную информацию, полную паники и беспокойства, чтобы привлечь внимание более широкой группы людей, вынуждая правительство реагировать на случаи за

¹⁸² Melnik, G.S., Teplyashina, A.N. The impact of digitalization of network space on journalism education // Education Media (Mediaobrazovanie). 2019. 59(1). P. 86-92.

границей. После того, как китайское правительство в конце марта выпустило ряд политических заявлений о ввозе случаев заболевания из-за границы, соответствующие необоснованные слухи также были эффективно поставлены под контроль. Точно так же реакция общества на слухи о средствах к существованию людей одинакова, например, продовольственная паника во время эпидемии. «Накопление еды» и «покупка туалетной бумаги» – это невероятные явления, которые произошли во многих развитых странах Европы и Соединенных Штатах во время эпидемии, но также и конкретное проявление вспышки инфодемии. С распространением эпидемии новой коронной пневмонии в Европе количество подтвержденных случаев COVID-19 и в России увеличилось, и россияне начали запасать аптечные товары. Фотографии и сообщения о пустых полках магазинов широко распространялись в социальных сетях, стимулировали людей. После того, как в конце января 2020 г. Россия объявила о подтвержденных случаях заболевания, медицинские маски начали дорожать, стали исчезать из продажи. В начале марта резко выросли продажи фунгицидов в аптеках, в магазинах и на онлайн-торговых площадках.

В дополнение к слухам, непосредственно связанным с поведением правительства в области управления рисками, общественность имеет право на то, что знать об эпидемической информации и располагать знаниями о профилактике в рамках личной профилактики, лечения и слухов о состоянии здоровья. Это также важный ответ для обеспечения безопасности собственной жизни с точки зрения отдельного человека. К примеру, на WeChat в некоторых группах и постах появился скриншот, озаглавленный «Второй разоблачитель коронавируса, профессор Ши Чжэнли, выступил с предупреждением всему человечеству». В статье говорилось, что профессор Ши, директор Уханьского института вирусологии, выступил с предупреждением жителям всей страны: комары станут третьим переносчиком человеческого вируса. Хотя специалисты постоянно обновляют технические термины, такие как контактная передача, передача через капли и передача через

аэрозоль, не могут достичь общего понимания общественности. Общественность часто связывает путь передачи вируса со своей повседневной жизнью и использует более удобный обмен информацией для поиска доказательства и знания для получения более конкретных и точных ответов на превентивные меры.

В этом контексте, в условиях расширения технологических возможностей сетевых медиа и расширения возможностей дискурса, конфронтация виртуальных сообществ с официальным доминирующим дискурсом в ненормальном состоянии становится все более заметной. Потому что форма «антиконтроля» также проявляется в конфронтационном дискурсе виртуального сообщества, состоящего из пользователей Сети. В области профилактики новой коронавирусной пандемии пневмонии и борьбы с ней конфронтация в дискурсе виртуального сообщества отражается не только в сомнениях в отношении уровня услуг общественного здравоохранения и эффективности реагирования на кризисные ситуации, но и в критике и подотчетности характера и поведения государственных служащих. В целом, во время пандемии COVID-19 вопросы, сомнения и критика были основными проявлениями конфронтационного дискурса в виртуальном сообществе, в то время как разрушение основного дискурса и разрушение политического доверия были производными от «конфронтации»¹⁸³.

В процессе взаимодействия с правительством и общественность проявила желание активно участвовать в антикризисном управлении в особых ситуациях. В эпоху сетевых медиа, поскольку аудитория может полагаться на новые технологические платформы для достижения двустороннего интерактивного обмена. Публикация личных мнений, а также коммуникация между аудиторией и политическими организациями могут быть осуществлены через сетевые медиа. Был создан такой механизм восходящей коммуникации, который может быть

¹⁸³ Li, Y. The phenomenon of political trust in virtual communities (based on the materials of Chinese social networks during the Covid-19 pandemic) // *Communicologiya*. 2023. 11(4). P. 13-24.

инициирован самой аудиторией, реализующий двустороннюю коммуникацию и распространение информации между массами и системой политической коммуникации. Перед лицом доминирующего контроля правительства над информацией общественность также предприняла соответствующие стратегические действия, то есть пользуясь своим правом граждан, распространяла, в том числе и в форме сетевых слухов, для расширения вопросов социальной направленности, чтобы стимулировать реакцию правительственных ведомств и продвижение соответствующей повестки дня настройка, позволяющая добиться «обратного контроля» информации. Сетевые медиа дали возможность обычным людям участвовать в политике и обсуждать политику, что имеет эпохальное значение. Преодоление ситуации, когда в политике доминирует могущественный класс и элита, в конечном счете сделает демократию действительно ценностью общечеловеческого значения. Кроме того, здоровым демократиям нужны здоровые средства массовой информации и качественная журналистика¹⁸⁴.

Таким образом, полноценная система политической коммуникации создает равноправную платформу для диалога между правителем и управляемыми, повышает значимость коммуникации, может углубить взаимное взаимодействие и взаимопонимание и обеспечивает гарантию коммуникации для установления подлинно демократического общественного порядка и государственной политики.

В этом разделе мы сосредоточимся на вторичной эпидемии, вызванной эпидемией коронавируса – в инфодемии из-за информационной перегрузки люди не могут отличить реальную информацию в Интернете, что приводит к противостоянию сообществ с разными мнениями. Процесс взаимодействия государства и населения при распространении сетевой информации в период

¹⁸⁴ Рассохина, И.Ю. В условиях цифрового сдвига взаимодействия власти и общества: от электронного правительства к смарт-правительству // Коммуникации в условиях цифровых изменений: сборник материалов VII Международной научн.-практ. конф. Санкт-Петербург, 28-29 ноября 2023 г. / под ред. проф. А.Д. Кривоносова. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2023. – С. 36-39; Gans, H.J. Democracy and the News. Oxford University Press: New York, 2003. 157 p.

эпидемии COVID-19, который по сути является игровым процессом информационного «контроля» и «антиконтроля» на основе «власти» и «прав». С позиции правительства существует ситуация, когда политическая власть доминирует над принятием решений в отношении информации, а правительственные ведомства и лица, принимающие решения, обладают полномочиями раскрывать информацию и управлять ею. С позиции общественности, с развитием правосознания людей, общественность все больше внимания уделяет сохранению и реализации своих прав. Когда интересы граждан связаны с безопасностью индивидуальных жизней, особенно очевидно стремление общества к реализации своих гражданских прав, в том числе на получение информации. В то же время популярное применение сетевых медиа в век информации компенсирует проблему «дефицита прав» в реальном обществе и наделяет отдельных лиц и группы неинституциональными методами участия, что содействует развитию моделей управления информацией, учитывающих потребности правительства. Это изменение также способствует повышению политической и практической ценности прав общества.

3.2 Оценка доверия к сетевым медиа и правительству в ракурсе инфодемии (по результатам опроса китайских и российских студентов)

В этом разделе поднимается проблема доверия к СМИ, анализируются западные и российские теории доверия. В научном дискурсе отмечается заметное снижение доверия к новостям во всем мире, особенно это характерно для постковидного периода. Падение доверия к медиа и правительствам усилилось в контексте глобальной пандемии, роста популизма в отношении медиа и социальных

и политических волнений¹⁸⁵.

Для средств массовой информации доверие является основой социального влияния и критерием для измерения положения средств массовой информации в сознании общественности. Доверие к СМИ является ключевым вопросом в изучении журналистики и коммуникаций. Большое количество ученых во всем мире проводят непрерывные и систематические исследования в этой области. Еще в начале 1980-х гг. велись такие дискуссии, как «теория кредита СМИ» и «теория честности СМИ», и начал обсуждаться вопрос «доверия к СМИ». После 1990-х г., хотя до сих пор нет единого понимания всех причин и условий проявления недоверия к новостям, тем не менее, различные дискуссии на эту тему заложили основу для изучения этой масштабной проблемы.

Западные ученые обычно рассматривают доверие к СМИ как многогранное понятие и определяют его с позиции аудитории, всесторонне и под разными углами. «Доверие к СМИ» является основным критерием для исследований в академической среде. Исследователь Т. Кристи определял доверие к СМИ как «ценностный эквивалент»¹⁸⁶.

Доверие к информации российские ученые понимают как «психологическое отношение, включающее интерес к информации, представление о потребностях, которые могут быть удовлетворены в результате использования данной информации, эмоции от предвкушения их удовлетворения, что сопровождается ее положительными эмоциональными оценками и готовностью использовать данную информацию в своей деятельности»¹⁸⁷.

Исследователь А.Б. Купрейченко понимает под медиадоверием «доверие,

¹⁸⁵ Ksiazek, T., Kim, S., Nelson, J., Park, A., Patankar, S., et al. Distrust Profiles: Identifying the Factors That Shape Journalism's Credibility Crisis // *Media and Communication*. 2023. № 11(4). P. 308-319.

¹⁸⁶ Christie, T.B. The role of values in predicting talk radio listening: A model of value equivalence // *Journal of Radio Studies*. 2007. 14(1). P. 20-36.

¹⁸⁷ Купрейченко, А.Б., Шляховая, Е.В. Доверие к информации как фактор доверия к электронным масс-медиа // *Психологическая наука и образование*. – 2012. – № 1. – С. 1-15.

возникающее в процессе массовой коммуникации с использованием материальных, в том числе электронных, носителей и средств. Доверие к СМИ представляет собой результат интеграции доверия к информации, доверия к интернет-журналу, доверия к интернет-журналисту»¹⁸⁸. Исходя из ресурсного подхода Т.А. Рассадиной, доверие к СМИ является совокупностью представлений и настроений аудитории: отражающих ее ожидания того, что СМИ будут реализовывать некоторые практики, позволяющие аудитории увеличивать или сохранять свои социальные ресурсы¹⁸⁹. Доверие к средствам массовой информации реализуется на различных уровнях медийной системы и опирается на внутреннюю мотивацию аудитории потреблять продукт СМИ, а не на страх и принуждение.

Ключевая характеристика доверия к массмедиа считается использованием информации, предоставляемой СМИ для решения социально значимых задач членов аудитории, без затраты социальных, психологических и других ресурсов на их верификацию. Подлинное доверие способствует поддержанию эффективных отношений, формированию эффективной обратной связи между средствами массовой информации и аудиторией.

Китайские ученые в целом считают, что доверие к средствам массовой информации заключается в том, что этот социальный институт предоставляет общественности реальные новостные продукты в течение длительного времени. Благодаря подлинности и авторитетности новостных продуктов они завоевывают доверие общественности, принимаются общественностью и становятся основным источником информации в сознании общественности, тем самым постоянно

¹⁸⁸ Купрейченко, А.Б. Шляхова, Е.В. Медиадверие как интегрированный социально-психологический феномен // Знание. Понимание. Умение. – 2013. – № 1. – С. 191-196.

¹⁸⁹ Рассадина, Т.А. Доверие к средствам массовой информации в условиях «общества риска» 150 (на примере российских провинциальных городов) // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2012. – № 1 (21). – С. 61-70.

повышая коммуникационную мощь и влияние средств массовой информации¹⁹⁰. В то же время информационные продукты, предоставляемые СМИ, также тесно связаны с психологическими ожиданиями населения. Например, соответствует ли освещение эпидемии новой коронавирусной пневмонии традиционными средствами массовой информации, а также сетевыми медиа той информации, которую ожидает узнать общественность.

Основным проявлением категории «доверие» является степень соответствия между социальными ожиданиями общественности в отношении средств массовой информации и фактической деятельностью средств массовой информации¹⁹¹.

Доверие к СМИ основывается на принципах достоверности, беспристрастности и нейтралитета. Медиа должны использовать это в качестве основы для повышения профессиональных стандартов работы журналистов СМИ, которые могут стать средством массовой информации, на которое общественность полагается и которому доверяет. Вообще говоря, доверие к СМИ относится к степени доверия общественности к учреждениям средств массовой информации, медиаконтенту и медиаканалам. Обычно используется для оценки общественного восприятия достоверности источников, информации и каналов¹⁹².

Существующие исследования подтвердили многие факторы, влияющие на оценку доверия к СМИ, среди которых использование СМИ является одним из важных факторов, влияющих на доверие к СМИ. Чем выше частота использования

¹⁹⁰ Ли, Чжунчан. Исследование о доверии к средствам массовой информации // Журнал Сианьского университета архитектуры и технологии (издание по социальным наукам). – 2003. – № 1. – С. 59-61.

¹⁹¹ Цзинь, И. Анализ факторов, влияющих на доверие к китайским средствам массовой информации // Международная пресса. – 2006. – № 9. – С. 57-61.

¹⁹² Metzger, M., Flanagin, A., Nekmat, E. Comparative optimism in online credibility evaluation among parents and children // *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 2015. 59(3). P. 509-529; Sundar, S.S. Exploring receivers' criteria for perception of print and online news // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 1999. 76(2). P. 373-386.

средства массовой информации, тем выше степень доверия к нему¹⁹³. Исследование Р. Borah также показало, что информация о структуре доходов из экспертных источников с большим количеством «лайков» считается наиболее достоверной информацией¹⁹⁴. Таким образом, выдвигается гипотеза 1: частота использования СМИ населением положительно коррелирует с доверием населения к СМИ, т.е. чем выше частота использования СМИ, тем выше уровень доверия к ним.

На фоне пандемии коронавируса снизилось доверие населения к основным социальным институтам, включая политические¹⁹⁵. Доверие к правительству зародилось в области политической этики, является барометром эффективности государственного управления, связующим звеном между народом и правительством и играет роль стабилизатора в системе отношений. Доверие состоит из политического, социального и экономического компонентов. Исследования некоторых ученых, посвященные рискам стихийных бедствий и событий в области общественного здравоохранения, показали, что высокий уровень доверия к правительству может снизить восприятие риска общественностью¹⁹⁶. Некоторые китайские ученые считают, что доверие к правительству – это взаимодействие между общественными и политическими

¹⁹³ Ли, Яньли. Механизм влияния на формирование социального доверия среди пользователей Сети в эпоху социальных сетей // Мир связей с общественностью. – 2022. – № 7. – С. 71-73.

¹⁹⁴ Borah, P., Xia, X. The importance of 'likes': The interplay of message framing, source, and social endorsement on credibility perceptions of health information on Facebook // Journal of health communication. 2018. 23(4). P. 399-411.

¹⁹⁵ Киреева, И.В. Доверие власти как социальная практика в российском обществе в условиях пандемии COVID-19 (по материалам социологического исследования) // Современная наука и инновации. – 2021. – № 4. – С. 218-226.

¹⁹⁶ Basolo, V., Steinberg, L.J., Burby, R.J., et al. The effects of confidence in government and information on perceived and actual preparedness for disasters // Environment & Behavior. 2009. 41(3). P. 338-364; Kamarulzaman, N.A., Lee, K.E., Siow, K.S., Mokhtar, M.B. Public benefit and risk perceptions of nanotechnology development: Psychological and sociological aspects // Technology in Society. 2020. 62. P. 101329; Whitfield, S.C., Rosa, E.A., Dan, A., et al. The future of nuclear power: Value orientations and risk perception // Risk Analysis. 2009. 29(3). P. 425-437.

организациями¹⁹⁷, часть из них считает, что доверие к правительству является динамичным процессом сотрудничества между общественностью и правительством¹⁹⁸, другие полагают, что доверие к правительству является позитивным ожиданием обществом надежности правительства¹⁹⁹, а третьи утверждают, что доверие правительству является позитивной оценкой и оптимизмом общества в отношении возможностей правительства²⁰⁰. При изучении категории «доверие к правительству» можно сделать вывод, что данное понятие обладает следующими характеристиками: уверенность в надежности органов власти; предсказуемость как совокупность социально обоснованных и социально подтвержденных ожиданий от поведения властей²⁰¹; добросовестность органов власти, то есть, способность органов власти выполнять возложенные на них функции; компетентность органов власти. Можно сделать вывод, что концепция доверия к правительству включает в себя в основном три элемента: основной частью доверия к правительству являются народ и правительство; а содержанием доверия к правительству является доверие народа к политике правительства, организациям и чиновникам; доверие к правительству также воплощается в категории «динамическое психологическое ожидание»²⁰².

СМИ играют роль источника информации о деятельности правительства для общественности и являются связующим звеном между политической системой и

¹⁹⁷ Сюн, Мэйцзюань. Теоретический обзор исследований политического доверия // Журнал государственного управления. – 2010. – № 6. – С. 153-180.

¹⁹⁸ Тан, Жунчэн, Вэй, Шуянь. Эпохальные черты, эволюционные тенденции и практические откровения китайского правительственного доверия в переходный период // Журнал социалистической теории. – 2016. – № 3. – С. 20-25.

¹⁹⁹ Сюй, Бяо. Восстановление доверия к правительству после общественного кризиса // Государственное управление в Китае. – 2013. – № 2. – С. 31-35.

²⁰⁰ Ян, Цзяньюй. Исследование различий в уровне доверия к современному китайскому правительству. дисс. ... д. полит. н. – Цзинань: Шаньдунский ун-т, 2016. – 34 с.

²⁰¹ Фукуяма, Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. – М.: АСТ, 2004. – 732 с.

²⁰² Li, Y. The phenomenon of political trust in virtual communities (based on the materials of Chinese social networks during the Covid-19 pandemic) // *Communicologiya*. 2023. 11(4). P. 13-24.

общественностью²⁰³. Кроме того, СМИ могут влиять на отношение общества к правительству²⁰⁴. С развитием сетевых технологий роль сетевых медиа в формировании общественного восприятия рисков становится все более заметной²⁰⁵. Чем радикальнее изменения в обществе, тем сильнее чувство неопределенности среди людей, тем больше они полагаются на СМИ и тем сильнее они подвержены их влиянию²⁰⁶. В отличие от традиционных СМИ и средств межличностного общения, некоторые платформы сетевых медиа, особенно мы-медиа, преувеличивают содержание распространяемой информации с целью привлечения зрения, и подлинность некоторой информации ставится под сомнение²⁰⁷, что нарушает процесс информирования о рисках между правительством и общественностью²⁰⁸. Общественность с за короткий промежуток времени столкнется с формированием информационной эпидемии, и ее чувство неуверенности и паники будет усиливаться²⁰⁹. Например, неоднократное подчеркивание правительством Малайзии высокого инфекционного риска новой коронавирусной инфекции в эпидемиологический период привело к

²⁰³ Сиберт, Ф., Петерсон, Т., Шрам, У. Четыре теории прессы. Пер. с англ. М. Полевой. – М.: Вагриус, 1998. – 223 с.

²⁰⁴ Петти, Р., Пристер, Д.Р., Бриньоль, П. Изменение отношения к средствам массовой информации: последствия разработки вероятностной модели убеждения // Брайант Д., Циллман Д. Медиа-эффекты: достижения в теории и исследованиях. – Нью-Джерси: Лоуренс Эрлбаум Ассошиэйтс, 2002. – С. 155-198.

²⁰⁵ Zhu, Z., Liu, Y., Kapucu, N., Peng, Z. Online media and trust in government during crisis: The moderating role of sense of security // International journal of disaster risk reduction. 2020. 50(4). P. 101717.

²⁰⁶ Ball-Rokeach, S.J. The origins of individual media-system dependency: A sociological framework // Communication Research. 1985. 12(4). P. 485-510.

²⁰⁷ Ли, И. Мы-Медиа меняют человеческую жизнь // Коммуникации в эпоху цифровых изменений: Сборник материалов IV Междунар. научн.-практ. конференции, Париж – Санкт-Петербург: L'Harmattan, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – С. 116-119.

²⁰⁸ Сюэ, Кэ, Ю, Лайхуэй, Ю, Миньян. Влияние контактов со СМИ на доверие правительству: на основе теста китайских пользователей Сети // Современная коммуникация (Журнал Коммуникационного университета Китая). – 2017. – № 39 (4). – С. 131-136.

²⁰⁹ Naem, M. Do social media platforms develop consumer panic buying during the fear of Covid-19 pandemic // Journal of Retailing and Consumer Services. 2021. 58(4). P. 102226

положительной корреляции между доверием населения к правительству и уровнем воспринимаемого инфекционного риска, и эта положительная связь была усилена влиянием фейков в сетевых медиа²¹⁰. Общественность подвергается воздействию преувеличенной и официально противоречивой информации в сетевых медиа, что подрывает доверие к правительству и повышает воспринимаемый населением риск заражения. Таким образом, выдвигается гипотеза 2: фейки в сетевых медиа могут ослабить негативное влияние доверия к правительству на восприятие риска заражения.

Вместе с тем доверие к СМИ включает в себя не только когнитивную установку аудитории, но и зависит от индивидуальных субъективных суждений и оценок. Доверие проявляется как социальное явление, которое тесно связано с социальной структурой общества и культурной средой²¹¹. Поэтому расследования должны проводиться на конкретных условиях и в конкретных группах.

Во время эпидемии образ жизни населения, включая студентов, претерпел большие изменения, а использование ими СМИ и зависимость от них значительно возросли. Согласно последним статистическим данным Китайского информационного центра Интернета, по состоянию на декабрь 2020 г. число пользователей сетей в Китае достигло 989 млн., из которых пользователи сетей в возрасте 20-29 лет составляли 17,8%, занимая третье место среди всех возрастных групп²¹². Однако отчет «Аудитория интернета в России в 2020 году» из «Mediascope» показал, что проникновение Интернета в России среди более

²¹⁰ Hassan, M. Risk perception, self-efficacy, trust in government, and the moderating role of perceived social media content during the COVID-19 pandemic / Hassan M., Al Halbusi, H., Najem, A., Razali, A., Abdel Fattah, F., Williams, K. Risk // *Changing Societies and Personalities*, 2021. 5(1). P. 9-35.

