

DOI 10.35775/PSI.2025.117.5.037

УДК 32.327

ХАНЬ ВЭНЬСИНЬ

аспирант факультета мировой политики

МГУ им. М.В. Ломоносова, Россия, г. Москва

E-mail: hanwx52@163.com

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА АМЕРИКАНСКОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ О КИТАЕ²

В последние годы стремительное развитие информационных технологий значительно изменило способы получения информации, особенно в сфере международной политики. Общественное мнение в США относительно Китая отличается сложной и изменчивой динамикой, где информационные технологии играют ключевую роль в формировании этих взглядов. В данной статье рассматривается влияние информационных технологий на общественное мнение американцев о Китае через призму социальных медиа, новостных каналов и анализа больших данных. Анализируются политические, экономические и социальные аспекты этого влияния, а также предлагаются прогнозы и стратегии реагирования на будущие тенденции общественного мнения.

Ключевые слова: информационные технологии, социальные медиа, общественное мнение, Китай, анализ настроений, большие данные, ложная информация, поляризация мнений, США, традиционные СМИ.

Введение. Цифровая трансформация оказывает глубокое влияние на способы получения и распространения информации в современном мире, в том числе на восприятие международной политики. В последние годы интернет и социальные медиа становятся важными факторами, изменяющими механизмы формирования общественного мнения, особенно в США. В отличие от традиционных СМИ, социальные медиа обеспечивают мгновенное и массовое распространение информации, что влияет на восприятие внешней политики Китая [5. С. 19-36].

Использование аналитики больших данных и инструментов анализа настроений открывает уникальные возможности для изучения общественного мнения в реальном времени. С помощью анализа данных с платформ социальных медиа, таких как Facebook и Twitter, исследователи могут отслеживать реакции на политические события и изменения в восприятии Китая среди американцев.

Тем не менее, существуют вызовы, связанные с предвзятостью данных и манипуляциями, особенно учитывая, что алгоритмы социальных медиа могут способствовать поляризации мнений. Важно отметить, что данные, собранные

² Данная статья подготовлена при поддержке Стипендиального совета Китая (CSC).

через социальные медиа, не всегда представляют мнение всей аудитории, включая те группы, которые имеют ограниченный доступ к интернету.

Цель статьи заключается в исследовании влияния информационных технологий на формирование общественного мнения о Китае в США, а также в предложении стратегий для точной интерпретации данных и минимизации искажений информации.

Влияние информационных технологий на способы распространения общественного мнения. Развитие информационных технологий, особенно рост интернета и социальных медиа, значительно изменило способы распространения общественного мнения. Взгляды американской аудитории на Китай больше не ограничиваются только репортажами традиционных СМИ, но формируются также через различные онлайн-платформы. Эти платформы делают распространение информации быстрым и масштабным, превращая пользователей в создателей и распространителей контента. Такой двусторонний процесс коммуникации усиливает роль индивида в контроле над информацией.

При анализе влияния информационных технологий на общественное мнение важную роль играет теория социального конструктивизма, согласно которой медиа не только передают информацию, но и формируют общественное сознание и социальную реальность [2]. Социальные медиа, как новые каналы распространения информации, также могут быть интерпретированы через эту призму.

Исследования показывают, что информационные потоки в социальных медиа обладают высокой интерактивностью и мгновенностью, что оказывает значительное влияние на общественное мнение. Дискуссии на этих платформах часто характеризуются поляризацией, когда сторонники и противники объединяются в группы по определенным вопросам, что приводит к информационным предвзятостям и расколу мнений [1. С. 319-336]. Например, на Twitter обсуждения о Китае часто поляризуются, с ярко выраженными позициями как в поддержку, так и против, что затрудняет представление нейтральных или многогранных точек зрения [12. С. 1-29].

Социальные медиа не только распространяют информацию, но и усиливают эмоциональную составляющую высказываний, особенно по чувствительным политическим вопросам, таким как протесты в Гонконге, проблемы Синьцзяна и торговая война. Например, хештег #ChinaVirus в Twitter не только распространял негативную информацию о Китае, но и способствовал усилению страха и враждебности к Китаю у части населения [6. С. 45-67].

Один из ключевых эффектов социальных медиа – «эффект эхо-камеры», когда группы людей с одинаковыми взглядами усиливают свои позиции, что приводит к фильтрации информации и поляризации мнений [10]. Пользователи склонны обращать внимание только на информацию, соответствующую их убеждениям, игнорируя альтернативные мнения. Это ограничивает разнообразие информации и способствует формированию информационных пузырей, что влияет на общественное восприятие и ослабляет социальную сплоченность.

