

На правах рукописи

МА КЭ

**Особенности и эффекты распространения лженаучной
информации в социальных сетях Weibo и Wechat**

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Москва – 2025

Работа выполнена на кафедре массовых коммуникаций
филологического факультета Федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования «Российский университет
дружбы народов им. Патриса Лумумбы» (РУДН)

Научный руководитель:

Таказов Валерий Дзантемирович, профессор, доктор филологических наук (10.01.10-Журналистика), профессор кафедры массовых коммуникаций, филологический факультет, ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы»

Официальные оппоненты:

1. **Ильченко Сергей Николаевич**, профессор, доктор филологических наук (10.01.10. Журналистика), профессор кафедры телерадио журналистики Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета.

2. **Шестерина Алла Михайловна**, доктор филологических наук (10.01.10. Журналистика), профессор, заместитель декана Высшей школы (факультета) телевидения МГУ имени М. В. Ломоносова.

3. **Лагуткина Маргарита Дмитриевна**, кандидат филологических наук (10.02.19 - Теория языка), доцент кафедры иностранных языков филологического факультета ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы».

Защита состоится 23 января 2026 г. в ____ часов на заседании диссертационного совета ПДС 0500.007 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10/2, ауд. ____

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-научном информационном библиотечном центре (Научной библиотеке) ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6.

Объявление о защите и автореферат диссертации размещены на сайтах и <https://vak.minobrnauki.gov.ru> и <https://www.rudn.ru/science/dissovet>

Автореферат диссертации разослан _____ 2025 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
ПДС 0500.007
кандидат филологических наук

Н. Е. Расторгуева

Общая характеристика работы

Актуальность исследования. В последние десятилетия XXI в. человечество вступило в эпоху новых медиа, и с быстрым развитием интернет-технологий сфера медиакоммуникаций претерпела глубокие изменения. Социальные медиа, представленные в Китае, в частности Weibo и WeChat, как интернет-площадки, значительно расширили свое пространство благодаря скорости распространения информации и интерактивности. Они изменили порядок социальной коммуникации, изначально созданный средствами массовой информации, и позволили гражданам быть более активными и инициативными во многих сферах общества. В то же время в киберпространстве наряду со взрывным ростом информационного потока в социальных сетях остро встает ряд вопросов из области публично-информационной жизни. Среди них одним из важных объектов наблюдения является вопрос экспансивного распространения лженауки.

В современном обществе неоспорима роль науки не только как эффективного способа теоретического познания, но и как важного практического средства содействия экономическому развитию и социальному прогрессу. Открытия и достижения в науке должны служить благополучию человечества, но с развитием общества лженаука все более агрессивно вторгается в информационное пространство, заполняя его псевдознаниями.

Согласно последним экспертным отчетам, в КНР в 2020 г. доля китайских граждан с базовой научной грамотностью достигла 10,56 %, увеличившись на 4,36 % по сравнению с 2015 г.¹; по состоянию на декабрь 2023 г. количество китайских интернет-пользователей достигло 1,92 млрд и 99,9 % из них используют мобильные телефоны для доступа в сеть². Однако столь высокий уровень цифровизации китайского общества вступает в острое противоречие с сохраняющейся низкой научной грамотностью населения, формируя уникальную среду для распространения рисков в цифровом пространстве. Данная системная уязвимость вызывает особое беспокойство, поскольку создает каталитический эффект для потенциальных угроз и негативного влияния лженаучной информации на общество и индивидуумов. Именно так усиливаются необходимость и ценность изучения особенностей распространения лженауки в киберпространстве, особенно в контексте социальных медиа.

Степень научной разработанности темы. Прежде всего необходимо отметить, что ощущается явная нехватка научного корпуса исследований, ориентированных на изучение лженауки в информационно-коммуникационном

¹Результаты выборочного опроса научной грамотности граждан Китая. URL: http://www.xinhuanet.com/science/2021-01/27/c_139701108.htm (дата обращения: 01.01.2024) (第十一次中国公民科学素质抽样调查结果).

²53-й отчет о развитии Интернета КНР. URL: <https://www.cnnic.net.cn/n4/2024/0322/c88-10964.html> (дата обращения: 22.03.2024) (第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》).

поле. В результате поиска в российских, китайских и англоязычных научных базах данных мы идентифицировали ряд работ, посвященных изучению лженауки специалистами гуманитарно-социологического профиля.

Сама проблематика в историко-философском контексте впервые нашла отражение в работах М. В. Скоморохова, А. Ю. Внутских³, Л. А. Шаяхметовой⁴, П. А. Романова⁵, В. С. Степина⁶, Н.Л. Гиндилиса⁷, А. А. Ивина⁸, А. Г. Сергеева⁹, Хэ Цзосю (何祚庥)¹⁰, Ту Цзяньхуа (涂建华)¹¹, Чжан Хунбо (张洪波)¹², Линь Динъи (林定夷)¹³, Пан Вэньхуа (潘文华)¹⁴, Майкла Шермера (Michael Shermer)¹⁵, Пола Тагарда (Paul Thagard)¹⁶, Раймо Туомела (Raimo Tuomela)¹⁷ и др. В их исследованиях в основном раскрывались суть и характеристики понятия лженауки, взаимосвязи лженауки с наукой в рамках различных историко-концептуальных подходов, а также демаркационные критерии и трансформации данного понятия в процессе его становления и развития и т. д.

Далее, с развитием науки, проблема лженауки вышла за рамки философского обсуждения (на уровне концептуального и сознательного вопроса), затронув и социальный феномен (на уровне практического и управленческого вопроса). Важный вклад в исследование проблемы лженауки как социокультурного последствия человечества внесли Ю.И. Холодный, Е. А. Тарапанова¹⁸, И. Н. Тяпин¹⁹, С. В. Тихонова²⁰, О. В. Фесикова, А. М. Боровской, Е.

³ Скоморохов М. В., Внутских А. Ю. Проблема демаркации науки и паранауки: история и современное состояние // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2015. Вып. 7. С. 16–21.

⁴ Шаяхметова Л. А. Лженаука: Философский взгляд // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия № 3. Гуманитарные и общественные науки. 2020. Вып. 2. С. 31–36.

⁵ Романов П. А. Наука и лженаука: проблема демаркации // Вестник Вятского государственного университета. 2023. Вып. 3. С. 50–60.

⁶ Степин В. С. Наука и лженаука // Науковедение. 2000. Вып. 1. С. 72–81.

⁷ Гиндилис Н. Л. Наука и лженаука: проблема демаркации // Проблемы деятельности ученого и научных коллективов. 2013. № 29. С. 365–375.

⁸ Ивин А. А. Наука, паранаука и псевдонаука: философский очерк. М.: Директ-Медиа, 2012. 334 с.

⁹ Сергеев А. Г. Проблема практической демаркации науки и лженауки на российском научном поле // Медиаскоп. 2015. Вып. 3. URL: <https://www.mediascope.ru/1843> (дата обращения: 15.03.2021).

¹⁰ Хэ Цзосю. Лженаука. Наньнин: Издательство педагогического университета Гуанси, 1998 (何祚庥: 伪科学).

¹¹ Ту Цзяньхуа. История лженауки в Китае. Гуйян: Издательство «Образование Гуйчжоу», 2003 (涂建华: 中国伪科学史).

¹² Чжан Хунбо. Разница между наукой и псевдонаукой. Хэфэй: Издательство Технологического университета Хэфэй, 2006 (张洪波, 汪青松: 科学与伪科学的分野).

¹³ Линь Динъи. Наука, ненаука, псевдонаука: вопросы демаркации. Гуанчжоу: Издательство Университета Сунь Ятсена, 2016 (林定夷: 科学·非科学·伪科学: 划界问题).

¹⁴ Пан Вэньхуа. Рассмотрение от проблемы демаркации науки к распространению лженауки // Вестник Юго-Восточного сельскохозяйственного университета. 2014. Вып. 4. С. 73–77 (潘文华: 由伪科学的新盛行看科学划界问题).

¹⁵ Shermer M. Why People Believe Weird Things. New York: W. H. Freeman, 1997.

¹⁶ Thagard P. Computational Philosophy of Science. Boston: The MIT press, 1988.

¹⁷ Tuomela R. Science, Action, and Reality. Dordrecht: Springer, 1985.

¹⁸ Холодный Ю. И., Тарапанова Е. А. Информационно-психологическая безопасность, лженаука и критическое мышление // Социально-политические науки. 2018. Вып. 5. С. 89–93.

¹⁹ Тяпин И. Н. Лженаука, антимораль и глобальное манипулирование // Философия и общество. 2017. Вып. 4. С. 20–43.

²⁰ Тихонова С. В. Конкуренция науки и лженауки в эпоху постправды // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Философия. Психология. Педагогика». 2018. Вып. 3. С. 287–291; Тихонова С. В. Лженаука в современной коммуникационной системе неформального знания // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2017. Вып. 4. С. 416–420.

