

Научная статья

УДК 070.16:004.738.5(510)

EDN HMCLKP

DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(3).524-541



Опыт противостояние фейкам на китайских социальных платформах: коммуникационные особенности Weibo и Wechat

Музыкант В.Л. , Янь Яогуан 

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы,
г. Москва, Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Музыкант В.Л., muzykant-vl@rudn.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности распространения фейковых новостей на китайских социальных платформах *Weibo* и *WeChat*. Научная проблема заключается в выявлении различий в механизмах вирусного и скрытого распространения дезинформации, а цель исследования — проведение сравнительного анализ применяемых механизмов дезинформации и оценка превентивных мер по борьбе с фейками. В качестве объекта исследования использованы 2 000 публичных постов с примерами фейковых новостей из *Weibo* и *WeChat*. Применены методы качественного контент-анализа и сравнительного анализа: систематическое наблюдение способов распространения фейковых новостей, анализ структуры социальных связей («слабые» и «сильные» связи) целевых аудиторий и исследование пользовательского поведения. Доказано, что *Weibo*, как открытая сеть со «слабыми связями», обеспечивает молниеносное вирусное распространение фейков через массовые репосты и хэштеги. В то же время *WeChat* распространяет дезинформацию через «сильные» доверительные связи внутри закрытых групп и личных чатов, делая новости более скрытыми и труднопроверяемыми. Инструменты борьбы с фейками, используемые медиаплатформами, представлены публичными аккаунтами опровержения, алгоритмическим регулированием, внедрением искусственного интеллекта и блокчейна, что имеет разную степень эффективности в зависимости от типа сети. Интерпретация результатов подчеркивает необходимость междисциплинарного сотрудничества и расширения глобальных сравнительных исследований. Для повышения устойчивости общества к фейкам требуются комплексные стратегии управления информационной средой, развитие цифровой гуманитаристики, повышение прозрачности алгоритмов модерации и создание международных механизмов оперативного опровержения дезинформации.

Ключевые слова. Фейковые новости, *Weibo*, *WeChat*, социальные сети, управление СМИ, Китай.

Информация о статье. Дата поступления 28 апреля 2025 г.; дата поступления после доработки 27 июня 2025 г.; дата принятия к печати 30 июня 2025 г.; дата онлайн-размещения 17 сентября 2025 г.

Для цитирования. Музыкант В.Л. Опыт противостояние фейкам на китайских социальных платформах: коммуникационные особенности Weibo и Wechat / В.Л. Музыкант, Янь Яогуан. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(3).524-541. — EDN HMCLKP // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 3. — С. 524–541.

Original article

Experience of Countering Fake News on Chinese Social Platforms: Communication Features of Weibo and WeChat

V.L. Muzykant , Yan Yaoguang Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba,
Moscow, Russian Federation

Corresponding author: V.L. Muzykant, muzykant-vl@rudn.ru

Abstract. The article examines the features of fake news dissemination on Chinese social platforms *Weibo* and *WeChat*. The scientific problem is to identify the differences in the mechanisms of viral and hidden spread of disinformation, and the goal of the study is to conduct a comparative analysis of the applied disinformation mechanisms and evaluate preventive measures to combat fakes. The object of the study was 2,000 public posts with examples of fake news from *Weibo* and *WeChat*. The methods of qualitative content analysis and comparative analysis were applied: systematic observation of the methods of fake news dissemination, analysis of the structure of social ties ("weak" and "strong" connections) of target audiences and user behavior research. It has been proven that *Weibo*, as an open network with "weak connections", ensures lightning-fast viral dissemination of fakes through mass reposts and hashtags. At the same time, *WeChat* spreads disinformation through "strong" trust connections within closed groups and personal chats, making news more hidden and difficult to verify. The tools used by media platforms to combat fakes include public refutation accounts, algorithmic regulation, the introduction of AI and blockchain, which have varying degrees of effectiveness depending on the type of network. The interpretation of the results highlights the need for interdisciplinary cooperation and the expansion of global comparative research. Increasing society's resilience to fakes requires comprehensive strategies for managing the information environment, developing digital humanities, increasing the transparency of moderation algorithms, and creating international mechanisms for promptly refuting disinformation.

Keywords. Fake news, *Weibo*, *WeChat*, social media, media governance, China.

Article info. Received April 28, 2025; revised June 27, 2025; accepted June 30, 2025; available online September 17, 2025.

For Citation. Muzykant V.L., Yan Yaoguang. Experience of Countering Fake News on Chinese Social Platforms: Communication Features of Weibo and WeChat. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 3, pp. 524–541. (In Russian). EDN: HMCLKP. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(3).524-541.

Введение

Фейковые новости имеют длительную историю. Однако популярность этот термин приобрел в последние годы. Появление этого явления тесно связано с современным технологическим прогрессом и реакцией людей на информа-

цию в Web 2.0 [1]. Стремительное развитие социальных медиа предоставило обществу платформу для общения и высокую степень взаимосвязанности, где каждый может выражать свои замечания и мнения, читать и делиться различной информацией на социальных платфор-

мах. Такие характеристики социальных медиа, как практичность и удобство, открытость и всеохватность, а также невидимость личной информации, привлекают все больше и больше пользователей и становятся неотъемлемой частью повседневной жизни людей. «Однако сокрытие информации является обоюдоострым оружием, так как социальные медиаплатформы поощряют пользователей выражать себя аутентично, но в то же время порождают множество недовосточной информации» [2]. Структура информационного беспорядка фокусируется на элементах информационной экосистемы, включая информационного агента (или создателя), сообщение и интерпретатора, поэтому правовые нормы могут быть нацелены на все эти аспекты, с целью повышения медиаграмотности интерпретаторов и модерации контента через сообщения и агентов. Поскольку

социальные медиаплатформы имеют большую базу пользователей, а реальная личность пользователя неизвестна (табл. 1), то трудно осуществимый эффективный контроль приводит к быстрому распространению фейковых новостей в социальной сети [3].

Быстрое распространение фальшивых новостей может исказить общественные ценности и привести к социальным беспорядкам. В Китае *Weibo* и *WeChat*, как две основные платформы социальных сетей, имеют уникальную структуру коммуникации, которая существенно влияет на распространение фальшивых новостей.