Развитие информационных технологий также привело к перегрузке информации, что породило проблему ограничения ресурсов внимания пользователей. Это привело к возникновению концепции экономики внимания, где стоимость информации определяется ее способностью привлекать внимание [4]. В условиях конкуренции за внимание контент часто упрощается и фрагментируется, теряя глубину и контекст. Это затрудняет понимание сложных проблем и усложняет процесс принятия решений и обработки информации [11. С. 473-494].

Развитие информационных технологий и социальных медиа существенно изменяет способы распространения общественного мнения. Двусторонняя коммуникация, эффект эхо-камеры и перегрузка информацией становятся как возможностями, так и новыми вызовами для анализа общественного мнения и разработки эффективных стратегий коммуникации в цифровую эпоху.

Роль больших данных и анализа общественного мнения. Технологии больших данных и анализ общественного мнения предоставляют новые возможности для понимания отношения американской аудитории к Китаю. С развитием социальных медиа и инструментов сбора данных исследователи могут анализировать новостные репортажи, данные социальных медиа и комментарии, отслеживая изменения общественных настроений в реальном времени. Это позволяет выявить, какие темы привлекли внимание в определенный момент времени, а также какие эмоциональные настроения преобладают. Например, анализ данных с платформ, таких как Facebook и Twitter, позволяет оценить, какие события вызвали негативные эмоции в отношении Китая [9. С. 45-62].

Технология анализа настроений, использующая алгоритмы обработки естественного языка (NLP), значительно повысила точность в оценке общественного мнения. Она позволяет количественно измерять изменения в отношении общественности к Китаю. Например, во время обострения торговой войны в 2020 году анализ данных с Twitter показал значительное увеличение негативных настроений по отношению к Китаю. Исследование Park & Lee (2020) показало, что около 60-70% твитов о Китае выражали негативные эмоции, особенно по вопросам китайской экономики и интеллектуальной собственности, что указывает на колебания общественных настроений [8. С. 1094-1096]. Эти данные помогают политикам точно оценивать общественные настроения при формировании внешнеэкономической стратегии.

Однако технологии больших данных имеют свои ограничения, в частности, риски предвзятости данных и манипуляции с общественным мнением. Выбор данных и проектирование алгоритмов могут влиять на конечные результаты анализа, особенно при интерпретации спорных вопросов. Примером может служить анализ данных социальных медиа во время президентских выборов в США 2016 года, где фейковые новости и предвзятые алгоритмы усиливали эффект информационного пузыря, способствуя социальной поляризации и манипуляциям с общественным мнением.

Аналогичные проблемы возникают и в анализе общественного мнения по отношению к Китаю. Исследования показывают, что если процесс анализа

данных подвержен влиянию определенных заинтересованных групп или если некоторые эмоциональные настроения чрезмерно преувеличены, это может привести не только к искажению результатов анализа, но и к ошибочным политическим решениям [7. С. 75-89]. Например, если алгоритмы социальных медиа излишне акцентируют внимание на контенте, связанном с «угрозой Китая», это может создать неверное восприятие среди политиков и общественности, что приведет к принятию чрезмерно агрессивной внешней политики по отношению к Китаю. Таким образом, обеспечение объективности и справедливости анализа больших данных становится важной задачей для исследования общественного мнения.

Кроме того, предвзятость в данных может проявляться не только на уровне алгоритмов, но и на этапе сбора и обработки данных. В США, например, некоторые опросы общественного мнения и анализ больших данных могут не полностью отражать мнение всей аудитории, особенно в группах с низким уровнем интернет-усвоения, таких как пожилые люди, чьи взгляды часто оказываются игнорируемыми или труднодоступными. Отсутствие мнений этих групп может привести к однобокости результатов анализа общественного мнения. Согласно отчету Pew Research Center (2021), примерно 24% американцев не используют социальные медиа, и эта группа имеет политические взгляды и отношение к Китаю, кардинально отличные от тех, кто активно использует социальные сети. Следовательно, если анализ больших данных будет опираться только на данные из социальных медиа, это может привести к игнорированию мнений этой аудитории и исказить понимание общественного мнения о Китае.

Заключение. Цифровизация и рост информационных технологий оказывают значительное влияние на формирование общественного мнения в США, особенно в отношении Китая. Современные информационные платформы, такие как социальные медиа, значительно ускоряют процесс распространения информации, но одновременно создают новые вызовы для восприятия и интерпретации событий. На основе анализа этих платформ и технологии анализа настроений, можно утверждать, что общественное мнение о Китае продолжает оставаться сложным и поляризованным, с ярко выраженными негативными настроениями, особенно в отношении политических и экономических аспектов.