²¹¹ Ли, Сяоцин. Изучение источников информации, доверия к СМИ, а также предотвращение и контроль чрезвычайных ситуаций в области общественного здравоохранения – на примере новой эпидемии коронарной пневмонии // *Книги и информация*. – 2020. – № 2. – С.19-24.

²¹² 47-й статистический отчет о развитии интернет-сети Китая // Пекин: Информационный центр китайской интернет-сети. CNMIC / [Электронный ресурс] URL: http://www.cac.gov.cn/2021-02/03/c_1613923423079314.htm (дата обращения: 03.02.2023).

молодого населения в 2020 г. превысило 90 %, а среди самых молодых россиян (12-24 лет) приблизилось к 100 %, пользователи сетей возрастной группе 25-34 лет также достигли 95,8 %²¹³.

В связи с тем, что группа студентов чрезвычайно активна в использовании медиа и относительно богата знаниями о новостях, очень важно изучить их выбор использования медиа, отношение к новостям и доверие к медиа и правительством во время эпидемии. Кроме того, Россия и Китай – страны с разными политическими системами и социальными культурами, и выбор китайских и российских студентов в качестве объектов исследования может помочь понять отношение и поведение к сетевым медиа и доверие к правительству в разных культурных контекстах. Более того, медиасреда в России и Китае сильно отличается от западных стран, с более высокой степенью государственного контроля над СМИ, поэтому на отношение студентов к сетевым медиа может повлиять правительственная пропаганда и контроль. Наконец, студенты являются кадровым резервом, возможно будущими общественными и политическими лидерами. Понимание их доверия к политике и медиа может помочь предсказать будущие политические тенденции и социальную динамику. Исходя из этого, дальнейшее сравнение сходств и различий между использованием медиа китайскими и российскими студентами и их отношением к политическому доверию во время эпидемии дает хорошую основу для понимания того, как нынешние и будущие группы высокообразованных людей оценивают и реагируют на медиа во время ЧС в области общественного здравоохранения.

В этом разделе предполагается объединить теории китайских, российских и западных СМИ и использовать метод анкетного опроса. Собраны данные о том, как студенты используют СМИ, что их больше всего беспокоит в новостях о эпидемии COVID-19, каков уровень риска, как они относятся к сетевым фейкам, насколько

²¹³ Аудитория интернета в России в 2020 году / [Электронный ресурс] URL: <https://mediascope.net/news/1250827/> (дата обращения: 12.01.2021).

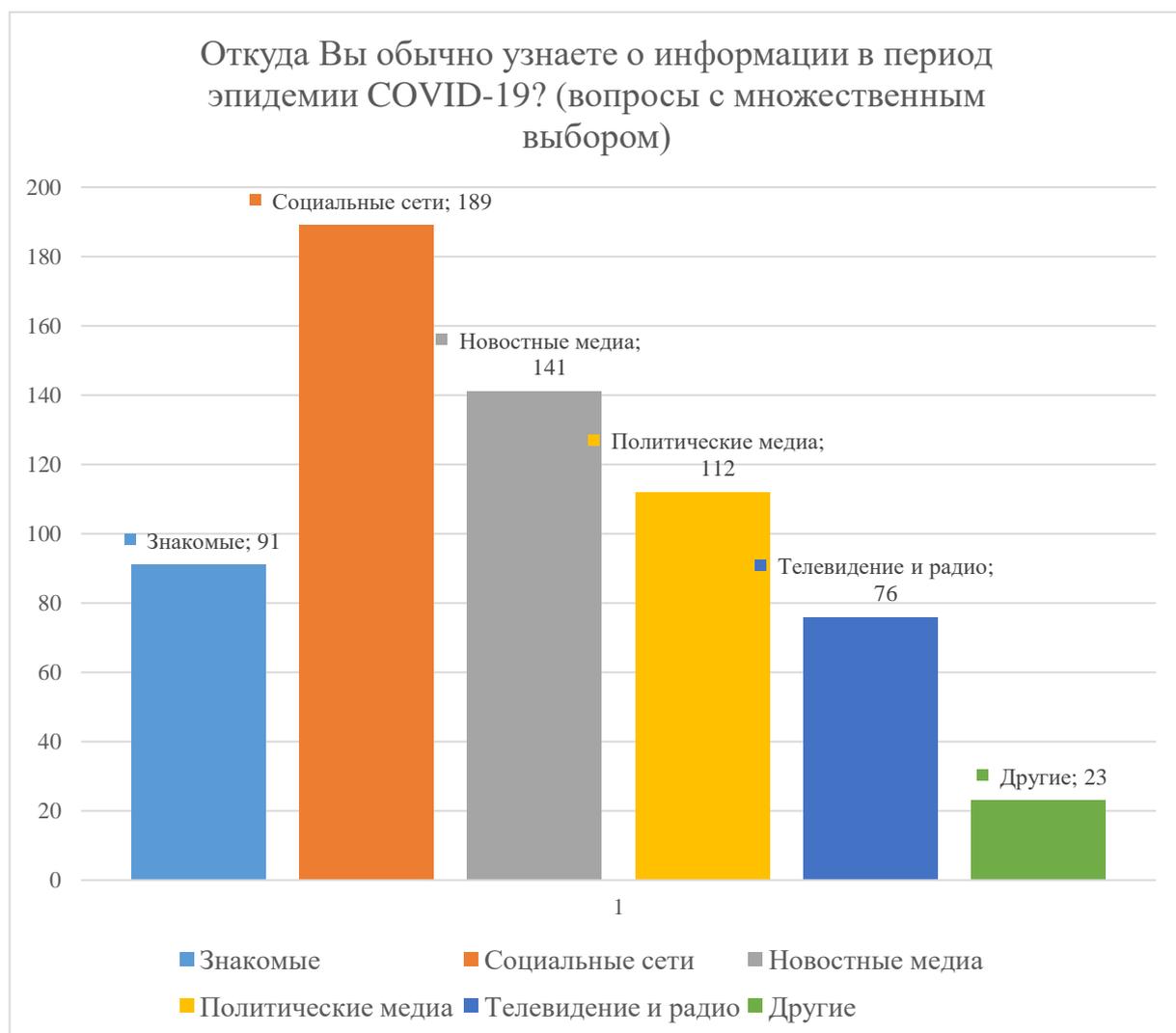
они удовлетворены усилиями медиа по развенчанию фейков, насколько они доверяют сетевым медиа и насколько они уверены в усилиях правительства по предотвращению и контролю вспышки. С целью снижения к минимуму различия в опыте и языке между респондентами, исследователь разделил респондентов на две группы, китайскую и русскую, в соответствии с их странами, и разработал анкету на русском и китайском языках для заполнения русскими и китайскими респондентами. Анкета была распространена среди групп студентов в крупных городах Китая и России (включая Пекин, Гуанчжоу, Москву и Санкт-Петербург). Данное исследование проводилось с 20 марта по 20 апреля 2024 года с помощью исследовательской платформы Microsoft для анкетирования, в ходе которого распространялись онлайн-анкеты и собирались данные среди студентов в указанных городах во время эпидемии COVID-19. Всего предложено 13 вопросов. Всего было получено 252 ответа китайских респондентов и 263 ответа русских, и в результате анализа результатов общее количество достоверных анкет составило 488 ответов (240 ответов китайских и 248 ответов русских), что близко к 95%. Кроме того, во вступительной части анкеты респондентам объясняется, что это анонимное исследование и что полученные данные будут использованы только для научных исследований.

Согласно собранным данным анкетирования, респонденты в возрастных группах 17-20 и 21-30 лет составляли большинство, составляя 62 % и 22 % соответственно, а остальные 16% были респондентами в возрастной группе 31-40 лет. Среди них 52 % респондентов имеют степень бакалавра, 13 % и 24 % респондентов – степень специалиста и магистра, а также 2 % и 6% – степень аспиранта и доктора наук. Молодые студенты обычно более чувствительны к социальным и политическим проблемам, они могут быть более склонны к участию в общественных делах и придерживаться более четких взглядов на роль СМИ и правительства. Кроме того, студенты с высшим образованием могут обладать лучшими навыками анализа и критического мышления и быть способными к более

глубокому осмыслению и обратной связи. Они могут быть более способны к пониманию сложных политических и социальных вопросов, таких как доверие к сетевым медиа и правительству в контексте инфодемий, что делает результаты исследования более насыщенными и значимыми.

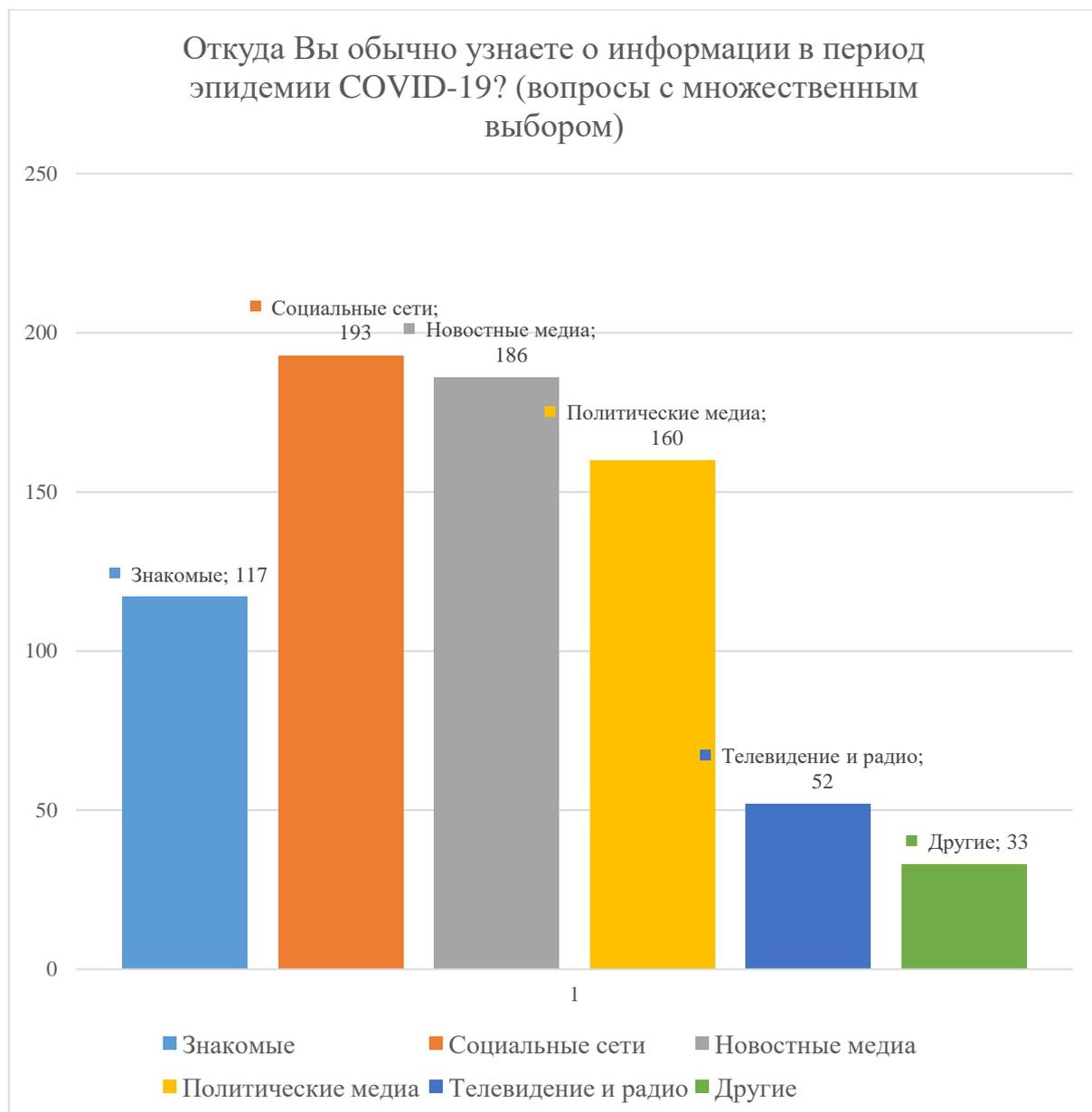
Вопрос касался, источников информации в период эпидемии COVID-19. Опрос показал: российские студенты получали информацию по нескольким каналам, и наиболее часто используемыми СМИ были социальные сети, новостные и политические медиа, а которыми следуют знакомые, телевидение и газеты и другие.

См. диаграмму № 1.



Китайские студенты также показали, что во время эпидемии они получали информацию по нескольким каналам. Тремя наиболее часто используемыми СМИ также являются социальные сети, новостные и политические СМИ, за которыми следуют знакомые, телевидение и газеты и другие.

См. диаграмму № 2.

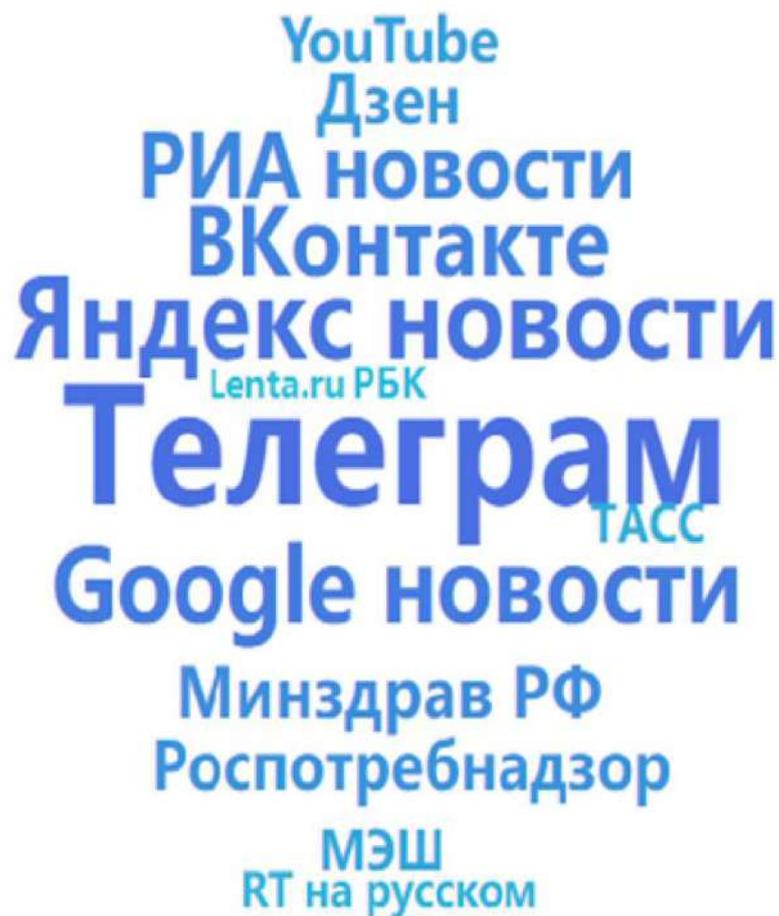


В целом, китайские и российские студенты параллельно использовали

мультимедийные каналы для получения информации об эпидемии, и среди них социальные сети являются предпочтительным и наиболее часто используемым СМИ получения информации об эпидемии среди опрошенных китайских и российских студентов.

В ответах российской и китайских сторон на вопрос «*Как называются средства массовой информации, которые Вы чаще всего используете для получения информации об эпидемии во время COVID-19*» сформированы облака слов на основе ответов в порядке убывания частоты слов.

См. диаграмму № 3 и 4.





В соответствии с облаком слов на русском языке, российские студенты колледжей чаще всего используют Telegram для получения информации об эпидемии; среди них больше российских студентов упоминают новостные медиа с определенной глубиной и профессионализмом освещения, такие как Google новости и Яндекс новости; а некоторые российские респонденты упомянули такие ресурсы, как Минздрав РФ и Роспотребнадзор.

Тем более, по облаку слов на китайском языке большинство китайских респондентов отметили, что для получения последней информации об эпидемии чаще всего используется WeChat. Кроме того, все больше китайских студентов используют социальные сети, в том числе TikTok и Weibo, и многие респонденты также упоминали некоторые китайские новостные медиа, такие как CCTV,

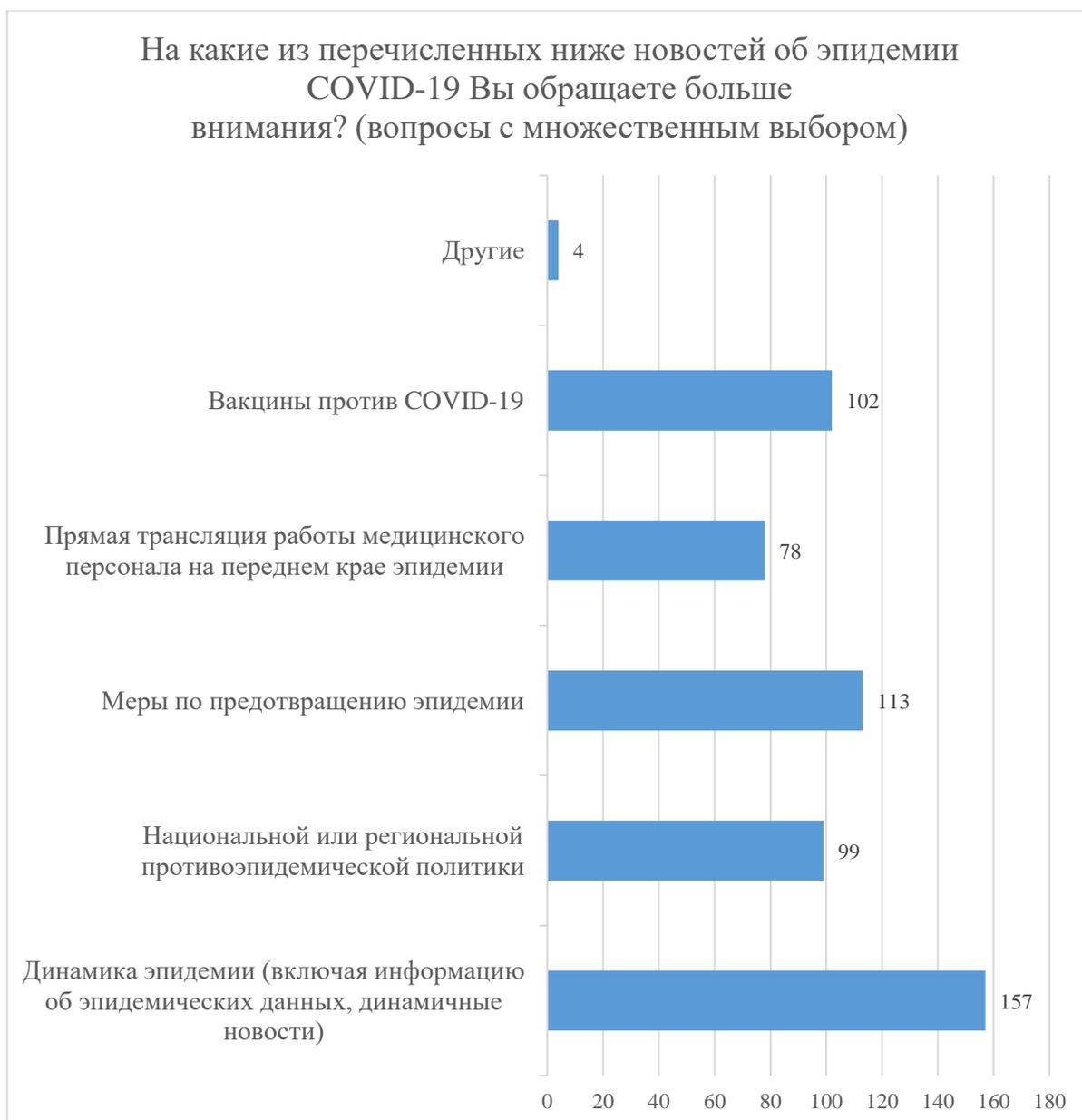
Жэньминь жибао, The Paper и др. Некоторые респонденты узнавали об эпидемии COVID-19 из официальных медиа правительственных ведомств, таких как: Национальный центр по контролю и профилактике заболеваний, Национальная комиссия по здравоохранению и т. д. Кроме того, небольшое число респондентов также упомянули медицинские медиа, например: мы-медиа «доктор Динсян».

Таким образом, в условиях богатого выбора медиаканалов во время эпидемии COVID-19, индивидуальное воздействие СМИ на студентов университетов обеих стран носило локальный характер с точки зрения атрибутов СМИ и их собственных привычек, однако между китайскими и российскими студентами также есть определенные общие черты в том, что касается их взаимодействия с социальными сетями.