Метод исследования

Объектом данного исследования являются медиаплатформы *Weibo* и *WeChat*. Проведено качественное исследование, определены типы фейко-

Таблица 1 / Table 1

Как может быть повреждена целостность информации по Бергеру

How Berger’s Information Integrity Can Be Corrupted

	Актеры: правительства, отделы спецопераций, политические партии, предприниматели, PR-фирмы, люди, медиа / Actors: Governments, Special Operations, Political Parties, Entrepreneurs, PR Firms, People, Media	Реализация возможностей программного обеспечения / Implementing Software Capabilities
Создание содержания: истории, комментарии, «лайки», видео, мемы / Content Creation: Stories, Comments, Likes, Videos, Memes	Часто со скрытым, украденным, ложным ID	Интерактивные интерфейсы
Распространение контента: «поделиться» и «дать ссылку» / Content Distribution: Share and Link	Использование ботов	Боты
«Редактура» контента: изменять / исправлять, модерировать и курировать / Content “Editing”: Modify / Correct, Moderate, and Curate	Хакинг и гейминг	Алгоритмы

Источник: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf.

вых новостей, с применением контент-, и сравнительного анализа углубленно изучены механизмы распространения фейковых новостей на этих популярных платформах.

Посредством систематического наблюдения за поведением пользователей и анализа каналов распространения ложной информации изучены меры, принимаемые платформами для противостояния фейкам. В ходе исследования 2 000 информационных сообщений выявлены принципиальные различия и сходства в распространении фейковых новостей на *Weibo* и *WeChat*.

Данные для исследования получены из открытых постов на *Weibo* и *WeChat*, при этом основное внимание уделено случаям фейковых новостей, связанных с актуальными социальными событиями, особенно с распространением ложной информации о политико-экономических событиях в Китае и мире. В ходе исследования акцент сделан на анализ фейковых сообщений, широко распространяемых в контексте таких значимых событий, как отношения между Китаем и Россией.

Таким образом, данное исследование представляет всестороннюю оценку роли медиаплатформ *Weibo* и *WeChat* в процессе распространения фейковых новостей и предлагает целевые рекомендации по противостоянию фейкам.

Результаты и обсуждение

Определение и типы фейковых новостей

В большинстве своем исследователи рассматривают лживую информацию как феномен дезинформации, имеющей намеренный характер, изучают методы его выявления и определения. Однако такой общий подход является узким по своей сути и не позволяет адекватно отразить всю природу фейковых новостей и механизмы их распространения, а также не способствует выработке эффективных

форм и методов устранения их влияния на общественно-политические процессы [4]. Лживые новости обычно определяются как контент с недостоверной и ложной информацией, целью которого является влияние на общественное мнение или получение экономической выгоды.

Guo & Zhang отметили, что в Китае распространение фальшивых новостей обычно существует в виде слухов и подвержено влиянию алгоритмов информационных потоков, что приводит к широкому распространению определенных слухов на платформе [5]. Существуют различные типы фейковых новостей (рис. 1), включая политические слухи, экономические аферы, дезинформацию о кризисе и т.д. Различные типы фейков демонстрируют уникальные коммуникационные характеристики в разных контекстах и на разных платформах.

В литературе, посвященной теме фейков [6], под понятие лживых новостей попадают как новостные ошибки, так и намеренно распространяемые целыми организациями фейки с целью нанести финансовый, политический или экономический вред. С быстрым развитием социальных сетей и диверсификацией коммуникационных моделей новости перестали ограничиваться традиционной бумажной формой, где адресанты-журналисты, теперь каждый адресат — создатель новостей. Поэтому определение термина «фейковые новости» касается всей информационной экосистемы. Кроме того, с развитием *self-media* определение того, является ли новость фальшивой или нет, не может зависеть только от организации-адресанта, а основывается на подлинности контента, фокусируясь в основном на интернет-контексте. В данной работе под фейковыми новостями понимается любая информация, речь или текст, не соответствующие фактическому содержанию, куда могут быть отнесены вводящие в за-



**Рис. 1. Представление о фейковых новостях:
Клэр Уордл (2017) классифицирует семь типов дезинформации**

Fig. 1. Understanding Fake News: Claire Wardle (2017) Classifies Seven Types of Disinformation

Источник: Information Disorder: An interdisciplinary framework. <https://firstdraftnews.org/articles/coe-report/>.

блуждение новости, ложный контент, дезинформация, *Clickbait* и слухи.

Существующие исследования часто связывают фейковые новости с такими концепциями, как обманчивые новости (*Deceptive News*) [7–9], ложные новости (*False News*) [10], сатирические новости (*Satire News*) [11; 12], дезинформация (*Disinformation*) [13], вводящая в заблуждение информация (*Misinformation*) [14], избирательное восприятие (*Cherry-picking*) [15], кликбейт (*Clickbait*) [16] и слухи (*Rumor*) [17]. Среди них намеренно вводящие в заблуждение новости или фейки — это доказуемо ложные новости; лживые новости — это новости, распространяемые через СМИ, которые содержат некоторые недостоверные сведения (рис. 2). Сатира и пародия обычно являются гиперболизацией и неким преувеличением сообщений о текущих событиях, их содержание часто включает ложные элементы, выраженные

в преувеличенной, приукрашенной форме. Если, как отмечалось, дезинформация — это намеренно или случайно искаженные сообщения, либо полностью вымышленные, с целью обмана и введения общественности в заблуждение, то кликбейт обычно представляет собой сенсационные заголовки, использующие шокирующие выражения, чтобы привлечь внимание пользователей и заставить их перейти на веб-страницу, с целью получения дохода от рекламы на основе количества кликов. Таким образом, целью ставится получение прибыли за счет активности пользователей. Слухи, как разновидность фейковых новостей, также содержат ярко выраженные личные эмоциональные элементы, и когда слухи доказываются ложными, они превращаются в фейковые новости [18].

В соответствии с приведенными выше определениями терминов и концепций можно провести анализ по трем



Рис. 2. Семь категорий «информационного беспорядка»

Fig. 2. Seven Categories of “Information Disorder”

Источник: адаптировано автором с сайта First Draft News. URL: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>.

критериям: подлинность информации, намерение нанести ущерб и степень вреда от ложного сообщения. Подлинность означает наличие или отсутствие недостоверных утверждений; намерение отражает цель распространения или передачи фейковых новостей, например,

введение в заблуждение, развлечение общественности или получение прибыли; степень вреда указывает на уровень негативного воздействия на общественность или индивида. В табл. 2 приведено обобщение данных концепций с указанием степени возможного вреда.

