

## КОРОТКОЕ ВИДЕО КАК ИСТОЧНИК ИНФОДЕМИИ В УСЛОВИЯХ ЭПИДЕМИИ COVID-19

Ли Инин

Санкт-Петербургский государственный университет

Поступила в редакцию 5 мая 2022 г.

**Аннотация:** в статье поднимается проблема подлинности текстовой и графической информации, связанной с новостями о COVID-19 и борьбы со слухами. Объектом исследования послужили фейковые новости, представленные в формате коротких видеосюжетов на платформах TikTok, YouTube, WhatsApp.

**Ключевые слова:** новые СМИ, короткие видео, инфодемия, эпидемия COVID-19, кризисная коммуникация.

**Abstract:** the article raises the problem of the authenticity of textual and graphic information related to the news about COVID-19 and the fight against rumors. The object of the study was fake news presented in the format of short videos on the platforms «TikTok», «YouTube», «WhatsApp».

**Keywords:** new media, short videos, infodemic, COVID-19 epidemics, emergency situations (ES).

**Введение.** Быстрое развитие технологий 5G вызвало катастрофическую инфодемию, которая захватывает все большее количество заинтересованных в информации COVID-19 людей. Эпидемия позволила значительно преодолеть дистанцию между правительством, СМИ и населением, и в 2020 г. напомнила людям об эпидемии атипичной пневмонии, которая представляет собой аналогичную чрезвычайную ситуацию. Но по сравнению с тем, что было 17 лет назад, распространение информации о внезапной вспышке резко изменилось. Не только правительство, но и СМИ при представлении контента не ограничивается текстом и изображением, а используют также короткие видеоролики и анимацию. Короткие видео стали играть важную роль при формировании общественного мнения и контроля за СМИ, а потому необходимо четко осознавать их негативную сторону.

В исследовании использовался метод кейс-анализа. Были отобраны короткие видео на сетевых ресурсах TikTok, YouTube, WhatsApp, маркированные как фейковые, в период с января по май 2020 г. Выборка случайная. Исследование проводилось с целью выявить влияние фейковых видео в сетевых медиа на общественность и способы борьбы с ними в условиях эпидемии COVID-19.

**Объектом** исследования являются короткие видео, общая продолжительность которых, как правило, не превышает 5 минут. Видео можно редактировать с помощью смарт-терминалов, а также распространять через социальные медиа: TikTok, YouTube, WhatsApp и др.

**Предметом** исследования являются фейковые короткие видео в сетевых медиа в период пандемии COVID-19, поднимающие не только вопросы здравоохранения и медицины, но и социальные и политические проблемы.

**Результаты** исследования. Новый коронавирус — редкая проблема, с которой столкнулось все человечество в последние годы. Эта катастрофа привела к тяжелым жертвам, материальному ущербу, экологическому вреду для окружающей среды и серьезным социальным последствиям, оказав непосредственное влияние на население. Во время чрезвычайных ситуаций СМИ несут особую ответственность в налаживании коммуникации между властью и народом, предоставляя своевременные и точные сообщения о ЧС, а также о поведении правительства или общества [1, 202].

Быстрое развитие интернета породило новые каналы распространения новостей и формы коммуникации. Неуклонное развитие технологии 5G сократило дистанцию между правительством, СМИ и людьми. По данным MediaScore, в России ежемесячный охват аудитории YouTube составляет 82,8 млн. пользователей, популярность TikTok также немалая: по данным на май 2020 г., ежемесячный охват составил 20,4 млн. пользователей.

Видно, что короткие видео стали важным средством для обычных людей при получении информации. Но стоит обратить внимание на то, что в условиях ЧС существует слишком много источников новостей и трудно проверить подлинность текстовой и графической информации, что приводит к быстрому распространению слухов, в том числе с помощью коротких видео. В начале 2020 г. социальная

сеть TikTok стала площадкой для распространения фейковых новостей о коронавирусе. Согласно «Объявлению об особом рассмотрении слухов, связанных с COVID-19», опубликованному TikTok 29 февраля 2020 г., на платформе было выявлено 24 922 ложных видео.

Так, китайская полиция получила сообщение о том, что мужчина по фамилии Лонг разместил без медицинского подтверждения ложное видео в приложении TikTok, в котором он упомянул, что масло помело и зеленый чай могут лечить от новой коронавирусной пневмонии. Это видео заставило многих пользователей пересылать его и комментировать. После допроса полицией мужчина признался, что масло помело и зеленый чай обладают противовоспалительным действием и оказывают определенное терапевтическое воздействие лишь на обычное воспаление.

По сообщениям канадских СМИ, слух в TikTok о том, что «коронавирус распространяется через изготовленные хирургические маски», получил более 2 миллионов лайков от пользователей. Кроме того, подросток в Ванкувере опубликовал видео, на котором мальчик в дыхательной маске кашляет у мусорного бака в коридоре кафетерия. Человек, стоящий за ним, позвонил на горячую линию экстренной помощи. Эта новость была представлена в виде скриншота, поскольку это первый подтвержденный подозрительный случай коронавируса в Британской Колумбии. Это шутивное и поддельное видео было воспроизведено более 400 000 раз.