При знакомстве с вопросом *«На какие из перечисленных ниже новостей о эпидемии COVID-19 Вы обращаете больше внимания?»* российских и китайских студентов больше всего волнует динамика развития эпидемии (включая информацию об эпидемических данных и новости), затем меры по предотвращению эпидемии и информация о новой вакцине. Информация о национальной или региональной политике профилактики эпидемий и прямые трансляции работы медицинского персонала на переднем крае эпидемии заняли четвертое и пятое места по степени внимания как китайских, так и российских студентов, причем китайские студенты уделяют значительно больше внимания прямым трансляциям работы медицинского персонала на переднем крае эпидемии, чем российские студенты. Это может быть связано с тем, что Китай стал первой страной, где произошла вспышка эпидемии новой коронавируса, и вследствие этого оказался в центре внимания глобальной эпидемии и страной, наиболее пострадавшей от вспышки.

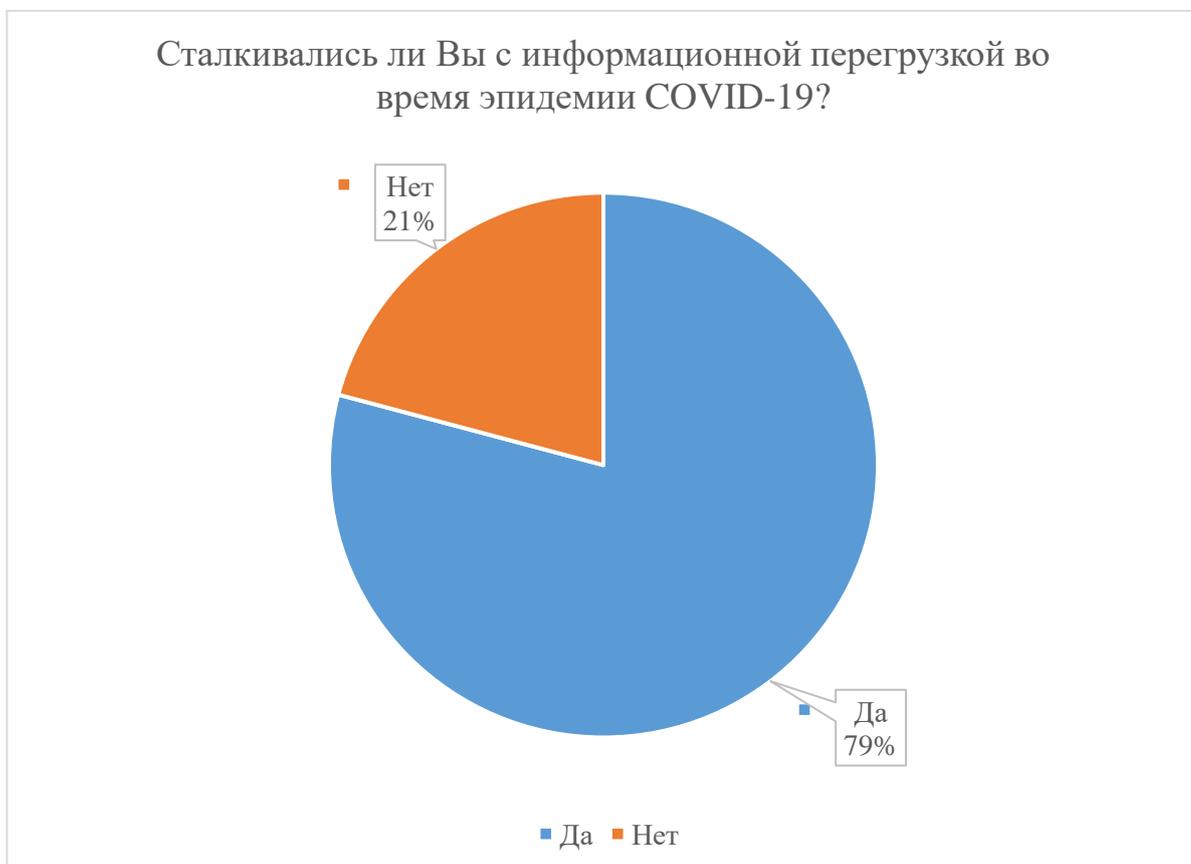
См. диаграмму № 5 и 6.





На вопрос, обращенный к российской и китайской молодежи, «*Сталкивались ли Вы с информационной перегрузкой во время эпидемии COVID-19?*», как российская, так и китайская молодежь дали примерно одинаковый ответ. Более 70 % обе стороны респондентов дали положительный ответ.

См. диаграмму № 7 и 8.

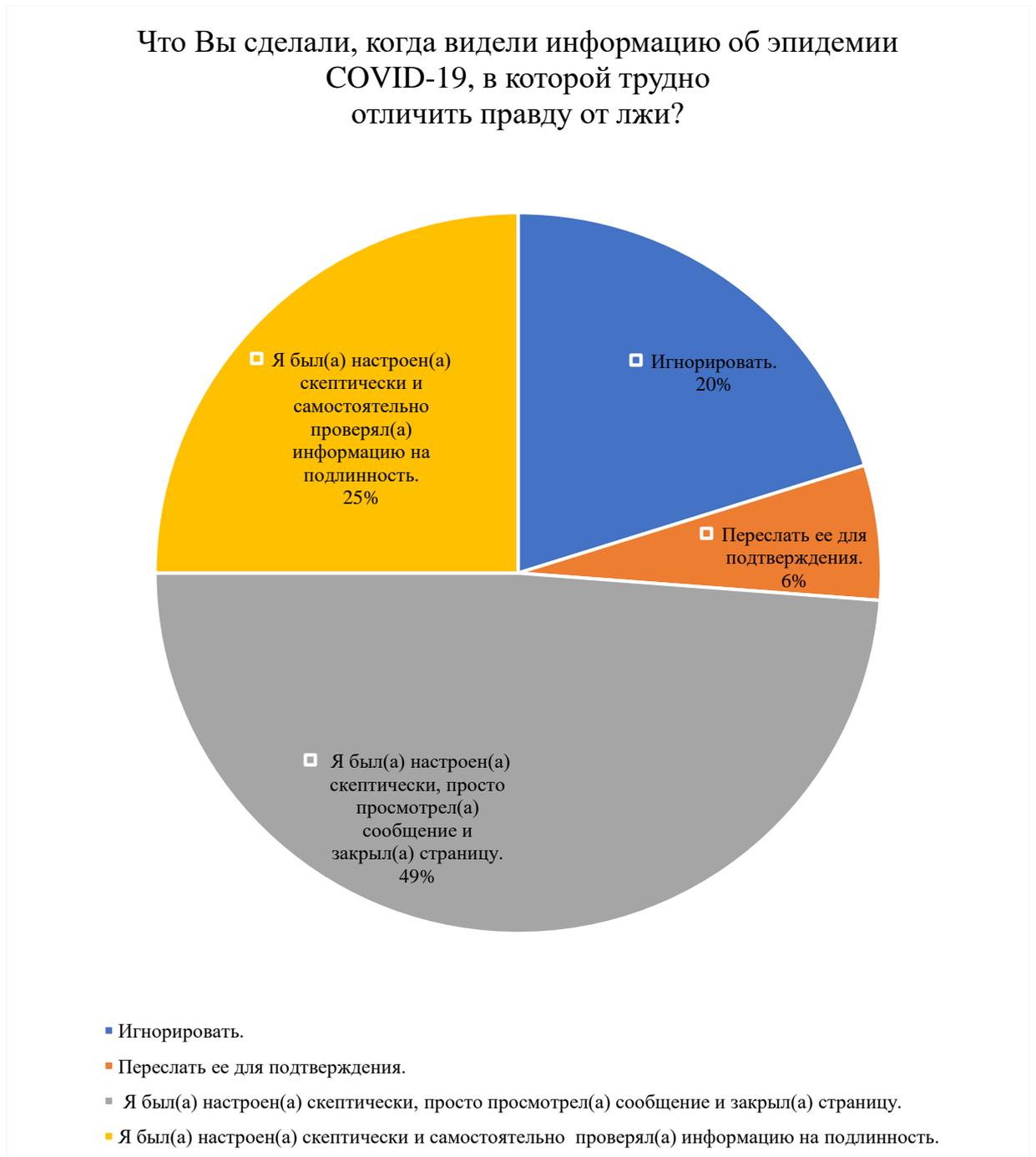


Следует отметить, что одновременный приток огромного количества информации через СМИ в определенной степени привел и к проблеме «информационной перегрузки». Чрезмерное погружение в поток негативной информации, связанной с эпидемией, также вводит аудиторию в состояние стресса и еще больше усиливает ее тревогу²¹⁴.

Вопрос, заданный российской молодежи, звучал так: *«Что Вы сделали, когда видели информацию о эпидемии COVID-19, в которой трудно отличить правду от лжи?»*. Результаты ответов показали, что почти четыре трети респондентов (74 %) выразили скептицизм, при этом 49 % российских студентов заявили, что просто посмотрели страницу и запустили ее, а остальные 25 % сказали, что попытаются самостоятельно проверить правдивость информации. Наконец, 20 % респондентов заявили, что проигнорируют сообщение, а 6 % перешлют его другим для подтверждения.

²¹⁴ Ли И. Динамика изменений психосоциальных характеристик потребителей сетевых медиа под воздействием официальной информации и слухов о COVID-19 // *Litera*. 2024. № 2. С. 36-44.

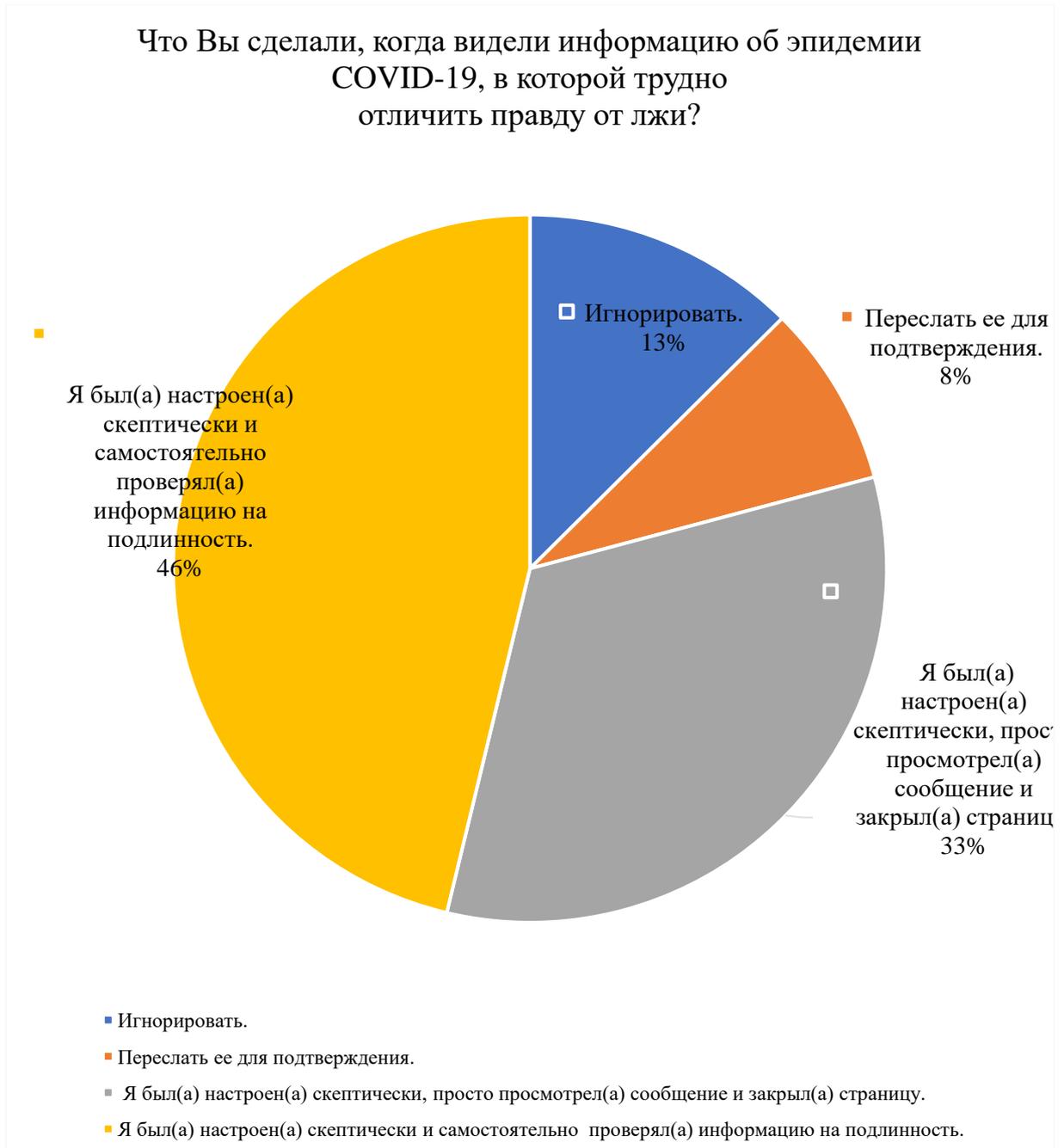
См. диаграмму № 9.



Ответы китайской молодежи были схожи с ответами российской молодежи. Результаты показывают, что более четырех третей респондентов (79 %) отнеслись к сообщению скептически, 46 % из них заявили, что сами попросят подтвердить

информацию, а остальные 33 % студентов сказали, что просто посмотрели информацию и запустили страницу. Наконец, 13 % респондентов заявили, что проигнорируют сообщение, а 8 % перешлют его другим для подтверждения.

См. диаграмму № 10.



Причина, по которой большинство студентов колледжа будут скептически относиться к этому вопросу, заключается в том, что большое количество информации о пандемии COVID-19 может поступать из разных источников, включая социальные сети, новостные сообщения и мнения экспертов. Поскольку источник информации неизвестен, читатели могут скептически отнестись к достоверности информации²¹⁵. Кроме того, во время вспышки может возникнуть противоречивая информация из-за таких факторов, как скорость обновления информации и различия в мнениях экспертов. Некоторые сведения могут противоречить ранее услышанным, что может вызвать у читателей скептическое отношение к информации. Наконец, в контексте инфодемий распространение слухов, дезинформации и теорий заговора может усугубить скептическое отношение читателей к информации²¹⁶. Они могут опасаться, что их введут в заблуждение ложной информацией, и поэтому станут более осторожными в отношении новой информации.

На вопрос «*Сталкивались ли Вы с фейками об эпидемии COVID-19 во время пандемии коронавируса?*» российские и китайские респонденты были единодушны: почти 80 % опрошенных ответили, что сталкивались с фейками, 79 % и 78 % соответственно.

²¹⁵ Ли, И. Вызовы и исследование глобальной массовой коммуникации в условиях эпидемии COVID-19 // Медиатехнологии в условиях изменяющегося мира: тренды, проблемы, прогнозы: сборник трудов / Министерство науки и высшего образования российской федерации; федеральное государственное автономное образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь: Северо-Кавказский фед. ун-т, 2021. – С. 162-165.

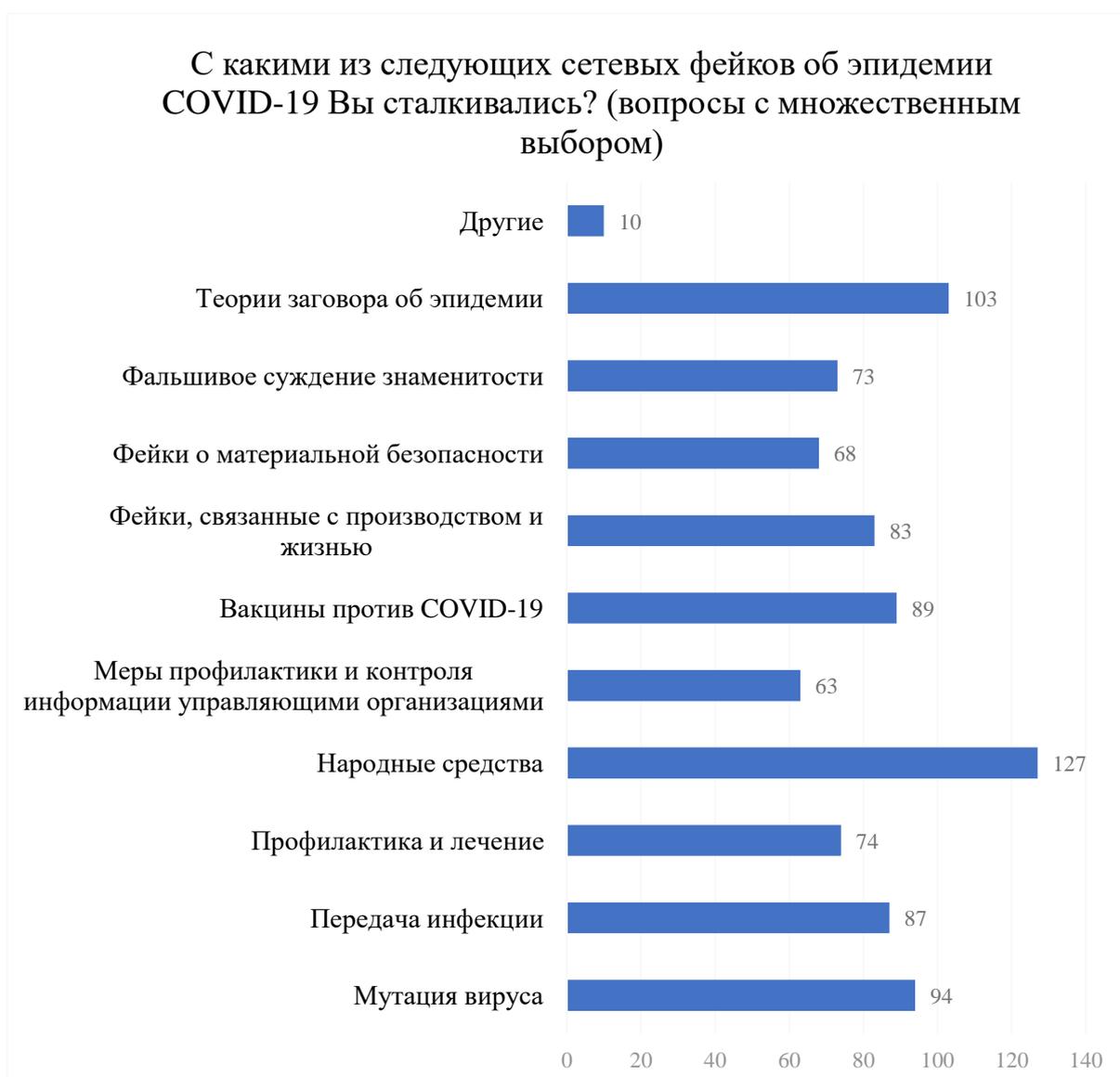
²¹⁶ Ли, И. Инфодемия как среда формирования в медиапространстве фейков о коронавирусе // Региональные СМИ: пути взаимодействия: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Чита, 16 декабря 2021 г. – Чита: Забайкальский гос. ун-т, 2021. – С. 13-16.

См. диаграмму № 11 и 12.



Эти 79% молодых россиян, сталкивавшихся с ложной информацией, отметили, что чаще всего сталкивались с народными средствами, за которыми следуют теории заговора об эпидемиях и мутациях вирусов. Фейки о новых вакцинах, передачах инфекции и вопросах, связанные с производством и жизнью, также чаще всего распространялись в российских СМИ. Наконец, в порядке убывания частоты встречаются фейки о профилактическом лечении, фальшивые утверждения знаменитостей, фейки о материальной безопасности, а также меры профилактики и контроля информации управляющими организациями.

См. диаграмму № 13.



78% китайской молодежи, сталкивавшейся с фальшивыми новостями, как уже говорилось выше, также отметили, что народные средства лечения были самым распространенным типом фальшивых новостей, с которыми они сталкивались. Однако, в отличие от российских респондентов, теории заговора об эпидемиях и передача инфекций были вторым и третьим по частоте встречаемости типом фальшивых новостей. Далее, в порядке убывания частоты появления фейков, следуют фейки о материальной безопасности, вирусных мутациях, новых вакцинах, профилактическом лечении, фальшивых утверждениях знаменитостей, мерах профилактики и контроля информации управляющими организациями и фейки, связанные с производством и жизнью.

См. диаграмму № 14.

