

ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ ИСКАЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ В ПРОЦЕССЕ КОММУНИКАЦИИ (на примере пандемии COVID-19)

А. В. Землянский

Аннотация. Статья посвящена изучению процессов коммуникации в период пандемии коронавируса. Цель исследования – выявление причин искажения информации как на этапе подготовки медиаматериала, так и в процессе его восприятия аудиторией. В качестве основного метода был выбран контент-анализ журналистских материалов, в которых так или иначе затрагиваются проблемы, связанные с освещением пандемии коронавируса. Вспомогательным методом стал функциональный анализ, с помощью которого выявляются особенности влияния новостных и аналитических материалов, их место и роль в формировании общественного мнения в отношении пандемии COVID-19. В результате исследования автор приходит к выводу, что когнитивные искажения являются естественным механизмом, помогающим человеку адаптироваться к сложным ситуациям. Они проявляются в процессе коммуникации как со стороны журналистов, которые транслируют информацию, пропуская ее через свои когнитивные фильтры, так и со стороны реципиентов, которые интерпретируют информацию исходя из собственных установок. В период пандемии COVID-19 пользователи столкнулись с перенасыщением медиополя недостоверной информацией. Вследствие этого они могли сделать ошибочные выводы относительно происходящих событий и принять неверные решения.

Ключевые слова: инфодемия, информация, дезинформация, когнитивные ошибки, пандемия COVID-19.

Для цитирования: Землянский А. В. Причины и последствия искажения информации в процессе коммуникации (на примере пандемии COVID-19) // Наука и школа. 2024. № 5. С. 60–70. DOI: 10.31862/1819-463X-2024-5-60-70.

© Землянский А. В., 2024



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

CAUSES AND CONSEQUENCES OF INFORMATION DISTORTION IN COMMUNICATION PROCESSES (Using the Example of the COVID-19 Pandemic)

A. V. Zemlyanskiy

Abstract. *The article is dedicated to studying the communication processes during the COVID-19 pandemic. The research aims to identify the reasons for information distortion both in the preparation of media materials and in their perception by the audience. The primary method chosen was content analysis of journalistic materials addressing issues related to the COVID-19 pandemic. A supplementary method used was functional analysis to reveal the peculiarities of the influence of news and analytical materials, their place, and role in shaping public opinion regarding the COVID-19 pandemic. The study concludes that cognitive distortions are a natural mechanism helping individuals adapt to complex situations. They manifest themselves in communication both on the part of journalists, who transmit information through their cognitive filters, and on the part of recipients, who interpret information based on their own biases. During the COVID-19 pandemic, users encountered an oversaturation of unreliable information in the media landscape. Consequently, they may have drawn false conclusions about ongoing events and made incorrect decisions.*

Keywords: *infodemic, information, misinformation, cognitive biases, coronavirus pandemic.*

Cite as: Zemlyanskiy A. V. Causes and consequences of information distortion in communication processes (using the example of the COVID-19 pandemic). *Nauka i shkola*. 2024, No. 5, pp. 60–70. DOI: 10.31862/1819-463X-2024-5-60-70.

Для периода глобальных кризисов в области здравоохранения, например, таких как пандемия COVID-19, характерна инфодемия, то есть перенасыщение медиаполя информацией, которую практически невозможно верифицировать в кратчайшие сроки, как того требует ситуация. К такому контенту можно отнести, например, медицинские статьи с теориями о происхождении коронавируса, которые часто становились основой для инфодемических нарративов. В подобных научных материалах содержится множество профессиональных терминов, понимание которых требует соответствующей подготовки, что вызывает трудности восприятия у массовой аудитории.

Фейк-ньюз, в свою очередь, излагаются простым и доступным языком, поэтому широко распространяются в медиапространстве. В результате происходит хаотизация медиаполя, когда его акторы (как производители, так и потребители контента, в том числе научное сообщество и органы власти) начинают противоречить собственным установкам и правилам, поскольку не имеют строгого алгоритма действий и не могут сориентироваться в быстро меняющейся ситуации.

Человеческий мозг постоянно стремится упростить и упорядочить окружающий мир, придав ему симметричность, стабильность и закономерность, а потому «проектирует» реальность в соответствии со своими установками и потребностями [1]. Из-за этого каждый индивид в каком-то смысле является «заложником мира в мире». Согласно концепции, разработанной немецким философом Якобом фон Иксюлем, реципиент воспринимает информацию селективно, то есть выбирает только ту, которая кажется ему значимой и может повлиять на его дальнейшие действия. Это,

в свою очередь, объясняет многочисленные когнитивные искажения, так как человек неосознанно «урезает» любую поступающую информацию, чтобы легче усвоить и извлечь из нее пользу.