Платформа TikTok не приняла эффективных мер по контролю за достоверностью видеоконтента и даже попустительствовала распространению ложной информации. Все это нервировало массы, вызывая панику и крайне затрудняя распространение экспертной информации, научных знаний в области профилактики коронавируса.

В России 19 мая 2020 г. сообщалось о росте количества фейков в интернете о новом типе заболеваемости — с начала апреля выявлено более 6000 ложных сообщений. Чаще всего фейки распространялись через WhatsApp, Viber, Telegram, через страницы сетевых медиа, а также через YouTube.

Например, в Уссурийске 28-летний местный житель извинился за создание фейкового видео о коронавирусе, которое стало вирусным в WhatsApp. В видео мужчина в защитном костюме утверждает, что все руководство завода заразилось коронавирусом, за кадром слышны крики «помогите». Автор затем пояснил, что задумал это видео как шутку. Он не мог предположить, что это видео, снятое в развлекательных целях, будет обнародовано и, возможно, введет в заблуждение жителей Приморского края. Он не знал, что подобные действия считаются злоупотреблением свободой слова.

Известный американский специалист по коммуникациям Г. Лассуэлл указал, что наблюдение

за окружающей средой является одной из основных социальных функций массовой коммуникации [2, 8–12]. Короткие видео могут помочь людям своевременно получить важные новости, которые произошли в тот день, и представить аудитории факты, заслуживающие внимания интересным содержанием и краткостью [3, 385]. Хотя именно из-за ограничения по длительности такие видео не дают возможности глубоко проанализировать, отразить и обобщить причины возникновения ЧС и описать в деталях предупредительные меры. Они не дают возможности зрителям составить полное представление о событии, что приводит к отклонениям в понимании того, что есть истина, а что недостоверная информация. Таким образом, функция отражения коротких видео относительно слаба в ЧС. Если аудитория желает узнать о подлинных причинах и результатах инцидента, ей все равно необходимо будет объединить короткие видео со специальными репортажами или длинными видео, чтобы лучше восстановить картину и получить в конечном итоге правдивые сведения об инциденте.

В сочетании с текущими вызовами коммуникации в сетевых медиа и быстрым развитием коротких видео, мы можем оптимизировать коммуникационные стратегии распространения информации в этом формате, исходя из следующих трех точек зрения:

1. *Улучшение законов управления Сетью соответствующими департаментами национального правительства.* Интернет не является местом вне закона, и распространение слухов не только нарушает соответствующие правила, но и может стать преступлением. На самом деле киберпространство можно очистить, лишь заставив нелегальных коммуникаторов заплатить законную цену и понести должное наказание. Наказание за каждый случай распространения эпидемических слухов — предупреждение для каждого из нас, чтобы заведомо не нарушать закон.

2. *Все сетевые медиа должны активно проводить специальные действия по устранению слухов, связанных с COVID-19.* Платформы сетевых медиа могут отдельно «наказывать» эти поддельные видео и аккаунты удалением из списка и приказами о запрете, чтобы создавать комфортную и позитивную атмосферу сообщества и формировать здоровую платформу для распространения ценной информации.

3. *Всестороннее повышение медиаграмотности сетевых медиакоммуникаторов.* Коммуникационная среда коротких видео «предпочитает» получение фрагментированной информации, понятное ее выражение, а также изображения с сильной сенсорной стимуляцией. Коммуникаторы должны обладать не только обширными запасами знаний и отличными навыками языкового выражения, но и пониманием специфики распространения короткого видео.

**Заключение.** Внешние опасности, связанные с чрезвычайными ситуациями, иногда не страшны.

Особую опасность представляют собой паника и слухи, вызванные неопределенностью. Поэтому повышение достоверности информации стало ключом к решению инфодемии. Джаред Даймонд упомянул, что отдельные лица, команды, компании, страны и даже весь мир сталкиваются с кризисами и давлением [4, 7–8]. Независимо от того, исходит ли давление изнутри или извне, в систему коммуникации необходимо вносить изменения, оптимизировать видео, чтобы добиться достоверности информации и доверия к ней потребителей, что может в конечном счете содействовать своевременному, открытому и эффективному распространению информации.

*Санкт-Петербургский государственный университет  
Ли Инин, аспирант Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»  
E-mail: yingyingli2701@outlook.com*

## ЛИТЕРАТУРА

1. Я И. Применение коротких видео в выпусках новостей во время возникающих общественных кризисов в условиях постэпидемии COVID-19 / И Я, Ф. Го // *Общественная дипломатия ежеквартально*. — 2020. — № 2.
2. Гарольд Д. Г. Цепь Лассуэлла в технике коммуникации и пропаганды: ключевые темы теории медиа / Д. Г. Гарольд. — Нью-Йорк: Изд-во Открытого университета, 2007.
3. Хуан Ч. Функция и роль короткого видео в ЧС / Ч. Хуан, Ч. Чанхуа // *Область вещания*. — 2020. — № 2. — С. 385.
4. Даймонд Д. М. Кризис / Д. М. Даймонд. — М.: Изд-во «АСТ», 2019.

*Saint Petersburg State University  
Li Yingying, Postgraduate Student of the High School of Journalism and Mass Communications  
E-mail: yingyingli2701@outlook.com*