

ТАКТИКА СДЕРЖИВАНИЯ ИНФОДЕМИИ НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ: опыт Китая

А. В. Землянский

Аннотация. Статья посвящена изучению причин распространения инфодемических нарративов в социальных сетях Китая в конце 2019 – первой половине 2020 г. Именно на начальном этапе пандемии коронавируса в силу того, что государственные СМИ и представители власти замалчивали проблему появления нового заболевания, пользователи социальных медиа, находясь в состоянии повышенной тревожности, становились источниками и распространителями непроверенной информации о коронавирусе и действиях, предпринимаемых властями. Исходя из изученных материалов, автор приходит к выводу, что инфодемия – естественный процесс, который сопровождается глобальный медицинский кризис, а соцсети в этом процессе играют главенствующую роль. С целью повышения доверия населения к власти и официальным СМИ Китай реализовал четырехэтапную модель реагирования государственных структур на дезинформацию в соцсетях, а также использовал накопленный до пандемии опыт борьбы с фейк-ньюз. Все эти действия привели к существенному снижению количества инфодемических нарративов в социальных сетях.

Ключевые слова: инфодемия, фейк-ньюз, дезинформация, китайские СМИ, социальные сети, медиаграмотность, медиасистема Китая.

Для цитирования: Землянский А. В. Тактика сдерживания инфодемии на начальном этапе: опыт Китая // Наука и школа. 2024. № 1. С. 37–47. DOI: 10.31862/1819-463X-2024-1-37-47.

© Землянский А. В., 2024



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

INFODEMIC CONTROL TACTICS AT THE INITIAL STAGE:

Experience of China

A. V. Zemlyanskiy

Abstract. *The article analyzes the reasons for the spread of infodemic narratives in China's social media in late 2019 – first half of 2020. It was at the initial stage of the coronavirus pandemic that social media users, living in a state of heightened anxiety, became the sources that spread unverified information about the coronavirus and actions taken by the authorities, due to the fact that the state media and government officials kept silent about the new disease. Based on the materials analyzed, the author concludes that infodemic is a natural process that accompanies any global medical crisis, and social media play a major role in this process. In order to increase public trust in the authorities and official media, China has implemented a four-stage model, according to which state structures should respond to misinformation on social media, as well as used the experience gained before the pandemic to deal with fake news. All these actions have led to a significant reduction in the number of infodemic narratives on social media.*

Keywords: *infodemic, fake news, disinformation, Chinese media, social media, media literacy, Chinese media system.*

Cite as: Zemlyanskiy A. V. Infodemic control tactics at the initial stage: experience of China. *Nauka i shkola*. 2024, No. 1, pp. 37–47. DOI: 10.31862/1819-463X-2024-1-37-47.

Появление инфодемии обусловлено глобальным доступом к Интернету и электронным устройствам: к 2022 г. соцсетями пользовались 4,62 млрд – это 58,4% от общей численности населения мира [1]. При этом их популярность возросла в период пандемии на 87%. «Первая настоящая инфодемия в социальных сетях» [2] нанесла серьезный ущерб как самому обществу, так и системе здравоохранения. Несмотря на то, что COVID-19 сегодня успешно поддается лечению, эффективные и стандартизированные методы борьбы с инфодемией по-прежнему отсутствуют.

В условиях цифровой информационной среды сложно минимизировать альтернативные – по отношению к официальным – точки зрения. Более того, интерактивная природа Интернета и особенно социальных сетей способствовала вовлеченности пользователей в обсуждение актуальной проблематики. Важной особенностью этих средств является и то, что технологически сети выступают средством формирования сообществ, в которых участники согласны между собой по ключевым вопросам, а носители иных представлений маргинализируются (эффект «эхо-камер» социальных сетей), что с очевидностью проявилось в обсуждениях ковидной проблематики и особенно обязательной вакцинации [3].

Как считают исследователи из Университета Гонконга, фейковая информация вызывает социальную неопределенность и тревогу. Именно тревога, по мнению ученых, и оказывает на распространение дезинформации ключевое влияние, поскольку реципиент, стремясь вернуть психологическое равновесие, склонен обращаться к любым идеям и методам, способным помочь ему в этом [4]. В свою очередь, исследователи О. С. Дейнека и А. А. Максименко считают, что «распространение фейковой информации способствует возрастанию апатии, цинизма и экстремизма, а также может представлять угрозу демократии и гражданам...» [5].