А. Недзельская²¹, Д. Н. Полохов²², Вэнь Хуа (文华)²³, Ся Цзинь (夏劲), Ло Си (罗晰)²⁴, Анджело Фасче (Angelo Fasce), Хесус Адриан-Вентура (Jesús Adrián-Ventura), Диего Авенданьо (Diego Avendaño)²⁵ и др. В их трудах подробно анализировались причины возникновения и эволюции лженаучной информации в конкретных социальных условиях, отношение различных общественных субъектов к данному негативному феномену и его влияние на современное общество. Особое внимание уделялось также возможным стратегиям противодействия этому явлению, рассматриваемым как необходимый элемент нормализации общественного развития.

В последние годы по мере роста количества исследований по ложной информации (мисинформации, дезинформации, малинформации и др.) тематике лженауки постепенно уделяли внимание именно специалисты медиакommunikаций, такие как Ю. М. Батурин²⁶, М. Д. Крынжина, А. А. Дедочева²⁷, А. Л. Темницкий, А. С. Мороз²⁸, Пан Сяодун (庞晓东)²⁹, Ван Жуй (王蕊), Чан Чжижуо (常芷若)³⁰, Ли Молэй (李默雷), Ван Вэйин (王唯滢)³¹, Дэн Шэнли (邓胜利), Гу Ифэй (顾一飞)³², Цзя Хэпэн (贾鹤鹏)³³, Летиция Боде (Leticia

²¹ Фесикова О. В., Боровской А. М., Недзельская Е. А. Лженаука в современном мире // Современные проблемы гуманитарных и общественных наук. 2018. Вып. 3. С. 99–105; Фесикова О. В., Боровской А. М., Недзельская Е. А. Стереотипы и лженаука как тормоз развития // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 61–14. С. 87–91.

²² Полохов Д. Н. Лженаука как проблема современного общества // Межрегиональные Пименовские чтения. 2011. Вып. 8. С. 159–171.

²³ Вэнь Хуа. Чем лженаука угрожает обществу: распространение лженауки является результатом кризиса общественного сознания // Зарубежные социальные науки. 2004. Вып. 6. С. 32–37 (文华: 伪科学如何威胁社会—伪科学泛滥是社会意识危机的结果).

²⁴ Ся Цзинь, Ло Си. О сущности, причинах и стратегиях предотвращения лженауки // Журнал Уханьского университета науки и технологий (Версия социальных наук). 2007. Вып. 5. С. 437–440+449 (夏劲, 罗晰: 试论伪科学的实质、成因与防治对策).

²⁵ Fasce A., Adrián-Ventura J., Avendaño D. Do as the Romans do: On the authoritarian roots of pseudoscience // Public Understanding of Science. 2020. Vol. 29, no. 6. P. 597–613.

²⁶ Батурин Ю. М. Причины появления и признаки околонуучных течений в СМИ // Медиаскоп. 2015. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/1746> (дата обращения: 15.03.2021).

²⁷ Крынжина М. Д., Дедочева А. А. Медиа в эпоху «постправды»: о понятиях «лженаука», «конспирология» и «фейк» // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2023. Вып. 2. С. 84–89.

²⁸ Темницкий А. Л., Мороз А. С. Потенциал популяризаторов науки в противостоянии лженаучному знанию // Социологическая наука и социальная практика. 2018. Т. 6, вып. 3. С. 62–76.

²⁹ Пан Сяодун. Исследование состояния и мер противодействия распространению суеверий и лженауки в интернете // Исследования научной популяризации. 2015. Вып. 6. С. 10–15 (庞晓东: 迷信与伪科学网络传播状况及对策研究).

³⁰ Ван Жуй, Чан Чжижуо. Информационная перегрузка и когнитивные ограничения: факторы, влияющие на распознавание и распространение настоящей и ложной научной информации во время пандемии COVID-19 // Исследования в области новостей и коммуникаций. 2023. Вып. 1. С. 17–33+126 (王蕊, 常芷若: 信息过载与认知局限性: 新冠疫情中真伪科学信息辨别与传播的影响因素研究).

³¹ Ли Молэй, Ван Вэйин. Переопределение «научных слухов»: введение, характеристики и механизмы распространения «научных слухов» // Научное сообщение. 2023. Вып. 24. С. 35–39 (李默雷, 王唯滢: “科学谣言”再定义: “涉科学谣言”的引入、特征与传播机制).

³² Дэн Шэнли, Гу Ифэй. Обзор исследований ложной здоровьесберегающей информации в сети: познание, поведение и управление // Журнал библиотекведения. 2022. Вып. 5. С. 14–22 (邓胜利, 顾一飞: 网络虚假健康信息研究综述: 认知、行为与治理).

³³ Цзя Хэпэн. Вызов научной коммуникации Weibo с точки зрения общественного участия в науке // Исследование научной популяризации. 2014. Вып. 9. С. 10–17 (贾鹤鹏: 从公众参与科学视角看微博对科学传播的挑战).

Bode), Эмили Врага (Emily Vraga)³⁴, Алессандро Бондьелли (Alessandro Bondielli), Франческо Марчеллони (Francesco Marcelloni)³⁵, Александр Шиле (Alexandre Schiele)³⁶, Лорена Кано-Орон (Lorena Cano-Orón)³⁷ и др. В их работах рассматриваются следующие аспекты медиакommunikаций:

- 1) причины и механизмы распространения лженауки;
- 2) специфика лженаучной информации в социальных медиа;
- 3) способы для преодоления лженаучной информации в сетевой коммуникации.

Однако в результате изучения научного корпуса литературы на русском, китайском и английском языках можно констатировать, что специфические проблемы «распространения лженауки» в целом были слабо изучены в академическом дискурсе или носили фрагментарный, второстепенный характер. В частности, не было подробного анализа соотношения между лженаукой и лженаучной информацией, характеристик презентации лженаучной информации на канале сетевой коммуникации, взаимодействия лженаучной информации с пользователями социальных сетей и др.

Цель исследования – провести комплексный анализ феномена лженаучной информации в китайских социальных сетях Weibo и WeChat и оценить эффективность мер по противодействию ей, реализуемых научным сообществом, государственными институтами и медиаиндустрией.

Для достижения поставленной цели решаются следующие **задачи**:

- определить понятийно-терминологические интерпретации понятия «лженаука»;
- выявить место «лженауки» как актуального междисциплинарного вопроса в медиаисследованиях;
- охарактеризовать особенности медиапредставления лженаучного контента в социальных сетях Weibo и публичных аккаунтах Wechat;
- раскрыть факторы, влияющие на восприятие лженаучного контента пользователями социальных сетей;
- выработать рекомендации для предотвращения негативного воздействия экспансии лженауки в социальных сетях для аудитории средств массовой коммуникации, ориентированные на соответствующих сотрудников государственно-управленческих органов, научного и медийного сообществ, общественности в Китае.

Объект исследования — лженаучная информация в китайских социальных сетях, рассматриваемая в контексте её влияния на аудиторию,

³⁴ Bode L., Vraga E. In Related News, That was Wrong: The Correction of Misinformation Through Related Stories Functionality in Social Media // Journal of Communication. 2015. Vol. 65, no. 4. P. 619–638; Vraga E., Bode L. Using expert sources to correct health misinformation in social media // Science Communication. 2017. Vol. 39, no. 5. P. 621–645.

³⁵ Bondielli A., Marcelloni F. A survey on fake news and rumour detection techniques // Information Sciences. 2019. Vol. 497. P. 38–55.

³⁶ Schiele A. Pseudoscience as media effect // Journal of Science Communication. 2020. Vol. 19, no. 2. L01.

³⁷ Cano-Orón L. A Twitter campaign against pseudoscience: The sceptical discourse on complementary therapies in Spain // Public Understanding of Science. 2019. Vol. 28, no. 6. P. 679–695.

функционирования медиаинфраструктуры и социокультурных особенностей КНР.

Предмет исследования — механизмы формирования, распространения и циркуляции лженаучной информации в китайских социальных сетях (на примере Weibo и WeChat), включая алгоритмическую дистрибуцию контента, пользовательские практики и роль сетевых сообществ.

Научная новизна определена тем, что автором впервые:

- комплексно исследованы механизмы распространения и воздействия лженаучной информации в китайских социальных сетях Weibo и WeChat с учетом специфики цифровой коммуникации в социокультурном контексте КНР;

- системно проанализированы особенности распространения лженаучного контента в китайских социальных сетях Weibo и WeChat и выявлены специфические механизмы его вирусного распространения с учетом алгоритмических и социокультурных факторов;

- выявлен комплекс коммуникативных факторов, детерминирующих восприятие лженаучной информации китайской интернет-аудиторией (включая стратегии формирования доверия);

- выявлены типологические характеристики лженаучного контента, наиболее эффективно воздействующего на массовую аудиторию, а также роль эмоциональной вовлеченности и влияние социальных связей на формирование убеждений пользователей;

- научно обоснованы условия противодействия распространению лженаучной информации в китайском цифровом пространстве, включающие методы идентификации и опровержения дезинформации, а также механизмы взаимодействия научного сообщества, государственных институтов и медиаиндустрии в процессах научной коммуникации и медиаграмотности пользователей.