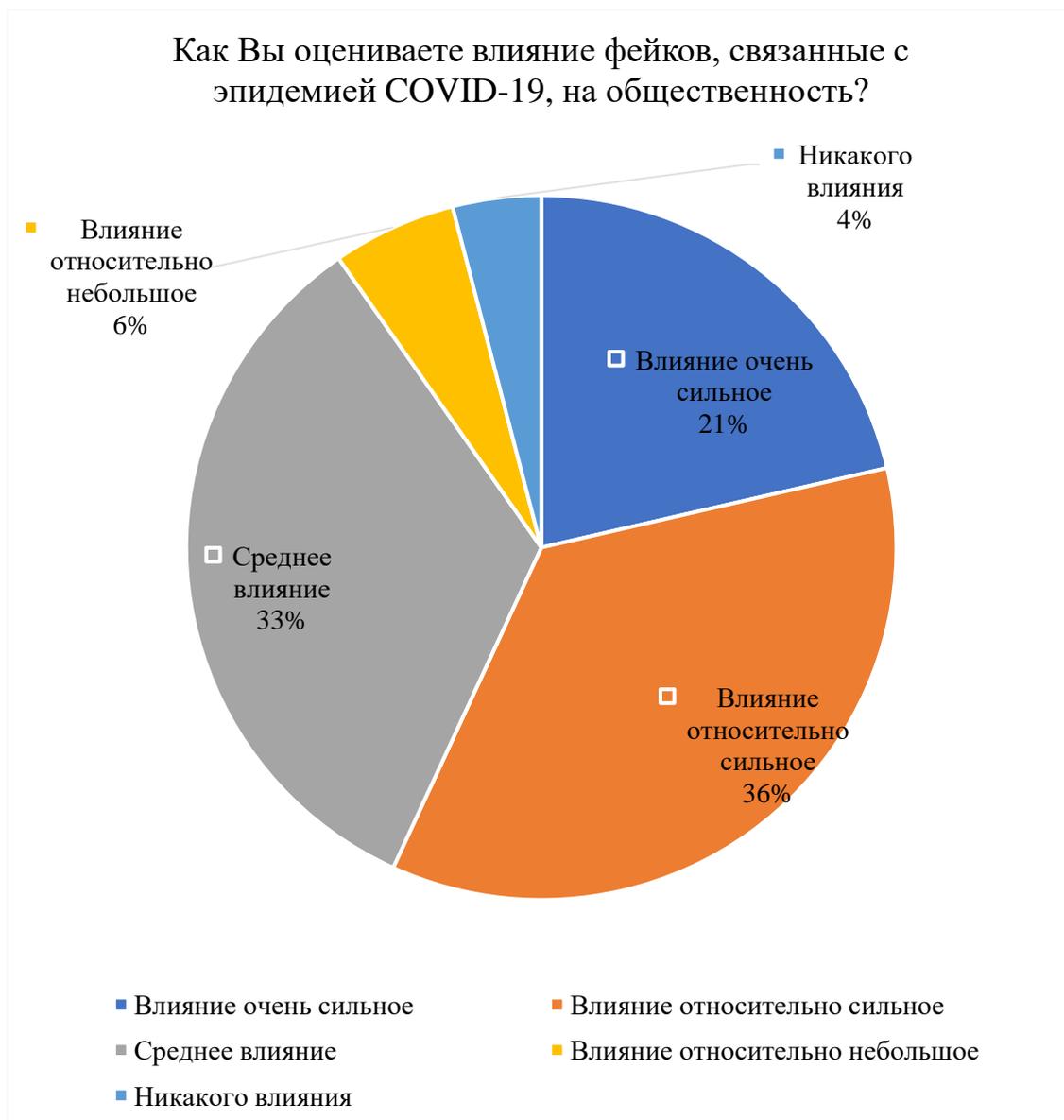


И китайские, и российские респонденты чаще всего сталкивались со фейками о народных средствах, что можно объяснить тем, что во время вспышки эпидемии люди, затронутые инфодемией, испытывают тревогу и панику²¹⁷ и хотят как можно скорее найти эффективные средства защиты и лечения. Кроме того, на ранней стадии эпидемии информация о новом коронавирусе может быть относительно скудной, а представление населения о вирусе ограниченным, в отсутствие надежных источников информации, и в этом случае некоторые простые народные средства могут привлекать больше внимания.

Показательны ответы, полученные от китайских респондентов, на вопрос *«Как Вы оцениваете влияние фейков, связанные с эпидемией COVID-19, на общественность?»*. 21 % российских респондентов считают, что фейки об эпидемии оказали очень сильное влияние на общество во время эпидемии COVID-19; 36% считают, что фейки оказали довольно сильное влияние; 33% считают, что влияние было средним; 6% считают, что влияние было довольно низким; и 4% считают, что влияния не было.

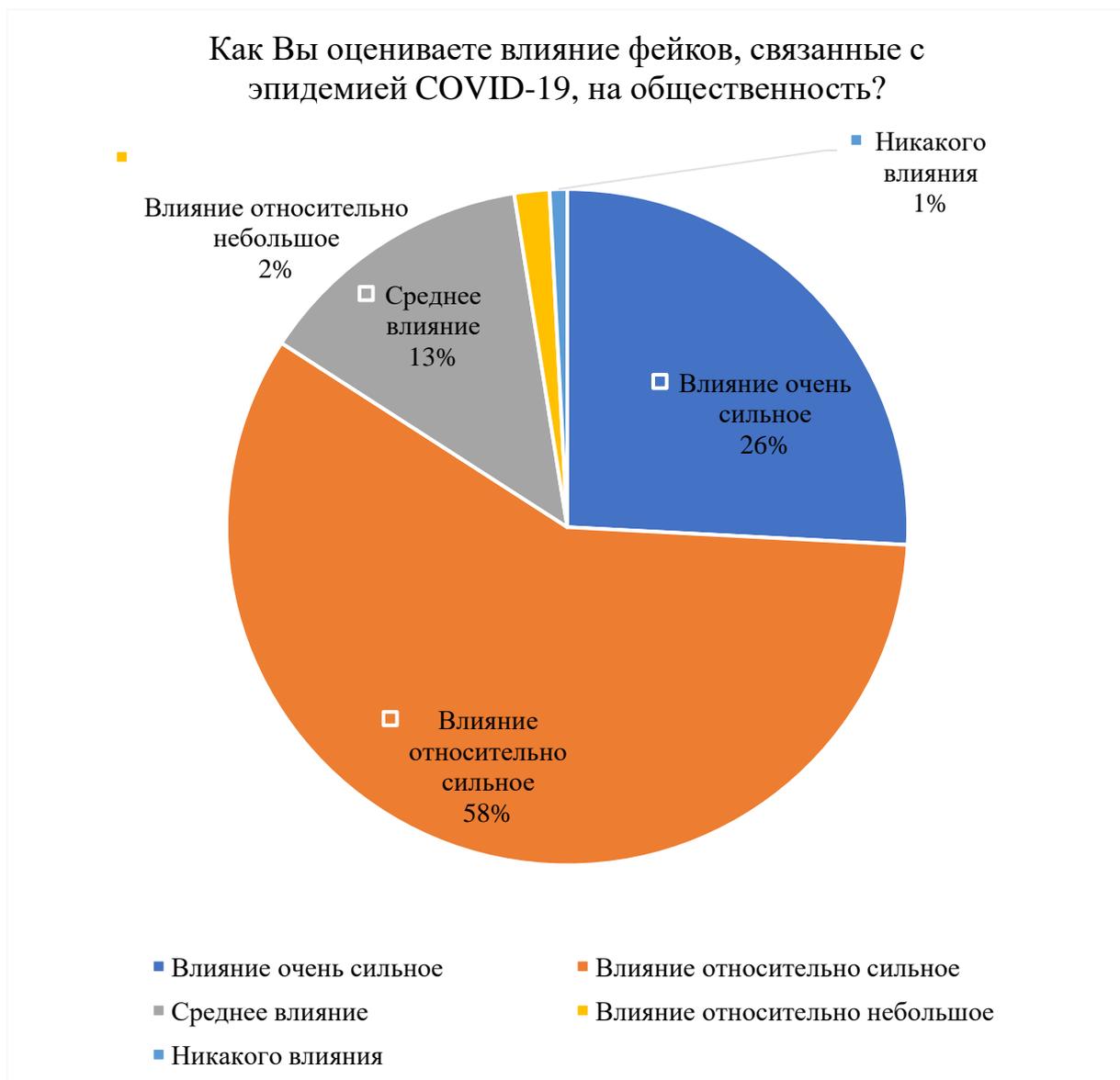
²¹⁷ Дейнека, О.С., Максименко, А.А. Оценка психологического состояния общества в условиях инфодемии посредством анализа социальных сетей: обзор зарубежных публикаций // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2020. № 2(55). С. 28-39.

См. диаграмму № 15.



В ответах китайской стороны на одинаковый вопрос, оказалось, что как и в опросе молодых россиян, 26 % китайских респондентов считают, что фейки об эпидемии оказали очень большое влияние на общество во время эпидемии COVID-19; в отличие от российских респондентов, 56 % считают, что фейки оказали довольно большое влияние; 13 % считают, что влияние было средним; 2 % считают, что влияние было довольно низким; и только 1 % считают, что они не оказали никакого влияния.

См. диаграмму № 16.

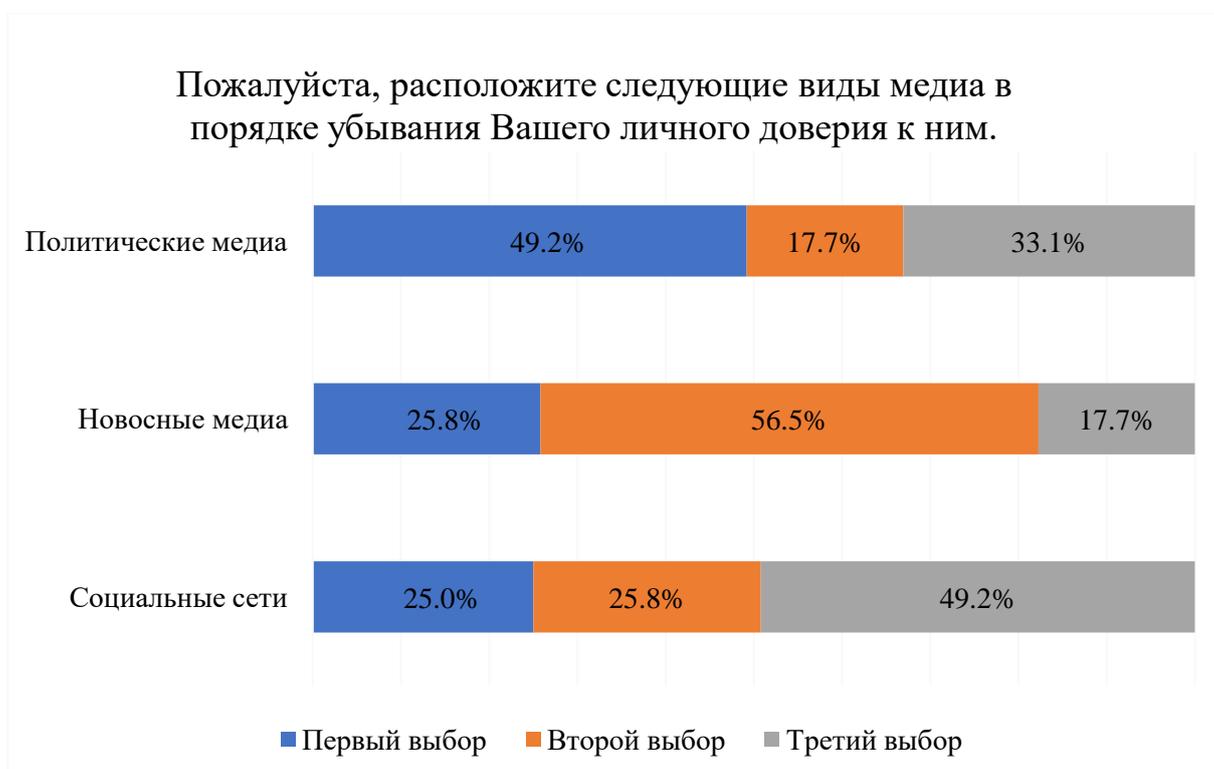


Причины, по которым молодые люди считают, что фейки оказывают большее влияние на общество, могут быть следующими: а) молодые люди – основные пользователи сетевых медиа, и они осознают их важность в распространении информации; б) фейки могут распространяться с помощью нескольких медиаплатформ и затрагивать больше социальных групп, что оказывает большее влияние на общество; в) во время эпидемии в обществе преобладают тревога, паника и неопределенность, и масс стремится получить больше информации, чтобы

справиться с этой неопределенностью, и в этом случае фейки могут удовлетворить психологические потребности масса и вызвать еще большую панику и тревогу, что также оказывает большее влияние на общество; г) молодые люди могут уделять больше внимания социальной ответственности и общественным интересам, и они осознают, что фейки могут повлиять на социальные стабильность и безопасность.

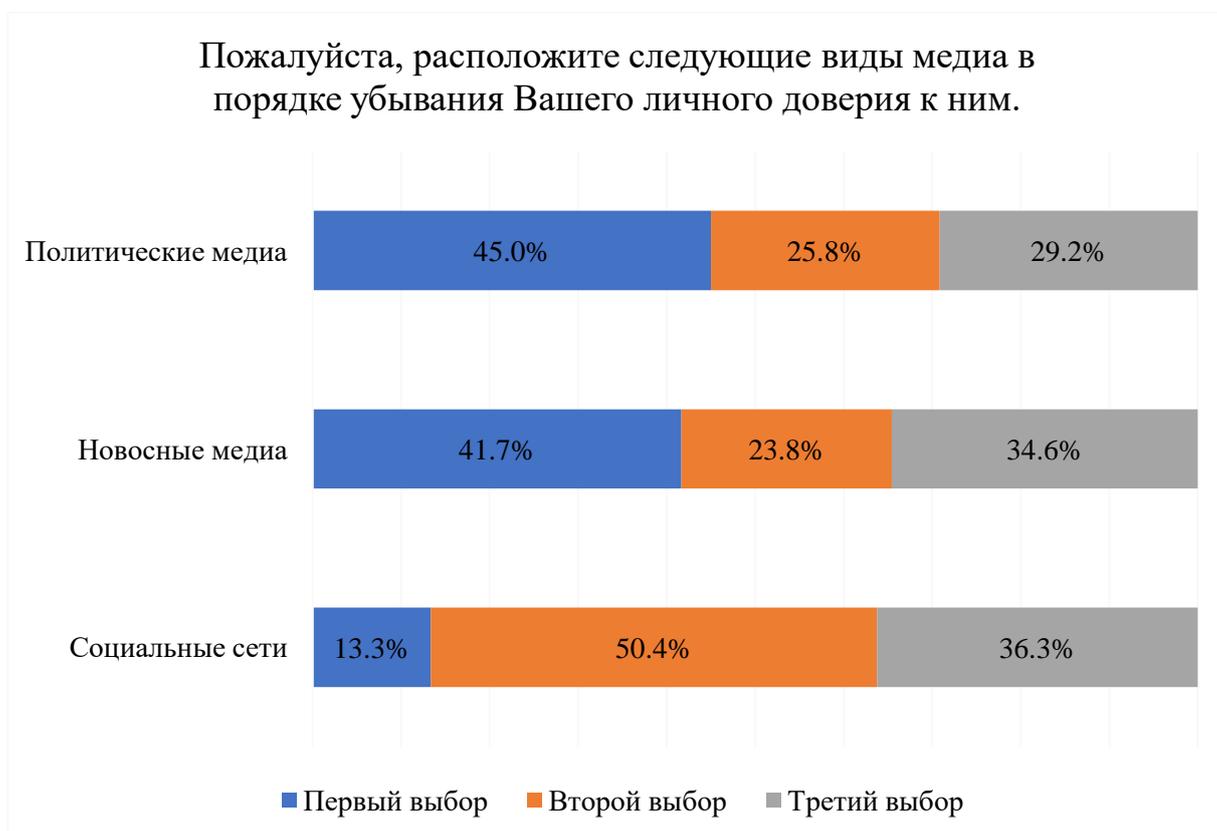
Вопрос «Пожалуйста, расположите следующие виды медиа в порядке убывания Вашего личного доверия к ним» дал такие результаты: почти 50% российских студентов поставили политические медиа на первое место и около 20% поставили на второе; примерно 25% респондентов поставили новостные медиа на первое место и более 50% респондентов – на второе; 25% респондентов поставили социальные сети на первое место и также примерно 25% респондентов – на второе. Опрос показал: наиболее доверяемым сетевым медиа для большинства российских студентов являются политические медиа, за ними следуют новостные медиа и, наконец, социальные сети.

См. диаграмму № 17.



Аналогичные результаты были получены и для китайских респондентов на одинаковый вопрос. 45% китайских студентов поставили политические медиа на первое место, а примерно 25% респондентов – на второе; более 40% респондентов поставили новостные медиа на первое место, а около 24% респондентов – на второе; почти 13% респондентов поставили социальные сети на первое место, а более 50% студентов – на второе. Подводя итог, для большинства китайских студентов наиболее надежным сетевым медиа также являются политические медиа, за ними следуют новостные медиа и, наконец, социальные сети.

См. диаграмму № 18.



Это свидетельствует о высокой степени признания общественностью государственного информационного обеспечения ЧС в сфере здравоохранения. Например, политические медиа, такие как «Национальной комиссии по здравоохранению» и «Минздрава РФ», имеют авторитетную квалификацию и высокий профессионализм, а подлинность и надежность публикуемой ими информации гарантированы. Политические медиа являются «официальными», что означает, что они обладают большим авторитетом и доверием, поэтому общественность с большей готовностью верит информации, публикуемой политическими медиа. По сравнению с другими типами СМИ, новостные медиа имеют статус «привратников», содержание их сообщений имеет источники и основания, а их сообщения более профессиональны и всеобъемлющи, поэтому они также пользуются большим доверием у молодежи.

Кроме того, результаты анкетирования также показали, что социальные сети, которыми чаще всего пользуются студенты, были оценены респондентами как наименее заслуживающие доверия (49,2 % российских респондентов и 45 % китайских респондентов оценили доверие к социальным сетям в конце списка). Кроме того, результаты анкетирования показали, что социальные сети, которыми чаще всего пользуются студенты вузов, респонденты оценили как наименее заслуживающие доверия (около 50 % российских респондентов и 36,3 % китайских респондентов отнесли социальные сети к наименее заслуживающим доверия).

Таким образом, первая гипотеза не подтверждается. Во-первых, во время эпидемии COVID-19, хотя студенты чаще всего пользовались социальными сетями, их достоверность была оценена как самая низкая из-за влияния инфодемии. Информация в социальных сетях могла поступать от анонимных пользователей или из непроверенных источников, поэтому им не хватало достоверности.

Во-вторых, во время эпидемии наличие большого количества информации в

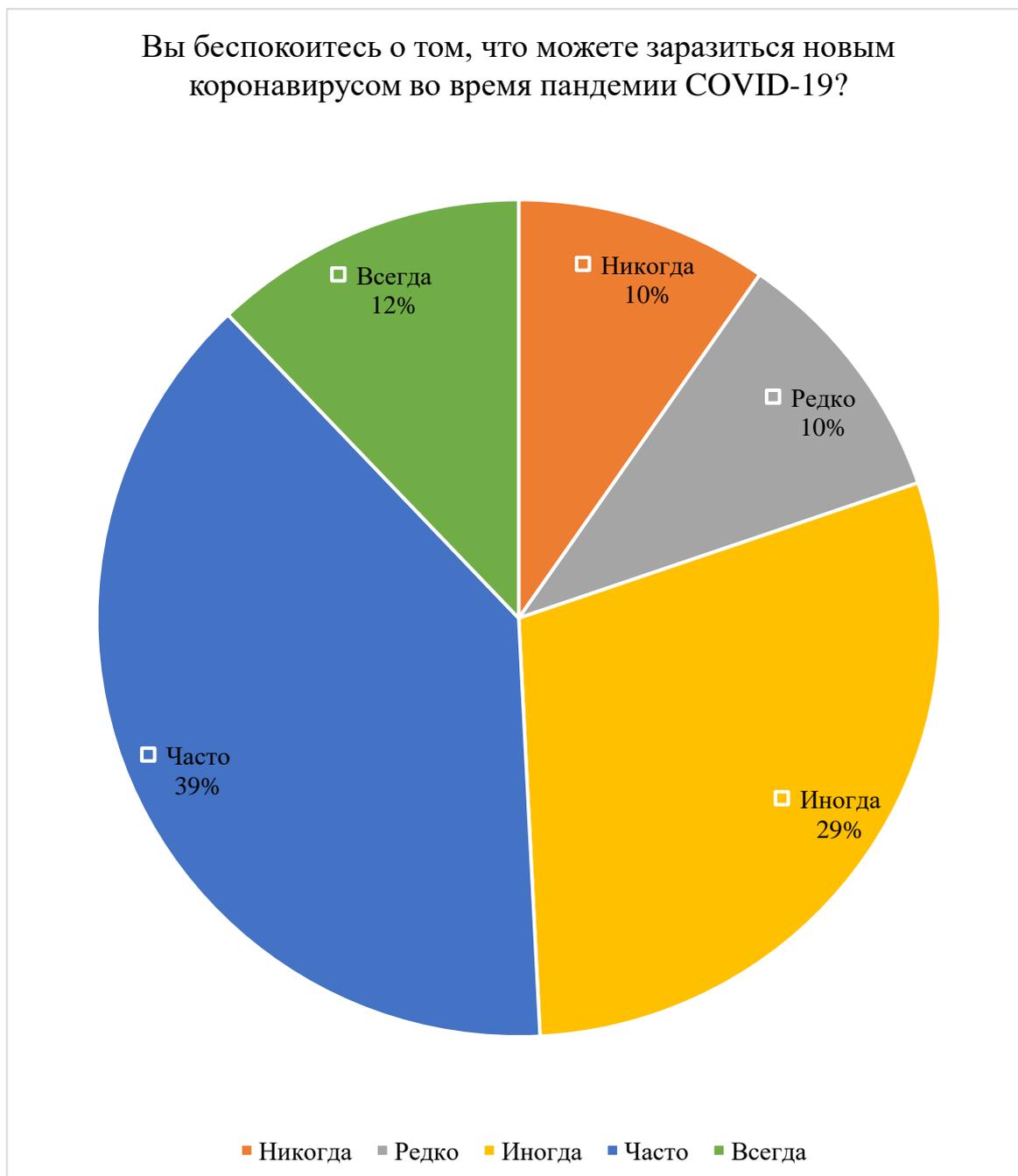
социальных сетях вызвало информационную перегрузку, которая включала в себя слухи, фейковые новости, дезинформация и теории заговора, среди прочего, создавая инфодемию и затрудняя для людей определение того, является ли информация правдивой или ложной. Более того, слухи, фейковые новости, дезинформация быстро и широко распространяются в социальных сетях, и их влияние очень сильно ²¹⁸. Наконец, алгоритмы социальных медиа могут манипулировать отображением контента, используемого для того, чтобы пользователи оказывались в информационном коконе, более предвзято относясь к определенной точке зрения или интересам²¹⁹. Таким образом, на фоне инфодемии, ненадежные источники информации, информационная перегрузка, распространение фейков и алгоритмическое манипулирование контентом могут заставить общественность усомниться в доверии к социальным сетям.

