

Акименко Г. В., Начева Л. В., Лопатин А. А., Селедцов А. М., Кирина Ю. Ю.

ИНФОДЕМИЯ: ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Аннотация

Со вспышкой COVID-19 в ситуации информационного бума пандемия дезинформация становится инфодемической, то есть пандемией неверной информации, представляющей большие риски для социума в глобальном масштабе. Настоящая статья посвящена природе происхождения и принципам действия так называемых «фейковых» новостей. В настоящее время проблема защиты российского общества от деструктивного воздействия вбрасываемой в информационное пространство заведомо ложной информации (так называемых «фейк ньюс») приобретает особую актуальность. Сегодня любую катастрофу или террористический акт сопровождает вброс фейковых новостей, провоцирующих нагнетание страха и панику среди населения, распространение слухов и домыслов, создающих опасность политической дестабилизации общества. Практическое значение данной публикации заклю-

чается в том, чтобы акцентировать внимание общества на феномене фейковых новостей как факторе воздействия на общественное сознание и появлении целого ряда социально-психологических последствий этого воздействия. Авторы приходят к выводу, что фейковые новости, будучи инструментом манипуляции в информационном обществе, оказывают деструктивное влияние на общественное сознание и влекут за собой определенные социально-психологические последствия его трансформации.

Ключевые слова: фейковая новость, информация, постправда, инфодемия, Интернет, социальные сети, манипуляция.

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Источники финансирования

Данная работа не имела источников финансирования.

Для цитирования: Акименко Г. В., Начева Л. В., Лопатин А. А., Селедцов А. М., Кирина Ю. Ю. Инфодемия: фейковые новости в условиях пандемии // Вестник общественных и гуманитарных наук. 2021. Т. 2, № 3. С.43–52

PSYCHOLOGY

Akimenko G.V., Nacheva L.V., Lopatin A. A., Seledtsov A. M., Kirina Yu.Yu.

INFODEMY: FAKE NEWS IN A PANDEMIC

Abstract

With the outbreak of COVID-19 in a situation of information boom, a pandemic of disinformation becomes infodemic, that is, a pandemic of incorrect information that poses great risks to society on a global scale. This article is devoted to the nature of the origin and the principles of operation of the so-called «fake» news. This article is devoted to the nature of the origin and the principles of operation of the so-called «fake» news. Currently, the problem of protecting Russian society from the destructive impact of deliberately false information thrown into the information space (the so-called «fake news») is acquiring special urgency. Today, any catastrophe or terrorist act is accompanied by the stuffing of fake news that provokes fear and panic among the population, the spread of rumors and speculation that creates the

danger of political destabilization of society. The practical significance of this publication lies in focusing public attention on the phenomenon of fake news as a factor influencing public consciousness and the emergence of a number of socio-psychological consequences of this impact. The authors come to the conclusion that fake news, being an instrument of manipulation in the information society, has a destructive effect on public consciousness, and entail certain socio-psychological consequences of its transformation.

Keywords: fake news, information, post-truth, infodemia, Internet, social networks, instant messengers, manipulation

Conflict of interest

None declared.

Source of financing

There was no funding for this project.

For citation: Akimenko G.V., Nacheva L.V., Lopatin A. A., Seledtsov A. M., Kirina Yu.Yu. Infodemy: fake news in a pandemic // Humanities and social sciences bulletin. 2021. Vol. 3. No. 2. P. 43–52

Вступление

В XXI веке Интернет значительно изменил тип новостей, которые получают потребители. И если в прошлом общество главным образом полагалось на традиционные

СМИ, такие как радио и телевидение, то в настоящее время у людей благодаря социальным сетям есть доступ к большому объему разной по степени достоверности информации. Показателен тот факт, что блогеры делятся

своим контентом без проверки фактов или редакционной экспертизы.

В последние годы заметно выросло и число потребителей информации в Интернете. В январе 2021 года интернетом пользовалось 4,66 миллиарда человек, что на 316 миллионов (7,3 %) больше, чем в прошлом году. Уровень проникновения интернета сейчас составляет 59,5 % [4]. Однако COVID-19 значительно повлиял на сбор данных о количестве пользователей социальных сетей, поэтому фактические цифры могут быть выше. Неуклонно растет и число контентов. Так, еще в 1995 году насчитывалось примерно 23 500 web-сайтов, а в 2019 их стало около 186 млн, и это лишь постоянно действующие. Что же касается, например, Facebook, то с момента создания социальной сети в 2004 году прошло 17 лет, и на сегодняшний день только в США ею ежедневно пользуются 69% жителей, большинство из которых взрослые (74%) [16].

В России первое место по количеству пользователей вот уже пятый год занимает видеохостинг YouTube – 85,4%. Далее социальная сеть VK (78%), мессенджер Whatsapp (75,8%), и снова социальные сети Instagram (61,2%), Одноклассники (47,1%), Facebook (34,9%) [4]. В целом социальными сетями в 2021 году пользуются 53,6 % мирового населения. Рядовой пользователь социальных сетей сейчас проводит на этих платформах 2 часа 25 минут каждый день, что соответствует примерно одному дню в неделю за вычетом времени на сон. Свыше 40% из них доверяют новостям, которые читают в ленте. Другими словами, охват колоссальный и регулярный [10].

Безусловно, заманчиво думать, что большинство из нас умеет вдумчиво просеивать новостные публикации и распознавать, что соответствует реальности, а что – явная «липа». Между тем исследования открывают грустную правду: мы не настолько проницательны, как хотели бы думать.