На умение верифицировать информацию влияют такие факторы, как медицинская грамотность (способность получать, обрабатывать и понимать основную медицинскую информацию для принятия соответствующих решений) и цифровая грамотность (умение пользоваться информационными источниками и обрабатывать данные с точки зрения логики и пользы) [6]. В случае если первое отсутствует, реципиент доверяет в том числе той информации, которая противоречит общеизвестным фактам. Когда уровень цифровой и медиаграмотности низкий, пользователь, обращаясь к непроверенным источникам, не прибегает к фактчекингу [7]. При этом в эпоху социальных сетей все больше пользователей участвует в общественном дискурсе, обсуждает профессиональные вопросы и проблемы, даже при отсутствии соответствующих компетенций. В результате реципиенты неверно интерпретируют ту или иную информацию, игнорируют авторитетные источники, но при этом могут поверить фейку, который помогает им устранить чувство тревоги [8].

Причины возникновения инфодемии в соцсетях

Одной из первых стран, столкнувшихся в период пандемии 2020–2023 гг. с инфодемией, стала КНР. Именно там был обнаружен новый вирус, вследствие чего вводились ограничительные меры, приведшие к резкому росту тревожности у населения и появлению в медиаполе инфодемических нарративов – псевдомедицинских советов, слухов, теорий заговоров и т. п. Все это способствовало хаотизации медиaprостранства Китая.

КНР обладает разветвленной медиасистемой, которая представляет собой гибридную форму: с одной стороны, медиа могут заниматься свободной экономической деятельностью, с другой – они подвергаются жесткому контролю со стороны партийно-государственных органов. Более десяти правительственных организаций обеспечивают защиту так называемой «государственной тайны», которая не имеет четкого определения в законодательных актах, а потому под нее подпадает все, что может дестабилизировать экономическую, политическую и социальную ситуацию в стране. Для контроля СМИ и интернет-ресурсов китайское правительство наминает так называемых «цензоров», в чьи обязанности входит чтение и проверка публикаций на соответствие государственному курсу. Также в Китае в 2003 г. запущен проект «Золотой щит», получивший среди пользователей название «великий брандмауэр», в рамках которого действуют технологии, регулирующие пропускную способность Интернета, блокировку веб-сайтов и поиск материалов, нарушающих законодательство, а также закреплено обязательство по идентификации всех интернет-пользователей по их реальному имени и IP-адресу. В результате несмотря на то, что Конституция Китая формально предоставляет гражданам ту же свободу слова и печати, что в странах Европы, для СМИ и Интернета действуют более жесткие правила.

Поскольку в силу работы «великого брандмауэра» жители Китая не имеют свободного доступа к таким общеизвестным мировым платформам, как Twitter или YouTube, большинство китайцев предпочитает получать информацию из традиционных СМИ и онлайн-платформ, размещенных в Интранете (внутреннем изолированном Интернете) [9]. При этом именно Китай занимает первое место в мире по числу интернет-пользователей: в 2022 г. их насчитывалось 1,05 млрд. Также в Китае около 788 млн регулярных потребителей онлайн-новостей, и больше 97% из них делают это при помощи мобильных устройств [10]. Чаще всего для этого используются соцсети Weibo (533 млн пользователей) и WeChat (более 1 млрд пользователей – это 78% жителей

страны) [11]. Эти две мобильные платформы также стали ключевыми источниками дезинформации в Китае в период пандемии и главным полем борьбы государства с фейками.

Так, уже к февралю 2020 г. (на начальном этапе пандемии) примерно 87% пользователей соцсетей хотя бы раз имели дело с фейковыми новостями, в числе которых фигурировали такие темы, как применение традиционной китайской медицины против коронавируса, профилактика болезни отбеливателем и этанолом, употребление чеснока в целях профилактики и лечения и связь между COVID-19 и мобильными вышками 5G [12].

Помимо локальных новостей, в период пандемии коронавируса в социальных сетях (преимущественно в WeChat и Weibo) активно публиковались и международные новостные сообщения – на их долю приходилось 16,5% от всех инфодемических материалов [13]. Это также можно рассматривать как дополнительную причину возникновения инфодемии: из-за культурных и языковых барьеров некоторые сообщения были переведены неправильно. Пользователи, не обладающие достаточными знаниями или в принципе имеющие ограниченный доступ к информации, были вынуждены полагаться на интерпретации и мнения других. В связи с этим инфодемия и приобрела широкое распространение. Этому также способствовала серия локдаунов на территории Китая: пользователи стали объединяться в дискуссионные группы и для снижения тревоги прибегали к обсуждению дезинформации о новом заболевании, в результате чего фейк-ньюз продолжали распространяться в медиаполе.