На вопрос о предполагаемом риске заражения новым коронавирусом 12 % молодых россиян ответили, что всегда боятся заразиться; 39 % и 29 % из них – что часто и иногда, соответственно; а те, кто беспокоится редко и даже никогда не беспокоится, составили по 10%.

²¹⁸ Ли, И. Механизмы распространения сетевой информации между правительством и общественностью во время пандемии COVID-19 // Язык. Коммуникация. Общество. 2024. № 1 (5). С. 37-42.

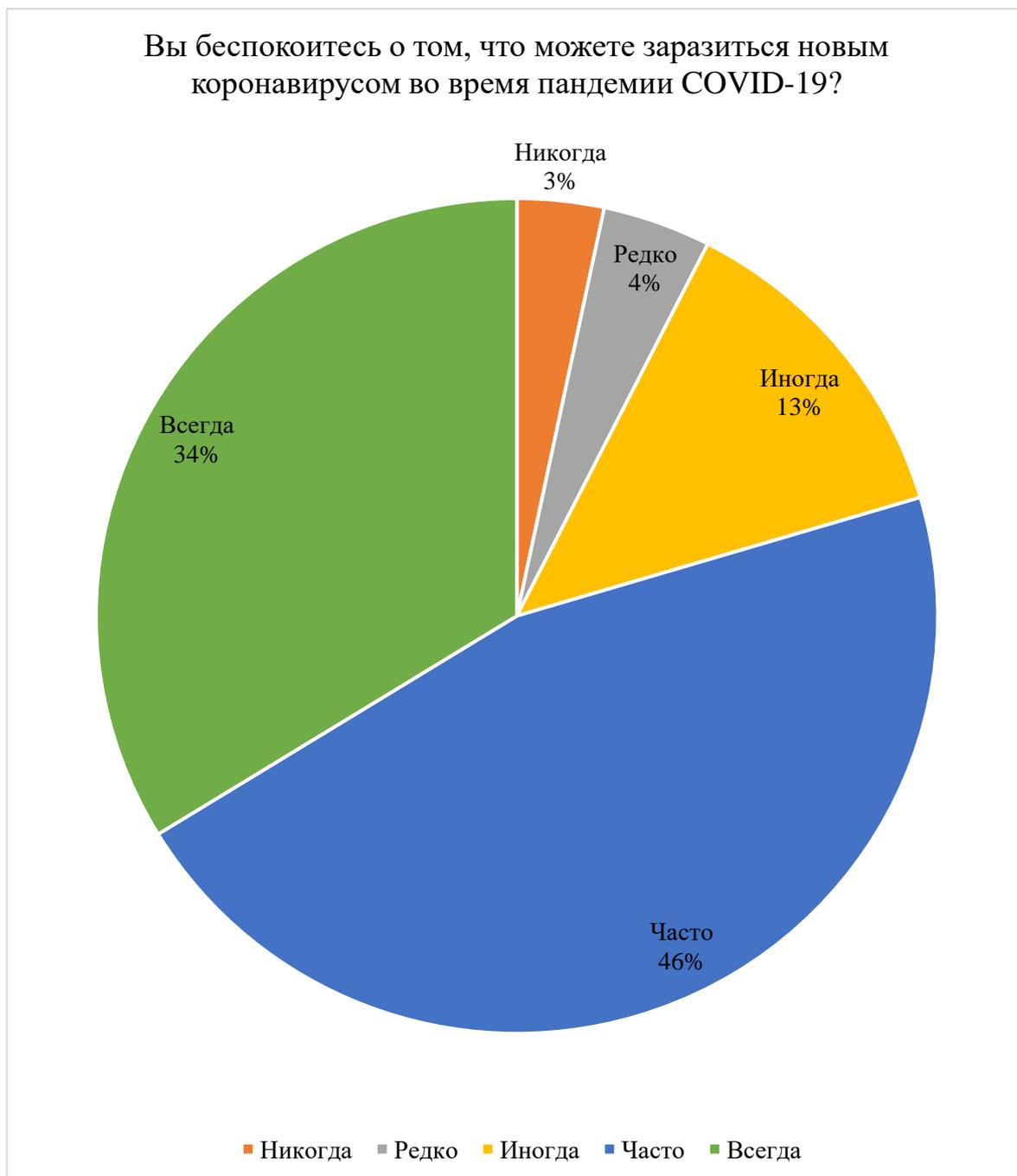
²¹⁹ Li, Y. The Construction of the Network Media as an Ideal model of Public Information Dissemination During the Epidemic of Novel Coronavirus Pneumonia // Media Education (Mediaobrazovanie). 2023. 19(2). P. 337-342.

См. диаграмму № 19.



Однако 34 % молодых китайцев заявили, что они всегда беспокоятся о возможности заражения; 46 % и 13 % ответили, что часто беспокоятся и иногда волнуются, соответственно; в то время как те, кто боится редко и даже никогда не испытывает страха, составили по 3 % и 4 % соответственно.

См. диаграмму № 20.



Почти половина (49 %) российских респондентов всегда и часто боятся заражения, что свидетельствует о том, что уровень воспринимаемого риска заражения среди молодого населения находится в аспекте восприимчивости.

Во время эпидемии во многих регионах России были введены карантинные меры и ограничения на поездки и общественную деятельность²²⁰, также в Китае²²¹, что повысили уровень страха перед заражением новым коронавирусом среди молодежи. Кроме того, новостные медиа и социальные сети широко освещали развитие и последствия вспышки, включая информацию о количестве случаев заболевания, смертей и нагрузке на медицинские ресурсы, что могло усилить опасения молодых людей по поводу вспышки.

Наконец, совместное воздействие эпидемии COVID-19 и инфодемии может усилиться психологический стресс молодых людей, включая тревогу, панику, одиночество и т. д.²²². Эти эмоции, которые могут усилить беспокойство по поводу рискованных инфекций.

Вопрос, обращенный к российской молодежи, *«Вы уверены, что российские государственные ведомства, занимающиеся профилактикой и борьбой со вспышкой нового коронавируса, справятся с этой работой?»* показал уверенность большинства опрошенных в способности соответствующих ведомств российского правительства предотвращать эпидемию нового коронавируса и контролировать ее. 22 % российских респондентов ответили, что полностью уверены в способности правительства справиться с этой задачей; 41 % студентов – относительно уверены. Доля респондентов, давших отрицательный ответ, была относительно невелика. Наконец, 20 % респондентов высказались нейтрально.

²²⁰ История коронавирусных ограничений в России / [Электронный ресурс] URL: <https://tass.ru/info/15101389?ysclid=lvv3w3sk2i520376460> (дата обращения: 01.07.2022).

²²¹ Профилактика COVID-19 и борьба с ним (9-е издание) / [Электронный ресурс] URL: <https://www.gov.cn/xinwen/2021-05/14/5606469/files/97921b2e20134f1faad6af9dacd51d07.pdf> (дата обращения: 27.06.2022).

²²² Михеев, Е.А., Нестик, Т.А. Психологические механизмы инфодемии и отношение личности к дезинформации о COVID-19 в социальных сетях // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. – 2021. – Т. 6, № 1(21). – С. 37-64.

См. диаграмму № 21.



По сравнению с ситуацией российских респондентов, молодые китайцы продемонстрировали более высокую степень доверия к правительствам реагирования правительства на новую коронавирусную эпидемию, чем: 32% китайских респондентов заявили, что полностью верят в способности правительства; 45% относительно уверены в этом. В целом, 5% респондентов дали отрицательные ответы. В итоге 18% респондентов высказались нейтрально.

См. диаграмму № 22.



В целом молодые люди и в России, и в Китае больше доверяют действиям своего правительства по борьбе с эпидемией COVID-19.

Интересно, что в обеих странах наблюдалась положительная корреляция между доверием молодежи к правительству и воспринимаемым населением риском заражения коронавирусом. Это показывает, что в контексте инфодемии фейки в сетевых медиа могут внести путаницу в понимание общественностью эпидемии, затрудняя оценку серьезности эпидемии и фактического уровня риска. Таким образом, даже если общественность верит, что правительство способно справиться

с эпидемией, оно не может точно оценить свой собственный риск заражения. Тем более, фейки, как правило, преувеличивают серьезность эпидемии и создают атмосферу паники, вызывая у общественности чрезмерное беспокойство по поводу риска заражения. Поэтому, даже если общественность верит, что правительство способно справиться с эпидемией, она все равно считает, что находится в группе высокого риска. Следовательно, вторая гипотеза верна.

Выводы. В чрезвычайной ситуации в области общественного здравоохранения использование средств массовой информации носит специфический и разнообразный характер. Особо следует подчеркнуть роль социальных сетей, таких как WeChat, телеграмм в распространении информации. Новостные СМИ, правительственные СМИ и некоторые медицинские сетевые медиа стали играть важную роль в качестве дополнительных источников информации. В центре внимания молодежной аудитории оказалась динамика эпидемии (включая информацию об эпидемических данных, оперативные, экстренные новости), меры по профилактике эпидемий и вакцины против COVID-19. Однако воздействие огромного количества информации в онлайн-среде приводила и к информационной перегрузке. Стоит отметить, что большое количество фейки в сетевых медиа может создать инфодемию в условиях информационной перегрузки, что может оказать большое влияние на общество, а также вызвать эмоциональное беспокойство у молодых людей. Доверие к СМИ китайских и российских студентов во время эпидемии оказалось одинаковым. Больше всего они доверяли политическим медиа, затем новостным медиа и, наконец, социальным сетям. Наконец, как в России, так и в Китае наблюдалась положительная корреляция между доверием студентов к собственному правительству и предполагаемым риском заражения вирусом новой коронавируса. Сетевые медиа могут поддерживать самооценку риска заражения на высоком уровне, распространяя слухи, фейковые новости, дезинформация и преувеличивая риск вспышки, несмотря на веру в способность правительства отреагировать на это.

В сетевых медиа распространение слухов, фейковых новостей, дезинформации и преувеличение риска вспышки негативным образом отражалась на доверии населения к правительству и восприятию риска заражения вирусом. Таким образом, хотя общественность верит, что правительство способно отреагировать на вспышку, собственная оценка риска заражения является определяющей.

3.3 Стратегии управления сетевыми медиа в условиях инфодемии

Исторический опыт и уроки учат тому, что чем больше крупных общественных мероприятий, тем с большим количеством проблем сталкивается сфера распространения общественной информации. Энгельс, например, утверждал, что нет такой великой исторической катастрофы, которая не компенсировалась бы историческим прогрессом. Перед лицом инфодемии сетевые медиа, массовые аудитории и правительство должны тщательно и своевременно обобщать опыт и уроки. На основе способности распространения информации о ЧС в области общественного здравоохранения в сочетании с реальной ситуацией выдвигаются следующие предложения по управлению сетевыми инфодемиями.

А) Постоянное повышение медиа-грамотности населения²²³.

В рамках эпидемии нового коронавируса возникновение причины инфодемии заключается в том, что, коронавирус – это вирус, который никогда ранее не появлялся, и он неизвестен многим экспертам. Ведущие мировые медицинские эксперты работают много, чтобы победить новый коронавирус, но за ним все еще

²²³ См. подробнее: Ли, И. Проблемы сетевой безопасности личной информации в условиях профилактики и борьбы с эпидемией COVID-19 // Региональная информатика (РИ-2022): Юбилейная XVIII Санкт-Петербургская международная конференция. Материалы конференции, Санкт-Петербург, 26–28 октября 2022 года. – Санкт-Петербург: Региональная общественная организация «Санкт-Петербургское Общество информатики, вычислительной техники, систем связи и управления», 2022. – С. 377-379.

стоит много неразгаданных человеческих тайн. Эксперты не обладают большими научными знаниями, и обычным людям ещё труднее определить истинность или ложность соответствующей информации. Способность правильно оценивать информацию связана с медиаграмотностью человека. Медиаграмотность – характеризует умение анализировать и синтезировать медийную реальность, умение «читать» медиатекст, способность использовать медийную технику, знание основ медиакультуры, то есть результат медиаобразования²²⁴. Наиболее полное определение медиаграмотности сформулировал профессор А.В. Федоров: это совокупность мотивов, знаний, умений, компетенций личностиспособствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме²²⁵. Индивидуальную медиа-грамотность можно разделить на сильную и слабую, а люди с низкой медиа-грамотностью легко могут стать жертвами ложной информации, которые могут делиться на три категории.

Первая категория – это подростки, которым не хватает накопления знаний, жизненного и социального опыта, они восприимчивы к ложной информации.

Вторая категория – пожилые люди. Пожилые люди менее чувствительны и восприимчивы к новым знаниям и вещам и часто полагаются на жизненный опыт как на основу для отбора и оценки информации. Однако времена меняются слишком быстро, и невозможно оставаться в своей «зоне комфорта» и продолжать использовать прошлый опыт, чтобы справиться с текущей чрезвычайно сложной

²²⁴ Артёменко, М.А. Медиаграмотность молодежи в контексте интернет-безопасности / М. А. Артёменко // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. – 2012. – № 10-1. – С. 25-37.

²²⁵ Федоров, А.В. Медиапедагоги и теоретики медиакультуры зарубежных стран: энциклопедический справочник. М.: Изд-во МОО «Информация для всех», 2011. – 54 с; Федоров, А.В. Развитие медиакомпетенности и критического мышления студентов педагогического ВУЗа. М., 2007. – 616 с.

информационной сценой. С другой стороны, некоторые мы-медиа будут обслуживать целевую аудиторию, чтобы получить внимание. Они хорошо разбираются в психическом состоянии, эстетических предпочтениях и языковых привычках пожилых людей, стремясь максимально привлечь внимание пожилой группы и передать информацию. Поэтому пожилые люди также восприимчивы к ложной информации.

Третья группа восприимчивых людей – это люди с относительно низким уровнем образования. Вообще говоря, чем больше знаний и методов осваивает человек, тем сильнее его способность понимать и анализировать проблемы. Соответственно, они слабее в понимании, синтезе, критике и размышлении, и их легко сбить с толку слухами и сплетнями.

Одним из способов получения медиаграмотности является удовлетворенность, то есть аудитория совершенствуется на практике снова и снова. Например: когда пользователи сети сталкиваются с определенной ложной информацией, распространяемой в WeChat или Weibo, после многих обобщений и размышлений у них накапливается опыт и уроки, и они будут проявлять бдительность и осторожность в отношении этой информационной среды, чтобы создать для себя сеть защиты информационной безопасности.

Конечно, недостаточно полагаться только на индивидуальные усилия, необходимо также участие государства, общества и профессиональных институтов, особенно учреждений профессионального образования, для развития массмедиа-образования. Содержание медиаобразования может включать в себя характеристики медиа, информационные характеристики, медиа-экологию, управление и анализ аудитории и др.

Чрезвычайная ситуация, подобная эпидемии COVID-19, является беспрецедентным испытанием для грамотности населения в средствах массовой информации.

Вместе с тем развитие медиа-грамотности требует времени, и даже людям с

относительно высокой медиа-грамотностью трудно быть застрахованными от всех проблем. Следовательно, необходимо переосмыслить обязанности сетевых медиа в отношении с инфодемией и их возможные решения.

Б) Мониторинг общественного мнения с помощью информационных технологий.

С постепенным развитием информационных технологий стало возможным с их помощью разбить коммуникационные барьеры и завершить мониторинг общественного мнения. Кроме того, мониторинг психологического состояния общества в условиях пандемии с использованием цифровых методов анализа текстов, аудио- и видеоконтента Интернета, так как мониторинг является обратной связью о социальном самочувствии населения, его настроении и типах реагирования на контент, распространяемый в сети Интернет²²⁶. Судя по периоду эпидемии COVID-19, онлайн-образовательные предложения росли как грибы после дождя. В Китае сетевое медиа WeChat создало QR-код «уничтожителя слухов», а Weibo добавил напоминание для опровержения слухов. В начале эпидемии COVID-19 при Следственном комитете РФ была создана специальная группа, чьей задачей было выявлять распространение «фейков» в социальных сетях²²⁷. Google запустил страницу сбора информации о вспышке пневмонии коронавируса в США, которая посвящена предоставлению реальной информации от авторитетных учреждений по образовательной науке, методам профилактики и местным ресурсам. Кроме того, на социальных платформах можно реализовать обязательную связь контента с людьми, широкое распространение информации. Например: рекламные

²²⁶ Дейнека, О., Мельник, Г.С., Духанина, Л.Н, Максименко, А.А. Психологическое состояние общества в условиях инфодемии // Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования: сборник статей VI Международной научно-практической конференции / отв. ред. Г.Г. Гуляев. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – С. 202-206.

²²⁷ Архипова, А.С. Пути российской инфодемии: от WhatsApp до Следственного комитета / А. С. Архипова [и др.] // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены / под общ. ред. С.Г. Давыдова. – 2020. – С. 231-265.

объявления в WeChat и Телеграмм могут быть отправлены всем одновременно, а иногда целевые сообщения могут быть также отправлены различным определённым кругам. Сетевые медиа также могут корректировать свои алгоритмы в пользу контента, опровергающего слухи. Эти меры показывают тенденцию развития новых медиатехнологий и медиа-интеграции.

В) Очищение сетевого окружения.

В современных все более диверсифицированных каналах связи любое положение дел, особенно деликатные события и чрезвычайные ситуации, были связаны с глобализацией. В рамках этой тенденции, только стремясь к инициативе в распространении информации, мы можем приспособиться к изменениям в водовороте захлестнувших времён. Таким образом, необходимо создать здоровую сетевую среду, чтобы способствовать устойчивому развитию всего общества и содействовать эффективному распространению медицинской информации. Технические специалисты должны с помощью технических средств регулярно очищать сетевую среду, своевременно совершенствовать соответствующие законы и нормативные акты и решительно противодействовать проникновению незаконной информации.

Г) Сосуществование децентрализованного и централизованного коммуникационных моделей.

После появления социальных сетей люди переходили на них. Вслед за этим постепенно появилась децентрализованная коммуникация. Преимущества децентрализованного производства контента и персонализированного распространения контента очевидны: порог для производства контента ниже; взрывной рост предложения контента может удовлетворить постоянно растущий спрос пользователей на контент; эффективность распространения контента выше²²⁸.

²²⁸ Seok-Won, S., Jiwon, S., Matthew, N., Debangsu, S., Sudheendra, H., et al. PrPl: a decentralized social networking infrastructure. In Proceedings of the 1st ACM Workshop on Mobile Cloud Computing

Усовершенствованный алгоритм отсеивает информацию, которая наиболее интересует пользователя, из огромного объема информации, чтобы можно было удовлетворить индивидуальные потребности пользователя. Под воздействием эпидемии мы стали свидетелями некоторых новых изменений в эпоху децентрализации: высококачественные платформы вновь завоевывают доверие пользователей. Все это вместе способствует созданию более качественной среды контента.

Чрезвычайный период эпидемии также в значительной степени выявил проблемы децентрализованной коммуникации, такие как недостаточный сбор информации, информационная неразбериха, эмоциональная коммуникация и т. д.²²⁹.

Некоторые специалисты в области индустрии контента рассматривали внимание как единственную оперативную цель, создавали горячие точки, активно создавали или распространяли ложные новости, и другой низкокачественный контент. Во время эпидемии распространились такие слухи, как «употребление алкоголя может убить бактерии и предотвратить инфекцию», «китайский академик Чжун Наньшань предложил полоскать горло соленой водой для предотвращения вирусов» и другие слухи, которые оказали серьезное влияние на профилактику эпидемий в обществе. Медиарынок нуждается в специалистах с новыми коммуникационными компетенциями, творческими, технологическими и предпринимательскими навыками²³⁰.

Для улучшения среды общественной информации и коммуникации с

& Services: Social Networks and Beyond (MCS '10) // Association for Computing Machinery. 2010. 8. P. 1-8.

²²⁹ Раренко, А.А., Воронцова, В.О. Инфодемия в условиях пандемии COVID-19 // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11: Социология. – 2021. – № 2. – С. 93-103.

²³⁰ Мельник, Г.С. Стратегии новых медиа в цифровой среде и журналистское образование // Феноменология современных медиасистем и медиатекстов: Матер. междунар. научн.-практ. конференции, 16-17 ноября 2018 года. / отв. ред. С.В. Олейников. Тирасполь: Приднестров. гос. ун-т, –2019. – С.93-101.

общественностью и создать идеальный коммуникационный модели распространения общественной информации, нельзя полагаться исключительно на определенный способ коммуникации, централизованный или децентрализованный. Иногда им нужно сосуществовать.