Целью настоящего исследования

является изучение влияния стрессогенной ситуации, вызванной угрозой заражения коронавирусом, на формирование «фейковых» новостных сообщений, «вирусных» технологий их распространения, механизмов «заражения» и модификации.

Объект исследования:

информационные сообщения в Интернете и социальных сетях.

Методология

В работе использовался метод case-study, который позволил проанализировать влияние пандемии на формирование информационного интернет-пространства.

Результаты

Фейковая новость (англ. *for Fake* – фальшивка) – это информационный вброс, содержащий в себе специально подготовленную информацию заведомо провокационного и резонансного характера. Британский словарь Collins Dictionary дал *fake news* следующее определение: «ложная, зачастую сенсационная информация, распространяемая под видом новостей» [20]. Хотя и реальные новостные издания могут иногда печатать мнения, которые являются скорее предположениями, чем фактами, или даже иногда ошибочно сообщают о конкретных фактах, составляющих плохую отчетность, их цель состоит в том, чтобы сообщить заслуживающую внимания информацию, особенно о недавних или важных событиях.

Основная цель *fake news* – создание ажиотажа вокруг мнимого информационного повода, создаваемого вбросом заведомо провокационной информации, имеющей резонансный характер. Задачей фейков при этом становится перехват информационной повестки и замыкание её на себя с тем, чтобы содержание дезинформации на некоторое время стало навязчивой идеей, подчиняющей себе сознание человека, подпавшего под влияние липовой новости. Если информационная повестка перехвачена и общество заиклилось на обсуждении фейка, – главная задача выполнена. Вместе с тем в отдельных случаях *fake news* также могут использоваться и для провоцирования паники, массовых беспорядков, дискредитации публичных политиков и общественных деятелей, пропаганды деятельности террористов и экстремистов. Особенно широко фейковые новости применяются в современных операциях информационной войны. Поддельные новости могут быть предназначены и просто для получения кликов (например, читателей), чтобы увеличить продажи рекламы на своем сайте.

Fake news создаются как отдельными лицами, так и группами, которые действуют в своих собственных интересах или интересах третьих лиц. Создание дезинформации обычно мотивируется личными, политическими или экономическими целями. Рост числа фальшивых новостей коррелирует с развитием технологий, поскольку все больше историй могут охватить большее количество людей в течение нескольких минут. Сегодня фальшивые материалы могут «стать вирусными» еще до того, как что-либо будет проверено на практике. Показательно, что количество фейков резко выросло в условиях пандемии коронавируса. Поиск термина *fake news* в 2020 году в Google выдает приблизительно 962 млн ссылок (против 5 млн ссылок в 2018 году) [3].

Уровень значимости фейковых новостей и их влияния на общество и политику подчеркивается тем вниманием, которое российское государство уделяет проблеме законодательного регулирования информационного пространства («суверенизация интернета») и противодей-

ствия распространению фейковых новостей (так, Государственная Дума РФ на пленарном заседании 7 марта 2019 года приняла в третьем, окончательном чтении поправки в Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и изменения в Кодекс об административных правонарушениях, направленные на противодействие фейковым новостям) [12].

Фальшивые новости не новы. Корни *fake news* можно проследить, по крайней мере, еще в VI в. до нашей эры, когда византийский историк Прокопий распространил ложную информацию, известную как Анекдот, с целью очернить репутацию императора Юстиниана.

В научном плане *fake news* и их влияние на формирование общественного мнения представляют собой малоизученную область, феномен, требующий глубокого и фундаментального социально-психологического осмысления. Еще только предстоит выработать точное научное определение этому явлению и дать ему характеристику, определить его социальную и политическую значимость, характер и степень влияния на современные общественные отношения и процессы, соотносимость их с другими общественно-политическими явлениями, имеющими близкую природу и происхождение. Фейковые новости нуждаются не только в дефиниции, но и в классификации и научно-обоснованной типологизации, а также в разработке собственного методологического аппарата, позволяющего исследовать данный феномен в естественных условиях.

Ряд авторов считают, что под «фейковой новостью» следует понимать полностью сфабрикованный контент, выдаваемый за фактический [2, 7, 20], способный создать «иллюзию правды», но при этом обладающий низким уровнем правдоподобности. М. Верстраете, Д. Э. Бамбауэр и Д. Р. Бамбауэр относят к фейковым новостям пропаганду, сатиру и троллинг [24]. Й. Дрексл связывает феномен фейковых новостей с политикой «пост-правды», распространяемой интернет-посредниками типа Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat и др. [25]. Так, Я. Шнелленбах обращает внимание на то, что граждане часто нуждаются в фейковых новостях для того, чтобы подтвердить свои собственные убеждения и опасения [21]. При этом многие авторы утверждают, что фейковые новости, их оборот в социальных сетях и порождаемые ими эффекты надо контролировать на государственном уровне [17]. Однако на этот счет существует и другое мнение: так, Л. Де Лима Карвальо считает, что контроль за фейковыми новостями может создать «угрозу свободе выражения мнений» в онлайн-пространстве [18]. Анализ этих работ показывает, что научное осмысление феномена фейковых новостей в западной научной среде ещё не вышло за пределы поиска точного определения «фейк ньюс» и политико-философского осмысления феномена «пост-правды», в то время как на практике фейковые

новости и сопряженные с ними технологии уже активно применяются политтехнологами во внутренних и внешних политических кампаниях, в том числе связанных с выборами президента США (в 2016 г.). Именно президент США Дональд Трамп популяризовал термин «*fake news*», воюя со СМИ, которые он обвинял в распространении заведомо ложной информации.