Исследователи отобрали 261 сообщение, опубликованное в приложении WeChat в период с 21 января по 10 февраля 2020 г. и получившее пометку «сомнительное» или «ложное». Все темы, поднятые в данных сообщениях, они разделили на две категории – инфоповоды, напрямую связанные с медициной и связанные косвенно. В первой категории также были выделены такие подтемы, как меры профилактики, общие знания о коронавирусе и сведения о способах лечения и диагностики. Вторую категорию исследователи разделили на пять подтем: меры борьбы с COVID-19, принимаемые на местном уровне; меры, принимаемые на национальном уровне; информация о пациентах и больницах. В результате больше всего материалов удалось зафиксировать в категории «темы, связанные с медициной» – их количество составило 60% от общего числа всех отобранных для исследования сообщений.

Информация, распространяемая в WeChat, в основном была представлена в текстовом, визуальном или видеоформате. Сообщений в текстовом формате оказалось больше всего – 73%, поскольку при работе над ним не требуется больших временных или финансовых затрат. На видеоформат приходилось всего 6% инфодемических материалов, в то время как микс – текст и видео – в свою очередь, делал материалы более «заразными».

Аналогичным образом была проанализирована и социальная сеть Weibo. Международная группа исследователей собрала 4 млн постов в период с 9 декабря 2019 г. по 4 апреля 2020 г. [14]. Затем, при помощи платформы для фактчекинга от технологической китайской компании Tencent, из них выбрали лишь те сообщения, которые были определены платформой как ложные. В результате анализа исследователи обнаружили, что увеличение числа инфодемических нарративов зависит от общественных настроений.

Так, основными темами, вокруг которых развивалась инфодемия, сначала были «домашние» методы лечения коронавируса. Их популярность объясняется доступностью тех средств, которые упоминались в таких материалах, а также возможностью извлечь из дезинформации подобного рода коммерческую выгоду для бизнеса,

производящего и реализующего эти самые средства. Например, резко возросли продажи так называемых «лунных пирожков» с добавлением целебного растения шуан хуан лян, которое якобы может сдерживать коронавирус [14]. В результате именно на тему домашнего лечения пришлось 36,4% фейковых постов за весь период исследования. При этом пользователи, создававшие дезинформационные тексты, ориентировались на предпочтения аудитории и общественные настроения: когда эксперты развеяли мифы, связанные с самолечением, тематика инфодемических нарративов сменилась – стали чаще публиковаться конспирологические посты.

Исследователи из Цюрихского университета и Университета Мангейма также проанализировали статьи из раздела о коронавирусе на китайской национальной онлайн-платформе по фактчекингу [15]. Для того чтобы развеивать слухи и предубеждения, ресурс использует открытые данные всех служб фактчекинга Китая. В итоге исследователи отобрали 3633 уникальные статьи, из которых на китайском языке было написано всего 20,6%, а на английском – 66,4%. Все статьи можно разбить на две категории. **Первая** – дезинформация научного и медицинского характера. **Вторая категория** – дезинформация, не связанная со здоровьем. Это политические слухи и конспирологические материалы, например теории о заговоре фармацевтических компаний или утечке вируса из уханьской лаборатории. Такого рода материалы выполняют функцию «подрыва» соперников, то есть используют общественный кризис с целью дискредитации тех или иных политических участников.

Исследователи из Уханьского университета также провели самостоятельный анализ таких китайских платформ для обмена видео и сообщениями, как WeChat, Weibo и TikTok, в период с 20 января по 28 мая 2020 г. [16]. В результате они выявили, что на данные приложения приходилось по меньшей мере 40% всех дезинформационных материалов. За мессенджерами следовали платформы для публикации и обмена видео (23,5%), новостные платформы (22%), платформы для освещения вопросов здравоохранения (8,7%) и форумы (5,6%). Исследователи также определили восемь основных тем, доминирующих в упомянутых в соцсетях в период пандемии. Самой популярной стала тема, затрагивающая теории заговоров (23,6%). Вторая по популярности – меры правительства (20%). На третьем месте сразу две темы – «меры профилактики» (15%) и «новые случаи заражения» (13,3%). Максимальное количество сообщений, опубликованных за один день, составило 105, а минимальное – 3. Исследователи обнаружили корреляцию между количеством подтвержденных случаев заражения и количеством сообщений, посвященных коронавирусу: чем больше было заболевших, тем больше появлялось постов о новом заболевании. Вместе с тем становится очевидна взаимосвязь социальных событий с темами дезинформационных материалов.

Проанализировав тематику инфодемических нарративов, циркулировавших в медиасреде КНР в первой половине 2020 г., когда стремительно росло число заболевших и стали фиксироваться летальные исходы, а также проведя их контент-анализ, мы обнаружили, что начальный период инфодемического цикла (декабрь 2019 – середина 2020) уместно поделить на три этапа.

