

Секция «Актуальные вопросы социально-политического развития: взгляд молодых исследователей (секция НСО и СМУ ФП МГУ)»

Образ России в традиционных и новых СМИ Турции

Научный руководитель – Панцеров Константин Арсеньевич

Озташ Бейза

Аспирант

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет международных отношений, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: beyzaosztas3516@gmail.com

Актуальность: Россия является одним из ключевых стратегических и экономических партнеров для Турции. По этому, новости о России занимает особое внимание в турецких СМИ. Однако наблюдаются рост фейковых новостей и антироссийской дезинформации в новых СМИ (новостные сайты и цифровых коммуникационных платформ), и также значительные разногласия между образом России в традиционных СМИ и новых СМИ. Необходимо проанализировать эти новости и оценить их влияние на позитивного имиджа России в Турции.

Новизна: Как наблюдается в последние годы, существует многослойная структура (лингвистические, тематические, параллельные и последовательные), в которой Россия описывается в фейковых новостях. Однако исследования, посвященные образу России и именно последствиям дезинформации, ограничены в научной среде. Это затрудняет раскрытие тем, методов и потенциальных последствий фейковых новостей дезинформации при формировании образа России в Турции. Поэтому мы сосредоточимся на сравнении традиционных и новых медийных-практик и изменении дискурса в турецких СМИ; а также на том, как дезинформация и фейковые новости формируют образ, и на их возможных злонамеренных последствиях.

Методология: В рамках исследования мы разделили средства массовой информации на традиционные и новые. Традиционные СМИ были проанализированы на основе письменных текстов, опубликованных в газетах и на официальных веб-сайтах. (Anadolu Agency, TRT). [2, 6] Для исследования новых СМИ, проанализированы самые просматриваемые новости в социальных сетях, которые были на повестке дня, и популярные сайты интернет-СМИ, и дополнительно проанализированы фейковые новости. В процессе анализа были рассмотрены тематика, тональность и языковые особенности новостей о России.

Исследование: При анализе традиционных СМИ новости о России включают в себя новости об экономическом сотрудничестве и дипломатические новости. Тон - нейтральный и позитивный. Несмотря на то, что в новых СМИ есть новости в положительном виде, в ходе исследования были обнаружены фейковые новости и дезинформация.

Цели этих фейковых новостей можно перечислить следующим образом: фейковые новости для привлечения внимания аудитории в социальных сетях; и манипуляция общественным мнением и дезинформация. Новости, относящиеся к категории манипуляций и дезинформации, усиливают политическую поляризацию в стране и направлены на формирование негативного образа.

При анализе образа России в новых СМИ, рассмотрены источники Medyascope и Bianet, которые являются популярными сайтами новостей. [3,4] Следует отметить что, направленность дезинформации не только на политику, а она охватывает широкий спектр сфер, включая образование, культуру, и общество. Таким образом, дезинформация носит системный характер, затрагивая различные аспекты.

При анализе социальных сетей и фейковых новостей направленных против России, мы

использовали платформу Teuýt, независимая организация по проверке фактов, базирующаяся в Турции. [5]

Лингвистические элементы – эффективное средство влияния на формирование общественного мнения. [1] В таких фейковых новостях Россия часто описывается как “агрессор”. В лингвистическом аспекте, прилагательные, используемые в этих материалах, часто образованы от корней «агрессивный» и «воинственный», что создаёт впечатление «сценариев апокалипсиса». В результате темы таких новостей, а также язык, используемый в них, в значительной степени соответствуют друг другу.

В то же время можно отметить, что некоторые фейковых новостей в социальных сетях также используется для создания паники и тревоги среди общества. Дипфейки и ложные картинки используются для психологической паники в обществе в связи с наступлением “серьезного кризиса”. Кроме того, были замечены случаи использования искусственного интеллекта для создания фейковых материалов, таких как дипфейки, инвертирование, и визуальная обработка с помощью ИИ.

Таким образом, антироссийская пропаганда проявляется как в микроуровне (визуальные элементы, выбор текста, тон и лингвистические особенности), так и в макроуровне (тематика и способ освещения новостей).

Риски распространения дезинформация можно разделить на два основных этапа.

- 1) Социальный этап: поляризация общества и психологическая война.
- 2) Дипломатический этап: потенциальное влияние на дипломатические отношения, а также возможность возникновения кризисных ситуаций в будущем.

Меры по противодействию распространению фейковых новостей можно разделить на правовые и технические этапы. К техническим относится использование ИИ для обнаружения ботов и злонамеренного контента в режиме реального времени.

Тем не менее, анализируя образ России в Турции в общем перспективе, можно отметить, что, несмотря на наличие дезинформации, в обществе преобладает положительный образ России. Такие характеристики, как «сильная страна и лидер» или «государство с богатой историей», часто используются для описания России. Эти формулировки характеризуют образ России в целом.

В заключение можно отметить, что в настоящее время фейковые новости и дезинформация не оказывают критического влияния на образа России в Турции. Потому что они достигают ограниченного сегмента общества, а есть другие важные факторы, определяющие образ России, такие как сотрудничество, культурные и экономические факторы и отношение. Однако с развитием технологий появляются новые способы манипуляции информацией, такие как deepfake-технологии и автоматизированные боты. Эти инструменты создают новые риски распространения фейковой информации, что требует дальнейшего изучения их влияния на образ России.

Источники и литература

- 1) Larina, T., Ozyumenko, V. and Ponton, D. (2019) Persuasion strategies in media discourse about Russia: Linguistic ambiguity and uncertainty. *Lodz Papers in Pragmatics*, Vol. 15 (Issue 1), pp. 3-22. <https://doi.org/10.1515/lpp-2019-0002> (Accessed 09.03.2025)
- 2) Anadolu Agency / официальный сайт, [Электронный ресурс] URL: <https://www.aa.com.tr/tr/>. (дата обращения: 09.03.2025).
- 3) Bianet.org / официальный сайт, [Электронный ресурс] URL: <https://bianet.org/>. (дата обращения: 09.03.2025).

- 4) Medyascope.org / официальный сайт, [Электронный ресурс] URL: <https://medyascope.tv/>. (дата обращения: 09.03.2025).
- 5) Teyit.org / официальный сайт, [Электронный ресурс] URL: <https://www.teyit.org/>. (дата обращения: 09.03.2025).
- 6) TRT Haber / официальный сайт, [Электронный ресурс] URL: <https://www.trthaber.com/> (дата обращения: 09.03.2025).