Теоретическая значимость исследования состоит в разработке концептуального подхода к изучению механизмов распространения лженаучной информации в национальных социальных сетях Китая. Работа выявляет когнитивные факторы, определяющие восприятие пользователями подобного контента, вносит вклад в развитие теории сетевой и научной коммуникации, а также предлагает новые рамки для анализа культурно-специфичных аспектов циркуляции дезинформации. Таким образом, исследование восполняет пробелы в изучении противодействия распространению вредоносной информации в китайском контексте.

Кроме того, данное медиаисследование носит междисциплинарный характер, объединяя теорию коммуникации, социологию коммуникации, и других дисциплин гуманитарно-социальных наук, способствуя устранению пробела в изучении механизмов распространения лженаучной информации в социальных сетях.

Практическая значимость работы заключается в разработке эффективных контрмер для противодействия распространению лженаучной информации в социальных сетях Weibo и WeChat. Результаты исследования могут быть

использованы для предложений по улучшению алгоритмов платформ социальных сетей, направленных на снижение видимости лженаучных данных, в том числе для разработки стратегий и методов, которые могут быть внедрены разработчиками. Это позволит повысить критическое восприятие информации в обществе и снизить вредные последствия от лженаучной информации, такие как угрозы общественному здоровью и социальной стабильности. Кроме того, выводы исследования могут быть полезны государственным и публичным организациям не только в Китае, но и в других странах для разработки коммуникативной политики по борьбе с лженаукой.

Теоретико-методологическая база исследования. Для общего понимания массовых коммуникаций, их функционирования, воздействия и социальной природы медиа мы, прежде всего, опираемся на классические труды коммуникологии таких ученых, как Гарольд Лассуэлл (Harold Lasswell)³⁸, Уилбур Шрамм (Wilbur Schramm)³⁹, Элиху Кац (Elihu Katz)⁴⁰, Уолтер Липпманн (Walter Lippmann)⁴¹, Максвелл МакКомбс (Maxwell Mocombs), Дональд Шоу (Donald Shaw)⁴², Маршалл Маклюэн (Marshall McLuhan)⁴³ и др., а также работы современных исследователей в сфере медиакommunikаций: Е. Л. Вартановой⁴⁴, Д. П. Гавры⁴⁵, Ю. П. Буданцева⁴⁶, Дуань Цзинсу (段京肃)⁴⁷, Хуан Даня (黄旦)⁴⁸,

³⁸ Лассуэлл Г. Структура и функции коммуникации в обществе / пер. с англ. Хэ Даокуань. Пекин: Издательство Пекинского института радиовещания, 2015 (哈罗德·拉斯维尔: 社会传播的结构与功能).

³⁹ Шрамм У. Введение в коммуникации. 2-е изд. / пер. с англ. Хэ Даокуань. Пекин: Издательство Китайского народного университета, 2010 (威尔伯·施拉姆: 传播学概论).

⁴⁰ См.: Katz E., Szecsko T. Mass Media and Social Change. Los Angeles: SAGE Publications Ltd, 1981; Katz E., Lazarsfeld Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications. New Jersey: Transaction Publishers, 2005.

⁴¹ Липпманн У. Общественное мнение / пер. с англ. Чанг Цзянь, Сяо Хань. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2018 (沃尔特·李普曼: 舆论).

⁴² МакКомбс М., Шоу Д. Установление повестки дня: массмедиа и общественное мнение / пер. с англ. Го Чжэньчжи, Сюй Пэйси. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2018 (马克斯韦尔·麦库姆, 唐纳德·肖: 议程设置).

⁴³ Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. Хэ Даокуань. Нанкин: Издательство «Илинь», 2019 (马歇尔·麦克卢汉: 理解媒介: 论人的延伸).

⁴⁴ См.: Вартанова Е. Л. О современных медиа и журналистике: заметки исследователя. М.: МедиаМир, 2015; Осторожно, лженаука! / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Фак. журналистики Московского гос. ун-та им. М. В. Ломоносова, 2015-. Вып. 1. 2015. Вып. 2. 2015; Популяризация науки в России: стратегии медиатизации и противодействия лженауке / [Аникина М. Е. и др.; под ред. Е. Л. Вартановой]. М.: Фак. журналистики Московского гос. ун-та им. М. В. Ломоносова, 2015; от теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России: колл. моногр. / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Изд-во Моск. ун-та; Фак. журн. МГУ, 2019; Фундаментальные основы теории медиа в контексте общественного развития: опыт разработки / Е. Л. Вартанова, М. Е. Аникина, А. В. Вырковский и др. М.: Изд-во Моск. ун-та; Фак. журн. МГУ, 2019; Отечественная теория медиа: основные понятия / Е. Л. Вартанова, М. Е. Аникина, А. В. Вырковский и др.; под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Изд-во Моск. ун-та; Фак. журн. МГУ, 2019; Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Изд-во Моск. ун-та; Фак. журн. МГУ, 2019.

⁴⁵ Гавра Д. П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт. СПб.: ИСЭП РАН, 1995; Гавра Д. П. Общественное мнение и власть: режимы и механизмы взаимодействия // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Вып. 4. С. 53–77.

⁴⁶ Буданцев Ю. П. Массовые коммуникации: основы системной коммуникологии. М.: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2017.

⁴⁷ Дуань Цзинсу. Массовая коммуникация – отношение медиа с человеком и обществом. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2011 (段京肃: 大众传播学: 媒介与人和社会的关系).

⁴⁸ Хуан Дань, Чжоу Ци. Выражение и воздействие медиа. Пекин: Издательство Китайского университета коммуникаций, 2021 (黄旦, 周奇: 媒介的表达和影响); Хуан Дань, Чжоу Ци. Массмедиа и социальные изменения. Пекин: Издательство Китайского университета коммуникаций, 2021 (黄旦, 周奇: 传媒与社会变迁).

Ху Ицина (胡翼青)⁴⁹, Мануэля Кастельса (Manuel Castells)⁵⁰, Дэниса МакКуэйла (Denis McQuail)⁵¹ и др.

Различные теоретические аспекты изучения социальных сетей и сетевой коммуникации почерпнуты нами в работах таких авторов, как М.Г. Бреслер⁵², А. П. Глухов⁵³, Е. Н. Юдина, С. А. Захарова⁵⁴, Ван Чэнцзюнь (王成军)⁵⁵, Пэн Лань (彭兰)⁵⁶, Сун Кай (宋凯)⁵⁷, Юй Вэйхуа (禹卫华)⁵⁸, Кристиан Фукс (Christian Fuchs)⁵⁹, Герт Ловинк (Geert Lovink)⁶⁰, Павица Шелдон (Pavica Sheldon)⁶¹, Хосе ван Дейк (Jose van Dijck)⁶², Сэм Хинтон (Sam Hinton), Ларисса Хьёрт (Larissa Hjorth)⁶³ и др.

Для формирования практического взгляда на изучение научной коммуникации мы обратились к работам А. Б. Антопольского⁶⁴, Я. В. Евсеевой⁶⁵,

⁴⁹ Ху Ицин. Основы коммуникологии. Пекин: Издательство Китайской энциклопедии, 2012 (胡翼青: 传播学科的奠定); Ху Ицин. Введение в западные литературы по теориям медиа и коммуникаций. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2023 (胡翼青: 西方媒介学名著导读).

⁵⁰ Кастельс М. Сетевое общество / пер. с англ. Чжоу Кай. Пекин: Издательство литературы социальных наук, 2009. (曼纽尔·卡斯特: 网络社会); Кастельс М. Власть коммуникации / пер. с англ. Тан Цзинтай, Син Чэнь. Пекин: Издательство литературы социальных наук, 2018 (纽尔·卡斯特: 传播力).

⁵¹ МакКуэйл Д. Журналистика и общество. М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013; МакКуэйл Д. Теория массовых коммуникаций. 6-е изд. / пер. с англ. Сюй Цзя, Донг Лу. Пекин: Издательство Университета Цинхуа, 2019 (丹尼斯·麦奎尔: 麦奎尔大众传播理论).

⁵² Бреслер М. Г. Социальные сети и сетевые сообщества информационного общества. Уфа: Башкирский государственный университет, 2014.

⁵³ Глухов А. П., Кужелева-Саган И. П. и др. Социальные сети как инфраструктура межличностного общения цифрового поколения: трансформация фреймов коммуникации: коллективная монография. Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2017.