Таблица 2 / Table 2

Термины и концепции, связанные с фейковыми новостями

Terms and Concepts Related to Fake News

Термин/концепция / Term/Concept	Подлинность / Authenticity	Намерение / Intent	Степень вреда / Degree of Harm
Вводящие в заблуждение новости / Misleading News	Недостоверные	Ввести общественность в заблуждение	Намеренно составлены, большое влияние
Ложные новости / False News	Недостоверные	Распространение чьих-то ошибок	Имеют определенное влияние
Сатира и пародия / Satire and Parody	Неоднозначно	Развлечение общественности	Низкая степень влияния
Дезинформация / Misinformation	Недостоверная	Ввести общественность в заблуждение	Злонамеренное распространение, влияние на общество и массы

Окончание табл. 2 / The End of the Table 2

Термин/концепция / Term/Concept	Подлинность / Authenticity	Намерение / Intent	Степень вреда / Degree of Harm
Избирательное восприя- тие / Selective Perception	Обычно достоверно	Ввести обществен- ность в заблужде- ние	Селективное вос- приятие пользова- телем, индивиду- альное влияние
Кликбейт / Clickbait	Обычно недосто- верно	Клики для получе- ния прибыли	Сенсационные за- головки, умерен- ное влияние
Ложные слухи / False Rumors	Недостоверные	Привлечение внимания пользо- вателей, введение в заблуждение	Большое влияние, влияет на психиче- ское и физическое здоровье масс

Источник: составлено авторами на основе материалов [7–17].

**Механизмы распространения
фейковых новостей
на платформах Weibo и WeChat**

*2.1 Структура распространения
в Weibo:*

Согласно годовому отчету *Weibo*, в декабре 2023 г. месячная аудитория его активных пользователей составила 598 млн чел., что на 11 млн больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Среднесуточная аудитория активных пользователей составила 257 млн чел., что на пять млн больше по сравнению с предыдущим годом¹. Такой огромный объем пользователей свидетельствует об эффективности распространения мобильного интернета в эпоху новых медиа в Китае, но одновременно с этим скрывает целый ряд проблем. Слухи на *Weibo*, являясь частью интернет-слухов, постепенно проникают в общественную сферу благода-

ря ложному контенту, и их связь с общественными событиями становится все более тесной. Это не только усугубляет панику и вызывает когнитивные искажения у пользователей, но также может спровоцировать кризис общественного мнения, усиливая социальное противостояние и конфликты.

Weibo представляет собой социальную сеть, основанную на контентных связях, структура распространения которой описывается как «личный центр» + «контентная ассоциация» (см. рис. 3). «Личный центр» в данном контексте означает модель распространения и социальную сеть, построенную вокруг личного аккаунта пользователя. Это подчеркивает роль индивидуального пользователя как центрального узла, через который происходит создание, обмен и обсуждение контента. Аккаунт пользователя становится отправной точкой, с которой информация распространяется на подписчиков, а затем через взаимодействия (лайки, репосты, комментарии) передается более широкой аудитории. Данная структура играет ключевую роль в распространении фейковых новостей. В *Weibo* фейковые новости благодаря привлекательному содержанию быстро привлекают внима-

¹ 微博. 2023年四季度及全年财报发布 // 每日经济新闻. 2023. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1793496260744097410&wfr=spider&for=pc> [Weibo публикует финансовый отчет за четвертый квартал и весь 2023 год с общим годовым доходом в 12,515 млрд юаней // Ежедневные экономические новости].

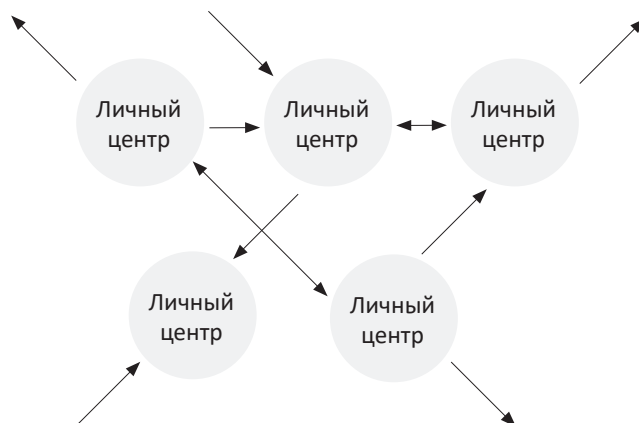


Рис. 3. Контентные связи в Weibo: «личный центр + контентная ассоциация»

Fig. 3. Content Relationships in Weibo: “Personal Center + Content Association”

Составлен авторами.

ние пользователей, и каждый «личный центр» (аккаунт в *Weibo*) может стать узлом распространения. В силу особенностей распространения в *Weibo*, фейковые новости не зависят от тесных социальных связей, а распространяются через «слабые связи», формируя сеть распространения, основанную на контенте.

Контентные связи в *Weibo* могут быть как двусторонними, так и односторонними. Структура распространения в *Weibo* указывает на то, что качество социальной сети напрямую определяет охват информации, распространяемой пользователем, а также объем информации, которую пользователи получают. Каждая связь представляет собой канал распространения, и чем больше таких связей, тем шире, теоретически, канал распространения информации. Открытая структура связи способствует широкому распространению фейковых новостей. Несмотря на то, что теоретически начальные условия для каждого «личного центра» одинаковы, пользователи с высоким социальным статусом или влиянием могут быстро стать ядром распространения информации. Таким образом, фейковые новости, получившие поддержку от популярных пользователей или лидеров мнений,

приобретают значительно больший охват. Обычные пользователи имеют ограниченные возможности для распространения, поскольку их связи часто основаны на существующих социальных отношениях, однако в определенных условиях они также могут способствовать широкому распространению фейковых новостей через лидеров мнений.

Таким образом, структура «личный центр + контентная ассоциация» в *Weibo* создает благоприятные условия для распространения фейковых новостей. Распространение через слабые связи, основанное на контенте, открытая структура социальной сети и поддержка лидеров мнений усиливают охват и влияние фейковых новостей на платформе *Weibo*.

Кроме того, хотя связи между пользователями *Weibo* не ограничиваются контентом, основой их отношений все же остается контент, особенно тот, который привлекает внимание и вызывает эмоции. Поэтому фейковые новости способны вызывать массовые репосты и комментарии благодаря темам с высоким потенциалом распространения. Даже если пользователи не делятся фейковыми новостями или не комментируют

их, многие продолжают получать психологическое удовлетворение от просмотра и отслеживания такого контента, что способствует дальнейшему распространению фейковых новостей по цепочке контента.