Д) Постоянное совершенствование системы содержания соответствующих законов и норм.

Медиатехнологии, используемые новыми медиа, основаны в целом на достижениях Глобальной сети, но она имеет определенную виртуальную природу. Это может стать фактором, влияющим на качество информации, а наличие разных субъектов информации, не ограниченных этическими и правовыми нормами, или другими условностями, могут сознательно или неосознанно допускать искажение информации²³¹. Поэтому, правительство может усовершенствовать положения законов и подзаконных актов с точки зрения управления информационными услугами Интернета и сетевой безопасности, изучить международный юридический опыт и случаи из отечественной судебной практики, оптимизировать содержание законодательства и правовые положения, а также улучшить работоспособность правовых положений. Правительства могут принять законы, которые запрещают распространение дезинформации или ложной информации, особенно в отношении критических областей, таких как общественное здравоохранение. Эти законы могут предусматривать штрафы или правовые последствия для тех, кто умышленно распространяет ложную информацию. Так, в Российской Федерации принят такой, например, в Уголовном кодексе предусмотрена ответственность за распространение заведомо ложной информации по тематике эпидемии. В статье 207.1. Публичное распространение заведомо

²³¹ Ли, И. Новые медиа как важная движущая сила цифровой трансформации // Региональная журналистика: культурные коды, пространство смыслов, полиэтничный дискурс: Материалы I Всероссийской конференции, Ростов-на-Дону, 10–12 ноября 2022 года / отв. ред. А.Г. Беспалова, К.Р. Нигматуллина, Е.В. Ширина. – Ростов-на-Дону - Таганрог: Южный федеральный университет. – 2022. – С. 138-141.

ложной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан предусмотрены и меры по обеспечению безопасности населения и территорий, приемах и способах защиты от указанных обстоятельств²³². Обстоятельствами, представляющими угрозу жизни и безопасности граждан, в настоящей статье признаются чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера, чрезвычайные экологические ситуации, в том числе эпидемии.

Е) Укрепление национального доверия к властям²³³.

Инфодемия несет в себе немало опасностей. Она не только подвергает угрозе здоровье отдельных граждан, но и способна порождать ксенофобию, ненависть и отчуждение, которые в долгосрочной перспективе могут повлечь за собой последствия для общественного здоровья и для прав человека. Правительства, организации и правительства должны действовать открыто, стремясь к консенсусу и укрепляя общественное доверие, чтобы взять эту тенденцию под контроль. Это требует регулярного и открытого общения и динамичного партнерства²³⁴.

Эпидемия прошла, но паника и клевета, вызванные инфодемией, окажут негативное влияние на общественный порядок, политическую стабильность и даже доверие к медиа, журналистам и информации, а результаты разделит все общество. В эпоху Интернета важными характеристиками сетевых медиа являются работа в режиме реального времени, высокая эффективность и интерактивность. Инфодемия быстро развивалась в условиях новых медиатехнологий, и масштабы

²³² Федеральный закон от 01.04.2020 N 100-ФЗ. / [Электронный ресурс] URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202004010073?ysclid=lyssh7adzu675918089>

²³³ См. подробнее: Ли, И. Проблемы сетевой информационно-психологической безопасности и меры противодействия угрозам в условиях эпидемии COVID-19 // Информационная безопасность регионов России (ИБРР-2021): Материалы XII Санкт-Петербургской межрегиональной конференции, Санкт-Петербург, 27–29 ноября 2021 года. – Санкт-Петербург: Региональная общественная организация «Санкт-Петербургское Общество информатики, вычислительной техники, систем связи и управления», 2021. – С. 301-303.

²³⁴ Борьба с инфодемией вместе // Всемирная Организация Здравоохранения / [Электронный ресурс] URL: <https://www.euro.who.int/ru/health-topics/Health-systems/digital-health/news/news/2020/6/working-together-to-tackle-the-infodemic> (дата обращения: 29.06.2022).

передачи достигли большей степени прорыва как во времени, так и в пространстве. Инфодемия привела к тому, что платформы сетевых медиа, страна и массовая общественность стали лучше осознавать важность улучшения возможностей сетевых медиа по управлению информацией.

Выводы к третьей главе.

В данной главе мы выяснили, что процесс взаимодействия государства и населения при распространении сетевой информации в период эпидемии COVID-19, по сути, представляет собой игровой процесс, основанный на информационном «контроле» и «антиконтроле». Существует ситуация, когда политическая власть доминирует над принятием решений в отношении информации, а правительственные ведомства, принимающие решения, имеют право раскрывать информацию и управлять ею. С развитием правосознания людей общественность все больше внимания уделяет сохранению и реализации собственных прав. Когда интересы граждан связаны с безопасностью личной жизни, особенно общество стремится к реализации гражданских прав. Во время пандемии COVID-19, хотя выражение конфронтационного дискурса в виртуальном сообществе в онлайн-среде общественного мнения сыграло определенную роль в контроле за работой правительства, безумный и беспорядочный рост «конфронтационного» дискурса также привел к ослаблению политического доверия и препятствовал реализации государственной политики. Это не помогает предотвратить эпидемию и контролировать ее, не способствует социальной безопасности и стабильности, а, напротив, подрывает авторитет государственного управления. Поэтому в условиях эпидемии COVID-19 восстановление политического доверия к виртуальным сообществам требует совместных усилий правительства, народа и средств массовой информации.

В чрезвычайных ситуациях в области общественного здравоохранения средства массовой информации используются специфично и разнообразно. Следует подчеркнуть роль социальных сетей, таких как WeChat и Telegram, в

распространении информации. Средства массовой информации, правительственные СМИ и некоторые медицинские онлайн-СМИ начали играть важную роль в качестве дополнительных источников информации. Молодежная аудитория сосредоточена на динамике эпидемии (включая информацию об эпидемиологических данных, операциях и последних новостях), мерах по профилактике эпидемии и вакцинах для профилактики COVID-19. Во время эпидемии результаты доверия китайских и российских студентов к средствам массовой информации были одинаковыми. Больше всего они доверяют политическим СМИ, затем новостным и затем социальным сетям. Наконец, в России и Китае существует положительная корреляция между доверием студентов к своим правительствам и риском заражения новым коронавирусом. Онлайн-СМИ могут поддерживать высокий уровень самооценки риска заражения, распространяя слухи, фейковые новости, дезинформацию и преувеличивая риск вспышки, несмотря на полную уверенность в способности правительства отреагировать. Распространение слухов, фейковых новостей, дезинформации и преувеличенных рисков вспышки в сетевых медиа негативно сказалось на доверии общественности к правительству и восприятию риска заражения вирусом.

Перед лицом инфодемии сетевые медиа, массовые аудитории и правительство должны тщательно и своевременно обобщать опыт и уроки. На основе способности распространения информации о ЧС в области общественного здравоохранения в сочетании с реальной ситуацией выдвигаются следующие предложения по управлению сетевыми инфодемиями: а) постоянное повышение медиаграмотности населения; б) мониторинг общественного мнения с помощью информационных технологий; в) очищение сетевого окружения; г) сосуществование децентрализованного и централизованного коммуникационных моделей; д) постоянное совершенствование системы содержания соответствующих законов и норм; е) укрепление национального доверия к властям.

Заключение

Исследование концепции инфодемии носит междисциплинарный характер, в нем принимают участие эксперты в различных областях, таких как коммуникационные науки, политология, медицина, психология, журналистика и т.д. Этот термин имеет уникальное объяснение. В результате данного исследования мы пришли к выводу, что инфодемия – в конкретных чрезвычайных ситуациях существует множество правдивой и ложной информации, что затрудняет людям поиск заслуживающих доверия источников и надежных рекомендаций, когда это необходимо. Инфодемия состоит из двух основных элементов – информации и эпидемий, которые связаны с «причиной и следствием» / «вирусами (слухи, поддельные новости, ложная информация)».

Механизм генерации инфодемии на сетевых медиа можно обобщать трех аспектов: во-первых, социальные эмоции являются основой для возникновения инфодемии; во-вторых, социализация сетевых медиа формирует коммуникационную среду для распространения инфодемии; в-третьих, несовершенны законы и правила, контролируемые инфодемией.

В условиях эпидемии COVID-19 механизм распространения инфодемии уникален. Это также демонстрирует определенную универсальность, проявляющуюся в четырех аспектах – сильном подстрекательстве, решительных усилиях, широком влиянии и отсутствии эффективного управления общественным мнением.

Инфодемия оказала широкомасштабное влияние на информационную безопасность сети и вызвала некоторые проблемы в киберпространстве, включая следующие аспекты: А) клевета в Интернете; Б) электронные атаки с использованием сетевых вирусов; В) Интернет-домогательства; Г) инциденты информационной безопасности в дистанционном образовании; Д) проблемы сетевой безопасности в личной информации; Е) возникновение у человека страха,

повышенной тревожности и усиленной реакции на стресс; Ж) процесс информатизации оказывает все большее и большее влияние на переживание тревоги.

В эпоху глобальной коммуникации асимметричная, односторонняя и локальная модель коммуникации традиционного общества была нарушена, и скрытая общественность получила право голоса, сформировав многополярную модель коммуникации. Идеальной ситуацией было бы отслеживание в медийном пространстве смыслов, раскрывающих суть явлений, связанных с чрезвычайной ситуацией, помогающих понять, как новость появляется, сохраняется и видоизменяется, и что является реальностью, а что нет. В условиях нынешней инфодемии сетевые медиа стали особенно зримо выполнять коммуникационную, социологическую, пропагандистскую и политическую функции в разрешении ЧС. Все виды сетевых медиа прошли большое испытание. Анализ их функционирования в период COVID-19 позволил вскрыть важнейшие проблемы: А) генерализация субъектов распространения информации затрудняет различие между истинным и ложным содержанием; Б) недостаточный запас научных профессиональных знаний медиа ограничивает глубину освещения новостей; В) иррациональное поведение аудитории в научной коммуникации ускоряет распространение слухов.

Для людей в критический момент, такой как крупная эпидемия, очень важно, с какими медиа и источниками информации они контактируют, что сильно влияет на последующее доверие медиа и методы обработки информации, что, в свою очередь, влияет на общественность и медиа бороться с инфодемией успех или неудача. Журналистика должна бороться с дезинформацией в цифровой сфере.

Во время эпидемии COVID-19 процесс взаимодействия между правительством и общественностью при распространении сетевых информации фактически является игровым процессом, основанным на информационном «контроле» и «антиконтроле». Существует ситуация, когда политическая власть

доминирует над принятием решений в отношении информации, а правительственные ведомства, принимающие решения, имеют право раскрывать информацию и управлять ею. С развитием правового сознания людей общественность придает все большее значение поддержанию и реализации своих собственных прав. Когда интересы граждан связаны с безопасностью личной жизни, особенно общество стремится к реализации гражданских прав. Однако, форма «антиконтроля» также проявляется в конфронтационном дискурсе виртуального сообщества, состоящего из пользователей Сети. В области профилактики новой коронавирусной пандемии и борьбы с ней конфронтация в дискурсе виртуального сообщества отражается не только в сомнениях в отношении уровня услуг общественного здравоохранения и эффективности реагирования на кризисные ситуации, но и в критике и подотчетности характера и поведения государственных служащих. В целом, во время пандемии COVID-19 вопросы, сомнения и критика были основными проявлениями конфронтационного дискурса в виртуальном сообществе, в то время как разрушение основного дискурса и разрушение политического доверия были производными от «конфронтации». В то же время популярность сетевых медиа в информационную эпоху не только способствует развитию моделей управления информацией с учетом потребностей государства, но и повышает политическую ценность социальных прав. Поэтому, с точки зрения объективного распространения сетевой информации, в этом исследовании рекомендуется: во-первых, усилие построения информационных технологий и гибкого государственного управления; во-вторых, улучшение институциональных гарантии объективного выражения государственной и общественной информации; в-третьих, расширение институционализированных медиаканалов участия общественности.

В ходе исследования опроса китайских и российских студентов было установлено, что в период ЧС в области общественного здравоохранения материалы, предлагаемые СМИ, включая социальные сети, новостные и

правительственные источники, были самыми разнообразными. Особое внимание уделяется роли платформ, таких как WeChat и Telegram, в распространении информации. В центре внимания молодежной аудитории оказалась динамика эпидемии (включая информацию об эпидемических данных, оперативные, экстренные новости), меры по профилактике эпидемий и вакцины против COVID-19. Однако информационный поток онлайн может привести к перегрузке и инфодемии из-за фейковых новостей, что вызывает беспокойство. Доверие к СМИ у китайских и российских студентов одинаково, с предпочтением политических источников, затем новостных и социальных сетей. Замечена связь между доверием к правительству и восприятием риска заражения. Сетевые медиа могут повышать восприятие риска, распространяя слухи и дезинформацию, несмотря на веру в реакцию правительства.

Перед лицом инфодемии сетевые медиа, массовые аудитории и правительство должны тщательно и своевременно обобщать опыт и уроки. На основе способности СМИ к распространению информации о ЧС в области общественного здравоохранения с учетом реальной ситуацией можно сформулировать следующие предложения по управлению сетевыми инфодемиями: а) постоянное повышение медиаграмотности населения; б) мониторинг общественного мнения с помощью информационных технологий; в) очищение сетевого окружения; г) сосуществование децентрализованной и централизованной коммуникационных моделей; д) постоянное совершенствование системы содержания соответствующих законов и норм; е) укрепление национального доверия к властям.

Литература

Книги на русском языке

1. Виноградова, С.М. Психология массовой коммуникации / С.М. Виноградова, Г.С. Мельник. – М.: Юрайт, 2020. – 512 с.
2. Горшков, М.К. Общественное мнение: история и современность / М. К. Горшков. – М.: Политиздат, 1988. – 383 с.
3. Колчина, А. Медийные и городские пространства: динамика изменений // Когда «корона» тяжела: цифровые медиа в эпоху пандемии / под ред. А. Качкаевой, С. Шомовой. – Екатеринбург: НИУ ВШЭ, – 2020. – 196 с.
4. Корконосенко, С.Г. Основы журналистской деятельности: учебник для вузов / С. Г. Корконосенко [и др.]; под ред. С.Г. Корконосенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Изд-во Юрайт, 2024. – 293 с.
5. Кулагина, Е.Г., Никонов, С.Б. Ноополитика и интернет-СМИ: информационное противостояние в сетевом пространстве. – Курск: Университет. книга., 2020. – 260 с.
6. Пропагандистский дискурс в условиях цифровизации /под ред. В.А. Ачкасовой и Г.С. Мельник. – СПб.: СПбГУ, 2023. – 424 с.
7. Свитич, Л.Г. Феномен журнализма: [монография] / Л.Г. Свитич; под ред. проф. Я.Н. Засурского. – М.: Факультет журналистики МГУ ИКАР, 2000. – 250 с.
8. Сиберт, Ф., Петерсон, Т., Шрам, У. Четыре теории прессы. Пер. с англ. М. Полевой. – М.: Вагриус, 1998. – 223 с.
9. Суходолов, А.П. Модели системы СМИ для поддержки принятия решений / А.П. Суходолов, В.А. Маренко. – Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2021. – 111 с.
10. Федоров, А.В. Медиапедагоги и теоретики медиакультуры зарубежных стран: энциклопедический справочник. М.: Изд-во МОО «Информация для всех», 2011. – 54 с.
11. Федоров, А.В. Развитие медиакомпетенности и критического мышления

студентов педагогического ВУЗа. М., 2007. – 616 с.

12. Фукуяма, Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. – М.: АСТ, 2004. – 732 с.
13. Шерилин, А., Позетти, Дж. Журналистика, «фейковые новости» и дезинформация: руководство для академической и профессиональной подготовки журналистов / Уордл, К., Дерахшан Х., Мэтьюс, Э., Позетти Дж и др. [перевод с французского Южно-Уральский государственный университет, А. Красавина]. – Южно-Уральск: ЮУрГУ, 2019. – 34 с.

Диссертации на русском языке

14. Погорелова, Е.И. Тревога как фактор развития личности (На примере преодоления экстремальных ситуаций): дис. ... канд. психол. наук: 19.00.13 / Е. И. Погорелова. – Таганрог, 2002. – 151 с.
15. Ушкин, С.Г. Влияние виртуальных социальных сетей на протестную активность в российском обществе: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / С. Г. Ушкин; Морд. гос. ун-т им. Н.П. Огарева. – Саранск, 2015. – 25 с.

Статьи на русском языке

16. Акимов, А.А., Полищук, С.В., Григорьев, С.М. Формирование правосознания молодых специалистов оборонно-промышленного комплекса в период инфодемии // Человеческий капитал. – 2020. – № 9 (141). – С. 224-231.
17. Алгави, Л.О., Аль-Ханаки, Д.А. Функции социальных медиа // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2012. – № 3. – С. 56-62.
18. Артёменко, М.А. Медиаграмотность молодежи в контексте интернет-безопасности // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. – 2012. – № 10-1. – С. 25-37.
19. Архипова, А.С. Пути российской инфодемии: от WhatsApp до Следственного комитета / А. С. Архипова [и др.] // Мониторинг общественного мнения:

- экономические и социальные перемены /под общ. ред. С.Г. Давыдова. – 2020. – С. 231-265.
20. Баринов, Д.Н. Медиавирус страха: особенности репрезентации российскими СМИ пандемии коронавирусной инфекции (сovid-19) в период первой волны (январь-июнь 2020 года) // Социодинамика. – 2021. – № 2. – С. 73-86.
 21. Буркова, В.Н., Бутовская, М.Л. Коронафобия, инфодемия и фейки во время COVID-19 // Сибирские исторические исследования. – 2023. – №2. – С. 55-75.
 22. Быков, И.А., Лай, Л. К вопросу о развитии коммуникативных специальностей в Китае и России // Российская школа связей с общественностью. Альманах. – 2023. – № 31. – С.77-95.
 23. Виноградова, К.Е. Роль масс-медиа в политической системе общества // Журналистский ежегодник. – 2013. – № 2-1. – С. 64-67.
 24. Горбатова, Н.В., Малькевич, А.А. Современные СМИ как инструмент политической социализации молодежи // Управленческое консультирование. – 2015. – № 5 (77). – С. 52-62.
 25. Градюшко, А.А. Производство и распространение контента на цифровых платформах: оценка вовлеченности аудитории // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. – 2022. –№ 2 (261). – С. 43-49.
 26. Градюшко, А.А. Производство контента в цифровой журналистике // Журналістыка – 2023: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 25-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 22 лістап. 2023 г. / Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: А. В. Бяляеў (гал. рэд.) [і інш.]. – Минск: ЭБ БГУ: Общественные науки: Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации, 2023. – С. 118-120.
 27. Гринева О.А. Информационная перегрузка человека в информационном обществе // Миссия конфессий. – 2022. – №65. – С. 193-199.
 28. Давыдов, В.О. Спекуляция пандемией: как преступники используют кризис covid-19 (по материалам доклада исполнительного директора Европол К. Де

- боль «Pandemic profiteering: how criminals exploit the covid-19 crisis») // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2020. – № 2. – С. 19-25.
29. Данина, М.М., Шаляпин, А.А. Социально-психологический аспект исследования социальных сетей в Интернете // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2012. – № 3. – С. 16-33.
30. Дейнека, О.С., Максименко, А.А. Оценка психологического состояния общества в условиях инфодемии посредством анализа социальных сетей: обзор зарубежных публикаций // Общество. Среда. Развитие. – 2020. – № 2 (55). – С. 28-39.
31. Дейнека, О.С., Мельник, Г.С., Духанина, Л.Н, Максименко, А.А. Психологическое состояние общества в условиях инфодемии // Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования: сборник статей VI Международной научно-практической конференции / отв. ред. Г.Г. Гуляев. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – С. 202-206.
32. Дидаева, Т.А. Потенциал социальных сетей в формировании общественного мнения // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2021. – № 3. – С. 48-57.
33. Дорофеева, В.В. Фейковые новости в современном медиaprостранстве // Theoretical and Practical Issues of Journalism. – 2019. – Т. 8. – № 4. – С. 774-786.
34. Дупленко, В.И., Каспаров, А.Р. Феномен «фейков о коронавирусе» в контексте информационной безопасности РФ // Вестник Адыгейского гос. ун-та. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2020. – № 4 (269). – С. 96-103.
35. Ершов, Ю.М. Феномен фейка в контексте коммуникационных практик // Вестник Томского гос. ун-та. Филология. – 2018. – № 52. – С.245-256.
36. Задорин, И.В., Сапонова, А.В. Динамика основных коммуникативных практик россиян // Коммуникации. Медиа. Дизайн. – 2019. – Т. 4. – № 3. – С. 48-68.