⁵⁴ Юдина Е. Н., Захарова С. А. Социальные сети в зеркале социологии. Москва: Спутник+, 2017.

⁵⁵ Ван Чэнцзюнь. Пересечение сетевого порога: распространение информации в социальных медиа. Пекин: Издательство «Наука», 2022 (王成军: 跨越网络的门槛: 社交媒体上的信息扩散).

⁵⁶ Пэн Лань. От популярного портала к персональному portalу: ключевые изменения в модели сетевых коммуникаций // Международная сфера журналистики. 2012. Вып.10. С.6–14 (彭兰: 从“大众门户”到“个人门户”——网络传播模式的关键变革); Пэн Лань. Социальные медиа: теоретический и практический анализ. Пекин: Издательство Народного университета Китая, 2015 (彭兰: 社会化媒体: 理论与实践解析); Пэн Лань. Введение в новые медиа. Пекин: Издательство высшего образования, 2016 (彭兰: 新媒体导论); Пэн Лань. Введение в сетевые коммуникации (четвертое издание). Пекин: Издательство Народного университета Китая, 2017 (彭兰: 网络传播概论); Пэн Лань. Исследование пользователей новых медиа: нодализация, медиатизация, киборгизация человека. Пекин: Издательство Народного университета Китая, 2020 (彭兰: 新媒体用户研究: 节点化、媒介化、赛博格化的人).

⁵⁷ Сун Кай. Социализированные медиа: происхождение, развитие и применение. Пекин: Издательство Китайского университета коммуникаций, 2018 (宋凯: 社会化媒体: 起源、发展与应用).

⁵⁸ Юй Вэйхуа. Введение в социальные медиа. Шанхай: Издательство Шанхайского университета транспорта, 2020 (禹卫华: 社交媒体概论).

⁵⁹ Fuchs C. Social Media: A Critical Introduction. London: SAGE Publications Ltd, 2021.

⁶⁰ Lovink G. Social Media Abyss: Critical Internet Cultures and the Force of Negation. New Jersey: John Wiley & Sons, 2016.

⁶¹ Sheldon P. Social Media: Principles and Applications. Lexington: Fortress Academic, 2015.

⁶² van Dijk J. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford: Oxford University Press, 2013.

⁶³ Hinton S., Hjorth L. Understanding Social Media. London: SAGE Publications Ltd, 2013.

⁶⁴ Антопольский А. Б. Будущее научных коммуникаций и научной информации // Информация и инновации. 2019. Вып. 1. С. 7–17.

⁶⁵ Евсеева Я. В. Научная коммуникация в современном мире // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11, Социология. 2022. Вып. 2. С. 12–23.

С. М. Медведевой⁶⁶, В. Е. Чернявской⁶⁷, Ван Дапэна (王大鹏)⁶⁸, Ли Дагуана (李大光)⁶⁹, Цзэн Гопина (曾国屏)⁷⁰, Ся Цяньфан (夏倩芳)⁷¹, Крэйга Кормика (Craig Cormick)⁷², Джейн Грегори (Jane Gregory), Стива Миллера (Steve Miller)⁷³ и др.

Для понимания феномена медиатизации в современном обществе отметим работы таких ученых, как В. П. Коломиец⁷⁴, Тонг Бин (童兵), Ма Лин (马凌), Цзян Лэй (蒋蕾)⁷⁵, Ник Кулдри (Nick Couldry), Андреас Хепп (Andreas Hepp)⁷⁶, Стиг Хьярвард (Stig Hjarvard)⁷⁷ и др.

Методология проведения эмпирического исследования базируется на трудах И. Д. Фомичевой⁷⁸, Е. Я. Таршиса⁷⁹, В. И. Шалака⁸⁰, Фэн Сяотяня (风笑天)⁸¹, Чэнь Ян (陈阳)⁸², Дэн Цзяньго (邓建国)⁸³, Ван Силин (王锡苓), Лю Хао (刘

⁶⁶ Медведева С. М. От научного творчества к популяризации науки: теоретическая модель научной коммуникации // Вестник МГИМО Университета. 2014. Вып. 4. С. 278–286.

⁶⁷ Чернявская В.Е. Коммуникации в науке: нормативное и девиантное: лингвистический и социокультурный анализ: учебное пособие. М.: Либроком, 2017.

⁶⁸ Ван Дапэн. Эффективная научная коммуникация: Исследовательская повестка. Пекин: Издательство «Наука», 2018 (王大鹏: 有效的科学传播: 研究议程).

⁶⁹ Ли Дагуан. Краткая история научной коммуникации. Хэфэй: Издательство науки и техники Китая, 2016 (李大光 科学传播简史).

⁷⁰ Цзэн Гопин. Исследования по популяризации в научной коммуникации. Пекин: Издательство Университета Цинхуа, 2015 (曾国屏: 科学传播普及问题研究).

⁷¹ Ся Цяньфан. Исследование сетевой коммуникации в Китае: Интернет-право и научная коммуникация. Пекин: Издательство Китайского университета коммуникаций, 2021 (夏倩芳: 中国网络传播研究: 互联网法治与科学传播).

⁷² Cormick C. The Science of Communicating Science: The Ultimate Guide. Clayton: CSIRO Publishing, 2019.

⁷³ Gregory J., Miller S. Science in public: Communication, culture, and credibility. New York: Plenum Press, 1998.

⁷⁴ Коломиец В.П. Медиа социология: теория и практика. М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2014; Коломиец В. П. Медиатизация медиа. М.: Издательство Московского университета, 2020; Kolomiets V. P. Mediatization of the Media as Industrial Transformation // RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism. 2021. Vol. 26, no. 4. P.623–630.

⁷⁵ Тонг Бин, Ма Лин, Цзян Лэй. Медиатизированное общество и современный Китай. Шанхай: Фуданьского университета, 2011 (童兵, 马凌, 蒋蕾: 媒介化社会与当代中国).

⁷⁶ Couldry N. Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice. Cambridge: Polity Press, 2012; Couldry N., Hepp A. The Mediated Construction of Reality. Cambridge: Polity Press, 2017.

⁷⁷ Hjarvard S. The Mediatization of Culture and Society. 1st ed. London: Routledge, 2013.

⁷⁸ Фомичева И. Д. Социология интернет-СМИ. М.: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005; Фомичева И. Д. Методы изучения СМИ: курс лекций для аспирантов ф-та журналистики МГУ (Вводный раздел). М.: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2009; Фомичева И. Д. Исследования СМИ: методология, подходы, методы: материалы лекций для аспирантов факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. М.: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2011.

⁷⁹ Таршис Е. Я. Контент-анализ: принципы методологии: (Построение теоретической базы. Онтология, аналитика и феноменология текста. Программы исследования). Москва: Ленанд, 2018.

⁸⁰ Шалак В. И. Современный контент-анализ: приложения в области: политологии, психологии, социологии, культурологии, экономики, рекламы. М.: Издательство «Омега-Л», 2004.

⁸¹ Фэн Сяотянь. Методы исследования социальных наук. Пекин: Издательство Народного университета Китая, 2024 (风笑天: 社会科学研究方法).

⁸² Чэнь Ян. Введение в методологию исследования массовых коммуникаций. Пекин: Издательство Народного университета Китая, 2015 (陈阳: 大众传播学研究方法导论).

⁸³ Дэн Цзяньго. Справочник шкал коммуникационных исследований. Шанхай: Издательство Фудань, 2018 (邓建国: 传播研究量表手册).

昊)⁸⁴, Пань Кэву (潘可武)⁸⁵, Чжан Лея (张磊)⁸⁶, Ван Сяохуа (王晓华), Го Лянвэнь (郭良文)⁸⁷, Люка Слоана (Luke Sloan), Анабель Куан-Хаазе (Anabel Quan-Haase)⁸⁸, Аббаси Зафарани (Abbasi Zafarani), Али Мохаммада (Ali Mohammad), Хуан Лю (Huan Liu)⁸⁹ и др.

Методология исследования

Учитывая междисциплинарный характер рассматриваемой проблемы, в работе применяются как общенаучные, так и специализированные методы.

К числу общенаучных методов относятся: анализ массива русскоязычного, китайского и англоязычного корпусов академической литературы и источников; сопоставление сходств и различий в специальной терминологии; обобщение индустриальных и академических статистических отчетов о современной медиасреде Китая; систематизация нормативных документов КНР, регулирующих распространение лженаучной информации, отнесенной к категории «вредоносной».

Помимо этого, применены социологические инструменты:

- качественный анализ, включающий контент-анализ;
- количественный анализ, представленный анкетированием.

В частности, для качественного анализа проведен контент-анализ публикаций, размещенных в популярных социальных сетях Китая, таких как Weibo и публичные аккаунты WeChat. Этот анализ направлен на выявление характеристики медиапредставления наиболее часто встречающихся тем лженаучной информации.