Первый – этап замалчивания (декабрь – первая половина февраля 2020), когда, несмотря на увеличение числа заразившихся коронавирусом, под давлением контролирующих органов СМИ ограничивались короткими новостными сообщениями. Тем временем в социальных сетях наблюдался обратный процесс – пользователи все чаще обращались к теме нового заболевания. Первый всплеск дезинформационных материалов в Weibo пришелся на период после объявления о закрытии города Уханя 23 января 2020 г. Как реакция на жесткие меры правительства, стали

появляться сообщения о различных ЧП в городе, вызванных изоляцией (например, сбой в работе заправочных станций), а также о скором закрытии близлежащих городов, что усилило общественную панику [14]. Второй всплеск пришелся на 2 февраля, когда советник правительства и пульмонолог Наньшань Чжун заявил, что коронавирус распространяется не только по воздуху, но и через фекалии. Эта новость (которая позже была опровергнута) повлекла всплеск новых нарративов о методах лечения и профилактики заболевания. Вместе с тем стали обсуждаться и альтернативные способы передачи вируса, такие как заражение через комариные укусы, животных и канализацию. В период с 31 декабря 2019 г. по 20 февраля 2020 г. в Weibo наиболее часто употребляемыми словами были «Ухань», «случай», «пневмония», а также «неизвестная причина» и «новый коронавирус» [17].

На протяжении данного этапа количество постов в социальных сетях, посвященных COVID-19, ежедневно увеличивалось на 20 (а ко второй половине февраля – на 50) [21]. Из-за нехватки достоверной информации и повышенной тревожности появлялись посты, часто алармистского характера, затрагивающие проблемы в области городской инфраструктуры (например, изоляция Уханя, перекрытие магистралей и т. д.) [18]. Вместе с тем публиковались истории врачей, а также комментарии пользователей, возмущенных действиями китайского правительства, например, попытки скрыть ту или иную информацию.

На втором этапе (вторая половина февраля – март 2020) в государственных медиа появляются материалы о реальных фактах распространения вируса, количестве жертв, способах профилактики и защиты. Также 9 марта, когда пандемия перешла в стадию сдерживания, в социальных сетях стали публиковаться фейковые новости о скором снятии карантина, возобновлении работы школ и предприятий, а также открытии границ для путешественников [14]. Несмотря на то что органы власти и СМИ перестали замалчивать информацию об опасности общественному здоровью, инфодемия продолжала прогрессировать, о чем свидетельствуют как количество дезинформационных публикаций в соцсетях, так и их содержание. Наиболее часто употребляемыми словами в этот период были «новый», «маска», «случай», «ответная реакция» и «профилактика» [17].

29 марта 2020 г. китайские власти заявили, что распространение коронавирусной инфекции на территории Китая удалось остановить [19], и установили «политику нулевой терпимости к COVID-19» (тактика, которая предусматривает назначение максимально возможных по закону ограничений и санкций с целью приостановить распространение коронавируса). Тем не менее проблема не была полностью решена, и в апреле – мае в Китае фиксировались новые случаи заболевания [20], а вместе с ними и очередные фейки.

На этом, то есть третьем этапе (вторая половина марта – июнь 2020), в медиа появляются научные статьи о происхождении нового заболевания и его профилактике, а также мнения экспертов о том, как преодолеть кризис в области здравоохранения; публикуются журналистские расследования на тему коронавируса. С этого момента количество инфодемических нарративов не увеличивается, а те, которые продолжают циркулировать в медиаполе, постепенно угасают [16]. Наиболее часто употребляемыми в этот период были такие слова, как «вылечен» или «выписан», «национальный», «медикаменты», «пожертвование» и «больница Хуошэньшань» (больница, построенная за 10 дней в Ухане для локализации вспышки коронавируса) [17]. Исходя из этого, можно сказать, что СМИ и пользователи соцсетей сфокусировались на теме помощи пострадавшим и восстановления общества от кризиса.

Инструменты борьбы с инфодемией

Стоит отметить, что Китай вел активную борьбу с дезинформацией еще до появления коронавируса. Начиная с 2012 г. была запущена серия онлайн-кампаний, предназначенная для выявления и предотвращения распространения фейковых новостей. Руководила ими Администрация киберпространства Китая, которая объединила против слухов усилия всех китайских интернет-гигантов, таких как WeChat, Weibo, Baidu и Toutiao. Вместе они разработали механизм обнаружения и опровержения слухов, для которого также была создана отдельная национальная платформа Piyao на базе искусственного интеллекта, имеющая доступ к базам данных 40 местных сервисов по фактчекингу [21]. А в июне 2017 г. в Китае был принят Закон о кибербезопасности, целью которого стала защита киберпространства страны. Именно этот отлаженный механизм противодействия дезинформации и жесткая система цензуры во многом и помогли Китаю справиться с наплывом фейковых новостей о COVID-19.