2.2 Структура распространения в WeChat:

По данным исследования, проведенного в 2024 г. компанией *We are Social*, *WeChat* остается ведущей социальной платформой в Китае, насчитывая 1,34 млрд ежемесячных активных пользователей по всему миру. Это делает ее одной из самых популярных социальных сетей как на национальном, так и на международном уровне. Более 87,3 % китайских интернет-пользователей в возрасте от 16 до 64 лет регулярно используют *WeChat*, что укрепляет ее позицию как самой востребованной платформы в стране. В то же время, *Sina Weibo* демонстрирует стабильный рост, достигая 605 млн ежемесячных активных пользователей, что составляет 46,8 % от числа интернет-пользователей в том же возрасте. Несмотря на меньшую аудиторию по сравнению с *WeChat*, *Weibo* остается важной площадкой для обмена новостями и общественных дискуссий, показывая рост на 3,6 % за последний год².

WeChat, являющийся относительно закрытой и частной социальной платформой, в распространении информации опирается на сильные реляционные сети и реальные социальные отношения. По сравнению с *Weibo*, которая является платформой со слабыми отношениями, где контент является связующим звеном, распространение контента в *WeChat* в большей степени опирается на сильные сети отношений между людьми, особенно через структурированный механизм распространения информации в кругу друзей и групповых чатах *WeChat*.

Такая опора на реальные социальные отношения делает распространение информации на платформе *WeChat* в высшей степени доверительным и приватным, поскольку зачастую принятие и распространение контента пользователями основано на доверии к отправителю, сопровождаемом высокой степенью эмоциональной привязанности. В связи с этим коммуникация, ориентированная на сеть знакомств, делает распространение фальшивых новостей в *WeChat* более коварным и убедительным, облегчая быстрое распространение ложной информации через *WeChat*.

Согласно докладу *China New Media Development Report No. 11* [19], опубликованному в 2020 г., было проведено ранжирование доверия нетизенс к различным СМИ, и выяснилось, что доверие опрошенных нетизенс к группам *WeChat* достигает 75 %, значительно превышая доверие к таким социальным платформам, как *Weibo* и *Douyin* (рис. 4). Для борьбы с распространением слухов платформа *WeChat* создала специальные публичные номера для разоблачения слухов (например, *WeChat Security Center*, *Rumour Filter*, *All People Compare-Tencent News* и т.д.), а также соответствующие апплеты (например, *WeChat Rumour Dispelling Assistant*, *Tencent Comparison and Dispelling Rumours* и т.д.), которые вместе составляют матрицу разгона слухов, позволяющую справиться с распространением фальшивых новостей.

Сравнив различные механизмы распространения на платформах *WeChat* и *Weibo*, мы обнаружили, что фейковые новости на *Weibo* и *WeChat* имеют явные отличительные особенности. Мы провели обобщение по таким аспектам, как характер новостей, способы распространения и эффекты распространения. В табл. 3 представлены различия в распространении фейковых новостей на *Weibo* и *WeChat*.

² We Are Social. Digital 2024 China // We Are Social. 2024. URL: <https://wearesocial.com/cn/blog/2024/01/digital-2024>.

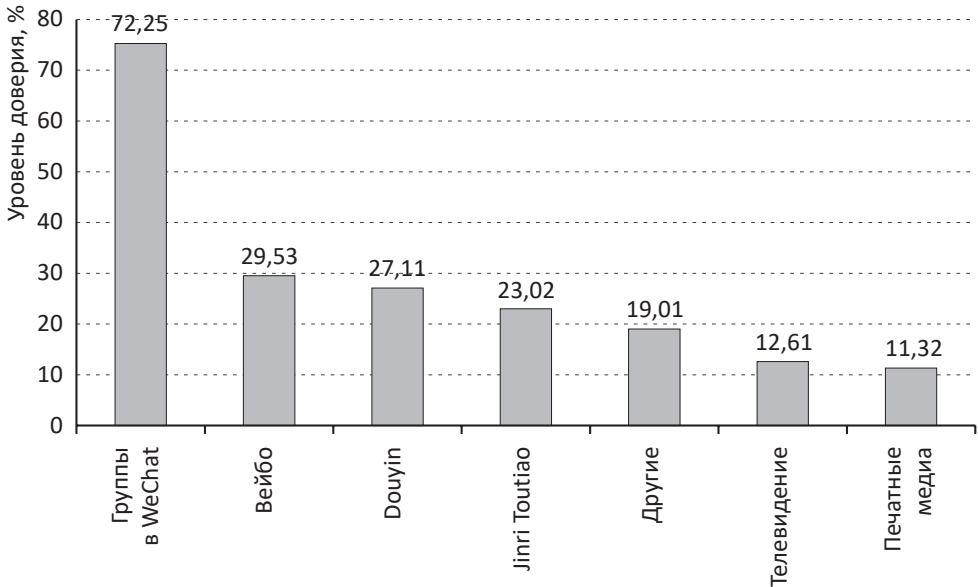


Рис. 4. Уровень доверия интернет-пользователей к различным медиа
Fig. 4. Internet Users’ Level of Trust in Various Media

Составлен авторами по данным: «Синяя книга новых медиа: доклад о развитии новых медиа в Китае № 11» [21]. URL: https://www.pishu.com.cn/skwx_ps/bookDetail?SiteID=14&ID=11637615.

Таблица 3 / Table 3

Сравнение фейковых новостей в Weibo и WeChat*
Comparison of Fake News on Weibo and WeChat

Область сравнения / Comparison Area	Фейковые новости в Weibo / Fake News on Weibo	Фейковые новости в WeChat / Fake News on WeChat
Характер новостей / Nature of News	Связаны с общественными темами, включают публичные обсуждения	Связаны с личными темами, касаются личной жизни
Способ распространения / Method of Spread	Распространяются через слабые социальные связи, зависят от обсуждений и репостов	Распространяются через реальные социальные связи, имеют ограниченный охват, характеризуются групповым распространением
Эффект распространения / Pread Effect	Легко идентифицируются, платформа открыта и обладает зрелым механизмом распознавания	Высокая степень обмана, зависят от реальных социальных связей, выраженный эффект дезинформации

Составлена авторами.

Типы фейковых новостей разнообразны и включают в себя политические слухи, разновидности экономического мошенничества и дезинформацию в ситуации кризиса. Разные типы фейков демонстрируют уникальные особенности распространения в зависимости от платформы и контекста. Мы выбрали несколько примеров фейковых новостей о российско-китайских отношениях на китайских социальных платформах за последние годы, чтобы проанализировать их и выявить особенности распространения подобных фейков на *WeChat* и *Weibo*.