Однако картина мира современного человека сильно отличается от того, какой она была еще в конце XX в. Как считает исследователь А. П. Федоркина, сегодня она имеет корневую разветвленную структуру со множеством каналов и элементов [2]. Главными характеристиками современного мира являются его асимметричность, хаотичность и децентрализация. Те же самые характеристики соответствуют и онлайн-среде. Федоркина также отмечает тенденцию к «унификации картины мира», то есть к единому в обществе восприятию, сформированному СМИ и массовой культурой.

Некоторые ученые рассматривают процесс обработки информации как последовательность этапов: **этап восприятия, этап планирования действий и этап выполнения действий** [3].

Под восприятием информации понимается процесс **выделения, сбора, организации, хранения и интерпретации сенсорной информации** [4]. Он осуществляется при помощи органов чувств, таких как слух, зрение, вкус, обоняние и осязание. Отдельные стимулы, проходя через них и перцептивные фильтры, образуют схемы и шаблоны, которые затем обрабатываются посредством прошлого опыта и становятся опытом новым, а уже после ложатся в основу дальнейших действий.

Стоит отметить, что аудитория склонна отбирать ту информацию, которая является для нее эмоционально стимулирующей, или ту, которая отвечает ее интересам и запросам [5]. Например, человек, переболевший коронавирусом, сосредоточит свое внимание на новостях, в которых рассказывается о последствиях перенесенного заболевания. Этим активно пользуются современные СМИ, конкурирующие в борьбе за внимание реципиентов. Так, в период пандемии коронавируса большинство медиа ежедневно обновляли статистику заболеваемости, осознавая, что данная информация актуальна для значительной доли аудитории и вызовет у нее соответствующий интерес. Однако пользователи могут извлечь разную информацию из одного и того же материала или выпуска новостей, даже если смотрят его вместе.

Причиной, по которой на одном из этапов восприятия происходит искажение информации, является стремление индивида отобрать и усвоить данные таким образом, чтобы они соответствовали ранее полученным и не противоречили его картине мира. В условиях пандемии COVID-19 у большинства не возникло «привязки» новой информации к полученной ранее, поскольку опыт преодоления подобных кризисов отсутствовал. В связи с этим в интерпретации и восприятии возникли так называемые лакуны, пробелы в знаниях, заполнить которые можно лишь двумя способами – активацией релевантной информации из прошлого или приобретением новой для создания когнитивной схемы. Однако во втором случае у реципиента нет гарантии, что та информация, которая к нему поступает по всем каналам СМК, окажется достоверной и он не сформирует модель поведения, которая может быть опасна как для его собственной жизни, так и для всего общества. Примером тому могут послужить антиваксерские кампании в социальных сетях и отказ пользователей от вакцинации.

Все предыдущие глобальные кризисы в области здравоохранения (испанский грипп, чума, ВИЧ и др.) также сопровождались инфодемией. Реципиент, получая противоречивую информацию по разным каналам, был не в состоянии сформиро-

вать собственное представление о происходящих событиях. Это приводило к ощущению потери контроля над ситуацией и, как следствие, к стрессу.

Данное явление объясняется эволюционной психологией: американские ученые из Техасского университета выяснили, что ощущение контроля является базовой потребностью человека [6]. В ситуациях его потери человек начинает принимать различные меры по его возвращению, в том числе нерациональные и опасные. Данный вывод подтверждает и эксперимент когнитивных психологов Д. Салливана, З. Ротшильда и М. Ландау: в группах респондентов, где активно распространялись слухи и сплетни, отмечался низкий уровень стресса [7]. Это объясняет, почему в период различных кризисов возрастает популярность теорий заговора, астрологических прогнозов, мистификаций и т. д. Так, в период пандемии коронавируса особую популярность продемонстрировали псевдомедицинские советы, например, как выявить у себя коронавирус посредством задержки дыхания¹. Такие простые «методы» позволяли пользователям самостоятельно проверять состояние здоровья, то есть давали мнимое ощущение контроля.

Д. Канеман изучил природу такого когнитивного искажения, как формирование поспешных выводов, и установил, что это происходит, когда индивид испытывает дефицит информации [8]. На начальном этапе пандемии COVID-19 информации действительно было критически мало, в связи с чем различным медиа приходилось самостоятельно объяснять, оценивать и интерпретировать происходящее. Высокий уровень конкуренции и быстрое развитие событий вынуждали СМИ пренебрегать фактчекингом; они стремились публиковать новости раньше других, чтобы привлечь больше аудитории. Это усилило давление на самих журналистов и привело к тому, что им приходилось работать в стрессовом состоянии, что, в свою очередь, снижало уровень критического мышления и увеличивало вероятность ошибок. Следовательно, информация подвергалась искажениям еще до того, как поступала к реципиентам, то есть на первом этапе обработки. Таким образом, ошибки множжились и порождали новые, что привело к тотальному заражению медиaproстранства.