Однако для борьбы с инфодемией также были разработаны новые меры. Правительство Китая предложило четырехэтапную модель государственного присутствия в соцсетях с целью повысить доверие населения к власти и государственным СМИ. Так, согласно некоторым исследованиям, дезинформация в социальных медиа угрожала не только здоровью населения, но и авторитету органов власти [22]. Стратегия содержит следующие этапы: немедленное реагирование, диагностика, вмешательство и оценка.

Конкретно в Китае правительство предприняло такой шаг, как создание официальных государственных аккаунтов в популярных соцсетях для публикации достоверных сообщений о вирусе и разоблачения фейков. Наибольшее внимание было уделено официальному аккаунту на Weibo по причине популярности данной соцсети в Китае.

Чтобы более наглядно изучить, как четырехэтапная модель Гиллеспи и Дитца была реализована правительством, исследователи из Университета Чунцина отобрали в качестве примера три фейковые новости, размещенные на Weibo в период с 30 января по 30 апреля 2020 г. [23]. Первая новость была посвящена решению правительства заблокировать Ухань, чтобы взять вирус под контроль; во второй говорилось о том, что медикаменты и вещи первой необходимости не дошли до нуждающихся, потому что их присвоил себе китайский Красный Крест; третья новость была посвящена разрушению больницы ураганом из-за некачественного фундамента. Каждая из этих новостей собрала более 15 000 репостов и свыше 100 000 комментариев.

В ходе анализа исследователи выяснили, что создание официального аккаунта в Weibo и немедленные ответы на вопросы аудитории как первый шаг стратегии правительства действительно повысили общественное доверие на 5–10%. Последовавшая затем диагностика также продемонстрировала позитивную корреляцию с уровнем доверия. Отсюда можно сделать вывод, что публичные расследования государственных органов в отношении фейков являются по-настоящему эффективным способом противодействия инфодемии в целом. Кроме того, и третий, и четвертый этапы стратегии, реализованные китайским правительством на Weibo, также повышали доверие общества. Спустя время к кампании правительства подключились и местные органы власти, также создавшие свои аккаунты в социальных сетях [9].

Выводы

Исходя из проведенного нами анализа, можно сделать вывод, что нарастающая тревожность в социуме является ключевым триггером распространения инфодемических нарративов, поскольку при потере контроля над ситуацией общество склонно обращаться к любым методам и средствам для его возвращения. Учитывая особенности медиасистемы Китая, реципиенты, не имея возможности получать информацию из глобальной сети и – в ситуации замалчивания проблемы – в традиционных медиа, обращаются к соцсетям как главным поставщикам новостей. Именно на платформы Weibo и WeChat приходилось наибольшее количество фейков, связанных с темой пандемии.

Проанализировав начальный период инфодемии в Китае, мы выявили, что всплески дезинформации четко коррелировали с событиями, связанными с новым заболеванием. Так, количество инфодемических постов резко возрастало, когда росло число заболевших или органы власти принимали то или иное непопулярное решение. При этом самыми «живучими» нарративами в этот период оказались конспирологические теории и псевдомедицинские советы, что можно объяснить культурными и историческими особенностями Китая, а именно популярностью традиционной медицины в стране.

Важно отметить, что в связи с тем, что инфодемия несла угрозу не только здоровью населения, но и репутации государственных органов, Китай выбрал тактику повышения присутствия институтов власти в социальных сетях. Соцсети, в свою очередь, запустили различные сервисы по фактчекингу и оценке достоверности новостей. В результате по мере изучения новой инфекции и появления новой информации о нем, транслируемой самим государством и доверенными площадками, инфодемия пошла на спад. Таким образом, одним из главных и наиболее эффективных способов противодействия дезинформации можно считать распространение достоверных и актуальных сведений, находящихся в свободном доступе, подтвержденных научно и продвигаемых авторитетными источниками.

Несомненно, Китай является одним из успешных примеров борьбы с инфодемией. Ему удалось разработать и применить эффективную модель реагирования государственных структур на дезинформацию в соцсетях, организовать своевременную публикацию проверенных материалов. Можно также предположить, что успех Китая в борьбе с инфодемией на первом этапе пандемии продиктован системой цензуры, установленной в стране ранее, поскольку для китайских СМИ была характерна консолидированность и полная подотчетность контролирующим органам. Однако для того, чтобы сделать окончательные выводы по этому вопросу, следует провести более глубокие исследования о влиянии медиарегуляторов на инфодемические процессы.