Количественный анализ включает в себя разработку и проведение опросов среди широкой аудитории пользователей социальных сетей Weibo и публичных аккаунтов WeChat. Целью таких опросов является оценка уровня осведомленности о лженауке, способности критически анализировать информацию и влияние лженаучных утверждений на личные убеждения и поведение. Данные из опросов подвергаются статистическому анализу для выявления тенденций, корреляций и потенциальных взаимосвязей между различными факторами.

Через смешанные методы исследования, сочетающие качественный анализ контента ведущих социальных сетей и количественные опросы среди пользователей, наша работа предлагает комплексное понимание механизмов распространения лженауки и ее воздействия на общественное мнение в Китае. Этот подход позволяет не только идентифицировать наиболее популярные темы

⁸⁴ Ван Силян, Лю Хао. Методы исследования новых медиа. Пекин: Издательство Народного университета Китая, 2022 (王锡苓, 刘昊: 新媒体研究方法).

⁸⁵ Пань Кэву. Исследование новых медиа: методы и концепции. Пекин: Издательство Пекинского института радиовещания, 2015 (潘可武: 新媒体研究: 方法与观念).

⁸⁶ Чжан Лей. Введение в качественные и количественные исследования. Пекин: Издательство Пекинского института радиовещания, 2021 (张磊: 质化与量化研究导论).

⁸⁷ Ван Сяохуа, Го Лянвэнь. Методы исследования коммуникаций. Пекин: Издательство «Высшее образование», 2022 (王晓华, 郭良文: 传播学研究方法).

⁸⁸ Sloan L., Quan-Haase A. The SAGE Handbook of Social Media Research Methods. Los Angeles: SAGE Publications Ltd, 2017.

⁸⁹ Zafarani Reza Abbasi, Mohammad Ali, Liu Huan. Social media mining: an introduction. New York, NY: Cambridge University Press, 2014.

лженауки и методы их презентации, но и оценить степень влияния такой информации на принятие решения индивидом его поведение.

Эмпирической базой исследования являются:

- публикации, связанные с лженаукой, распространенные в наиболее популярных социальных сетях Китая – Weibo и Wechat (публичные аккаунты). Хронология исследовательского периода: с 1 января 2018 по 31 декабря 2020 гг. Выборка осуществлялась с помощью алгоритма Python в доступных базах данных Weibo и Wechat по 41 ключевому слову. В итоге из отобранных 5253 публикаций 823 упоминания представляют собственно лженаучный контент;

- опросные данные – анкетирование проводилось в бумажном (с использованием метода раздачи респондентам) и электронном (с использованием метода «снежного кома») видах для пользователей Weibo и Wechat за периоды август – октябрь 2020 г. и апрель – июнь 2021 г., в выборку вошли 299 релевантных анкет;

- статистические отчеты, посвященные состоянию развития интернета, состоянию использования социальных сетей, положению научной грамотности граждан КНР и т. д., выпущенные государственными, промышленными, научно-исследовательскими учреждениями КНР и других стран;

- законодательные и нормативные документы по регулированию информационно-коммуникационной и научно-популярной деятельности в КНР, изданные соответствующими государственными органами, общественными ассоциациями и платформами – социальными сетями КНР.

Гипотеза исследования заключается в том, что эффективное противодействие распространению лженаучной информации в китайских социальных сетях Weibo и WeChat может быть достигнуто при условии:

- точного понимания механизмов её распространения и особенностей восприятия неподготовленной массовой аудитории;

- разработки и внедрения методов идентификации и опровержения лженаучного контента;

- активного вовлечения научного сообщества, государственных институтов и медиаиндустрии в процессы научной коммуникации и просвещения пользователей.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Основными распространителями лженаучной информации на децентрализованных онлайн-платформах, представленных, в частности, Weibo и публичными аккаунтами WeChat, являются рядовые пользователи. По результатам исследования в качестве причин экспансии лженаучной информации в социальных сетях Китая предполагаем следующее: несмотря на то, что такого рода субъекты коммуникации не оказывают значительного влияния на обеспечение научного контента в медиапространстве Китая (по сравнению с другими субъектами СМИ, государственными, коммерческими и общественными структурами), количество пользователей, обменивающихся лженаучной информацией, также является индикатором информационной потребности аудитории в научном контенте;

2. Алгоритмы автоматического получения информации о предпочтениях пользователей в социальных сетях предоставляют однородную информацию, тем самым способствуя введению в заблуждение той части аудитории, которая уже имела дело с лженаучным материалом и либо поверила ему, либо не смогла распознать его псевдонаучность за счет низкой или отсутствующей функциональной медиаграмотности и в целом слабо сформированной информационной культуры.

3. Показателем, характеризующим лженаучную информацию в социальных сетях Weibo и публичных аккаунтах Wechat, является ее размытость / неясность. Она характеризуется отсутствием достоверных научных данных, неполнотой научно обоснованных доказательств, невозможностью их проверки и искусственной сфабрикованностью фактов. Это значительно затрудняет идентификацию данного медиаконтента и может привести к зависимости определенной части аудитории от такого рода информации, формируя у пользователей любопытство, бессилие, тревогу, страх и другие эмоционально подавляющие чувства и эмоции.

4. Сегодня благодаря стремительному развитию и широкой популяризации социальных сетей производство и распространение лженаучного контента намного проще, чем во времена межличностной и офлайн-коммуникации. При этом темы, охватываемые лженаучной информацией, имеют явную тенденцию смещения от узкоспециализированных научных и технологических областей к таким, тесно связанным с качеством жизни человека сферам, как здравоохранение, безопасность пищевых продуктов и т. д. Лженаучный контент по таким популярным темам легче коммерциализируется через создание тревоги и спроса, вызывая у аудитории чувство неопределенности, психологический стресс, приводя к экономическим потерям и нанося ущерб здоровью.

5. Помимо уровня научной грамотности самих пользователей онлайн-платформ, доверие к лженаучному контенту также связано с целью и объемом использования соцсети. Изучение данных эмпирических исследований позволило выявить, что чем дольше люди пользуются такой интернет-площадкой для получения интересующей их информации, тем больше вероятность того, что они поверят лженаучным данным. Это может быть связано с увеличением плотности тематически однородного лженаучного материала, с которым они сталкиваются в течение длительного времени поиска, и просмотра информации на соответствующих интернет-ресурсах.

Степень достоверности и апробация результатов исследования определяется большим объемом эмпирических данных, впервые систематизированно введенных в научный дискурс. База исследования опирается на массив из 823 публикаций лженаучного характера, собранных на ведущих китайских платформах социальных сетей Weibo и публичных аккаунтах WeChat, а также 299 анкет, полученных посредством онлайн- и оффлайн-анкетирования среди пользователей этих платформ. Впервые в академическую практику введены нормативно-правовые документы, включая 21 законодательный акт КНР, промышленные инициативы и внутренние

регламенты медиаплатформ по регулированию лженаучной информации. Достоверность выводов обеспечивается применением методов качественного и количественного анализа полученных эмпирических данных, что позволило достичь взаимодополняемости результатов на уровне производства, распространения и регулирования лженаучного контента.

Результаты работы были представлены в докладах, прочитанных на международных научно-практических конференциях Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова: “Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия”, “СМИ и массовые коммуникации–2020” и “СМИ и массовые коммуникации–2023” в г. Москве; Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы: “Язык и речь в интернете: личность, общество, коммуникация, культура–2025” в г. Москве; Херсонского государственного педагогического университета: “Современная филология и методика преподавания языков и литературы: вопросы теории и практики–2025” в г. Херсоне; “Язык и речь в интернете: личность, общество, коммуникация, культура–2025”; Воронежского государственного университета “Коммуникация в современном мире–2025” в г. Воронеже, также в 4 статьях ВАК и 1 статье РИНЦ.

Личный вклад диссертанта заключается в разработке и реализации комплексного междисциплинарного подхода к изучению феномена распространения лженаучной информации в китайских социальных сетях Weibo и WeChat. Впервые в рамках медиакоммуникационных исследований проведена систематизация теоретических концепций лженауки с акцентом на ее трансформации в условиях цифровой среды, что позволило уточнить терминологический аппарат и выделить ключевые характеристики лженаучного контента как элемента сетевой коммуникации.

Диссертантом разработана оригинальная методика смешанного анализа, сочетающая качественный контент-анализ и количественный опрос, что обеспечило репрезентативность данных. Автором лично осуществлен сбор эмпирического материала для фильтрации данных в социальных сетях, а также адаптирован инструментарий анкетирования с учетом культурно-специфических особенностей китайских пользователей социальных сетей.