К проблеме фейковых новостей в информационном пространстве активно обращаются исследователи из различных областей научного гуманитарного знания. В частности, некоторые социально-психологические аспекты фейк-дискурса в информационном пространстве рассматриваются в трудах О. Иссерс, который указывает на намеренную манипулятивную направленность мифифицирующих практик фейков в новостной сфере, связанных с манипулятивным воздействием на общественное сознание [6].

Алгоритм распространения в Интернете фейков достаточно прост: первоначально запущенная информация постепенно может превратиться в сеть фальшивых новостей по всему Интернету. Несколько публикаций под разными провокационными заголовками могут с некоторыми дополнениями размещать один набор ложных фактов. Примером этого может служить статья «Все, кто привит от COVID, умрут, предупреждает французский вирусолог» [15].

Существует как минимум 4 типа фальшивых новостей:

Целенаправленная дезинформация: вымышленная часть информации, которой делятся в корыстных интересах. Данная дезинформация часто направлена на группы, которые наиболее восприимчивы к получению такого рода информации и легко принимают и передают поляризующий контент без проверки его подлинности.

Поддельные заголовки, изображающие вымышленные факты, чтобы привлечь внимание. Они регулярно используются менее авторитетными изданиями, такими как бульварные газеты. Читатели часто быстро понимают, что содержание статьи не соответствует заголовку. Их названия называются «заголовки для наживки».

Вирусные посты. В социальных сетях появилось множество новых статей и контента. Как следствие, пользователи часто не тратят время на проверку подлинности сообщений. Поскольку крупные социальные сети предпочитают делиться, ставить лайки и подписчиков, популярные посты чаще отображаются в сообщениях пользователей, даже если этот контент является поддельными новостями.

Сатира. Сатирические новости собирают текущие события и новости и смешивают их с вымышленными и часто абсурдными событиями. Сатира часто используется для повышения осведомленности о социальных проблемах или критики политических правонарушений. Но

всегда есть опасность, что юмористические компоненты останутся незамеченными и фрагменты будут считаться правдивыми.

Фальшивые новости, как правило, принимают одну из трех форм:

«Подмена»: Поставщик контента подменяет официальный источник новостей, чтобы ввести потребителей в заблуждение относительно источника информации (например, поддельная web-страница Forbes, распространяющая липовые статьи).

«Браконьерство»: Импортер контента создает публикацию, которая намеренно похожа на признанный источник новостей (например, регистрация washingtonpost.com.co с домашней страницей, имитирующей Washinton Post), чтобы привлечь потребителей, намеревающихся посетить законный источник новостей.

«Оригинальная сенсационность»: Поставщик информации создает оригинальную публикацию, в соответствии с которой предоставляется контент, но при этом он главным образом возлагает надежды на сенсационный характер публикации для дальнейшего распространения нужных ему фактов через платформы социальных сетей.

Американские психологи уже в двухтысячные годы предприняли попытку изучить, каким образом фейковые новости становятся такими убедительными. Участникам эксперимента предложили прочесть заголовки на Facebook: и настоящие, и фальшивые. Важная деталь: часть заголовков (из обеих категорий) испытуемым показывали один раз, а часть – дважды, чтобы выяснить, действительно ли люди считают более достоверной информацию просто потому, что уже встречали ее ранее. Чтобы избежать политических перекосов, исследователи подобрали равное количество заголовков, где упоминались демократы и республиканцы. Помимо прочего, они намеревались проверить, насколько политические воззрения влияют на восприятие текста, и предварительно оценили взгляды каждого участника [1].

Психологов в данном эксперименте заинтересовало то, как повторение соотносится со склонностью людей доверять информации. Все дело в «эффекте иллюзии правды» – так ученые называют естественное стремление человека поверить утверждению, если оно раньше уже попадалось ему на глаза. Как считают специалисты, это происходит потому, что мозгу требуется меньше усилий на повторную обработку мнения или комментария, которые мы осмыслили прежде. В первую очередь это связано с ментальным комфортом: человек получает удовольствие, встречая уже знакомую идею, и потому воспринимает ее как более достоверную.

Механизмы распространения фейковых новостей также предельно просты: фейки, содержащие информацию заведомо провокационного характера, оказывающие сильное («взрывное») влияние на эмоциональную сферу

человека, распространяются в обществе так называемым «вирусным» способом – благодаря эффекту «эмоционального заражения». Суть этого способа предельно проста: человек, попавший под влияние фейковой новости, быстро возбуждается до пограничного состояния – высшей точки эмоционального возбуждения; «фейк» вступает с психикой человека в эмоциональный резонанс, и в этот момент у него появляется настоятельная, жизненно важная потребность поделиться этой резонансной новостью со своими «контактами» из ближнего круга общения (родными, близкими, лучшими друзьями, доверенными лицами), причем сделать это немедленно. Тем самым фейк получает в свое распоряжение личные каналы связи и коммуникации человека, «заразившегося» фейковой новостью, а сам человек становится ретранслятором фейка на новые аудитории, «заражая» сначала свое ближайшее окружение (которое доверяет ему), а затем и дальний круг своего общения, включая контакты и контакты контактов своих друзей [5]. В результате фейк начинает распространяться по сетям и личным доверительным каналам своих коммуникаторов как вирусная инфекция, передаваемая от человека к человеку через личный информационный контакт. По сути, главный секрет эффективности *fake news* – это резонансный характер содержащейся в фейке информации плюс вирусный механизм его распространения. Легкость для восприятия также обуславливает популярность слухов, когда обществу не хватает сведений о какой-либо проблеме. В случае с COVID-19 люди с готовностью принимают ложные факты о возможностях профилактики вируса, «вреде» вакцинации и др. из-за недостаточных медицинских познаний.