Тем не менее есть аспекты, в которых Китай продемонстрировал низкую эффективность, например, во время работы с международными новостями. В силу издержек перевода и культурных различий часть информации интерпретировалась неверно, в результате чего возникали новые инфодемические нарративы. Чтобы изменить это и достичь устойчивых результатов в борьбе с инфодемией в долгосрочной перспективе, по-прежнему требуется переоценка механизмов регулирования СМИ, совместная работа ученых, медиков, журналистов и блогеров, а также участие самих граждан.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth // We Are Social. UK. 26.01.2022. URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> (дата обращения: 10.08.2022).
2. *Naem S., Bhatti R., Khan A.* An exploration of how fake news is taking over social media and putting public health at risk // *Health Info Libr J.* 2021. Vol. 38, Iss. 2. P. 143–149.
3. *НАО К., Васу Т.* The coronavirus is the first true social-media “infodemic” // *MIT Technology Review.* 2020. URL: <https://www.technologyreview.com/2020/02/12/844851/the-coronavirus-is-the-first-true-social-media-infodemic/> (дата обращения: 10.08.2022).
4. *Назаров М., Иванов В., Кублицкая Е.* Социальные представления о COVID-19 в условиях нестабильной информационной среды (исследование середины 2021 года) // *Вестн. Рос. Ун-та дружбы народов. Сер.: Социология.* 2022. Т. 22, № 2. С. 275–290.
5. Social media’s initial reaction to information and misinformation on ebola: Facts and rumors / *I. Chun-Hai Fung, King-Wa Fu, Chung-Hong Chan [et al.]* // *Public Health Rep.* 2016. Vol. 131, Iss. 3. P. 461–473. DOI: <https://doi.org/10.1177/003335491613100312>.
6. *Дейнека О., Максименко А.* Оценка психологического состояния общества в условиях инфодемии посредством анализа социальных сетей: обзор зарубежных публикаций // *Общество. Среда. Развитие.* 2020. № 2. С. 28–39.
7. *Parker R. M., Ratzan S. C., Lurie N.* Health literacy: a policy challenge for advancing high-quality health care // *Health Affairs.* 2003. Vol. 22, No. 4. P. 147–153. DOI: <https://doi.org/10.1377/hlthaff.22.4.147>.
8. *Liwei Zhang, Kelin Chen, He Jiang, Ji Zhao.* How the health rumor misleads people’s perception in a public health emergency: lessons from a purchase craze during the COVID-19 outbreak in China // *Int J Environ Res Public Health.* 2020. Vol. 17, Iss. 19. 7213. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph17197213>.
9. *Rodrigues U. M., Xu Jian.* Regulation of COVID-19 fake news infodemic in China and India // *Media International Australia.* 2020. Vol. 177, Iss. 1. DOI: <https://doi.org/10.1177/1329878X20948202>.
10. Количество интернет-пользователей в Китае превысило миллиард человек // *EurAsia Daily.* 02.09.2022. URL: <https://eadaily.com/ru/news/2022/09/02/kolichestvo-internet-polzovateley-v-kitae-prevysilo-milliard-chelovek> (дата обращения: 10.08.2022).
11. Share of internet users of the leading social media in China as of 3rd quarter 2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/250546/leading-social-network-sites-in-china/> (дата обращения: 10.08.2022).
12. Coronavirus disease (COVID-19) advice for the public // *Chinese Center for Disease Control and Prevention / CDC.* 2020. URL: http://www.chinacdc.cn/jkzt/crb/zl/szkb_11803/jszl_2275/index_17.html (дата обращения: 10.08.2022). (in Chinese)
13. *Jia Luo, Rui Xue, Jinglu Hu.* COVID-19 infodemic on Chinese social media: A 4P framework, selective review and research directions // *Sage Journal.* 2020. Vol. 53, Iss. 9–10. DOI: <https://doi.org/10.1177/0020294020967035>.
14. Misinformation During the COVID-19 Outbreak in China: Cultural, Social and Political Entanglements / *Y. Leng, Y. J. Zhai, S. J. Sun [et al.]* // *IEEE Transactions on Big Data.* 2021. Vol. 7, Iss. 1. P. 69–80.
15. *Zeng J., Chan C.* A cross-national diagnosis of infodemics: comparing the topical and temporal features of misinformation around COVID-19 in China, India, the US, Germany and France // *Online Information Review.* 2021. DOI: <https://doi.org/10.1108/OIR-09-2020-0417>.
16. Characterizing the COVID-19 Infodemic on Chinese Social Media: Exploratory Study / *S. Zhang, W. Pian, F. Ma [et al.]* // *JMIR Public Health Surveill.* 2021. Vol. 7, No. 2. URL: <https://publichealth.jmir.org/2021/2/e26090> (дата обращения: 10.08.2022).
17. Chinese Public’s Attention to the COVID-19 Epidemic on Social Media: Observational Descriptive Study / *Y. Zhao, S. Cheng, X. Yu, H. Xu* // *J Med Internet Res.* 2020. Vol. 22, Iss. 5. E18825. DOI: <https://doi.org/10.2196/18825>.