Склонность делать поспешные выводы из-за недостаточного количества информации Д. Канеман назвал эффектом WYSIALTI, что на английском расшифровывается как “What you see is all there is” («Что ты видишь, то и есть») [8]. Парадокс WYSIALTI заключается в том, что **ни количество, ни качество доказательств не способны изменить субъективную оценку индивида, если она уже сформирована**. Таким образом, WYSIALTI объясняет некоторые искажения, например, фрейминг, когда информация оказывает различные эффекты в зависимости от использованных способов ее подачи. Так, утверждение «выживаемость в случае коронавируса составляет 80%» успокаивало аудиторию больше, чем «смертность от коронавируса составляет 20%».

Пользуясь этим, российские СМИ на начальном этапе пандемии прибегали к «успокаивающим» фреймам («коронавирус не опаснее, чем простуда»)². Однако после того, как стало ясно, что система здравоохранения не справляется с количеством заболевших, СМИ изменили тон сообщений на алармистский

¹ Нараленкова О. Как с помощью дыхательных тестов в домашних условиях определить, что коронавирус не затронул ваши легкие // Комсомольская правда. 02.12.2020. URL: <https://www.kp.ru/daily/21712095/4331917/> (дата обращения: 15.04.2024).

² «Не так страшен коронавирус, как его малюют»: русские врачи без цензуры о Covid-19 // Царьград. 26.10.2020. URL: https://tsargrad.tv/archive/ne-tak-strashen-koronavirus-kak-ego-maljujut-russkie-vrachi-bez-cenzury-o-covid-19_292222?ysclid=lv0u4w7dah621272203 (дата обращения: 15.04.2024).

(«мы в опасности»³, «носите маски»⁴). Тем не менее этого было недостаточно, чтобы изменить закрепившийся фрейм «страна справляется с вирусом, и он не представляет серьезной угрозы для населения». В связи с этим россияне крайне скептически относились к мерам профилактики и призывам соблюдать социальную дистанцию, карантин или носить маски. Так, с 1 апреля 2020 г. правительство даже было вынуждено ввести штрафные санкции за нарушение самоизоляции и появление в общественном месте без маски⁵, в результате чего уже в первую неделю в Москве было оштрафовано девять человек⁶, а к концу августа в одной только Свердловской области было выписано штрафов на сумму 54 млн рублей⁷. В СМИ также регулярно появлялись материалы с «жалобами» различных предприятий и магазинов на проблемы с покупателями, отказывающимися от соблюдения профилактических мер⁸.

Исследование MarketWatch подтверждает, что освещение пандемии коронавируса в США изначально носило алармистский характер⁹. Еще в январе 2020 г., когда стало известно о появлении нового вируса в Ухане, американские издания начали оперировать пугающими заголовками, например: «Таинственный вирус заставляет Китай (и остальную Азию) нервничать. Это не атипичная пневмония, так что же это?»¹⁰.

Для того чтобы мотивировать граждан активно вакцинироваться, СМИ публиковали новости о представителях антипрививочного движения, умерших от коронавируса или заразившихся им. Например, в *Changing America* вышла статья под названием «Всё больше и больше консервативных лидеров СМИ умирают от COVID-19 после того, как выступили против вакцин»¹¹, а *Washington Post* опубликовала материал под заголовком «Четыре консервативных ведущих ток-шоу на радио отказались от вакцин против коронавируса. Потом они заболели»¹².

Количество когнитивных ошибок, которые возникают у конкретного индивида, зависит от типа его мышления, темперамента, опыта и других особенностей

³ ВОЗ: коронавирус опасен для всех возрастов // РЕН ТВ. 28.03.2020. URL: <https://ren.tv/news/zdorove/679082-voz-koronavirus-opasen-dlia-vsekh-vozrastov> (дата обращения: 15.04.2024).

⁴ Эксперт рассказал, что поможет защититься от коронавируса // РИА Новости. 16.03.2020. URL: <https://ria.ru/20200316/1568646515.html> (дата обращения: 15.04.2024).

⁵ С 1 апреля установлена административная ответственность за нарушение карантина и режима самоизоляции // ГАРАНТ.РУ. 02.04.2020. URL: <https://www.garant.ru/news/1343170> (дата обращения: 15.04.2024).

⁶ Янковская Е. Девять человек оштрафовали за нарушение самоизоляции в Москве // Известия. 09.04.2020. URL: <https://iz.ru/997731/2020-04-09/deviat-chelovek-oshtrafovali-za-narushenie-samoizoliatcii-v-moskve> (дата обращения: 15.04.2024).