Таким образом, можно сделать два основных вывода: во-первых, вопреки тому, что факты выглядят правдоподобнее, чем выдумка, «эффект иллюзии правды» заставляет человека соглашаться с маловероятными суждениями, в том числе со сфабрированными сенсациями, опубликованными на платформах вроде Яндекс-Дзен. То есть, даже если заголовок явно провокационен, читатели готовы ему поверить по той простой причине, что уже читали нечто подобное раньше. Причем помнить дословно не обязательно – эффект все равно работает.

Во-вторых, политические взгляды не играют никакой роли. Фальшивые заголовки, прочитанные повторно, оценивались как более убедительные, независимо от того, насколько они совпадали с убеждениями участников исследования. Мало того, оказалось, что фейковые новости довольно прочно закрепляются в сознании. Даже если фальшивка попадалась на глаза неделей раньше, люди по-прежнему считали ее достоверной, невзирая на политические симпатии.

К сожалению, беспроектных методов защиты потребителей информации от сфабрикованных новостей пока не существует. Вместе с тем важно помнить, что не

все источники информации одинаково надежны, и на всякий случай сверяться с авторитетными изданиями и сайтами, которые добросовестно проверяют факты.

В 2020 г. в США был проведен еще один эксперимент, участникам которого предлагалось, прочитав заголовок, сделать паузу и сравнить его с уже полученной информацией. Испытуемым показывали подборку сомнительных утверждений и просили определить, насколько они соответствуют истине, что должно было предотвратить возникновение эффекта иллюзии правды. Замысел удался, поскольку людям предлагали не полагаться на легкость ментального восприятия, а припомнить информацию, которой они уже владеют, и затем решить, стоит ли доверять прочитанному. Следует подчеркнуть, что это сработало лишь с теми, кому было что припоминать. Как отмечают авторы, если в ячейках нашей памяти не сохранилась релевантная информация, то могут понадобиться дополнительные усилия – например, online-поиск, что однозначно усложняет жизнь [14].

Ученые из Массачусетского технологического института (MIT) за 11 лет проанализировали 126 000 цепочек ретвитов, содержащих правдивые и фейковые новости, 3 млн пользователей. Оказалось, что настоящим новостям надо в 6 раз больше времени, чем фейковым, чтобы достичь до 1500 человек [7]. Распространение фальшивых новостей – это в значительной степени эмоциональная практика, которая нацелена на людей и использует их страх, уязвимость и неизвестность. Обращение к эмоциям вместо правды, как правило, может быть более убедительным и с большей вероятностью вызвать реакцию, чем спокойное изложение фактов.

Показательно, что ажиотаж, порождаемый фейком, не только перехватывает внимание людей, заставляя их полностью концентрироваться на одном единственном поводе, но и «стирает» в подсознании всю память об эмоциях, порожденных прежними информационными событиями, – в том числе сгенерированными другими операциями информационной войны. Оперативная память человека освобождается от груза прежней информации, эмоций и ожиданий и становится как «чистый файл», в который затем можно загрузить новую повестку [6]. После выхода из состояния ажиотажа человек испытывает чувство опустошенности, поскольку новость оказалась фейковой и, следовательно, бесполезной для её дальнейшего осмысления. На месте «фейка», вытеснившего на время все остальные новости, возникает вакуум, порождающий острый «информационный голод» и жизненно важную потребность немедленно заполнить эту пустоту новыми, на этот раз реальными новостями все того же резонансного характера (так как сознание и подсознание людей уже «инфицировано» именно резонансными новостями – и от реальных новостей они ждут такого же эффекта, только основанного на подтвержденных данных).

На этом этапе новая информационная повестка может быть внедрена в сознание не только больших масс людей, окончательно разрушив стереотипы, порожденные информационной войной, но и в сознание организаторов самой информационной операции [8].

То же самое происходит и со СМИ: включившись в ажиотаж, порожденный фейком, они «выстраиваются в ряд» на получение резонансной информации, анонсируемой вирусными раздражителями, содержащимися в фейковой новости, и становятся каналом распространения новой повестки, формировать которую (в отличие от фейковых новостей) должны уже сами органы власти.

Fake news – центральный термин эпохи постправды. Вместе с пандемией коронавируса развивается «инфодемия». Этим термином в 2003 политолог Дэвид Роткопф определил процесс распространения недостоверной информации, теорий заговора и прочей «смеси фактов со спекуляциями, страхами, слухами» [23].

За последние два года в мире существенно изменился контент, который размещается в сети Интернет, что безусловно связано с режимом самоизоляции в 2020 г. и продолжающимися ограничениями на ряд привычных для людей занятий. По прошествии полутора лет с начала появления новостей о вспышке нового заболевания большая часть ежедневного контента все еще посвящена информации о COVID-19.

Коронавирус стал уникальной мишенью фейковых новостей в 2020 году. Проанализировав фейковые новости о COVID-19, размещенные в интернет-пространстве за последние полтора года, авторы пришли к выводу, что новости можно разделить на три основные группы.

Первая и самая распространенная группа – тревожные предупреждения о грядущих событиях, связанных с пандемией SARS-CoV-2. Изначально фейковые новости строились на двух больших группах домыслов: реальность болезни и происхождение вируса. *Fake news* первой группы активно распространялись среди тех, кто в принципе отрицал существование COVID-19, такие версии первое время поддерживали главы некоторых государств и инфлюенсеры [19, 22].