В результате исследования выявлены уникальные паттерны распространения лженаучной информации в китайском медиапространстве, включая доминирование рядовых пользователей как основных распространителей, тематический сдвиг в сторону здравоохранения и безопасности пищевых продуктов, а также роль алгоритмических систем в усилении распространения лженаучной информации, действующих при использовании социальных сетей. Диссертантом также предложена концепция «размытости» лженаучного контента как ключевого фактора, затрудняющего его идентификацию, и доказана корреляция между длительностью использования соцсетей и склонностью к доверию лженаучным утверждениям, разработаны конкретные рекомендации для регуляторных органов медиаплатформ и научного сообщества КНР, включая меры по улучшению алгоритмов модерации,

внедрению образовательных программ по медиаграмотности и созданию системы оперативного опровержения.

Структура. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений.

Основное содержание диссертационного исследования

Введение содержит обоснование актуальности темы исследования, цель и задачи, объект и предмет, методологию, эмпирическую базу исследования, описание степени разработанности изучаемой темы, теоретико-методологическую основу исследования, изложение теоретической и практической значимости работы, а также формулировку научной новизны, положений, выносимых на защиту.

В первой главе **«Теоретико-методологические подходы к изучению лженауки как компонента научной коммуникации»** обоснована теоретико-методологическая подготовка к систематизированному пониманию изучения процесса распространения лженаучной информации в социальных сетях Китая. Разработана терминологическая интерпретация понятия «лженаука» на основе изучения русского, китайского и англоязычного словарей и научных работ, рассмотрены вклад существующих исследований в проблематику изучения феномена лженауки и связи медиаисследования с другими научными направлениями на фоне междисциплинарности современных социогуманитарных исследований, а также показаны важность и роль социальных сетей в современной информационно-коммуникационной сфере Китая.

Первый параграф первой главы **«Понятийно-терминологические интерпретации лженауки в современных медиаисследованиях»** содержит информацию о том, что в процессе социального развития коннотация и денотация понятия «лженаука» постоянно и динамично изменяются в соответствии с различиями культурных контекстов и научных взглядов в разных странах и регионах. Таким образом, могут возникнуть трудности в понимании истоков и интерпретации данного понятия. Поэтому мы считаем необходимым систематизированно изучить его и предложить свое операционное определение для последующего исследования.

При выполнении данной задачи сначала обратимся к этимологическому словарю⁹⁰ и толковым словарям на английском, русском и китайском языке, таким как Кембриджский словарь⁹¹, Оксфордский словарь⁹², Словарь современного русского литературного языка⁹³, Современный китайский толковый словарь⁹⁴ и т. д. Из словарных определений видно, что концепция

⁹⁰ Online Etymology Dictionary. URL: https://www.etymonline.com/word/pseudo-science#etymonline_v_2783 (дата обращения: 29.11.2021).

⁹¹ Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/pseudoscience> (дата обращения: 29.11.2021).

⁹² Oxford English Dictionary. URL: <https://www.lexico.com/definition/pseudoscience> (дата обращения: 29.11.2021).

⁹³ Словарь современного русского литературного языка: в 17 т. / [глав. ред.: чл.-кор. АН СССР В. И. Чернышев (глав. ред.) и др.]; Акад. наук СССР. Ин-т рус. яз. М.; Л.: Изд. и 1-я тип. Изд-ва Акад. наук СССР в Л., 1950–1965. Т. 6 / [ред. Э. И. Коротаева и Л. В. Омелянович-Павленко]. 1957. Стлб. 204.

⁹⁴ Современный китайский толковый словарь (7-е издание). Пекин: Издательство Коммерции, 2016. С.1355. (现代汉语词典)

лженауки произошла от английского слова «pseudoscience», которое представляет собой комбинацию слов «pseudo» из греческого и «scientia» из латинского. Его этимология показывает, что основное значение лженауки — это неправильная ошибочная наука. Поскольку этимологический ключ слишком простой и общий, мы также рассмотрели словарные статьи, в которых представлено определение лженауки на английском, китайском и русском языках и обнаружили, что лженаука может быть представлена в различных формах, которые имитируют научное знание неправильным образом, но в действительности она не подкреплена соответствующими научными теориями и доказательствами и не отвечает основным характеристикам научного знания. Словарные определения раскрывают сложность и многогранность данного понятия и дают возможность распознавания лженауки в разных языковых контекстах. Но в то же время нам также необходимо определить внутренний масштаб и границы этого понятия в рамках рассуждения академического сообщества.

В этой связи нами изучены соответствующие академические материалы и Китая, и других стран в сочетании с определениями лженауки, данными учеными, занимающимися исследованиями в области естественных, инженерных, философских и социологических наук, и в результате перечислены возможные формы проявления лженауки и основные противоречия между ней и научным знанием. Выявлено, что лженаука может быть представлена в виде идей, знаний, теорий, концепций, убеждений, утверждений, рассуждений, заблуждений, обращений, фантазий, выводов, практических рекомендаций и т. д. и противоречит научным подходам, методам, принципам, обоснованиям, закономерностям, доказательствам, фактам и другим общепринятым теоретическим и практическим результатам исследований представителей научного сообщества; ее антинаучными признаками могут быть искажение, вырывание, имитация, выдумка, преднамеренность, игнорирование, несовместимость, догматичность, алогичность, непроверенность, неаргументированность, ошибочность, несвязанность, высокомерие, абсурдность, бессистемность, вред для общества и т. д.

На основе вышесказанного нами предложено свое операционное определение лженауки в рамках нашего медиаисследовательского контекста, а именно лженаука рассматривается как особый тип ложной информации, который динамично распространяется через определенные каналы коммуникации и содержит убеждения по различным тематикам конкретных наук, не соответствующие научным фактам, методам и критериям, с целью вызвать заблуждения у массовой, неспециализированной аудитории как потребителя информации. Данное операционное определение позволяет сформировать необходимые исследовательские компоненты в изучении лженаучной информации, такие как формы ее презентации, каналы и методы ее распространения, целевая аудитория, потенциальные эффекты и последствия распространения.

Во втором параграфе первой главы «**Лженаука как междисциплинарный аспект исследования в современных социогуманитарных науках**» проведен анализ существующих исследовательских подходов в области философии науки, социологии и психологии к проблематике изучения лженауки и представлена взаимосвязь их результатов с медиаисследованиями.

Не касаясь профессиональных рамок конкретных наук и не погружаясь в научные детали, мы в нашем анализе сосредоточились в целом на лженауке в сфере гуманитарных и социальных наук. Однако в последние годы, в условиях постоянного усложнения и интеграции различных научных, технологических и социальных проблем, актуальность междисциплинарных исследований становится все более очевидной. При изучении проблем лженауки мы также видим разнообразие и целенаправленность исследовательских подходов в современных социальных науках. Именно это сочетание преемственности и новаторства постоянно стимулирует развитие междисциплинарных исследований, а также предоставляет беспрецедентные возможности для изучения различных социальных явлений. Сегодня также наблюдается тенденция углубления и расширения исследований феномена лженауки в рамках социогуманитарных наук, эти исследования и дискуссии уже опираются на реальные социальные условия, применяют теории и методы социальных наук при решении практических проблем.

Было выяснено, что различные аспекты изучения распространения лженаучной информации в медиаисследованиях неотделимы от подходов и методов других научных дисциплин. В частности, философия науки предоставляет демаркационные стандарты для отличия научных и лженаучных знаний в целях идентификации лженаучности в распространенной информации. Социологические исследования дают нам возможность осмыслить взаимодействие конкретных социальных условий, таких как завышенные ожидания всего общества от науки, «стадный» инстинкт и несовершенство регулирующего института и т. д., с происхождением и развитием лженауки. В психологических исследованиях представлен опыт понимания когнитивных процессов, т. е. процессов получения, интерпретации, хранения, извлечения и применения информации индивидами в их практической деятельности, а также того, как лженаучная информация может влиять на эмоции, мышление и поведение аудитории. Все эти аспекты также отражены в соответствующих медиаисследованиях по вопросам форм и характеристик лженаучной информации, функционирования канала коммуникации в процессе ее распространения, влияния различного рода лженаучной информации как на общество в целом, так и на отдельного человека, мотивации поделиться информацией, эффектов информационной перегрузки, регулирования информационно-коммуникационного пространства и т. д.

Третий параграф первой главы «**Социальная сеть как необходимая инфраструктура в современном информационно-коммуникационном пространстве КНР**» содержит информацию о том, что в настоящих реалиях китайского информационно-коммуникационного поля социальные сети играют

так называемую инфраструктурную роль. Для выяснения значимости такой роли мы на основе соответствующих исследований выделили следующие три аспекта:

- 1) процесс медиатизации общества;
- 2) аффорданс социальных сетей;
- 3) функционирование социальных сетей в установлении информационной повестки.