18. Yuan L. Widespread Outcry in China Over Death of Coronavirus Doctor // *New York Times*. 07.02.2020. URL: <https://www.nytimes.com/2020/02/07/business/china-coronavirus-doctor-death.html> (дата обращения: 10.08.2022).
19. Китайские власти заявили об окончании эпидемии коронавируса в стране // РИА Новости. 29.03.2020. URL: https://ria.ru/20200329/1569310147.html?rcmd_alg=collaboration2&rcmd_id=1569307401 (дата обращения: 10.08.2022).
20. China reports two new coronavirus cases for May 20 vs 5 day earlier // *Reuters*. 21.05.2020. URL: <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-china-cases-idUSKBN22X020> (дата обращения: 10.08.2022).
21. *China launches platform to stamp out 'online rumors'* // *Reuters*. 30.08.2018. URL: <https://www.reuters.com/article/us-china-internet/china-launches-platform-to-stamp-out-online-rumors-idUSKCN1LF0HL> (дата обращения: 10.08.2022).
22. Lovari A. Spreading (dis)trust: Covid-19 misinformation and government intervention in Italy // *Media and Communication*. 2020. Vol. 8, No. 2. P. 458–461.
23. Zhu Y., Jiang Y. The Four-Stages Strategies on Social Media to Cope with “Infodemic” and Repair Public Trust: Covid-19 Disinformation and Effectiveness of Government Intervention in China // 2020 IEEE International Conference on Intelligence and Security Informatics (ISI). Arlington, VA, USA, 9 November 2020; IEEE: Piscataway, NJ, USA. P. 1–5.

REFERENCES

1. Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth. In: *We Are Social*. UK. 26.01.2022. Available at: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> (accessed: 10.08.2022).
2. Naeem S., Bhatti R., Khan A. An exploration of how fake news is taking over social media and putting public health at risk. *Health Info Libr J*. 2021, Vol. 38, Iss. 2, pp. 143–149.
3. Hao K., Basu T. The coronavirus is the first true social-media “infodemic”. *MIT Technology Review*. 2020. Available at: <https://www.technologyreview.com/2020/02/12/844851/the-coronavirus-is-the-first-true-social-media-infodemic/> (accessed: 10.08.2022).
4. Nazarov M., Ivanov V., Kublitskaya E. Sotsialnye predstavleniya o COVID-19 v usloviyakh nestabilnoy informatsionnoy sredy (issledovanie serediny 2021 goda). *Vestn. Ros. Un-ta druzhby narodov. Ser.: Sotsiologiya*. 2022, Vol. 22, No. 2, pp. 275–290.
5. Fung I. Chun-Hai, Fu King-Wa, Chan Chung-Hong et al. Social media’s initial reaction to information and misinformation on ebola: Facts and rumors. *Public Health Rep*. 2016. Vol. 131, Iss. 3, pp. 461–473. DOI: <https://doi.org/10.1177/003335491613100312>.
6. Deyneka O., Maksimenko A. Otsenka psikhologicheskogo sostoyaniya obshchestva v usloviyakh infodemii posredstvom analiza sotsialnykh setey: obzor zarubezhnykh publikatsiy. *Obshchestvo. Sreda. Razvitie*. 2020, No. 2, pp. 28–39.
7. Parker R. M., Ratzan S. C., Lurie N. Health literacy: a policy challenge for advancing high-quality health care. *Health Affairs*. 2003, Vol. 22, No. 4, pp. 147–153. DOI: <https://doi.org/10.1377/hlthaff.22.4.147>.
8. Liwei Zhang, Kelin Chen, He Jiang, Ji Zhao. How the health rumor misleads people’s perception in a public health emergency: lessons from a purchase craze during the COVID-19 outbreak in China // *Int J Environ Res Public Health*. 2020. Vol. 17, Iss. 19. 7213. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph17197213>.
9. Rodrigues U. M., Xu Jian. Regulation of COVID-19 fake news infodemic in China and India. *Media International Australia*. 2020, Vol. 177, Iss. 1. DOI: <https://doi.org/10.1177/1329878X20948202>.
10. Kolichestvo internet-polzovateley v Kitae prevysilo milliard chelovek. *EurAsia Daily*. 02.09.2022. Available at: <https://eadaily.com/ru/news/2022/09/02/kolichestvo-internet-polzovateley-v-kitae-prevysilo-milliard-chelovek> (accessed: 10.08.2022).
11. Share of internet users of the leading social media in China as of 3rd quarter 2022. Available at: <https://www.statista.com/statistics/250546/leading-social-network-sites-in-china/> (accessed: 10.08.2022).