С самого начала COVID-19 был предметом множества фальшивых новостей и теорий – от его происхождения «супа из летучих мышей» до заговоров 5G. Самый ранний и очень распространенный слух об эпидемии был связан с китайцами, «из чьей лаборатории вирус намеренно был выпущен в мир, чтобы всех убить». Одни высказывают уверенность в том, что китайцы планируют «очистить» Европу, другие убеждены, что угроза нависла над Африкой. Главный аргумент в пользу китайской экспансии – в Поднебесной разрешили рожать второго и даже третьего ребенка [18].

Вторая группа – панические свидетельства очевидцев страшных событий, как, например, сообщения о те-

лах умерших, которые не успевают хоронить. Так, в конце марта 2021 г., когда число случаев заболевания коронавирусом в Великобритании начало расти, в WhatsApp начало распространяться голосовое сообщение, предположительно записанное женщиной из службы скорой помощи Юго-Восточного побережья. В нем предупреждалось, что треть заболевших коронавирусом, как ожидается, будут дети; что машины скорой помощи не будут отправляться людям с затрудненным дыханием и что катки превращаются в морги. Те, кто отправлял сообщение, не были фанатами, государственными деятелями или ботами в Twitter. По мнению психологов, они были напуганными людьми, пытающимися поделиться предупреждением со своими близкими, на всякий случай, если это окажется правдой. Страх – это очень сильная эмоция, которая может побудить людей делиться вещами или даже рассматривать идеи, которые в обычное время они отвергли бы как мусор. Медицинские мифы и домыслы о том, как справляются больницы, дают ответы людям, которые хватаются за соломинку и хотят разобраться в том, что происходит. Как правило, подобные новости базируются на реальных свидетельствах очевидцев, зачастую неверно интерпретированных и эмоционально окрашенных [9].

После многочисленных перепостов данные новости «отрываются» от автора и начинают распространяться по сети, обрастая дополнительными подробностями и приобретая все большую эмоциональную окраску. Значительное количество новостей о коронавирусе и отклики на них в медийном дискурсе и социальных сетях свидетельствуют о том, что критичность восприятия информации во времена кризисных ситуаций резко понижается. Слухи всегда опережают правду, потому что факты редко бывают убедительно аргументированными. Именно на этом и основывается лавинообразное распространение фейковых новостей. Данная группа домыслов получила наибольшее распространение среди тех, кто придерживался версии об искусственном происхождении вируса и приводил в поддержку этой версии массу конспирологических теорий.

Показательно, что инфодемия и связанная с ней пандемия выступили как эволюционный ответ на рост неопределенности и сложности, в результате которого возникло такое особое явление, как «бегство в болезнь», принципиально отличающееся от феномена иной природы – феномена «бегства от свободы» Э. Фромма, последствиями которого выступают превращение «планеты людей» Э. Экзюпери в «планету пациентов», своего рода глобальный космический госпиталь [11]. При этом ценностная установка «именем болезни, во имя ее» начинает выполнять одновременно несколько функций, способствующих уменьшению открытости систем, их готовности к изменениям и погашению в различных сферах жизни разных практик поддержки разнообразия.

Очевидно, что пандемия и особенно инфодемия становятся временной психологической защитой – рационализацией и «универсальным оправданием» системных кризисов в разных сферах жизни. Бытовая формула «кому война, кому мать родная» метафорически может прозвучать «кому пандемия, а кому пожар все спешит».

Для поиска антропологических практик преодоления кризиса важно учитывать, что в политическом дискурсе и СМИ все чаще реальность делится на две эпохи: мир во время пандемии и мир после пандемии. При этом по умолчанию закрываются глаза на ежедневные статистики жертв коронавируса, которые по утрам куда более нетерпеливо, чем ранее сводки погоды, ожидает население разных стран мира. В то же время констатируется, что человечество, выходя из ситуации пандемии и инфодемии, способствует возникновению веера гипотез о «новой нормальности», которые ассоциируются с конструкциями гуманистических психологов об обществе «психического здоровья» А. Маслоу. Подобная позиция вступает в когнитивный и ценностный диссонанс с установкой на болезнь, усиленно проводимой через разные каналы социальной коммуникации. В связи с этим также следует предположить, что вместо наступления фазы «иной нормальности» в обществе продолжает осуществляться иницируемая установкой на болезнь «медикализации» массового сознания.

Другой пример: мир как во время коронавируса, так и после коронавируса продолжает интерпретироваться через призму таких семантических маркеров, как «вирусная глобализация», «эпидемократия» и т. п. [21]. В разных интервью то и дело звучат вопросы, как предстоит *реабилитироваться*, а не жить в эпоху мира после пандемии. Все эти моменты свидетельствуют, что установка на болезнь и производная от нее «внутренняя картина болезни» Р. А. Лурия продолжают оставаться доминирующей мотивацией самых различных групп, определяющей разные поведенческие стратегии и нарративы в современном обществе [9]. Показательно, что не только язык массового сознания и СМИ, но и социологический лексикон кардинальным образом «медикализировался». Как следствие, для разработки антропологических практик преодоления инфодемии необходимо учесть тот факт, что произошла массовая «медикализация» бытового сознания и индивидуальных стилей реагирования на кризис.

Третью группу *fake news* можно объединить по медицинскому признаку. Они в основном связаны с проблемами вакцинации от SARS-CoV-2. Как только новость о прорыве в области вакцинации попала в заголовки газет, появилась дезинформация о принудительных вакцинациях, изменениях ДНК и поддельных аккаунтах ученых в Twitter. В этой группе авторы насчитали 102 сюжета, и они постоянно пополняются. Подобно вирусу фальши-

вые новости рождаются, распространяются, становятся вирусными и мутируют, вызывая эмоциональный отклик у своей аудитории по мере своего проявления. Общая сумма репостов в социальных сетях слухов о вакцинации за всё время – около 6 миллионов [13].