⁷ Свердловские суды выписали штрафы за нарушение самоизоляции на Р54 млн. // РБК. Екатеринбург. 27.08.2020. URL: <https://ekb.rbc.ru/ekb/freenews/5f474e9d9a7947bebd441903?ysclid=lv0u2lyxa82272069> (дата обращения: 15.04.2024).

⁸ Оперативный штаб Амурской области: покупатели отказываются носить маски в магазинах // Амурская правда. 17.04.2020. URL: <https://ampravda.ru/2020/04/17/095372.html> (дата обращения: 15.04.2024).

⁹ Goldstein S. U.S. media is far more pessimistic in covering the coronavirus pandemic than anyone else // MarketWatch. 24.11.2020. URL: <https://www.marketwatch.com/story/when-it-comes-to-coronavirus-u-s-media-coverage-is-far-more-negative-than-elsewhere-university-researchers-conclude-11606156163> (дата обращения: 15.04.2024).

¹⁰ Gan N. A mysterious virus is making China (and the rest of Asia) nervous. It's not SARS, so what is it? // CNN. 07.01.2020. URL: <https://edition.cnn.com/2020/01/06/health/china-pneumonia-intl-hnk/index.html> (дата обращения: 15.04.2024).

¹¹ More and more conservative media leaders are dying from COVID-19 after advocating against vaccines // *Changing America*. URL: <https://thehill.com/changing-america/well-being/medical-advances/584077-more-and-more-conservative-media-leaders-are/> (дата обращения: 15.04.2024).

¹² Farhi P. Four conservative radio talk-show hosts bashed coronavirus vaccines. Then they got sick // *The Washington Post*. 01.09.2021. URL: https://www.washingtonpost.com/lifestyle/media/conservative-talk-radio-covid-deaths/2021/08/31/a912a89c-0a66-11ec-aea1-42a8138f132a_story.html (дата обращения: 15.04.2024).

психики. В сумме различных когнитивных искажений насчитывается около двухсот. Приведем наиболее распространенные в период пандемии.

Я всегда прав. Данное искажение приводит к тому, что индивид воспринимает окружающий мир исключительно через призму своего опыта, считая все точки зрения, которые противоречат его собственной, заведомо ложными. Такие пользователи доверяют только своему собственному мнению и склонны полагать, что все медики и СМИ пытаются намеренно их обмануть. «Приложите подороже: в Москве активизировались новые мошенники от медицины»¹³.

«Продажное» мнение. При данном искажении индивид уверен, что любое мнение, противоположное его собственному, является лицемерным и преследует корыстные цели. Например, тех, кто активно выступает за вакцинацию от коронавируса, такие индивиды считают ботами или «проплаченными» представителями производителей вакцин¹⁴.

Эффект кумира. При данном искажении индивид заимствует убеждения и модель поведения тех людей, которых считает авторитетными или к которым испытывает симпатию, игнорируя экспертные мнения. Например, российская телеведущая, кардиолог и терапевт Елена Малышева назвала в своих соцсетях коронавирус «чудом чудесным, потому что группу риска составляли только люди старше 70 лет»¹⁵. В результате многие подписчики аккаунта писали в комментариях, что отказались от средств индивидуальной защиты.

Эффект бумеранга. Данное искажение подразумевает, что индивид защищает теорию или человека, чья позиция резко критикуется в обществе. Например, в начале пандемии распространился миф о том, что против коронавируса помогают лимон и имбирь. После того как медики опровергли данный слух, продажи этих продуктов, наоборот, увеличились, поскольку сработал «эффект бумеранга»¹⁶.

«Птичий» язык. Это убежденность индивида в том, что его окружение мыслит таким же образом, как он сам. В пример можно привести материалы СМИ, в которых эксперты оперировали сложными научными терминами. В результате у реципиентов возникали трудности с усвоением информации. Приведем пример: «Авторы исследования считают, что за „основу“ был взят коронавирус, обнаруженный у китайских пещерных летучих мышей, и к нему добавлен новый „шип“, в конечном итоге был получен более заразный и смертельный SARS-CoV-2. О том, что с вирусом могли проводиться манипуляции, говорит обнаруженная Далглишем и Сёренсенем цепочка из четырех аминокислот, которые имеют положительный заряд. Это позволяет вирусу „плотно цепляться за отрицательно заряженные части человеческих клеток, как магнит, и за счет этого становиться более заразным“, – объяснил норвежский ученый»¹⁷.