2.3 Анализ случаев: распространение и опровержение фейков о пошлинах на китайские товары

На платформе *WeChat* широко распространилась фейковая новость о том, что «Россия планирует ввести пошлину до 55,65 % на отдельные китайские товары». Эта дезинформация получила значительный отклик в обществе и активно обсуждалась. Слух опирался на текущую международную ситуацию, гиперболизируя детали, и использовал броские заголовки для манипуляции общественным мнением. Некоторые источники представили это как «предательство» или «удар в спину», привязывая к проблеме вопросы национальной принадлежности. Даже более нейтральные источники включали в заголовок слово «отдельные», чтобы подчеркнуть направленность данного решения на китайского производителя.

19 декабря 2024 г. *WeChat*-аккаунт «Глобальная юридическая служба» опубликовал статью с заголовком «Россия повсеместно повышает пошлину на китайские товары до 55,65 %»³, что усилило социальную напряженность относительно торговых отношений между Китаем и Россией. Эта дезинформация усилила тревожность бизнеса и в некоторой степени повлияла на общественное мнение

о китайско-российском экономическом сотрудничестве. Фейк широко распространялся через группы друзей в *WeChat* и в личных беседах, а высокая степень доверия пользователей к информации, исходящей от знакомых, способствовала еще большему распространению и искажению фактов. Параллельно фейк распространялся и на платформе *Weibo*, где через популярные темы и теги, такие как «экономическая борьба», он быстро привлек внимание, получив широкое распространение среди блогеров и СМИ в финансовой сфере.

На самом деле эта информация возникла в результате переклассификации российской таможней отдельных видов мебельной фурнитуры (например, направляющих и рельсов), что привело к увеличению ставки пошлины с 0 % до 55,65 %. Однако эта корректировка касалась только порта Владивостока, крайне ограниченного круга товаров и не распространялась на другие категории товаров, экспортируемых из Китая в Россию. По данным *Forbes.com*, тарифная политика российской таможни в отношении китайской мебельной фурнитуры была скорректирована, в основном это касается направляющих и рельсов в мебельной фурнитуре, которые были переклассифицированы как «подшипники», что привело к увеличению тарифов с 0 до 55,65 %⁴. Данное изменение не означает, что Россия вводит тарифы на всю китайскую продукцию или на широкий спектр товаров, а скорее означает, что классификация и тарифные ставки были скорректированы для конкретных товаров.

Фейк о передаче Россией китайских территорий

В последние годы слухи о том, что «Россия вернула Китаю территории», часто распространяются в приграничных

³ URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/MBRLDJJEtdi6qvFOLFdn9Q>.

⁴ URL: <https://www.forbes.ru/biznes/525916-biznes-predupredil-o-podorozanii-mebeli-na-15-iz-za-rosta-poslin-na-furnituru-iz-knr>.

районах между Китаем и Россией. Эти слухи затрагивают такие исторически чувствительные регионы, как Владивосток, Сахалин и остров Большой Уссурийский (Хэйсяцзы). Фейки опираются на смутные воспоминания о прошлом и используют эмоциональную составляющую для манипуляции фактами и формирования ложного восприятия.

19 мая 2023 г. *WeChat*-аккаунт «观察网» (интернет-портал *Observer*) опубликовал статью с заголовком «Спустя 163 года Китай снова “получил Владивосток”?»⁵ в формате вопроса, что ввело в заблуждение некоторых пользователей. Они ошибочно полагали, что Россия вернула Владивосток Китаю. На самом деле Россия открыла порт Владивосток для китайских товаров исключительно в рамках экономического сотрудничества и транзита, что никак не связано с передачей территорий.

В основе распространения фейковых новостей, как оказалось, лежит опубликованный 9 мая 2023 г. на официальном сайте Главного таможенного управления КНР бюллетень № 44 «Объявление о дальнейшем расширении сферы трансграничных перевозок товаров внутренней торговли в провинции Цилинь», в котором говорится об открытии Россией порта Владивосток для Китая в качестве перевалочного торгового порта, а не о том, что, утверждали социальные медиа-платформы⁶.

Эти и подобные фейковые новости в основном распространяются через аккаунты, периодически поднимающие горячие темы на *Weibo*, которые быстро распространяются через слабую сеть отношений платформы *Weibo*, привлекая большое количество пользователей к обсуждению и даже формируя эффект вирусного распространения. На платформе

WeChat соответствующие фейковые новости распространяются в основном через группы *WeChat* и дружеское окружение, а доверительные отношения между знакомыми делают информацию более легко распространяемой, особенно когда речь идет о национальных чувствах и исторических вопросах, слухи, скорее всего, будут бродить в кругу друзей, а сфера распространения будет шире.

Фейк о передаче Китаю Сибири и Дальнего Востока

В сентябре 2024 г. на платформе *Weibo* появился видеоролик, опубликованный аккаунтом *Observer*⁷, утверждающий, что «Китай возьмет под контроль Сибирь и Дальний Восток». Аналогичный фейк появился и на *WeChat*.

Китайский посол в России Чжан Ханьхуэй в интервью для российских СМИ опроверг этот слух, заявив: «Этот слух — абсурдная выдумка, намеренно созданная недоброжелателями. Российско-китайские отношения прошли проверку временем и в настоящее время находятся на самом высоком уровне в истории. Политическое доверие между странами продолжает углубляться, а экономическое сотрудничество дает ощутимые результаты»⁸.

Фейковые новости о российско-китайских отношениях, рассмотренные выше, касаются экономики, политики и территориальных вопросов между двумя странами. Анализ этих фейков показывает, что социальные медиаплатформы способствуют их быстрому распространению. Как видим, на платформе *WeChat* фейковые новости распространяются через «сильные связи» — доверительные отношения между пользователями, что делает процесс опровержения сложнее

⁵ URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/nPh1ulX-7bKzfeQJQYdcLww>.

⁶ URL: <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/2480148/5008565/index.html>.

⁷ URL: <https://weibo.com/1887344341/5077764074375335>.

⁸ URL: <https://mirnov.ru/welcome-china/pis-mennoe-intervyu-chrezvychainogo-i-polnomoch-nogo-posla-kr-rf-chzhan-hanhuyeja.html>.

из-за закрытого характера платформы. На *Weibo*, напротив, фейки распространяются через «слабые связи» и популярные темы, быстро охватывая широкую аудиторию благодаря открытости платформы, однако они легче поддаются опровержению.

В процессе анализа также выяснилось, что фейковые новости, особенно затрагивающие чувствительные темы, такие как национальные чувства, международные отношения и исторические вопросы, имеют тенденцию к быстрому распространению, активизируя эмоциональную реакцию пользователей. Это особенно заметно в вопросах, касающихся российско-китайских отношений.