Как уже отмечалось, сегодня медиа стали играть беспрецедентно важную роль почти во всех сферах жизни общества. В процессе своего развития медиа проникают в социальную жизнь общества и оказывают значительное влияние на формирование личности. В современном обществе люди в основном через медиа получают представления о мире, даже ориентируют свою реальную жизнь в соответствии с информацией, полученной из медиа. В частности, социальные сети, как децентрализованные медиа, позволяют индивидуальным интернет-пользователям, как субъектам распространения информации, непосредственно участвовать в сетевой коммуникации и расширять их индивидуализированное поведение. Пользователи социальных сетей, участвуя в создании и распространении информации через спонтанно сформированные разнообразные взаимодействия, образуют динамичную и сложную информационную экосистему, демонстрирующую мощную энергию распространения информации в интернет-пространстве. Разнообразные способы распространения информации на цифровых и интернет-платформах не только вдохновляют индивидуальных интернет-пользователей на активное участие, но и повышают их субъективную активность, а также позволяют развивать и реализовать творческие способности в деятельности коммуникации.

Аффорданс социальных сетей в коммуникационной деятельности пользователей подчеркивает, что функции и технологические особенности социальных сетей, ранее известные из конкретных исследовательских случаев, теперь уже включены в такой теоретический дискурс. Таким образом, социальные сети сегодня не только служат каналом передачи информации, но также могут выступать инструментом для реализации многочисленных целей медийного и социального характера.

Наряду с популяризацией и широким использованием социальных сетей, ведущие сетевые платформы Китая также выполняют специфические функции в установлении информационной повестки, благодаря широкому охвату аудитории и разнообразию ее информационных потребностей, технологических возможностей платформ и сочетания каналов массовой и межличностной коммуникации для распространения информации.

В итоге выяснено, что социальные сети сегодня благодаря своим техническим возможностям, с помощью которых осуществляется оперативная коммуникация между всеми участниками, и своей особой функциональностью, которая способствует не только распространению информации, но и активному участию в установлении информационной повестки, имеют большое значение в повседневной информационной жизни общества и в процессе медиатизации общества.

Во второй главе **«Характеристика медиапредставления лженаучной информации в социальных сетях Китая»** представлены механизм получения информации пользователями в социальных сетях Китая, алгоритм и результаты эмпирического исследования особенностей представления лженаучной информации, распространенной в наиболее популярных социальных сетях Weibo и публичных аккаунтах Wechat Китая.

В современной китайской коммуникационной среде лженаучный контент рассматривается как разновидность плохой и вредоносной информации, которая загрязняет чистую среду и наносит значительный социальный вред. В то же время в академическом сообществе мало соответствующих исследований, что существенно затрудняет понимание и решение проблем, связанных с распространением указанного контента. Поэтому мы считаем, что необходимо восполнить пробел в данном аспекте исследования, и решили выявить его различные особенности на основе самого медиапредставления лженаучной информации в целях разработки классификации для идентификации и управления распространением лженаучной информации.

В первом параграфе второй главы **«Основные модели информационного поведения пользователями в среде социальных сетей Китая»** рассматриваются ключевые модели получения и верификации информации пользователями китайских социальных сетей.

В аспекте получения информации в основном действуют четыре модели: активный поиск контента, пассивное получение информации через алгоритмы рекомендаций, обмен ссылками между знакомыми и подписка на конкретные аккаунты. В аспекте верификации информации в основном функционируют четыре модели: верификация авторитетности источника информации собственным пользователем, модерация и фильтрация контента со сторон платформ социальных сетей, ссылка на выводы профессиональных фактчекинговых организаций, краудсорсинговая верификация информации пользователями социальных сетей. Эти модели, обладая взаимодополняющими преимуществами и недостатками, наш взгляд, формируют основу информационной экосистемы использования китайских социальных сетей.

Понимание этих механизмов закладывает фундаментальную основу для дальнейшего анализа особенностей представления и распространения лженаучной информации в китайском сегменте социальных сетей, что способствует осмыслению масштабов и характера данной проблемы в контексте современного информационного общества Китая.

Во втором параграфе второй главы **«Методика и принципы разработки контент-анализа лженаучной информации»** определены все элементы предварительной подготовки к этой исследовательской части. Выяснено, что выбор платформ социальных сетей Weibo и публичных аккаунтов WeChat в качестве источника выборки публикаций обусловлен тем, что Weibo является крупнейшей и наиболее активно используемой платформой с интенсивным информационным потоком в Китае. Однако неоднородная возрастная структура ее пользователей, возможно, создает ограничения для исследования, поскольку

лженаучная информация равномерно распространяется среди всех возрастных групп. Именно поэтому для компенсации этих ограничений в исследование включена также платформа «Публичные аккаунты WeChat», которая обладает более широким и разнообразным демографическим составом пользователей. Важно отметить, что выбор двух вышеуказанных платформ социальных сетей не нацелен на их сравнительное исследование, а, напротив, призван представить максимально целостную картину исследования объема аудитории, которую покрывает лженаучная информация.

Далее, хронологические рамки 2018–2021 гг. обусловлены тем, что в этот период число интернет-пользователей в Китае приближалось к 1 млрд чел., что подчеркивает необходимость и актуальность понимания того, как лженаучная информация распространяется и воспринимается в такой переходный период развития китайского информационно-коммуникационного пространства. Этот временной период также выбран для того, чтобы оценить актуальные тенденции и потенциально разработать стратегии противодействия лженаучной информации.

Формирование выборки основано на ежегодном «Списке наиболее популярных лженаучных утверждений», составляемом авторитетными организациями по борьбе с лженаукой в Китае на основе экспертных оценок распространенности и вредного влияния лженаучной информации на общество. Из списков за 2018–2020 гг. отобрано 30 ключевых тезисов для поиска публикаций по соответствующей тематике.

Поиск по ключевым тезисам производился с помощью программы Python, широко применяемой для работы с большими данными. После фильтрации дубликатов и неэффективного контента из полученных данных осталось 823 публикации, которые были идентифицированы как содержащие лженаучную информацию.

В третьем параграфе второй главы **«Результаты контент-анализа: источник распространения, тематики и факторы, вводящие в заблуждение»** на основе нашей выборки рассмотрены следующие аспекты:

- 1) особенности источников распространения лженаучной информации;
- 2) тематические признаки лженаучной информации;
- 3) характерные черты факторов, вводящих в заблуждение в текстах лженаучной информации.

В результате выявлено, что медиапредставление распространения лженаучной информации в социальных сетях Китая в основном выглядит как осознанное редактирование и распространение противоречащей научным фактам ложной информации непрофессиональными субъектами в целях удовлетворения спроса пользователей на научную информацию. Такое медиапредставление подтверждает, что сегодня в информационной жизни Китая среди большого количества пользователей социальных сетей возникает множество различного рода потребностей в научной информации и распространение лженаучной информации стало обычным явлением, поскольку лженаучный контент часто связан с научными вопросами, актуальными для

повседневной жизни китайского общества, но содержит элементы, вводящие в заблуждение. Эти элементы проявляются в процессе распространения лженаучной информации посредством размытия научных доказательств и мобилизации эмоций аудитории для того, чтобы лженаучный контент в целом выглядел более научно, авторитетно и трудно идентифицировался неспециализированной массовой аудиторией. Приемы мобилизации эмоций, такие как вызов любопытства, бессилия и страха могут быть эффективными для привлечения внимания аудитории и выполнения убедительной функции при восприятии лженаучной информации, также могут стимулировать поведенческие реакции, которые приводят к поиску альтернативных, необоснованных решений и доверию продуктов, предложенных в текстах лженаучной информации.

В третьей главе **«Факторы, влияющие на восприятие лженаучной информации аудиторией в социальных сетях Китая»** проведен анализ данных, полученных из анкеты, разработанной для китайских пользователей социальных сетей Weibo и публичных аккаунтов Wechat, а также обсуждены текущие практики регулирования распространения лженаучной информации в Китае в рамках правового регулирования и саморегулирования и предложены возможные рекомендации, направленные на активизацию и координацию совместных усилий со стороны государства, научного сообщества, медиа и общественности в целях более эффективного противодействия распространению лженаучной информации.

В первом параграфе третьей главы **«Методика исследования»** определены респонденты, вопросы анкеты, способы ее раздачи. Данная анкета разрабатывается для респондентов, являющихся пользователями китайских социальных сетей Weibo и публичных аккаунтов WeChat. В ней содержится 5 блоков и в общей сложности 17 вопросов, из которых первый блок посвящен демографическим характеристикам респондентов, включая пол, возраст, уровень образования и профессию; второй блок – привычкам респондентов в использовании социальных сетей, включая ежедневную длительность и цели использования социальных сетей; третий блок – медиаграмотности респондентов, в частности общему доверию информации, распространяемой именно в социальных сетях, пониманию определения надежности в установлении достоверности информации и отношению к пересылке лженаучной информации; четвертый блок касается научной грамотности респондентов и измеряется дополнительным тестом, содержащим 10 тем по распознаванию лженаучной информации; общее отношение респондентов к распространению лженаучной информации в социальных сетях обсуждается в пятом блоке, где в том числе рассматривается связь распространения лженаучной информации с пользователями социальных сетей, популярная тематика лженаучной информации, с которой обычно сталкиваются респонденты, роль социальных сетей в распространении лженаучной информации и субъектов, ответственных за распространение лженаучной информации.