Еще один фактор, который также повышает вероятность возникновения ошибок мышления, – это психологическое состояние человека в конкретный момент

¹³ Чеповская А. Приложите подороже: в Москве активизировались новые мошенники от медицины // Известия. 15.04.2020. URL: <https://iz.ru/999305/anastasiia-chepovskaia/prilozhite-podorozhe-v-moskve-aktivizirovalis-novye-moshenniki-ot-meditciny> (дата обращения: 15.04.2024).

¹⁴ На Камчатке прививочную кампанию поддержали боты // Vostok Today. 22.01.2021. URL: <https://vostok.today/37955-na-kamchatke-privivochnuju-kampaniju-podderzhali-boty.html> (дата обращения: 15.04.2024).

¹⁵ «Этот вирус – чудо чудесное», Елена Малышева объяснила, что назвала COVID-19 чудом потому, что умирают только старики // Аргументы недели. 18.04.2020. URL: <https://argumenti.ru/society/2020/04/661267> (дата обращения: 15.04.2024).

¹⁶ Бурлакова Е. Цены на имбирь и лимоны стали жертвами коронавируса // Ведомости. 05.04.2020. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2020/04/05/827172-tseni-na-imbir> (дата обращения: 15.04.2024).

¹⁷ Ученые заявили о наличии доказательств искусственного происхождения COVID // РБК. 29.05.2021. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/60b2648e9a7947a2aa3f0c7c> (дата обращения: 15.04.2024).

времени [9]. Так, сильный стресс снижает способность к критическому мышлению. Если индивид попадает в ситуацию цейтнота, когда решение требуется принять незамедлительно, способность верифицировать информацию еще больше снижается.

Согласно китайскому исследованию, именно чувство страха является триггером для конформного поведения (пользователи адаптируют свое мнение под ожидания окружающих) при потреблении информации [10]. В связи с этим выделяют **информационное и нормативное конформное поведение**. При первом пользователи доверяют той информации, которую узнают от других, и используют ее при планировании дальнейших действий. Во втором случае пользователь ведет себя как большинство, чтобы избежать социальной изоляции. В период пандемии коронавируса наблюдался как информационный тип поведения, так и нормативный.

Исследователи выявили следующие ошибки мышления, которые появляются, когда человек испытывает сильные эмоциональные потрясения.

Персонализация – человек проецирует внешние независимые события на собственную жизнь. Так, в период пандемии при введении карантина многие сочли, что таким образом государство пытается установить над ними тотальный контроль. «Минкомсвязь предлагает отслеживать потенциальных распространителей вируса по геолокации телефонов. Чему нас должен научить зарубежный опыт: необоснованное ограничение свободы передвижения, ненависть сограждан к заболевшим, данные о перемещении зараженных как повод для подозрений в супружеской измене»¹⁸.

Дихотомическое мышление – человек впадает в крайности. Так, в начале пандемии на улицах можно было встретить людей в противогазах или специальных защитных костюмах. «В противогазе в метро: удивительные кадры мира во время пандемии»¹⁹.

Произвольные умозаключения – нерациональные выводы. Например, мнение, что коронавирус был искусственно создан в Китае, основанное на том, что именно там были выявлены первые заболевшие. «Долгое время наиболее резонансным было предположение, что вирус создан в Китае. Однако объяснения целей расходились. По одной из версий, заболевание необходимо было китайцам для преодоления демографического кризиса и урегулирования проблемы перенаселенности»²⁰.

Сверхгенерализация – неоправданное обобщение. Например, СМИ распространили информацию, что у некоторых образовался тромб после вакцинации, – значит, вакцина вызывает тромбы у всех и опасна для жизни²¹.

Катастрофизация – преувеличение негативных последствий. Например, страх, что коронавирус уничтожит человечество. Так, в Австралии было опрошено 810 человек, 22% из них считали, что умрут в течение года, если заразятся коронавирусом, хотя знали, что смертность от этого заболевания составляет всего 2% [11]. Ана-

¹⁸ Милюкова М. Новая система отслеживания контактов заболевших COVID-19 приведет к нарушению прав россиян? // АГ-эксперт. 15.07.2020. URL: <https://www.advgazeta.ru/ag-expert/advices/novaya-sistema-otslezhivaniya-kontaktov-zabolevshikh-covid-19-privedet-k-narusheniyu-prav-rossiyan/> (дата обращения: 15.04.2024).

¹⁹ В противогазе в метро: удивительные кадры во время пандемии // Forbes. 23.03.2020. URL: <https://www.forbes.ru/obshchestvo-photogallery/395723-v-protivogaze-v-metro-udivitelnye-kadry-mira-vo-vremya-pandemii> (дата обращения: 15.04.2024).

²⁰ Топ-5 фейков о коронавирусе // Интерфакс. 07.04.2020. URL: <https://www.interfax.ru/russia/703023> (дата обращения: 15.04.2024).