Для противодействия распространению фейковых новостей крайне важно сотрудничество платформ, пользователей и правительства. В будущем можно рассмотреть возможность создания совместного российско-китайского механизма опровержения фейков, который позволит охватить большую аудиторию и снизить вероятность дальнейшего распространения ложной информации.

Влияние поведения пользователей и социальных отношений на распространение фейковых новостей

Поведение пользователей и социальные отношения играют важную роль в распространении фальшивых новостей. *Weibo*, как платформа микроблогов, подобная запрещенному в РФ *Twitter*, имеют открытую структуру и частое взаимодействие пользователей. Ряд исследователей отмечают, что пользователи микроблогов с большей вероятностью будут делиться неподтвержденными новостями из социального одобрения и эмоционального побуждения, особенно в специфических контекстах (например, кризисные события или срочные новости) [20]. Кроме того, структура отношений и поведение взаимодействия в социальных

сетях также влияют на распространение дезинформации: *Wang & Qian* исследовали эффект эхо-камеры в микроблогах и обнаружив, что, когда взаимодействие пользователей ограничивается теми, кто разделяет то же мнение, информация принимается или отвергается быстрее, что еще больше усугубляет распространение новостей [21]. Кроме того, открытость микроблогов и их большая пользовательская база делают распространение фейков особенно быстрым на ранних стадиях распространения.

По сравнению с *Weibo*, *WeChat*, как социальное приложение, основанное на сильных связях между пользователями, полагается эту главную характеристику, используемую для распространения фейковых новостей, задействуя цепочку доверия между знакомыми. Поскольку отправители часто являются друзьями, родственниками или коллегами, получатели склонны верить в подлинность информации, что приводит к быстрому распространению фейковых новостей в ленте *WeChat*. Поскольку *WeChat* представляет собой достаточно приватную социальную платформу, содержание, публикуемое в ленте, обладает свойством «избирательного представления». Пользователи могут сами выбирать, делиться ли информацией, и она обычно упакована в формате текста и изображений, который вызывает высокое доверие, чтобы усилить убедительность.

Многие пользователи пересылают информацию, которой поделились друзья и родственники, из-за эмоциональной идентификации или нежелания подвергать сомнению опасения друг друга, поэтому такой способ распространения через прочные социальные связи, эмоциональную идентификацию и закрытые сети позволяет фальшивым новостям быстро распространяться в кругу друзей *WeChat*, что затрудняет своевременное выявление и пресечение дальнейшего распространения фальшивых новостей.

Меры по противодействию фейковым новостям на платформах социальных сетей

Для создания здоровой среды распространения информации в интернете социальные медиаплатформы должны нести определенную социальную ответственность. Во-первых, платформы могут начать с контроля источников информации, т.е. проверять информацию с самого начала, чтобы обеспечить ее достоверность, а также совершенствовать механизм проверки контента и систему публикации информации. Одновременно необходимо усилить меры контроля, установить строгие стандарты, чтобы гарантировать законность, соответствие нормам и достоверность публикуемого контента. В отношении распространителей ложной информации платформы могут после проверки рассмотреть возможность удаления их контента, а в случае серьезных нарушений — применять такие меры, как временный запрет на публикации или блокировка аккаунта.

Чтобы лучше контролировать распространение фейковых новостей в сети, платформы также могут внедрить систему жалоб пользователей, используя усилия общественности для поддержания интернет-среды. В процессе рассмотрения жалоб платформа должна специально помечать контент, чтобы предупредить пользователей о необходимости обращать внимание на достоверность информации.

Внедрение технологии блокчейн для улучшения отслеживания информации благодаря его децентрализованной природе, означает, что нет единого органа, контролирующего всю систему, что, собственно, и помогает создать более справедливую и прозрачную сетевую среду. Технология «розданной» книги позволяет всем участникам получить доступ к одной и той же копии данных, что повышает прозрачность данных и облегчает выявление любых попыток манипули-

рования информацией [22]. Например, ее неизменность обеспечивает последовательность и точность информации, что помогает предотвратить введение в заблуждение общественности издателями ложной информации путем фальсификации данных, что позволяет сделать новости и комментарии более правдивыми и достоверными. Технология блокчейн также может эффективно проверять личности участников и снижать уровень анонимности, что позволяет эффективно пресекать нечестное поведение, бороться с анонимной деятельностью киберсквоттеров, отслеживать неточную и конфиденциальную информацию и создавать надежную сеть доверия.

Наконец, платформы должны в полной мере использовать преимущества интернета, чтобы своевременно распространять опровержения, лучше всего еще до того, как слухи успеют широко распространиться, чтобы общественность как можно раньше получала доступ к информации, опровергающей ложные утверждения. Чем быстрее публика получает доступ к опровержению, тем лучше оно закрепляется в сознании людей, что способствует дальнейшей борьбе с ложной информацией [23]. Кроме того, доверие пользователей социальных сетей к верифицированным аккаунтам свидетельствует о доверии пользователей к платформе. Чтобы поддерживать это доверие, социальные медиаплатформы должны усилить механизм верификации и повысить стандарты, чтобы обеспечить достоверность аккаунтов и их контента. Платформы также могут своевременно добавлять функции уведомлений, чтобы активным образом информировать пользователей о текущих горячих событиях и опровержениях, что поможет углубить понимание истины и повысить значимость фактической информации для пользователей. Что касается нас самих, то нам следует постоянно повышать свою медиаграмотность, особенно

развивать способность различать информацию, рационально анализировать различные сведения в интернете и не относиться легкомысленно к распространению непроверенных новостей.

Заключение

Фейковые новости являются нарушением принципа достоверности новостей, а социальные сети повышают риск их распространения, что представляет собой серьезную проблему для общества, особенно в условиях быстрого развития глобальных информационных технологий, когда негативное влияние фейковых новостей становится все более значительным. Отметим постоянное движение от среды, в которой аудитория ранее находила новости, обращаясь непосредственно к различным вещательным и печатным каналам, веб-сайтам и информационным бюллетеням, к современным мобильным приложениям и оповещениям, как части экосистемы, характеризующейся «распределенным обнаружением». В ней прямой доступ по-прежнему важен, но он все больше дополняется тем, что люди на-

ходят новости через поисковые системы, социальные сети, агрегаторы.

Если *Weibo* опирается на слабую сеть отношений, основанных на контенте, что ускоряет распространение ложной информации, то *WeChat* обеспечивает более высокую степень доверия к фейковым новостям. Анализ показал, что в будущем социальные медиаплатформы должны продолжать оптимизировать свои механизмы по предотвращению распространения фейков, укрепляя аудит и отслеживаемость информации за счет использования искусственного интеллекта, блокчейна и других новых технологий. Кроме того, образовательные организации и политические структуры должны способствовать популяризации медиаграмотности среди всего населения для повышения разборчивости и осведомленности нетизенс в вопросах поиска и отбора информации. Только совместными усилиями двух сторон можно эффективно противостоять угрозе фейковых новостей, создав более прозрачную, надежную и здоровую экосистему социальной информации для устойчивого развития общества.