12. Coronavirus disease (COVID-19) advice for the public. *Chinese Center for Disease Control and Prevention / SDC*. 2020. Available at: http://www.chinacdc.cn/jkzt/crb/zl/szkb_11803/jszl_2275/index_17.html (accessed: 10.08.2022). (in Chinese)
13. Jia Luo, Rui Xue, Jinglu Hu. COVID-19 infodemic on Chinese social media: A 4P framework, selective review and research directions. *Sage Journal*. 2020. Vol. 53, Iss. 9–10. DOI: <https://doi.org/10.1177/0020294020967035>.
14. Leng Y., Zhai Y. J., Sun S. J. et al. Misinformation During the COVID-19 Outbreak in China: Cultural, Social and Political Entanglements. *IEEE Transactions on Big Data*. 2021. Vol. 7, Iss. 1. P. 69–80.
15. Zeng J., Chan C. A cross-national diagnosis of infodemics: comparing the topical and temporal features of misinformation around COVID-19 in China, India, the US, Germany and France. *Online Information Review*. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1108/OIR-09-2020-0417>.
16. Zhang S., Pian W., Ma F. et al. Characterizing the COVID-19 Infodemic on Chinese Social Media: Exploratory Study. *JMIR Public Health Surveill*. 2021. Vol. 7, No. 2. Available at: <https://publichealth.jmir.org/2021/2/e26090> (accessed: 10.08.2022).
17. Zhao Y., Cheng S., Yu X., Xu H. Chinese Public's Attention to the COVID-19 Epidemic on Social Media: Observational Descriptive Study. *J Med Internet Res*. 2020, Vol. 22, Iss. 5. E18825. DOI: <https://doi.org/10.2196/18825>.
18. Yuan L. Widespread Outcry in China Over Death of Coronavirus Doctor. *New York Times*. 07.02.2020. Available at: <https://www.nytimes.com/2020/02/07/business/china-coronavirus-doctor-death.html> (accessed: 10.08.2022).
19. Kitayskie vlasti zayavili ob okonchanii epidemii koronavirusa v strane. *RIA Novosti*. 29.03.2020. Available at: https://ria.ru/20200329/1569310147.html?rcmd_alg=collaboration2&rcmd_id=1569307401 (accessed: 10.08.2022).
20. China reports two new coronavirus cases for May 20 vs 5 day earlier. *Reuters*. 21.05.2020. Available at: <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-china-cases-idUSKBN22X020> (accessed: 10.08.2022).
21. China launches platform to stamp out 'online rumors'. *Reuters*. 30.08.2018. Available at: <https://www.reuters.com/article/us-china-internet/china-launches-platform-to-stamp-out-online-rumors-idUSKCN1LF0HL> (accessed: 10.08.2022).
22. Lovari A. Spreading (dis)trust: Covid-19 misinformation and government intervention in Italy. *Media and Communication*. 2020. Vol. 8, No. 2, pp. 458–461.
23. Zhu Y., Jiang Y. The Four-Stages Strategies on Social Media to Cope with “Infodemic” and Repair Public Trust: Covid-19 Disinformation and Effectiveness of Government Intervention in China, In: 2020 IEEE International Conference on Intelligence and Security Informatics (ISI). Arlington, VA, USA, 9 November 2020; IEEE: Piscataway, NJ, USA. Pp. 1–5.

Землянский Александр Валентинович, кандидат исторических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования, Московский педагогический государственный университет

e-mail: av.zemlyanskii@mpgu.su

Zemlyanskiy Alexander V., PhD in History, Assistant Professor, Journalism and Media Communications Department, Institute of Journalism, Communications and Media Education, Moscow Pedagogical State University

e-mail: av.zemlyanskii@mpgu.su

Статья поступила в редакцию 12.07.2023

The article was received on 12.07.2023