Прогнозируя будущее развитие общественного мнения о Китае, можно выделить несколько ключевых тенденций. Во-первых, влияние социальных медиа и других цифровых платформ продолжит расти, что приведет к усилению поляризации и информационных пузырей, в которых пользователи будут находиться в изоляции от множественности точек зрения. Во-вторых, использование технологий больших данных и анализа настроений будет играть важную роль в мониторинге общественного мнения, предоставляя аналитикам и политикам возможность оперативно реагировать на изменения в общественных настроениях. Однако необходимо учитывать, что алгоритмы и выбор данных могут привести к искажению картины, особенно если они подвергаются влиянию заинтересованных групп.

Для эффективного реагирования на эти тенденции и минимизации рисков искажений, необходимо развивать стратегии, направленные на повышение объективности и справедливости в анализе данных. Одним из таких шагов является использование более разнообразных источников данных, включая те группы, чьи мнения традиционно игнорируются, такие как пожилые люди или жители сельских районов, которые не активно используют социальные сети. Важно также усилить контроль за распространением ложной информации, которое является одной из главных причин искажения восприятия Китая.

Таким образом, для поддержания точности и надежности анализа общественного мнения необходимо постоянно совершенствовать методы анализа данных и принимать во внимание все социальные и культурные особенности аудитории. Это позволит выработать более объективные и эффективные стратегии внешней политики и медиаплатформ, способствующие улучшению взаимопонимания между государствами и укреплению глобальной коммуникации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Барбера П., Джост Дж.Т., Наглер Дж. и др. Твиттер от левого к правому: является ли онлайн-политическая коммуникация чем-то большим, чем эхо-камера? // Политическая наука: исследования и методы. 2015. Т. 3.
2. Бергер П.Л., Лукманн Т. Социальная конструкция реальности: трактат по социологии знания. Нью-Йорк: Энкор Букс, 1966.
3. Барбера П. и др. Твиттер от левого к правому: является ли онлайн-политическая коммуникация чем-то большим, чем эхо-камера? // Политическая коммуникация. 2015. Т. 32. № 4. DOI: <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1073994>.
4. Дейвпорт Т.Х., Бек Дж.С. Экономика внимания: понимание новой валюты бизнеса. М.: Гарвардский университет, 2001.
5. Галицкий Е.Б. Аудитория Интернета: социально-демографический анализ // Информационное общество. 2008. № 3-4.
6. Гао Л., Лю Л. Влияние социальных медиа на общественное мнение и общественные настроения: исследование на примере китайского вируса // Журнал социальных медиа в обществе. 2020. Т. 9.
7. Лю У., Чжан Л. Влияние анализа настроений на принятие внешнеполитических решений: исследование данных социальных медиа // Международный журнал политической науки. 2022. Т. 48. № 1. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijps.2022.03.014>.
8. Лазер Д.М.Дж. и др. Наука о фейковых новостях // Наука. 2018. Т. 359. № 6380. DOI: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>.
9. Парк С., Ли С. Анализ настроений в социальных медиа во время торговой войны: исследование на основе Twitter о отношениях между США и Китаем // Журнал политической коммуникации. 2020. Т. 21. № 2. DOI: <https://doi.org/10.1080/14742837.2020.1796271>.

10. Репаблик.ком 2.0 / С.Р. Сунштейн. Принстон: Принстонский университет, 2009.
11. Спейер К., Весси И., Валачич Дж.С. Влияние требований задачи и технологий на эффективность информационных систем: перспектива когнитивной совместимости // MIS Quarterly. 1999. Т. 23.
12. Туфекчи З. Социальные медиа, политическое участие и политическая дискуссия: обзор литературы // Международный журнал коммуникации. 2014. Т. 8.

HAN WENXIN

Ph.D. student, Faculty of World Politics,
Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russia

THE IMPACT OF INFORMATION TECHNOLOGIES ON AMERICAN PUBLIC OPINION ABOUT CHINA³

In recent years, the rapid development of information technologies has significantly changed the ways of obtaining information, especially in the field of international politics. Public opinion in the United States regarding China is characterized by a complex and fluctuating dynamic, where information technologies play a key role in shaping these views. This article examines the impact of information technologies on American public opinion about China through the lens of social media, news channels, and big data analysis. The political, economic, and social aspects of this influence are analyzed, and predictions and strategies for responding to future trends in public opinion are proposed.

Key words: Information technologies, social media, public opinion, China, sentiment analysis, big data, misinformation, opinion polarization, USA, traditional media.

³ This article was prepared with the support of the China Scholarship Council (CSC).