Список использованной литературы

1. Fake News on Covid-19 in Indonesia / M.A. Muqith, V. Muzykant, R.R. Pratomo, V. Barabash // *Pandemic Communication and Resilience* / ed. D.M. Berube. — Cham, 2021. — P. 363–378.
2. 党留新. 社交网络中的假新闻检测系统 [D]. — 成都, 2021. [Дан Лю Синь. Система обнаружения фейковых новостей в социальных сетях : [дис.]. — Чэнду, 2021].
3. Muzykant V.L. Shifting Narratives: Russia's Image in South Asian Media in 2022–2024 (by the Example of the Mass Media in People's Republic of Bangladesh) / V.L. Muzykant, B. Hossai. — DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(4).710-722. — EDN SXKLIF // *Theoretical and Practical Issues of Journalism*. — 2024. — Vol. 13, No. 4. — P. 710–722.
4. Манойло А.В. Зарубежные научные подходы к исследованию «фейковых новостей» в мировой политике / А.В. Манойло, А.Э. Попадюк. — DOI 10.31249/rsm/2020.02.17. — EDN RAOXWI // *Россия и современный мир*. — 2020. — № 2 (107). — С. 285–300.
5. Guo L. Information Flow Within and Across Online Media Platforms: An Agenda-Setting Analysis of Rumor Diffusion on News Websites, Weibo, and WeChat in China / L. Guo, Y. Zhang. — DOI 10.1080/1461670x.2020.1827012. — EDN VIZEPZ // *Journalism Studies*. — 2020. — Vol. 21, no. 15. — P. 2176–2195.
6. Zhou X.Y. A Survey of Fake News: Fundamental Theories, Detection Methods, and Opportunities / X.Y. Zhou, R. Zafarani // *ACM Computing Surveys*. — 2020. — Vol. 53, no. 5. — P. 1–40.
7. Allcott H. Social Media and Fake News in the 2016 Election / H. Allcott, M. Gentzkow // *Journal of Economic Perspectives*. — 2017. — Vol. 31, no. 2. — P. 211–236.
8. The Science of Fake News / D.M.J. Lazer, M.A. Baum, Y. Benkler [et al] // *Science*. — 2018. — Vol. 359, no. 6380. — P. 1094–1096.

9. Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective / K. Shu, A. Sliva, S. Wang [et al.] // ACM SIGKDD Explorations Newsletter. — 2017. — Vol. 19, no. 1. — P. 22–36.
10. Vosoughi S. The Spread of True and False News Online / S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral // Science. — 2018. — Vol. 359, no. 6380. — P. 1146–1151.
11. Chen Y. Misleading Online Content: Recognizing Clickbait as “False News” / Y. Chen, N.J. Conroy, V.L. Rubin // Proceedings of the 2015 ACM Workshop on Multimodal Deception Detection. — New York, 2015. — P. 15–19.
12. Tandoc J.E. Defining “Fake News”: A Typology of Scholarly Definitions / J.E. Tandoc, Z.W. Lim, R. Ling // Digital Journalism. — 2018. — Vol. 6, no. 2. — P. 137–153.
13. Kshetri N. The Economics of “Fake News” / N. Kshetri, J. Voas // IT Professional. — 2017. — Vol. 19, no. 6. — P. 8–12.
14. Guess A., Lyons B. Misinformation, Disinformation, and Online Propaganda / A. Guess, B. Lyons // Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform / ed. N. Persily, J. Tucker. — Cambridge, 2020. — P. 10–33.
15. On Detecting Cherrypicked Trendlines / A. Asudeh, H.V. Jagadish, Y. Wu, C. Yu // Proceedings of the VLDB Endowment. — 2020. — Vol. 13, no. 6. — P. 939–952.
16. Chen Y. Deception Detection for News: Three Types of Fakes / Y. Chen, N.J. Conroy, V.L. Rubin // Proceedings of the 78th Association for Information Science and Technology. — Saint-Louis, 2015. — P. 1–4.
17. Detection and Resolution of Rumours in Social Media: A Survey / A. Zubiaga, A. Aker, K. Bontcheva [et al.] // ACM Computing Surveys. — 2018. — Vol. 51, no. 2. — P. 1–36.
18. 王剑, 王玉翠, 黄梦杰. 社交网络中的虚假信息: 定义、检测及控制 // 计算机科学. — 2021. — Т. 48. № 8. — С. 263–277. [Ван Цзянь. Ложная информация в социальных сетях: определение, обнаружение и контроль / Ван Цзянь, Ван Юцуй, Хуан Мэнцзе // Компьютерные науки. — 2021. — Т. 48, № 8. — С. 263–277].
19. 唐绪军, 黄楚新, 吴信训. 新媒体蓝皮书: 中国新媒体发展报告 No. 11. — 1 июля 2020. — URL: https://www.pishu.com.cn/skwx_ps/bookDetail?SiteID=14&ID=11637615. [Тан Сюйцзюнь, Хуан Чусинь, У Синьсюнь. Синяя книга новых медиа : доклад о развитии новых медиа в Китае № 11. — 2020. — URL: https://www.pishu.com.cn/skwx_ps/bookDetail?SiteID=14&ID=11637615].
20. Fake News Sharing among Weibo Users in China / L. Dong, N.H.M. Nor, G.K. Bai [et al]. — DOI 10.17576/jkmjc-2023-3904-15 // Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication. — 2023. — Vol. 39, no. 4.
21. Wang D. Echo Chamber Effect in Rumor Rebuttal Discussions about COVID-19 in China: Social Media Content and Network Analysis Study / D. Wang, Y. Qian. — DOI: 10.2196/27009 // Journal of Medical Internet Research. — 2021. — Vol. 23, no. 11. — P. e27009.
22. 袁帆, 严三九. 从“点式”到“链式”: 区块链技术对新闻透明的再推进 // 中国编辑. — 2019. — № 3. — С. 14–19. [Юань Фань. От «точечного типа» к «цепному типу»: блокчейн-технология вновь продвигает прозрачность новостей / Юань Фань, Ян Саньцзюнь // Китайский редактор. — 2019. — № 3. — С. 14–19.
23. 陈旭. 官方辟谣平台发展对策研究 // 辽宁师专学报(社会科学版). — 2022. — № 04. — С. 137–140. [Чэнь Сюй. Исследование мер по развитию официальных платформ опровержения слухов / Чэнь Сюй // Вестник Ляонинского педагогического колледжа (социальные науки). — 2022. — № 4. — С. 137–140.