²¹ Зорина В. Тромбы после прививки от коронавируса: что это такое и стоит ли бояться // Voice. 21.07.2022. URL: <https://www.thevoicemag.ru/koronavirus/health/tromby-posle-privivki-chto-eto-takoe-i-stoit-li-boiyatsya/> (дата обращения: 15.04.2024).

лиз исследований, проведенных в Азии в период с марта по май 2020 г., показал, что в некоторых странах коронавирус вызвал страх почти у половины населения [12]. Как выяснили исследователи из Ирака, страх существенно возрастал у тех граждан, кто чаще обращался к СМИ и социальным сетям для отслеживания ситуации с распространением коронавируса (особенно это затронуло молодых людей в возрасте от 18 до 35 лет) [13]. Согласно исследованию Даны Гарфин, Роксаны Сильвер и Элисон Холман из Американской ассоциации психологов, особенно негативное воздействие на население оказывали устрашающие заголовки статей [14]. В России клинические симптомы тревожного расстройства и депрессии были выявлены у 9,3% и 12,6% соответственно [15]. Исследователи Научного центра психического здоровья также установили, что 22% респондентов столкнулись с необходимостью обратиться за психологической помощью [16]. У большинства (в особенности у жителей крупных городов) фиксировались фобические реакции, соматизация и суицидальные наклонности, а симптомы депрессии становились всё более значительными по мере того, как усугублялась эпидемиологическая ситуация [17].

Подобные последствия ведут к еще одному негативному явлению, такому как нерациональное поведение. Например, закупка предметов первой необходимости в ожидании катастрофы. Это, в свою очередь, приводило к дефициту некоторых товаров в магазинах и, как итог, еще больше дестабилизировало ситуацию.

Выводы

Результаты проведенного анализа позволяют сделать некоторые частные выводы, представляющие интерес для нашего исследования:

Когнитивные искажения, или ошибки мышления, являются не дефектами, а естественными эволюционными механизмами, помогающими человеку адаптироваться к изменчивой окружающей среде. Так, человеческая особенность обращать первым делом внимание на негативные новости продиктована стремлением к выживанию и обеспечению физической безопасности.

Когнитивные искажения возникают в процессе любого коммуникативного акта. Они могут наблюдаться во время подготовки медиаматериала – журналист неизбежно «транслирует» свои представления о реальности, пропуская всю собранную им информацию через свои когнитивные фильтры.

Реципиент, являясь активным участником коммуникативного процесса, декодирует медиасообщение, исходя из собственных когнитивных установок. Таким образом, когнитивные искажения множатся и заполняют медиаполе, наиболее отчетливо эта особенность проявляется в период кризисов. Однако важно отметить, что когнитивные ошибки, или искажения, – естественная часть мыслительного процесса, обусловленная эволюционно. Они возникают не только как следствие необъективных оценок, импульсивных решений и низкого уровня критического мышления, но и как способ упорядочить хаотичный окружающий мир и облегчить познавательный процесс.

Поскольку пандемия коронавируса стала для большинства первым глобальным кризисом в области здравоохранения, пользователи столкнулись с пробелами в интерпретации событий, связанных с распространением заболевания. Заполнение этих лагун может происходить путем активации релевантной информации из прошлого или путем усвоения новой, чтобы создать наиболее полную картину происходящего. В данном контексте СМИ важно предоставлять точную и надежную информацию, которая помогла бы пользователям лучше адаптироваться к новым условиям.

На начальном этапе пандемии наблюдался дефицит проверенной и точной информации, в связи с чем СМИ стремились предложить реципиентам различные точки зрения на происходящее. В условиях острой конкуренции за аудиторию журналисты были вынуждены публиковать информацию без предварительной тщательной проверки, чтобы вовремя информировать пользователей об актуальных событиях. Следовательно, уже на первых этапах пандемии транслировалась информация с искажениями.