37. Землянский, А.В. Инфодемия: генезис и морфология явления // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2021. – № 4. – С. 111-114.
38. Землянский, А.В. Причины возникновения инфодемии: сравнительный анализ освещения эпидемии SARS и пандемии COVID-19 // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2021. – № 3(26). – С. 570-579.
39. Иванова, С.В. Инфодемия в зеркале журналистики // Наука и школа. – 2021. – № 2. – С. 60-65.
40. Исина, Г.И., Аратаева, А.Т. Когнитивные механизмы функционирования медиадискурса // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2017. – № 1-2. – С. 357-360.
41. Казиев, В.М. Медиаграмотность как основа информационно-коммуникационной и социально-психологической безопасности в цифровом обществе / Цифровая гуманитаристика и технологии в образовании (DHTE 2020) // Сборник материалов Всероссийской научн.-практ. конф. с международным участием. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2020. – С. 80-87.
42. Капралова, С.В. Прогресс информационно-компьютерных технологий и развитие интернета как факторы формирования общественного мнения // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2013. – № 4 (20). – С. 169-172.
43. Киреева, И.В. Доверие власти как социальная практика в российском обществе в условиях пандемии COVID-19 (по материалам социологического исследования) // Современная наука и инновации. – 2021. – № 4. – С. 218-226.
44. Киселева, А.М., Шпак, Е.А. Социальные сети в процессе коммуникации между властью и обществом // Вопросы управления. – 2015. – №6 (18). – С. 66-75.
45. Колесник, О.А. Особенности взаимодействия органов государственной власти и средств массовой информации // International Journal of Humanities and Natural Sciences. – 2021. – Vol. 2-2 (53). – С.46-48.

46. Королев, И.А. К определению понятий «верификация» и «фактчекинг» в теории и практике журналистики // Журнал Белорусского гос. ун-та. Журналистика. – 2022. – № 1. – С. 28.
47. Купрейченко, А.Б., Шляховая, Е.В. Доверие к информации как фактор доверия к электронным масс-медиа // Психологическая наука и образование. – 2012. – № 1. – С. 1-15.
48. Купрейченко, А.Б., Шляховая, Е.В. Медиадоверие как интегрированный социально-психологический феномен // Знание. Понимание. Умение. – 2013. – № 1. – С. 191-196.
49. Ли, И. «Пандемия» дезинформации в СМИ о COVID-19 // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. – 2021. – Т. 1. – № 1. – С. 64-73.
50. Ли, И. Вызовы и исследование глобальной массовой коммуникации в условиях эпидемии COVID-19 // Медиа технологии в условиях изменяющегося мира: тренды, проблемы, прогнозы: сборник трудов / Министерство науки и высшего образования российской федерации; федеральное государственное автономное образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2021. – С. 162-165.
51. Ли, И. Динамика изменений психосоциальных характеристик потребителей сетевых медиа под воздействием официальной информации и слухов о COVID-19 // Litera. – 2024. – № 2. – С. 36-44.
52. Ли, И. Инфодемия в условиях пандемии COVID-19 как современный социально-гуманитарный вызов // Медиа в современном мире. 60-е Петербургские чтения: сборник материалов 60-го Международного научного форума. В 2 т., Санкт-Петербург, 30 июня – 02 2021 года. Том 1. – Санкт-Петербург: ООО «Медиапапир». – 2021. – С. 185-186.
53. Ли, И. Инфодемия как среда формирования в медиaprостранстве фейков о коронавирусе // Региональные СМИ: пути взаимодействия: Материалы

- Всероссийской научно-практической конференции, Чита, 16 декабря 2021 г. – Чита: Забайкальский гос. ун-т, 2021. – С. 13-16.
54. Ли, И. Короткое видео как источник инфодемии в условиях эпидемии COVID-19 // Вестник Воронежского гос. ун-та. Серия Филология. Журналистика. – 2022. – № 3. – С. 122-124.
55. Ли, И. Механизмы распространения сетевой информации между правительством и общественностью во время пандемии COVID-19 // Язык. Коммуникация. Общество. 2024. № 1 (5). С. 37-42.
56. Ли, И. Мы-Медиа меняют человеческую жизнь // Коммуникации в эпоху цифровых изменений: Сборник материалов IV Междунар. научн.-практ. конференции, Париж – Санкт-Петербург: L'Harmattan, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – С. 116-119.
57. Ли, И. Новые медиа как важная движущая сила цифровой трансформации // Региональная журналистика: культурные коды, пространство смыслов, полиэтничный дискурс: Материалы I Всероссийской конференции, Ростов-на-Дону, 10–12 ноября 2022 года / отв. ред. А.Г. Беспалова, К.Р. Нигматуллина, Е.В. Ширина. – Ростов-на-Дону - Таганрог: Южный федеральный университет. – 2022. – С. 138-141.
58. Ли, И. Особенности распространения фейков о вакцине от COVID-19 в китайских сетевых медиа // Меди@льманах. 2024. № 2 (121). С. 94-101.
59. Ли, И. Проблемы сетевой безопасности личной информации в условиях профилактики и борьбы с эпидемией COVID-19 // Региональная информатика (РИ-2022): Юбилейная XVIII Санкт-Петербургская международная конференция. Материалы конференции, Санкт-Петербург, 26–28 октября 2022 года. – Санкт-Петербург: Региональная общественная организация «Санкт-Петербургское Общество информатики, вычислительной техники, систем связи и управления», 2022. – С. 377-379.
60. Ли, И. Проблемы сетевой информационно-психологической безопасности и

- меры противодействия угрозам в условиях эпидемии COVID-19 // Информационная безопасность регионов России (ИБРР-2021): Материалы XII Санкт-Петербургской межрегиональной конференции. – Санкт-Петербург: Региональная общественная организация «Санкт-Петербургское Общество информатики, вычислительной техники, систем связи и управления», 2021. – С. 301-303.
61. Ли, И. Сетевые медиа в инфодемии: особенности функционирования и вызовы // Журналистика и медиакommunikации: современные тренды: материалы Международной научно-практической конференции, г. Тирасполь, 27 октября 2023 г. / ответственные редакторы: С.Л. Распопова, С.В. Олейников. – Тирасполь: Изд-во Приднестр. ун-та, 2024. С. 123-128.
62. Ли, И. Стратегические коммуникации в условиях эпидемии коронавируса // Коммуникации в эпоху цифровых изменений: Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции, Париж – Санкт-Петербург: L'Harmattan, Санкт-Петербургский государственный экономический университет. – 2020. – С. 308-311.
63. Ли, И. Ценность сетевых медиа как источника информации об эпидемии COVID-19 // Гуманитарный вектор. – 2022. – Т. 17. – № 4. – С. 157–164.
64. Ли, И. Функционирование «мы-медиа» в условиях инфодемии: проблемы безопасности // Региональная информатика (РИ-2020). XVII Санкт-Петербургская междунар. конф. «Региональная информатика (РИ-2020)». Материалы конференции. Часть 1. – СПб: СПОИСУ, 2020. – С. 262-264.
65. Макурова, Д.А. Дезинформация в масс-медиа в эпоху пост-правды // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. – 2020. – Т. 17. – №2. – С. 65-69.
66. Манойло, А.В. «Фейковые новости» как метод перехвата информационной повестки в условиях современного информационного противоборства // Культурная политика. – 2019. – № 1. – С. 254-258.
67. Маховская, О.И. Потенциал медиа в формировании солидарности во время

- пандемии covid-19: обзор западной социально-психологической литературы // Человек: Образ и сущность. Гуманитарные аспекты. – 2022. – №2 (50). – С. 7-23.
68. Мельник, Г.С. Вакцинные войны в медиа как фактор угрозы информационно-психологической безопасности России // Информационная безопасность регионов России (ИБРР-2021): Материалы XII Санкт-Петербургской межрегиональной конференции, Санкт-Петербург, 27–29 ноября 2021 года. – Санкт-Петербург: Региональная общественная организация «Санкт-Петербургское Общество информатики, вычислительной техники, систем связи и управления», 2021. – С. 305-307.
69. Мельник, Г.С. Новые технологии медиапроизводства: достижения и издержки // Челяб. гуманитарий. – 2020. – № 4(53). – С. 48-56.
70. Мельник, Г.С. Стратегии новых медиа в цифровой среде и журналистское образование // Феноменология современных медиасистем и медиатекстов: Матер. междунар. научн.-практ. конференции, 16-17 ноября 2018 года. / отв. ред. С.В. Олейников. Тирасполь: Приднестров. гос. ун-т, –2019. – С. 93-101.
71. Мельник, Г.С., Мисонжников, Б.Я., Шевченко, А.В. Медиапровокационный дискурс как продуцент социальных фобий // Национальное здоровье. – 2019. – № 3. – С.117-120.
72. Михеев, Е.А., Нестик, Т.А. Психологические механизмы инфодемии и отношение личности к дезинформации о COVID-19 в социальных сетях // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. – 2021. – Т. 6, № 1(21). – С. 37-64.
73. Московкина, Ю.Ю. Новые медиа как средства массовой информации // Молодой ученый. – 2018. – № 52 (238). – С. 239-241.
74. Нигматуллина, К.Р., Чернова, Е.В. Триггеры тревожности в новостных публикациях: методология и подходы к изучению // Caucasian Science Bridge. – 2023. – Т. 6, вып. 3 (21). – С. 23-35.

75. Новицкая, Т.Е. Проблема дезинфодемии в контексте медиатизации глобальной пандемии COVID-19 // *Философия и вызовы современности*. – 2021. – № 3. – С. 83-86.
76. Пандемии COVID-19 // *Colloquium-journal*. – 2020. – № 8. – С. 78-79.
77. Першуткин, С.Н. Конституционная социология в условиях инфодемии: возможности и новые задачи // *Социология и общество: традиции и инновации в социальном развитии регионов: Сборник докладов VI Всероссийского социологического конгресса, Тюмень, 14–16 октября 2020 года / Отв. редактор В.А. Мансуров*. – Тюмень: Российское общество социологов, 2020. – С. 1756-1767.
78. Пестова, М.Е., Сафонов, Е.А. Пандемия нового десятилетия: освещение темы коронавируса в СМИ // *Медиасреда*. – 2020. – № 17. – С. 166-172.
79. Петти, Р., Пристер, Д.Р., Бриньоль, П. Изменение отношения к средствам массовой информации: последствия разработки вероятностной модели убеждения // *Брайант Д., Циллман Д. Медиа-эффекты: достижения в теории и исследованиях*. – Нью-Джерси: Лоуренс Эрлбаум Ассошиэйтс, 2002. – С. 155-198.
80. Плотицкина, Н.В. Публичная политика управления инфодемией COVID-19 // *Общество: политика, экономика, право*. 2021. – № 2 (91). – С. 12-16.
81. Попов, Д.Г., Фокина, В.В. О коммуникативном пространстве смыслов и фейков // *Terra Linguistica*. – 2021. – Т. 12 – №2. – С. 137-146.
82. Припоров, Е.С. Роль и влияние «Новых СМИ» в современном мире // *Вестник Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского*. –2014. – №. 3-1. – С. 251-255.
83. Пром, Н.А. Медиафакт: между достоверностью и вымыслом // *Знак: проблемное поле медиапотребления*. – 2018. – № 4. – С. 47-53.
84. Раренко, А.А., Воронцова, В.О. Инфодемия в условиях пандемии COVID-19 // *Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11: Социология*. – 2021. – № 2. – С. 93-103.

85. Рассадина, Т.А. Доверие к средствам массовой информации в условиях «общества риска» 150 (на примере российских провинциальных городов) // Изв. высших учеб. заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2012. – № 1 (21). – С. 61-70.
86. Рассохина, И.Ю. В условиях цифрового сдвига взаимодействия власти и общества: от электронного правительства к смарт-правительству // Коммуникации в условиях цифровых изменений: сборник материалов VII Международной научн.-практ. конф. Санкт-Петербург, 28-29 ноября 2023 г. / под ред. проф. А.Д. Кривоносова. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2023. – С. 36-39.
87. Сенчищев, М.А. Дефиниции термина «новые медиа» в современной науке // Вестник науки – 2023. – Т.3. – № 12(69) – С.996-972.
88. Сморгунов, Л.В., Быков, И.А., Игнатьева, О.А. и др. Структура суждений на цифровых платформах в процессе коммуникации граждан и органов государственной власти // Аутсорсинг политических суждений: проблемы коммуникации на цифровых платформах. – М.: Полит. энциклопедия., 2021. – С. 214-263.
89. Совик, Ю.И. «Фейк-ньюс» и свобода слова в условиях кризиса общественного здравоохранения: уроки «инфодемии» // Юридический ми. – 2021. – № 3. – С. 33-39.
90. Суходолов, А.П. Феномен «фейковых новостей» в современном медиaprостранстве: понятие, виды, назначение, меры противодействия // Научный журнал. Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты. – Москва, 2017. – Т. 6. – №2. – С. 87-90.
91. Фадеева, И.В. Текстовая и визуальная пропаганда вакцинации COVID-19 в новых медиа Астраханского региона // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2022. – Т. 2. – № 2. – С. 268-275.
92. Фанфан, В. Особенности освещения эпидемии COVID-19 в Китае в материалах ИТААР-ТАСС // Вестник Кабардино-Балкарского государственного

университета: Журналистика. Образование. Словесность. – 2021. – № 1(3). – С. 72-86.

93. Шарков, Ф.И. Интернет и масс-медиа: локальный дискурс в сетевых и массовых коммуникациях // Коммуникология. – 2014. – Т. 8. – № 6. – С. 15-28.

Интернет-ресурсы на русском языке

94. Аудитория интернета в России в 2020 году / [Электронный ресурс] URL: <https://mediascope.net/news/1250827/> (дата обращения: 12.01.2021).
95. Борьба с инфодемией вместе // Всемирная Организация Здравоохранения / [Электронный ресурс] URL: <https://www.euro.who.int/ru/health-topics/Health-systems/digital-health/news/news/2020/6/working-together-to-tackle-the-infodemic> (дата обращения: 29.06.2022).
96. Борьба с инфодемией на фоне пандемии COVID-19: поощрение ответственного поведения и уменьшение пагубного воздействия ложных сведений и дезинформации // Всемирная Организация Здравоохранения / [Электронный ресурс] URL: <https://www.who.int/ru/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemicpromoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation> (дата обращения: 01.03.2023).
97. Борьба с фейковыми новостями о коронавирусе // Новостной портал БГПУ им. М. Акмуллы / [Электронный ресурс] URL: <https://bspu.ru/news/11273> (дата обращения: 03.02.2023).
98. Вакцинация от COVID-19 стала одной из главных тем обращений нижегородцев на платформе «Госуслуги. Решаем вместе» // Правительство Нижегородской области. / [Электронный ресурс] URL: <https://nobl.ru/novosti-nizhegorodskoj-oblasti-za-vse-vremya/vaktsinatsiya-ot-covid19-stala-odnoy-iz-glavnykh-tem-obrashcheniy-nizhegorodtsev-na-platforme-gosusl?ysclid=lsbqinxfgq736976636> (дата обращения: 07.10.2021).
99. Инфодемия коронавируса: как соцсети борются с заболеванием / [Электронный

- ресурс] URL: <https://supa.ru/blog/posts/sotsialnyie-sieti-i-koronavirus-rol-platform-v-borbie-s-zabolievaniem> (дата обращения: 24.02.2020).
100. История 2020 года: удаленная работа / [Электронный ресурс] URL: <https://securelist.com/the-story-of-the-year-remote-work/99720/> (дата обращения: 21.12.2022).
101. История коронавирусных ограничений в России / [Электронный ресурс] URL: <https://tass.ru/info/15101389?ysclid=lvv3w3sk2i520376460> (дата обращения: 01.07.2022).
102. Наш мир может справиться с этим вирусом только одним способом: действуя сообща / [Электронный ресурс] URL: <https://www.un.org/ru/coronavirus/our-world-can-only-get-ahead-virus-one-way-together> (дата обращения: 15.01.2021).
103. Одобрен проект Национального плана по предупреждению завоза и распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации // Правительство России / [Электронный ресурс] URL: <http://government.ru/info/39407/> (дата обращения: 31.01.2020).
104. Отчет показывает почти 5 миллиардов пользователей социальных сетей по всему миру, что составляет 60,6% населения / [Электронный ресурс] URL: <https://ru.fanoftech.com/%D0%BE%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82-%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D1%8B%D0%B2%D0%B0%D0%B5%D1%82-%D0%BF%D0%BE%D1%87%D1%82%D0%B8-5-%D0%BC%D0%B8%D0%BB%D0%BB%D0%B8%D0%B0%D1%80%D0%B4%D0%BE%D0%B2-%D0%BF%D0%BE/?ysclid=lmvqh19a4u509666906> (дата обращения: 24.07.2023).
105. Попова, Ю.А. Информационные технологии в системе формирования общественного мнения [Электронный ресурс] // Психология, социология и педагогика. 2015. – № 7. – URL: <https://psychology.snauka.ru/2015/07/5560> (дата обращения: 09.05.2023).

106. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / под общ. ред. В.В. Григорьева. – М.: Мин-во цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, 2021. – URL: https://digital.gov.ru/uploaded/files/periodic-2021.pdf?utm_referrer=https%3a%2f%2fyandex.com%2f
107. ТАСС: «Код здоровья» – зеленый? Ухань после двух месяцев карантина / [Электронный ресурс] – URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8053221> (дата обращения: 23.03.2023).
108. ТАСС: «Помочь сможет только Китай». Коронавирус поставил под вопрос европейскую солидарность / [Электронный ресурс] URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8014475> (дата обращения: 19.03.2020).
109. Федеральный закон от 01.04.2020 N 100-ФЗ. / [Электронный ресурс] URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202004010073?ysclid=lyssh7adz675918089>
110. Хроники пандемии: влияние социальных сетей на психологическое состояние населения / [Электронный ресурс] URL: https://lahtaclinic.ru/uptodate/social_networks_and_psychological_state/ (дата обращения: 06.10.2023).
111. Шведова, Д.И. Влияние социальных сетей на формирование общественного мнения // Молодежный научно-технический вестник / [Электронный ресурс] URL: <http://ainsnt.ru/doc/823670.html> (дата обращения: 11.11.2015).

Книги на китайском языке

112. Сунь, Гуаньхун. Ху, Юйчунь, Жэнь, Цзюньфэн. Введение в политологию // Шанхай: Изд-во Фуданьского ун-та. – 2014. – 320 с.

Диссертации на китайском языке

113. Ян, Цзяньюй. Исследование различий в уровне доверия к современному

китайскому правительству. дисс. ... д. полит. н. – Цзинань: Шаньдунский ун-т, 2016. – 34 с.

Статьи на китайском языке

114. Ли, Сяоцзин. Изучение источников информации, доверия к СМИ, а также предотвращение и контроль чрезвычайных ситуаций в области общественного здравоохранения – на примере новой эпидемии коронарной пневмонии // Книги и информация. – 2020. – № 2. – С.19-24.
115. Ли, Чжунчан. Исследование о доверии к средствам массовой информации // Журнал Сианьского университета архитектуры и технологии (издание по социальным наукам). – 2003. – № 1. – С. 59-61.
116. Ли, Яньли. Механизм влияния на формирование социального доверия среди пользователей Сети в эпоху социальных сетей // Мир связей с общественностью. – 2022. – № 7. – С. 71-73.
117. Лю, Сяожун, Сунь, Цзини. Сравнительное исследование сообщений «COVID-19» и “SARS” в «Жэньминь жибао» // Исследование новостей. – 2021. – № (02). – С. 93-95.
118. Лю, Цзыюнь. Глобальная коммуникация в контексте COVID-19 // Распространение новостей. – 2021. – № 05. – С. 116-118.
119. Ма, Хао, Ма, Сяоюэ. Исследование кластеризации новых медиа-событий на основе сетевой структуры и распространения контента // Современный интеллект. – 2021. – № 41(02). – С. 30-41.
120. Ни, Чао. Исследование характеристик распространения и управления ключевыми моментами интернет-слухов в период эпидемии // Образование в области общественной безопасности. – 2021. – № 3. – С. 41-44.
121. Пань, Вэньхао, Ли, Цзиньцзинь, Хэ, Бикай. Анализ эмоций пользователей Интернета и психологической динамики в чрезвычайных ситуациях в области общественного здравоохранения – на примере «Новой коронарной пневмонии»

- // Медиа наблюдение. – 2020. – № 7. – С. 10-15.
122. Синь, Сяофэн, Ван, Цян. Четыре измерения новых основных средств массовой информации для повышения ценности новостных продуктов // Медиа. – 2023. – № 24. – С. 56-58.
123. Суй, Янь, Ли, Янь. Влияние сетевого языка на социальную коммуникацию индивидуальных эмоций // Международная пресса. – 2020. – № 42(1). – С. 79-98.
124. Сюй, Бяо. Восстановление доверия к правительству после общественного кризиса // Государственное управление в Китае. – 2013. – № 2. – С. 31-35.
125. Сюн, Мэйцзюань. Теоретический обзор исследований политического доверия // Журнал государственного управления. – 2010. – № 6. – С. 153-180.
126. Сюэ, Кэ, Ю, Лайхуэй, Ю, Миньян. Влияние контактов со СМИ на доверие правительству: на основе теста китайских пользователей Сети // Современная коммуникация (Журнал Коммуникационного университета Китая). – 2017. – № 39 (4). – С. 131-136.
127. Сян, Дэбао, Чжан, Вэньжэн. Анализ влияния глобальных аналитических центров на социальные сети в эпоху новых медиа // Рефераты по общественным наукам. – 2018. – № 4. – С. 118-120.
128. Тан, Жунчэн, Вэй, Шуянь. Эпохальные черты, эволюционные тенденции и практические откровения китайского правительственного доверия в переходный период // Журнал социалистической теории. – 2016. – № 3. – С. 20-25.
129. Хао, Вэйгуан. «Уханьский дневник 2020»: запись любви и тепла Уханя с помощью Vlog // Медиа. – 2021. – № 7. – С. 3.
130. Цзинь, И. Анализ факторов, влияющих на доверие к китайским средствам массовой информации // Международная пресса. – 2006. – № 9. – С. 57-61.
131. Ци, Пэнчэн, Чжао, Лу. Анализ распространения слухов в эпоху новых медиа // Журнал журналистских исследований. – 2019. – № 15. – С. 88-89.