Слухи о прививках, вакцинах и вакцинации можно условно разделить на несколько групп.

Вакцина и мировой заговор.

- Чип/чипирование через вакцину.
- Аббревиатура COVID-19 расшифровывается как «Сертификация путем получения вакцины с цифровым идентификатором (ID)».
- Прививка – это способ создания цифровых рабов.
- Вакцинация – это манипуляции ВОЗ для получения денег.
- Вакцинация – это эксперимент.
- За идеей/производством вакцин стоит Билл Гейтс.
- Заговор фармкомпаний: цепочка теневых связей от лаборатории в Ухани до ВОЗ.
- Билл Гейтс хочет использовать вакцины для чипирования людей.
- За производством вакцин скрывается еврейский заговор (Ротшильд, Сорос, Киссинджер).
- Сионистский заговор при производстве вакцин: в каждой стране есть свой тайный еврей – разработчик вакцины.
- Евреи – пособники Билла Гейтса в создании отравленной вакцины. В Израиле стоят две фабрики по производству вакцины, а в самом Израиле никто не болеет.
- Программа Генри Киссинджера по депопуляции населения Земли.
- Евреи используют вакцину для порабощения.

Состав вакцины

- В вакцине содержится коронавирус, так что люди, которые идут вакцинироваться, заражаются ковидом.
- В вакцине содержится ртуть.
- В вакцине содержатся формальдегид и другие опасные вещества.
- В вакцине содержатся тяжелые металлы.
- К месту укола прилипает магнит.
- Вакцинированных видно через металлоискатели (металлоискатели звенят из-за тяжелых металлов в вакцине).
- Вакцина содержит оксид графена.
- Вакцина содержит частички абортированных младенцев.
- Вакцина содержит ген Люцифера /ген Нимрода /люциферазу /люциферин.

«Сверхспособности вакцины»

- Чип в вакцине считывает мысли и ворует деньги.
- Если включить блютуз в метро, то видны вакцинированные.
- Место введения вакцины светится ультрафиолетом.

- Вакцина передается половым путем.
- Пиявки гибнут от крови вакцинированных.
- Прививка – это нанесение на тело человека печати Антихриста.
- Номера вакцинированных видны в 12 ночи в Сети и начинаются с 666.
- Вакцины вызывают болезни (рак, гепатит, паралич, бесплодие, туберкулез, энцефалит).

Гибель от вакцины

- Вакцинированные умрут к 2025 году.
- Вышки 5G убьют всех привитых.
- Погибшими от вакцины удобряют поля.
- Вакцинированные опасны – они заражают окружающих.
- Вакцинированные становятся агрессивными и могут нападать на других людей.
- Привитые становятся зомби, так как их поведением управляют через ДНК.
- Вакцинированным в Израиле выдают карточку с изображением овцы, намекая на их покорность.
- Вакцина превращает человека в собственность корпорации-производителя.
- Вместо вакцин на самом деле людям колют прионы, это превращает их мозг в губку.

Вакцина и дети

- Детей соберут в школе и под видом эвакуации увезут принудительно на вакцинацию без согласия родителей.
- Детей будут насильно вакцинировать: во сне или подкладывая вакцину в еду.
- Скоро появятся маски, пропитанные вакциной, так что таким образом будут все нелегально вакцинироваться.
- Для противников вакцинации построят концлагеря.
- Способы борьбы с вакциной
- Кровопускание и лимон позволяют нивелировать эффект вакцинации.
- Для вывода вакцины из организма надо нарисовать руны на руке.

Показательно, что практически все фейковые сообщения анонимны и очень эмоциональны. Отличительной особенностью таких новостей является то, что в них не содержится ни одного факта, который можно было бы проверить. При снижении критического восприятия и всеобщего ожидания ухудшения ситуации подобные фейковые новости могут распространяться с невероятной скоростью. Особенно способствуют этому отсылки на заговор власти и СМИ, используемые в качестве попытки объяснить, почему данной информации нет в официальных источниках. Очевидно, что распространение ложной информации о COVID-19 представляет серьезную угрозу не только для успеха кампаний вакцинации, но и для общественного здравоохранения в целом.

В настоящее время можно констатировать тот факт, что с конца 2019 г. число интерпретаций генезиса пандемии и инфодемии, обилие различных концепций и стратегий укрощения кризиса в буквальном смысле слова просто зашкаливает. Как следствие, в условиях информационного бума пандемия и инфодемия интерпретируются одновременно как деструктивный кризис, приводящий к многочисленным человеческим жертвам и ломке человеческих судеб в результате утраты надежд и схлопывания перспектив, и как «окна новых возможностей» для возникновения различного рода инноваций, порой именуемых коронавациями. И именно кризис пандемии и инфодемии стал нередко интерпретироваться как катализатор, дающий скачок к «иной нормальности» в эволюции человечества. Как следствие, ещё в феврале 2020 года гендиректор Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) Тедрос Аданом Гебреисус заявил, что борьба с инфодемией не менее приоритетна, чем с SARS-CoV-2 [27].