Принимая во внимание результаты приведенных в статье исследований, можно сделать вывод, что в период кризиса групповое мышление произвольно доминирует над индивидуальным. То есть человек становится особенно восприимчив к мнению большинства, даже если не разделяет его. Всё это важно учитывать в работе СМИ при создании и публикации материалов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Berthoz A.* The Human Brain “Projects” upon the World, Simplifying Principles and Rules for Perception // *Berthoz, A., Christen, Y. (eds) Neurobiology of “Umwelt”. Research and Perspectives in Neurosciences.* Berlin, Heidelberg: Springer, 2009. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-540-85897-3_3.
2. *Федоркина А. П.* Формирование образа мира в контексте развития современных информационно-коммуникационных процессов // *Мир психологии.* 2009. № 4. С. 86–99.
3. *Rosenbaum D. A.* “Cognitive Foundations of Action Planning and Control” // *Prinz W., Beisert M., Herwig A. (eds.) Action Science: Foundations of an Emerging Discipline.* URL: <https://academic.oup.com/mit-press-scholarship-online/book/22242/chapter-abstract/182428953?redirectedFrom=fulltext> (дата обращения: 15.04.2024).
4. *Human Perception and Information Processing* // *Ward M. O., Grinstein G., Keim D. Interactive Data Visualization. Foundations, Techniques, and Applications.* 2nd ed. 578 p. Pp. 73–128. URL: http://www.ifs.tuwien.ac.at/~silvia/wien/vu-infovis/articles/Chapter3_HumanPerceptionAndInformationProcessing_73-128.pdf (дата обращения: 15.04.2024).
5. 2.1 Perception Process // *Communication in the Real World – An Introduction to Communication Studies.* Ch. 2: Communication and Perception. URL: <https://open.lib.umn.edu/communication/chapter/2-1-perception-process/> (дата обращения: 15.04.2024).
6. *Whitson J., Galinsky A.* Lacking Control Increases Illusory Pattern Perception // *Science.* 2008. 322: 115–117.
7. *Sullivan D., Landau M. J., Rothschild Z. K.* An existential function of enemyship: Evidence that people attribute influence to personal and political enemies to compensate for threats to control // *Journal of Personality and Social Psychology.* 2010. 98 (3): 434–449.
8. *Kahneman D.* Thinking, fast and slow. URL: <http://dspace.vnbrims.org:13000/jspui/bitstream/123456789/2224/1/Daniel-Kahneman-Thinking-Fast-and-Slow-.pdf> (дата обращения: 15.04.2024).
9. 3.3 Differences in Perception // *Business Communication for Success.* Ch. 3: Understanding Your Audience. URL: https://saylordotorg.github.io/text_business-communication-for-success/s07-03-differences-in-perception.html (дата обращения: 15.04.2024).
10. *Li J., Jin X., Zhao T., Ma T.* Conformity Consumer Behavior and External Threats: An Empirical Analysis in China During the COVID-19 Pandemic // *SAGE Open.* 2021. 11 (3): 215824402110321. DOI: <https://doi.org/10.1177/21582440211032152>.
11. *Menzies R. E., Menzies R. G.* Death anxiety in the time of COVID-19: theoretical explanations and clinical implications // *Cogn Behav Therap.* 2020. Jun 11; 13: e19. DOI: <https://doi.org/10.1017/S1754470X20000215>.
12. Fear of COVID 19 Infection Across Different Cohorts: A Scoping Review / *S. Quadros, S. Garg, R. Ranjan [и др.]* // *Front. In Psychiatry.* 2021. 12: 708430. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.708430>. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsy.2021.708430/full> (дата обращения: 15.04.2024).

13. Ahmad A. R., Murad H. R. The Impact of Social Media on Panic During the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study // *J Med Internet Res*. 2020. Vol. 22, No. 5: e19556. DOI: <https://doi.org/10.2196/19556>.
14. Garfin D. R., Silver R. C., Holman E. A. The novel coronavirus (COVID-19) outbreak: Amplification of public health consequences by media exposure // *Health Psychol*. 2020. 39 (5): 355–357.
15. Опекина Т. П., Шунова Н. С. Семья в период самоизоляции: стрессы, риски и возможности совладания // *Вестн. Костромского гос. ун-та. Сер.: Педагогика. Психология. Социокинетика*. 2020. Т. 26, № 3. С. 121–128. DOI: <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2020-26-3-121-128>.
16. Психологическое состояние людей в период пандемии COVID-19 и мишени психологической работы / О. Бойко, Т. Медведева, С. Ениколопов [и др.] // *Психологические исследования*. 2020. Т. 13, № 70. DOI: <https://doi.org/10.54359/ps.v13i70.196>.
17. Анализ динамики депрессивной симптоматики и суицидальных идей во время пандемии COVID-19 в России / Т. И. Медведева, С. Н. Ениколопов, О. М. Бойко, О. Ю. Воронцова // *Суицидология*. 2020. № 3 (40). С. 3–16.