132. Цуй, Найвен. Размышления и просвещение о конструктивных сообщениях об эпидемии COVID-19 в Великобритании и США // Китайские журналисты. – 2021. – № 03. – С. 38-40.
133. Чжан, Хунчжун, Ду, Хуана, Ван, Руй. Доверие к СМИ: влияние частных веб-сайтов на государственное телевидение в контексте Китая // Журнал азиатско-тихоокеанских коммуникаций. – 2019. – № 29(2). – С.188-210.
134. Чэнь, Тайсю, Хуан, Хунчжэнь. Рост и причины медленных прямых трансляций в новом отчете об эпидемии короны // Молодой журналист. – 2020. – № 26. – С. 88-89.
135. Ю, Кун. Трансформация парадигмы и корректировка политической социализации молодежи с точки зрения сети // Шаньдун: Журнал Шаньдунского колледжа молодежных управленческих кадров. – 2010. – № 1. – С. 18-21.

Интернет-ресурсы на китайском языке

136. 47-й статистический отчет о развитии интернет-сети Китая. – Пекин: Информационный центр китайской интернет-сети. CNMIC / [Электронный ресурс] URL: http://www.cac.gov.cn/2021-02/03/c_1613923423079314.htm (дата обращения: 03.02.2023).
137. Больница Пекинского союзного медицинского колледжа развеяла слухи о том, что «пациенты с пневмонией из Ухани сбежали»: они все еще проходят лечение // Beijing news / [Электронный ресурс] URL: <http://www.bjnews.com.cn/news/2020/01/22/677839.html> (дата обращения: 26.01.2024).
138. Десять главных социальных точек 2020 года / [Электронный ресурс] URL: https://m.thepaper.cn/baijiahaohao_10600883 (дата обращения: 30.12.2020).
139. Иностранные силы распространяют слухи об эпидемии пневмонии! Фальшивые врачи лгали о количестве инфекций во время эпидемии!

- Пользователи сети раскрывают правду // sohu.com / [Электронный ресурс] URL: https://www.sohu.com/a/369021571_679184 (дата обращения: 29.01.2023).
140. Муниципальная комиссия по здравоохранению и здравоохранению Ухани уведомила о ситуации с вирусной пневмонией неизвестной причины: все случаи лечились изолированно / [Электронный ресурс] URL: <http://news.haiwainet.cn/n/2020/0103/c3541083-31693764.html> (дата обращения: 01.03.2020).
141. Отчет о развитии пользователей Weibo за 2020 г. / [Электронный ресурс] URL: <https://data.weibo.com/report/reportDetail?id=456&sudaref=www.baidu.com> (дата обращения: 12.03.2021).
142. Отчет полиции Шаньдун Джимо: 4 человека были арестованы за фабрикацию и распространение слухов о новой пневмонии // The Paper / [Электронный ресурс] URL: https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_5597541 (дата обращения: 22.01.2023).
143. Профилактика COVID-19 и борьба с ним (9-е издание) / [Электронный ресурс] URL: <https://www.gov.cn/xinwen/2021-05/14/5606469/files/97921b2e20134f1faad6af9dacd51d07.pdf> (дата обращения: 27.06.2022).
144. Распространение информации об эпидемиях и управление ими в эпоху интеграции средств массовой информации // People's Daily Online / [Электронный ресурс] URL: <http://yuqing.people.com.cn/n1/2020/0323/c209043-31644615.html> (дата обращения: 23.03.2023).
145. Хоу, Ян. Исследование феномена отсутствия рациональности в научной коммуникации в эпоху Интернета [Электронный ресурс] // Хунаньский педагогический университет. – 2019. – URL: https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=ACks_bcdpKlSXR7C9Nod03R46RI65y4lzUe9X_PkKcpoTLP1bzZ7Xn-

[hPNdM45lql8XOfdwHdKghuXFW8IQhWOwFt1PoW72PTNn3zlZiytpnKSd3IJai
boXd0ahCodO3Qz2Pi6hIyI5UW9QS2aRPTA==&uniplatform=NZKPT&language
=CHS](https://www.peopleapp.com/article/5099159/4994967) (дата обращения: 01.05.2019).

146. Чем больше мы концентрируемся на борьбе с эпидемией, тем больше мы должны обеспечить нормальное функционирование общества / [Электронный ресурс] URL: <https://war.peopleapp.com/article/5099159/4994967> (дата обращения: 02.02.2020).
147. CSM: Отчет об опросе о потреблении медиа пользователями и ожиданиях от использования в период эпидемии / [Электронный ресурс] URL: https://www.sohu.com/a/375603267_809031 (дата обращения: 25.02.2020).

Книги на английском языке

148. Capaldo, G.Z. The Global Community Yearbook of International Law and Jurisprudence 2019. Oxford University Press, 2020, 341 p.
149. Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Qiu, J.L. et al. Mobile communication and society: A global perspective. Mit Press, 2009, 352 p.
150. Festinger, L. A theory of cognitive dissonance. Vol. 2. Stanford university press, 1962. 291 p.
151. Gans, H.J. Democracy and the News. Oxford University Press: New York, 2003. 157 p.
152. Schramm, W. Mass communications, Second Edition. ed. Urbana. University of Illinois Press, 1960. 695 p.

Статьи на английском языке

153. Apostol, Nikoleta-Elena. From The Fake news crisis to the crisis of journalism: The European Union's Approach // Rom. Jour. of Sociological Studies, New Series. 2020. № 2. P. 157-167.
154. Backstrom, L., Boldi, P., Rosa, M. et al. Four degrees of separation // Proceedings

- of the 4th Annual ACM Web Science Conference, 2012. P. 33-42.
155. Ball-Rokeach, S.J. The origins of individual media-system dependency: A sociological framework // *Communication Research*. 1985. 12(4). P. 485-510.
156. Barclay, D.A. Fake news, propaganda, and plain old lies: How to find trustworthy information in the digital age // Lanham: Rowman & Littlefield. 2018. P. 31-33.
157. Basolo, V., Steinberg, L.J., Burby, R.J., et al. The effects of confidence in government and information on perceived and actual preparedness for disasters // *Environment & Behavior*. 2009. 41(3). P. 338-364.
158. Bock, G., Mahmood, M., Sharma, S. et al. The impact of information overload and contribution overload on continued usage of electronic knowledge repositories // *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*. 2010. 20(3). P. 257-278.
159. Borah, P., Xia, X. The importance of ‘likes’: The interplay of message framing, source, and social endorsement on credibility perceptions of health information on Facebook // *Journal of health communication*. 2018. 23(4). P. 399-411.
160. Briand, S.C., Cinelli, M., Nguyen, T. et al. Infodemics: A new challenge for public health // *Cell*. 2021. 184(25). P. 6010-6014.
161. Brown, É. Fake news and conceptual ethics // *J. Ethics & Soc. Phil.*, 2019. 16. P. 144.
162. Christie, T.B. The role of values in predicting talk radio listening: A model of value equivalence // *Journal of Radio Studies*. 2007. 14(1). P. 20-36.
163. Chua, S., Westlund, O. Platform Configuration: A Longitudinal Study and Conceptualization of a Legacy News Publisher’s Platform-Related Innovation Practices // *Online Media and Global Communication*. 2022. Vol. 1. Issue 1. P. 60-89.
164. Dewey, J. Democracy in education // *The elementary school teacher*. 1903. 4(4). P. 193-204.
165. Ellwart, T., Happ, C., Gurtner, A. et al. Managing information overload in virtual teams: Effects of a structured online team adaptation on cognition and performance //

- European Journal of Work and Organizational Psychology. 2015. 24(5). P. 812-826.
166. Eysenbach, G. How to fight an infodemic: the four pillars of infodemic management // Journal of medical Internet research. 2020. 22(6). P. 21820.
167. Eysenbach, G. Infodemiology: The epidemiology of (mis) information // The American journal of medicine. 2002. 113(9). P. 763-765.
168. Furner, C.P., Zinko, R., Zhu, Z. et al. Electronic word-of-mouth and information overload in an experiential service industry // Journal of Service Theory and Practice. 2016. 26(6). P. 788-810.
169. Garfin, D.R, Silver R.C., Holman, E.A. The novel coronavirus (COVID-2019) outbreak: Amplification of public health consequences by media exposure // Health psychology. 2020. 39(5). P. 355.
170. Gollust, S.E, Nagler, R. H., Fowler, E F. The emergence of COVID-19 in the US: a public health and political communication crisis // Journal of health politics, policy and law. 2020. № 45(6). P. 967-981.
171. Granovetter, M. The strength of weak ties: A network theory revisited // Sociological theory, 1983. P. 201-233.
172. Labush, N.S., Nikonov, S.B., Puiy, A.S., Baichik, A.V., Kurysheva, Y.V. Mediatization of the political process: The nature and conditions of manifestation // Man in India. 2017. 97(07). P.143-153.
173. Hassan, M. Risk perception, self-efficacy, trust in government, and the moderating role of perceived social media content during the COVID-19 pandemic / Hassan M., Al Halbusi, H., Najem, A., Razali, A., Abdel Fattah, F., Williams, K. Risk // Changing Societies and Personalities, 2021. 5(1). P. 9-35.
174. Hendrickx, J. From newspapers to TikTok: social media journalism as the fourth wave of news production, diffusion and consumption // Blurring Boundaries of Journalism in Digital Media. 2023. Vol. 140. P.229-289.
175. Kamarulzaman, N.A., Lee, K.E., Siow, K.S., Mokhtar, M.B. Public benefit and risk perceptions of nanotechnology development: Psychological and sociological

- aspects // *Technology in Society*. 2020. 62. P. 101329.
176. Karin, Wahl-Jorgensen, Thorsten, Quandt. Introduction: Global Perspectives on Journalism and the Coronavirus Pandemic // *Journalism Studies*. 2022. 23:5-6. P. 545-550.
177. Knapp, R.H. A psychology of rumor // *Public opinion quarterly*. 1944. 8(1). P. 22-37.
178. Ksiazek, T., Kim, S., Nelson, J., Park, A., Patankar, S., et al. Distrust Profiles: Identifying the Factors That Shape Journalism's Credibility Crisis // *Media and Communication*. 2023. № 11(4). P. 308-319.
179. Lasswell, H.D. The structure and function of communication in society // *The communication of ideas*. 1948. 37(1). P. 136-139.
180. Lee, B.K., Lee, W.N. The effect of information overload on consumer choice quality in an on-line environment // *Psychology & Marketing*. 2004. 21(3). P. 159-183.
181. Li, Y. The Construction of the Network Media as an Ideal model of Public Information Dissemination During the Epidemic of Novel Coronavirus Pneumonia // *Media Education (Mediaobrazovanie)*. 2023. 19(2). P. 337-342.
182. Li, Y. The phenomenon of political trust in virtual communities (based on the materials of Chinese social networks during the Covid-19 pandemic) // *Communicologiya*. 2023. 11(4). P. 13-24.
183. López-García, X., Costa-Sánchez, C.; Vizoso, Á. Journalistic fact-checking of information in pandemic: Stakeholders, hoaxes, and strategies to fight disinformation during the COVID-19 crisis in Spain // *Int. J. Environ. Res. Public Health*. 2021. 18. P. 1227.
184. Melnik, G.S., Pantserev, K. Digitalization of the Communication Environment as an Incentive for Innovation in Media Education // *Media Education (Mediaobrazovanie)*, 2020. 60(2), P. 290-297.

185. Melnik, G.S., Teplyashina, A.N. The impact of digitalization of network space on journalism education // *Education Media (Mediaobrazovanie)*. 2019. 59(1). P. 86-92.
186. Metzger, M., Flanagin, A., Nekmat, E. Comparative optimism in online credibility evaluation among parents and children // *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 2015. 59(3). P. 509-529.
187. Mooney, P., Juhász, L. Mapping COVID-19: How web-based maps contribute to the infodemic // *Dialogues in Human Geography*. 2020. 10(2). P. 265-270.
188. Moreno-Gil, V.; Ramon-Vegas, X., Mauri-Ríos, M. Bringing journalism back to its roots: Examining fact-checking practices, methods, and challenges in the Mediterranean context // *Prof. Inf.* 2022. 31, e310215.
189. Naeem, M. Do social media platforms develop consumer panic buying during the fear of Covid-19 pandemic // *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2021. 58(4). P. 102226.
190. Neha, P., Eric, A.C., Hourmazd, H., Keith, G. Social Media and vaccine hesitancy: new updates for the era of COVID-19 and globalized infectious diseases // *Human Vaccines & Immunotherapeutics*. 2020. 16(11). P. 2586-2593.
191. Nelson, C., Lurie, N., Wasserman, J. et al. Conceptualizing and defining public health emergency preparedness // *American journal of public health*. 2007. 97(Supplement_1). P. 9-11.
192. Orso, D., Federici, N., Copetti, R., Vetrugno, L., Bove, T. Infodemic and the spread of fake news in the COVID-19-era // *Eur. J Emerg Med*. 2020, 27(5). P. 327-328.
193. Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J.G., Rand, D.G. Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention // *Psychology Science*. 2020. 31. P. 770-780.
194. Rosnow, R.L. Inside rumor: a personal journey // *American Psychologist*. 1991. 46(5). P. 484-496.
195. Rothkopf, D.J. SARS Also Spurs an "Information Epidemic" // *Newsday*, 2003.

- P. 29.
196. Rothkopf, D.J. SARS, fear, rumors feed unprecedented “infodemic” // *The Record*, 2003. P. 1.
197. Seok-Won, S., Jiwon, S., Matthew, N., Debangsu, S., Sudheendra, H., et al. PrPI: a decentralized social networking infrastructure. In *Proceedings of the 1st ACM Workshop on Mobile Cloud Computing & Services: Social Networks and Beyond (MCS '10)* // Association for Computing Machinery. 2010. 8. P. 1-8.
198. Shenk, D. Data smog: surviving the Info Glut // *Technology Review*. 1997. 100(4). P. 18-26.
199. Simon, F.M., Camargo, C.Q. Autopsy of a metaphor: The origins, use and blind spots of the “infodemic” // *New Media & Society*, 2021. p. 14614448211031908.
200. Sotoacosta, P., Molinacastillo, F., Lopeznicolas, C. et al. The effect of information overload and disorganisation on intention to purchase online: the role of perceived risk and internet experience // *Online Information Review*. 2014. 38(4). P. 543-561.
201. Sundar, S.S. Exploring receivers' criteria for perception of print and online news // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 1999. 76(2). P. 373-386.
202. Swire-Thompson, B., Miklaucic, N., Wihbey, J.P., Lazer, D., DeGutis, J. The backfire effect after correcting misinformation is strongly associated with reliability // *J Exp Psychol Gen*. 2022. 151(7). P. 1655-1665.
203. Whitfield, S.C., Rosa, E.A., Dan, A., et al. The future of nuclear power: Value orientations and risk perception // *Risk Analysis*. 2009. 29(3). P. 425-437.
204. Xie, B., He, D., Mercer, T. et al. Global health crises are also information crises: A call to action // *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 2020. 71(12). P. 1419-1423.
205. Zarocostas, J. How to fight an infodemic // *The Lancet*. 2020. 395(10225). P. 676.
206. Zhu, Z., Liu, Y., Kapucu, N., Peng, Z. Online media and trust in government during crisis: The moderating role of sense of security // *International journal of disaster risk reduction*. 2020. 50(4). P. 101717.

Интернет-ресурсы на английском языке

207. Digital 2020: Global digital overview / [Электронный ресурс] URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview> (дата обращения: 15.05.2020).
208. Digital 2020: October Global Statshot Report / [Электронный ресурс] URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-october-global-statshot> (дата обращения: 20.10.2020).
209. GWI: April 2020 Series 4: Media Consumption and Sport / [Электронный ресурс] URL: [https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%20Coronavirus%20Research%20PDFs/GWI%20coronavirus%20findings%20April%202020%20-%20Media%20Consumption%20\(Release%204\).pdf](https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%20Coronavirus%20Research%20PDFs/GWI%20coronavirus%20findings%20April%202020%20-%20Media%20Consumption%20(Release%204).pdf) (дата обращения: 31.03.2020).
210. Heath, A. Fake news is killing people’s minds, says Apple boss Tim Cook // The Telegraph / [Электронный ресурс] URL: <http://www.telegraph.co.uk/technology/2017/02/10/fake-news-killingpeoples-minds-says-apple-boss-tim-cook/> (дата обращения: 13.02.2024).
211. Most popular social networks worldwide as of April 2024, by number of monthly active users / [Электронный ресурс] URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (дата обращения: 01.04.2024).
212. Novel Coronavirus (2019-nCoV): situation report, 10 // World Health Organization / [Электронный ресурс] URL: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/330775> (дата обращения: 13.02.2022).
213. Novel Coronavirus (2019-nCoV): situation report, 13 // World Health Organization / [Электронный ресурс] URL: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/330778> (дата обращения: 22.01.2020).
214. Rothkopf, D.K. When the buzz bites back // The Washington Post / [Электронный ресурс] URL:

- <https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/2003/05/11/when-the-buzz-bites-back/bc8cd84f-cab6-4648-bf58-0277261af6cd/> (дата обращения: 15.09.2022).
215. Social Media Users 2024 (Global Data & Statistics) / [Электронный ресурс]
URL: <https://www.demandsage.com/social-media-users/> (дата обращения: 04.03.2024).

Литература на немецком языке

216. Luhmann, N. Gesellschaftliche Komplexität und öffentliche Meinung // Soziologische Aufklärung 5: Konstruktivistische Perspektiven. 2005. P. 163-175.
217. Münch, R. Die Dynamik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1995. 313 p.

Приложение

Приложение 1
к параграфу 3.2

**Опросник «Использование медиа и доверие студентов к
медиа и правительству в период эпидемии COVID-19»**

Здравствуйтесь, дорогие друзья !

Я аспирант Санкт-Петербургского государственного университета. Цель этого опроса - понять, как использование сетевых медиа студентами влияет на доверие к правительству во время эпидемии COVID-19. Эта анкета заполняется анонимно, и ваша информация хранится в строгой конфиденциальности. Пожалуйста, заполните его внимательно в соответствии с вашей реальной ситуацией. Ваш ответ предоставит важные справочные данные для этого исследования. Спасибо вам за вашу поддержку и участие!

1. Ваша возрастная группа :

17-20 лет

21-30 лет

31-40 лет

41-50 лет

2. Ваш уровень образования :

Бакалавр

Специалист

Магистр

Аспирант

Доктор

Другие

3. Откуда Вы обычно узнаете о информации в период эпидемии COVID-19?
(вопросы с множественным выбором)?

Знакомые

Социальные сети

Новостные медиа

Политические медиа

Телевидение и радио

Другие

4. Как называются средства массовой информации, которые Вы чаще всего используете для получения информации об эпидемии во время COVID-19?

5. На какие из перечисленных ниже новостей об эпидемии COVID-19 Вы обращаете больше?

внимания? (вопросы с множественным выбором)

Динамика эпидемии (включая информацию об эпидемических данных, динамичные новости)

Национальной или региональной противоэпидемической политики

Меры по предотвращению эпидемии

Прямая трансляция работы медицинского персонала на переднем крае эпидемии

Вакцины против COVID-19

Другие

6. Сталкивались ли Вы с информационной перегрузкой во время эпидемии COVID-19?

Да

Нет

7. Что Вы сделали, когда видели информацию об эпидемии COVID-19, в которой трудно отличить правду от лжи?

Игнорировать.

Переслать ее для подтверждения.

Я был(а) настроен(а) скептически, просто просмотрел(а) сообщение и закрыл(а) страницу.

Я был(а) настроен(а) скептически и самостоятельно проверял(а) информацию на подлинность.

8. Сталкивались ли Вы с фейками об эпидемии COVID-19 во время пандемии коронавируса?

Да

Нет

9. С какими из следующих сетевых фейков об эпидемии COVID-19 Вы сталкивались? (вопросы с множественным выбором)?

Мутация вируса

Передача инфекции

Профилактика и лечение

Народные средства

Меры профилактики и контроля информации управляющими организациями

Вакцины против COVID-19

Фейки, связанные с производством и жизнью

Фейки о материальной безопасности

Фальшивое суждение знаменитости

Теории заговора об эпидемии

Другие

10. Как Вы оцениваете влияние фейков, связанные с эпидемией COVID-19, на общественность?

Влияние очень сильное

Влияние относительно сильное

Среднее влияние

Влияние относительно небольшое

Никакого влияния

11. Пожалуйста, расположите следующие виды медиа в порядке убывания
Вашего личного доверия к ним.

Политические медиа

Новостные медиа

Социальные сети

12. Вы беспокоитесь о том, что можете заразиться новым коронавирусом во
время пандемии COVID-19?

Никогда

Редко

Иногда

Часто

Всегда

13. Вы уверены, что российские (китайские) государственные учреждения
способны принять меры по предотвращению вспышки нового коронавируса и
борьбе с ней?

Полностью уверен(а)

Относительно уверен(а)

Нейтрально

Относительно не уверен(а)

Не уверен(а)

Совсем не уверен(а)