Раздачи анкет осуществлялись двумя способами – офлайн и онлайн: одна часть анкеты раздавалась прохожим в случайном порядке в г. Ланьчжоу, КНР; другая часть анкеты была разослана при помощи онлайн-опросной платформы Tencent, и эти анкеты были заполнены путем снежного кома. Таким образом, с помощью различных методов было суммарно получено 299 действительных анкет.

Во втором параграфе третьей главы **«Результаты исследования»** представлены структурные описания результатов на основе полученных данных в анкете и приводятся возможные факторы, влияющие на восприятие лженаучной информации аудиторией в социальных сетях Китая. В результате анализа нашей выборки стало ясно, что большинство опрошенных проявили недостаточную бдительность в отношении распространения лженаучной информации. Их также характеризует недостаточное развитие навыков, необходимых для эффективной идентификации и предотвращения вреда, причиняемого ложной наукой. Данные опроса также показали корреляционные соотношения, в которых восприятие пользователей лженаучного контента зависит от нескольких ключевых факторов: продолжительности и основных целей использования социальных сетей, их способности определять достоверность информации, а также уровня их научных знаний.

В третьем параграфе третьей главы **«Регулирование сетевого распространения лженаучной информации: практики, проблемы и возможные рекомендации»** обсуждены существующие практики регулирования вредоносной информации в Китае, включая как правовые, так и саморегулирующие меры на основе анализа соответствующих нормативных, инициативных документов и пользовательских правил социальных сетей по регулированию вредоносной информации Китая. Выявлено, что регулирование должно осуществляться всесторонне: соответствующими государственными органами по управлению информацией, научным сообществом, медиа (включая СМИ и платформы сетевой коммуникации) и пользователями, при этом каждая сторона несет определенную ответственность в процессе борьбы с распространением недостоверной и вредоносной информации, в том числе лженаучной. Такие меры призваны обеспечить систематический подход к управлению информацией, укрепить законодательную и нормативную базу, сократить количество лженаучной информации, а также повысить научную и медийную грамотность населения.

Тем не менее, практика также показывает, что эффективность данных регуляторных мер недостаточна. На государственном уровне положения не были адекватно адаптированы к усложняющимся условиям диссеминации и управления информацией. Меры наказания за нарушения реализованы неэффективно, что приводит к дисбалансу между защитой информационной активности на интернет-платформах и их регуляцией. В сфере медиа, особенно на платформах, базирующихся на сетевой коммуникации, конкуренция за прибыль порождает двойственность в регулировании распространенного контента: с одной стороны, они должны соблюдать законодательные и

административные требования для предотвращения распространения вредоносной информации, с другой стороны, им необходимо учитывать коммерческую прибыль, тесно связанную с пользовательской активностью публикации контента. При этом уровень медийной и научной грамотности общественности повышается медленно, что, безусловно, осложняет идентификацию и проверку лженаучной информации, выявляя противоречие между возрастающими потребностями в научной информации и ограниченными возможностями ее получения, а также неоднородностью ее качества. Все эти факторы значительно усложняют управление распространением лженаучной информации и подрывают эффективность действующей регулятивной системы.

В соответствии с ограничениями и недостатками существующих практик управления информацией мы рассматриваем возможные дополнительные предложения по управлению распространением лженаучной информации с точки зрения сотрудничества различных общественных институтов (государство – научное сообщество – медиа – общественность), такие как тщательное уточнение и обновление законодательства в данной области и политики управления информацией; расширение распространения научных знаний и опровержения лженаучной информации; использование профессиональных навыков и медийно-технических преимуществ; расширение механизмов межведомственного сотрудничества; развитие научной и медийной грамотности у общественности.

В **заключении** изложены итоги исследования, отмечены его границы и предложены перспективы работы с идентификацией лженаучной информации. Подчеркивается, что в эпоху медиатизации появление и популяризация социальных сетей вызвали ускорение и расширение масштабов распространения информации, предоставив обычным людям беспрецедентные возможности для массовой коммуникации. Это породило огромное информационное пространство как по числу потребителей информации, так и по объему циркулирующего контента. Однако повседневный опыт обработки информации свидетельствует о том, что значительный объем лженаучной информации активно распространяется в этом пространстве, используя децентрализованные каналы коммуникации социальных сетей, низкие барьеры для создания контента и относительно мягкие механизмы модерации. Данный процесс наносит серьезный ущерб обществу, науке и медиа. В то же время социальные сети предоставляют уникальную эмпирическую базу для исследований в области медиа, позволяя изучать явления распространения лженаучной информации, что в том числе и послужило причиной выбора темы нашей работы. Конечно, следует отметить, что представленное исследование имеет ряд ограничений: данные были собраны преимущественно из Weibo и WeChat, в основном текстового формата; невозможно обобщить результаты опросов из-за ограниченности выборки; анализ сосредоточен на китайском контенте без сравнения с другими странами. Ввиду этих ограничений необходимо провести более комплексное исследование, расширив источники данных лженауки в соцсетях и включив подкасты, видео и другие форматы с последующим

лонгитюдным анализом для изучения динамики. Важно также расширять межстрановые компаративные исследования и разрабатывать новые стратегии противодействия лженауке с учетом развития искусственного интеллекта и медиатехнологий. Учитывая вышесказанное, можно отметить, что в целом данное исследование достигло поставленных целей и может служить отправной точкой для систематического изучения распространения лженауки в социальных медиа, ее текущего состояния, проблем и влияния.

Основные положения диссертации нашли отражение в следующих работах соискателя:

Перечень RSCI и ВАК РФ

1. Ма Кэ. Конфликт формирования консенсуса в условиях полемики о традиционной медицине в сетевом сообществе Китая // Информационное общество. – 2022. – № 4. – С. 88–95. (RSCI РФ)
2. Кумылганова И. А., Ма Кэ. Особенности формирования повестки дня в социальных сетях России и Китая в период пандемии COVID-19 // Меди@льманах. – 2022. – № 2 (109). – С. 50–60. (ВАК РФ)
3. Ма Кэ. Особенности медиапредставления лженаучной информации в социальных сетях Китая // Современный ученый. – 2024. – № 6. – С. 146–155. (ВАК РФ)
4. Кумылганова И. А., Ма Кэ. Регулирование медиаконтента, произведенного с помощью искусственного интеллекта (AIGC): китайский вариант // В сборнике «Пятнадцатые международные научные чтения в Москве "СМИ и массовые коммуникации 2023"». Эпоха неопределенности в современных СМИ и журналистике: вызовы больших данных и искусственного интеллекта», издательство Факультет журналистики МГУ (Москва), тезисы, С. 173–175.
5. Кумылганова И. А., Ма Кэ. Нормативные проблемы применения ИИ в медиапрактике США и Китая // В сборнике «Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия», издательство Факультет журналистики МГУ (Москва), тезисы, С. 129–130
6. Кумылганова И. А., Ма Кэ. Национальная специфика коммуникативной политики социальных медиа России и Китая в эпидемической ситуации // в сборнике «Девестернизация исследований медиа и культуры: новые дискурсивные практики в цифровом мире. Двенадцатые международные научные чтения в Москве "СМИ и массовые коммуникации 2020"», издательство Факультет журналистики МГУ (Москва), тезисы, С. 148–149.

Ма Кэ

(Китай)

Особенности и эффекты распространения лженаучной информации в социальных сетях Weibo и Wechat

В данной диссертации изучена одна из наиболее актуальных проблем в сфере коммуникации — **распространение лженаучной информации** в социальных сетях Китая. Автором предпринята попытка выявить особенности распространения лженаучного контента в Wechat и Weibo и проанализировать его коммуникационный эффект на пользователей. В работе представлены возможные рекомендации для предотвращения вредоносного распространения лженаучной информации. Полученные результаты могут быть использованы специалистами в области научной и массовой коммуникации, а также представителями соответствующих общественных организаций по борьбе с лженаукой.

Ma Ke

(China)

**Characteristics and Effects of Pseudoscientific Information Dissemination
on Social Networks Weibo and Wechat**

This research explores one of the most pressing issues in the field of communication—the dissemination of pseudoscientific information on Chinese social networks. The author attempts to identify the characteristics of pseudoscientific content dissemination in Wechat and Weibo and to analyze the communicative impact on their users. The study also presents possible recommendations for preventing the harmful spread of pseudoscientific information. The research results can be used by professionals in the field of scientific and mass communication, as well as representatives of relevant public organizations combating pseudoscience.