REFERENCES

1. Berthoz A. The Human Brain “Projects” upon the World, Simplifying Principles and Rules for Perception. In: Berthoz, A., Christen, Y. (eds) *Neurobiology of “Umwelt”. Research and Perspectives in Neurosciences*. Berlin, Heidelberg: Springer, 2009. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-540-85897-3_3.
2. Fedorkina A. P. Formirovanie obraza mira v kontekste razvitiya sovremennykh informatsionnykh protsessov. *Mir psikhologii*. 2009, No. 4, pp. 86–99.
3. Rosenbaum D. A. “Cognitive Foundations of Action Planning and Control”. In: Prinz W., Beisert M., Herwig A. (eds.) *Action Science: Foundations of an Emerging Discipline*. Available at: <https://academic.oup.com/mit-press-scholarship-online/book/22242/chapter-abstract/182428953?redirectedFrom=fulltext> (accessed: 15.04.2024).
4. Human Perception and Information Processing. In: Ward M. O., Grinstein G., Keim D. *Interactive Data Visualization. Foundations, Techniques, and Applications*. 2nd ed. 578 p. Pp. 73–128. Available at: http://www.ifs.tuwien.ac.at/~silvia/wien/vu-infovis/articles/Chapter3_HumanPerceptionAndInformationProcessing_73-128.pdf (accessed: 15.04.2024).
5. 2.1 Perception Process. In: *Communication in the Real World – An Introduction to Communication Studies*. Ch. 2: Communication and Perception. Available at: <https://open.lib.umn.edu/communication/chapter/2-1-perception-process/> (accessed: 15.04.2024).
6. Whitson J., Galinsky A. Lacking Control Increases Illusory Pattern Perception. *Science*. 2008. 322: 115–117.
7. Sullivan D., Landau M. J., Rothschild Z. K. An existential function of enemyship: Evidence that people attribute influence to personal and political enemies to compensate for threats to control. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2010. 98 (3): 434–449.
8. Kahneman D. Thinking, fast and slow. Available at: <http://dspace.vnbrims.org:13000/jspui/bitstream/123456789/2224/1/Daniel-Kahneman-Thinking-Fast-and-Slow-.pdf> (accessed: 15.04.2024).
9. 3.3 Differences in Perception. In: *Business Communication for Success*. Ch. 3: Understanding Your Audience. Available at: https://saylordotorg.github.io/text_business-communication-for-success/s07-03-differences-in-perception.html (accessed: 15.04.2024).
10. Li J., Jin X., Zhao T., Ma T. Conformity Consumer Behavior and External Threats: An Empirical Analysis in China During the COVID-19 Pandemic. *SAGE Open*. 2021. 11 (3): 215824402110321. DOI: <https://doi.org/10.1177/21582440211032152>.
11. Menzies R. E., Menzies R. G. Death anxiety in the time of COVID-19: theoretical explanations and clinical implications. *Cogn Behav Therap*. 2020. Jun 11; 13: e19. DOI: <https://doi.org/10.1017/S1754470X20000215>.

12. Quadros S., Garg S., Ranjan R. et al. Fear of COVID 19 Infection Across Different Cohorts: A Scoping Review. *Front. in Psychiatry*. 2021. 12: 708430. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2021.708430>. Available at: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyt.2021.708430/full> (accessed: 15.04.2024).
13. Ahmad A. R., Murad H. R. The Impact of Social Media on Panic During the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study. *J Med Internet Res*. 2020, Vol. 22, No. 5: e19556. DOI: <https://doi.org/10.2196/19556>.
14. Garfin D. R., Silver R. C., Holman E. A. The novel coronavirus (COVID-2019) outbreak: Amplification of public health consequences by media exposure. *Health Psychol*. 2020, 39 (5): 355–357.
15. Opekina T. P., Shipova N. S. Sem'ya v period samoizolyatsii: stressy, riski i vozmozhnosti sovladaniya. *Vestn. Kostromskogo gos. un-ta. Ser.: Pedagogika. Psikhologiya. Sotsiokinetika*. 2020, Vol. 26, No. 3, pp. 121–128. DOI: <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2020-26-3-121-128>.
16. Boyko O., Medvedeva T., Enikolopov S. et al. Psikhologicheskoe sostoyanie lyudey v period pandemii COVID-19 i misheni psikhologicheskoy raboty. *Psikhologicheskie issledovaniya*. 2020, Vol. 13, No. 70. DOI: <https://doi.org/10.54359/ps.v13i70.196>.
17. Medvedeva T. I., Enikolopov S. N., Boyko O. M., Vorontsova O. Yu. Analiz dinamiki depressivnoy simptomatiki i suitsidal'nykh idey vo vremya pandemii COVID-19 v Rossii. *Suitsidologiya*. 2020, No. 3 (40), pp. 3–16.

Землянский Александр Валентинович, кандидат исторических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования им. В. А. Славинной, Московский педагогический государственный университет
e-mail: av.zemlyanskii@mpgu.su

Zemlyanskiy Alexander V., PhD in History, Assistant Professor, Journalism and Media Communications Department named after V. A. Slavina, Institute of Journalism, Communications and Media Education, Moscow Pedagogical State University
e-mail: av.zemlyanskii@mpgu.su

Статья поступила в редакцию 17.04.2024
The article was received on 17.04.2024