7 апреля 2021 г. Всемирная организация здравоохранения провела первый из двух вебинаров Zoom продолжительностью полдня для обсуждения своей реакции на инфодемику Covid-19, в котором приняли участие сотни ученых, специалистов в области общественного здравоохранения, экспертов в области технологий и журналистов со всего мира. Многие из 10-минутных презентаций были посвящены теме «инфодемиологии» – термину, используемому исследователями, стремящимися актуализировать уроки, извлеченные из вспышек заболеваний, к распространению дезинформации. Так, примером фейковых новостей служили такие информационные поводы, как «эпидемии» «атипичной пневмонии», «птичьего» и «свиного» гриппа, порождавшие ажиотаж и панику даже не в национальных, а поистине в глобальных масштабах. При этом жертвами эпидемии «атипичной пневмонии» во всем мире стали всего около 1100 человек, в то время как от обычного гриппа в мире ежегодно погибают около 400 тысяч чел. (то есть в 400 раз больше) [18].

В июне 2020 года Комиссия ЕС опубликовала новые руководящие принципы по борьбе с дезинформацией через социальные сети. В рамках этого руководства социальные сети должны делиться ежемесячными отчетами о содержании и охвате поддельных сообщений и поддельных учетных записей пользователей. Платформам социальных сетей рекомендуется активно бороться с дезинформацией путем проверки контента на факты.

YouTube скорректировал свои рекомендации для сообщества. Это позволяет платформе удалять видео с сфабрикованным контентом. Согласно статистике, приведенной в подкасте, с февраля 2020 года YouTube удалил более 900 000 видеороликов, связанных с опасной или вводящей в заблуждение информацией о Covid. Развитие такого рода fake news не останавливается и в настоящее время [19].

Facebook, с другой стороны, сотрудничает примерно с

50 независимыми организациями по проверке фактов, такими как Пулитцеровский центр, Проект американской журналистики или Всемирная ассоциация издателей новостей. Сообщения, которые признаны поддельными в соответствии с критериями Facebook, помечаются и становятся менее заметными в ленте новостей, а также проверяются сообщения и объявления политиков [16].

С начала года Facebook начал перенаправлять пользователей, которые лайкнули или откомментировали фальшивые сообщения о коронавирусе, на страницу «Разрушители легенд» сайта ВОЗ, на страницах которого разбирают, почему основные мифы о коронавирусе – неправда. В конце марта 2021 г. Facebook сообщил, что направил более миллиарда пользователей на экспертные ресурсы здравоохранения и увидел, как 100 миллионов человек перешли по ссылке для просмотра официальной информации во время пандемии. После запрета Facebook на рекламу из-за фальшивых новых сайтов количество фейковых новостных статей на сайте упало на 75% [14].

Не имея возможности модерировать сообщения, которыми делятся пользователи, WhatsApp в этом году объявил об ограничениях на пересылку сообщений, после того как заметил увеличение количества вирусного контента, который, по его словам, может «способствовать распространению дезинформации». Но, оценить, сколько дезинформации циркулирует в частных чатах, в настоящее время не возможно.

Twitter начал убирать ложные твиты о SARS-CoV-2. С 18 марта 2021 г. было удалено 2230+ таких сообщений. К началу мая 2021 г. «Лига безопасного интернета» выявила 3 701 фейк о коронавирусе. Тем не менее дезинформация продолжает распространяться [20]. Чаще всего она исходила из Москвы, Санкт-Петербурга, Астраханской области, Татарстана, Крыма и некоторых регионов Северного Кавказа.

В каком-то виде эта борьба идёт – по мере возможностей борются и государства: в начале апреля 2021 г. в России был принят закон о лишении свободы за *fake news* о коронавирусе на срок до 5 лет. Власти могут блокировать web-сайты, которые не отвечают запросам на удаление неточной информации. Физические лица могут быть оштрафованы на сумму до 400 000 рублей (6 109,44 доллара США) за распространение в Интернете ложной информации [18].

В прошлом году Германия приняла закон, позволяющий компаниям социальных сетей, таким как Facebook и Twitter, быстро удалять высказывания ненависти. Сокращенно называемый NetzDG, закон является самой амбициозной попыткой западной демократии контролировать то, что появляется в социальных сетях.

Тем не менее устранение дезинформации в ее источнике может быть лишь одной частью инфодемического решения. Так, Дж. Брейнард, исследователь из Университета Восточной Англии, которая моделировала влияние под-

дельных новостей на вспышки заболеваний, рассказала на семинаре ВОЗ, что у властей есть два варианта, главный из которых, утопить «плохие» советы хорошими [2].

Думается, что в этой связи актуальна и идея американского философа Энди Норман, который в своей книге «Ментальный иммунитет» выступает за новую науку когнитивной иммунологии в качестве практического руководства по сопротивлению «плохим идеям» (таким, например, как «теории заговора»), а также за преодоление мелкого трайбализма, повышая способность человека к критическому мышлению. Однако он утверждает, что разум, научный метод и навыки критического мышления сами по себе недостаточны, чтобы противостоять широкому спектру «плохих идей» [18]. Вместе с тем автором не учитывается сила предвзятости подтверждения, мотивированное рассуждение и другие когнитивные предубеждения, которые могут серьезно исказить многие аспекты иммунного психического здоровья, особенно в дисфункциональных обществах.

В ситуации пандемии и особенно инфодемии возникли трансформация и переформатирование даже властных ролей: они превратились в «социальных психотерапевтов», а представители разных слоев населения – в коллективного больного. Амбивалентность ситуации заключается в том, что представители власти, впрочем, как и врачи, нередко оказываются в ситуации «путаницы» социальных ролей: они одновременно и «верховные психотерапевты», и пациенты, проживающие каждый по-своему свою внутреннюю картину болезни. И, как в фильме-сказке «Каин XVIII», представители элиты в ситуации кризиса обращаются в гротескной форме к тем, кто вряд ли знает точные рецепты помощи. Когда мир рушится, Каин XVIII взывает к туалетному работнику: «Не бросай меня, туалетный работник» [3].