References

1. Muqsih M.A., Muzykant V., Pratomo R.R., Barabash V. Fake News on Covid-19 in Indonesia. In Berube D.M. (ed.). *Pandemic Communication and Resilience*. Cham, 2021, pp. 363–378.
2. Dang Liuxin. *Social Media Fake News Detection System*. [Diss.]. Chengdu, 2021.
3. Muzykant V.L., Hossain B. Shifting Narratives: Russia's Image in South Asian Media in 2022–2024 (by the Example of the Mass Media in People's Republic of Bangladesh). *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2024, vol. 13, no. 4, pp. 710–722. EDN: SXKLIF. DOI: 10.17150/2308-6203.2024.13(4).710-722.
4. Manoylo A.V., Popadiuk A.E. Foreign Scientific Approaches to the Study of “Fake News” in World Politics. *Rossiia i sovremennyi mir = Russia and the Contemporary World*, 2020, no. 2, pp. 285–300. (In Russian). EDN: RAOKWI. DOI: 10.31249/rsm/2020.02.17.

5. Guo L., Zhang Y. Information Flow Within and Across Online Media Platforms: An Agenda-Setting Analysis of Rumor Diffusion on News Websites, Weibo, and WeChat in China. *Journalism Studies*, 2020, vol. 21, no. 15, pp. 2176–2195. EDN: VIZEP. DOI: 10.1080/1461670x.2020.1827012.
6. Zhou X.Y., Zafarani R. A Survey of Fake News: Fundamental Theories, Detection Methods, and Opportunities. *ACM Computing Surveys*, 2020, vol. 53, no. 5, pp. 1–40.
7. Allcott H., Gentzkow M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 2017, vol. 31, no. 2, pp. 211–236.
8. Lazer D.M.J., Baum M.A., Benkler Y. [et al]. The Science of Fake News. *Science*, 2018, vol. 359, no. 6380, pp. 1094–1096.
9. Shu K., Sliva A., Wang S., Tang J., Lui H. Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 2017, vol. 19, no. 1, pp. 22–36.
10. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The Spread of True and False News Online. *Science*, 2018, vol. 359, no. 6380, pp. 1146–1151.
11. Chen Y., Conroy N.J., Rubin V.L. Misleading Online Content: Recognizing Clickbait as “False News”. *Proceedings of the 2015 ACM Workshop on Multimodal Deception Detection*. New York, 2015, pp. 15–19.
12. Tandoc J.E., Lim Z.W., Ling R. Defining “Fake News”: A Typology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*, 2018, vol. 6, no. 2, pp. 137–153.
13. Kshetri N., Voas J. The Economics of “Fake News”. *IT Professional*, 2017, vol. 19, no. 6, pp. 8–12.
14. Guess A., Lyons B. Misinformation, Disinformation, and Online Propaganda. In Persily N., Tucker J. (eds). *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform*. Cambridge, 2020, pp. 10–33.
15. Asudeh A., Jagadish H.V., Wu Y., Yu C. On Detecting Cherry-picked Trendlines. *Proceedings of the VLDB Endowment*, 2020, vol. 13, no. 6, pp. 939–952.
16. Chen Y., Conroy N.J., Rubin V.L. Deception Detection for News: Three Types of Fakes. In *Proceedings of the 78th Association for Information Science and Technology*. Saint-Louis, 2015, pp. 1–4.
17. Zubiaga A., Aker A., Bontcheva K., Liakata M., Prokter R.N. Detection and Resolution of Rumours in Social Media: A Survey. *ACM Computing Surveys*, 2018, vol. 51, no. 2, pp. 1–36.
18. Wang Jian, Wang Yucui, Huang Mengjie. False Information on Social Media: Definition, Detection and Control. *Jisuanjī kēxué = Computer Science*, 2021, vol. 48, no. 8, pp. 263–277. (In Chinese).
19. Tang Xujun, Huang Chuxin, Wu Xinxun. Blue Book of New Media: Report on the Development of New Media in China No. 11. Available at: https://www.pishu.com.cn/skwx_ps/bookDetail?SiteID=14&ID=11637615.
20. Dong L., Nor N.H.M., Bai G.K., Adzmi A.M., Rais S.S.A. Fake News Sharing Among Weibo Users in China. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 2023, vol. 39, no. 4. DOI: 10.17576/jkmjc-2023-3904-15.
21. Wang D., Qian Y. Echo Chamber Effect in Rumor Rebuttal Discussions about COVID-19 in China: Social Media Content and Network Analysis Study. *Journal of Medical Internet Research*, 2021, vol. 23, no. 11, pp. e27009. DOI: 10.2196/27009.
22. Yuan Fan, Yan Sanjiu. From 'Point Type' to 'Chain Type': Blockchain Technology Re-Advance News Transparency. *Zhōngguó biānjí = China Editor*, 2019, no. 3, pp. 14–19. (In Chinese).
23. Chen Xu. A Study on Measures to Develop Official Platforms for Refuting Rumors. *Liáoning shī zhuān xuébào (shèhuì kēxué bǎn) = Journal of Liaoning Teachers College (Social Science Edition)*, 2022, no. 4, pp. 137–140. (In Chinese).

Информация об авторах

Музыкант Валерий Леонидович — доктор социологических наук, профессор кафедры массовых коммуникаций, филологический факультет, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва, Российская Федерация, muzykant-vl@rudn.ru,  <https://orcid.org/0000-0001-9422-351X>, SPIN-код: 4071-1550, Scopus Author ID: 57194704701, ResearcherID: AAE-1181-2020.

Янь Яогуан — аспирант, кафедра массовых коммуникаций, филологический факультет, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва, Российская Федерация, yanng1997@gmail.com,  <https://orcid.org/0009-0008-2938-602X>, SPIN-код: 6174-3360.

Authors Information

Valerii L. Muzykant — D.Sc. in Sociology, Professor, Department of Mass Communications, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation, muzykant-vl@rudn.ru,  <https://orcid.org/0000-0001-9422-351X>, SPIN-Code: 4071-1550, Scopus Author ID: 57194704701, ResearcherID: AAE-1181-2020.

Yan Yaoguang — PhD Student, Department of Mass Communications, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation, yanyg1997@gmail.com,  <https://orcid.org/0009-0008-2938-602X>, SPIN-Code: 6174-3360.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the Authors

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.