В связи с этим особенно важно подчеркнуть, что антропологические практики психологии преодоления кризиса инфодемии в условиях работы специалистов часто выступают не только и не столько в качестве психологической помощи, сколько как практики трансформации и изменения глубинных фиксированных «установок на болезнь», которым подвержены многие слои общества.

Заключение

Неутихающий интерес общества к проблеме распространения коронавирусной инфекции и перспектива возникновения четвертой волны пандемии позволяют с высокой долей вероятности утверждать, что поток *fake news*, касающихся пандемии COVID-19 в ближайшее время не прекратится, а количество оснований для классификации подобного рода публикаций в социальных сетях и мессенджерах только возрастет.

Инфодемия коронавируса является продуктом общества, в котором истина больше не является объективной мерой, а чем-то, что постоянно оспаривается. В условиях столь широко распространенных страха и растерянности отсутствие простых ответов на сложные вопросы создало вакуум, который поспешила заполнить дезинформация. Исходя из всего сказанного выше, можно сделать закономерный вывод о том, что фейковые новости, являясь инструментом манипуляции в информационном обществе, оказывают деструктивное влияние на общественное сознание и влекут за собой определенные социально-психологические последствия его трансформации.

Поэтому крайне важно, чтобы фальшивые новости были пресечены. Задача противостоять наплыву *fake news* возлагается не только на непосредственных потребителей контента. Все указывает на то, что медиаплатформы должны сотрудничать с независимыми экспертами и поддерживать их в стремлении препятствовать незаконным попыткам распространения дезинформации под видом реальных новостей. Даже на более поздних стадиях кризиса четкое сообщение из официальных источников все еще может сыграть жизненно важную роль в борьбе с дезинформацией, так как по мере эскалации кризиса люди обращаются к более надежным новостным источникам, создавая возможность для распространения объективной информации. В этой связи особую актуальность приобретает и разработка антропологических практик психологии преодоления, позволяющих обществу справиться с кризисом инфодемии и обрести смысловые перспективы для настоящей и будущей жизни.

Источники и литература / Sources and references

1. Акименко Г. В., Кирина Ю. Ю., Селедцов А. М. Проблемы психического здоровья в условиях пандемии // Актуальные вопросы психиатрии, наркологии и клинической психологии Сборник материалов Международной научно-практической конференции, посвященной 115-летию со дня рождения австрийского психиатра и психолога В. Э. Франкла. 2020 Издательство: КемГМУ. – С. 282–290.
2. Афанасьева А. О. Фейковые новости в условиях пандемии COVID-19. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/fejkovyie-novosti-v-usloviyah-pandemii-covid-19/viewer> (Дата обращения: 11.09.2021).
3. «Вакцина с геном Люцифера»: кто и зачем придумывает страшные мифы о ковиде и прививках». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ngs42.ru/text/health/2021/09/04/70116839/> (Дата обращения: 11.09.2021).
4. Глобальная статистика интернета и соцсетей на 2021 год – цифры, тренды в мире и России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (Дата обращения: 11.09.2021).
5. Во время этой пандемии коронавируса «фальшивые новости» ставят под угрозу жизни людей: ЮНЕСКО. – [Элек-

- тронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.un.org/en/story/2020/04/1061592> (Дата обращения: 10.07.2021).
6. Войчинец С. Fake news как феномен современной культуры. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/u/495348-sofiya-voychinec/130825-fake-news-kak-fenomen-sovremennoy-kultury>. (Дата обращения: 10.09.2021).
 7. Зелинский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. – СПб: Скифия, 2018. – С.148.
 8. Манойло А. В. Цепные реакции каскадного типа в современных технологиях вирусного распространения «фейковых новостей». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsepnye-reaktsii-kaskadnogo-tipa-v-sovremennyh-tehnologiyah-virusnogo-rasprostraneniya-feykovykh-vestey/viewer> (Дата обращения: 10.09.2021).
 9. Селедцов А. М., Акименко Г. В., Кирина Ю. Ю. Важные аспекты психологии неопределенности в условиях COVID-19 // International Journal of Professional Science. – 2020. – № 8. – С.12-19.
 10. Фальшивые новости. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://wiki2.org/en/Fake_news (Дата обращения: 17.07.2021).
 11. Фромм Э. Бегство от свободы. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://librebook.me/escape_from_freedom (Дата обращения: 1.07.2021).
 12. Что такое фейковые новости и как за них будут наказывать? – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://duma.gov.ru/news/29982/> (Дата обращения: 01.07.2021).
 13. Энциклопедия коронавирусных слухов и фейков. 2020. Апр., 8. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nplus1.ru/material/2020/04/08/coronarumors> (Дата обращения: 10.06.21)
 14. Debunking fake news about vaccines. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-01/Debunking%20fake%20news%20about%20vaccines_1.pdf (Дата обращения: 10.09.2021).
 15. Everyone vaccinated for COVID will DIE, warns French virologist. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.naturalnews.com/2021-05-25-everyone-vaccinated-will-die-within-two-years.html> (Дата обращения: 10.09.2021).
 16. Facts About FakeNews That You Need to Know in 2021. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wizcase.com/blog/facts-about-fake-news/> (Дата обращения: 11.09.2021).
 17. Fake-news и пандемия: как законодательство борется с дезинформацией. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.ru/story/222165/> (Дата обращения: 10.07.2021).
 18. Fake news: How to fight the Covid infodemic. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cityam.com/fake-news-how-to-fight-the-covid-infodemic/> (Дата обращения: 11.09.2021).
 19. Factbox: 'Fake News' laws around the world. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.reuters.com/article/us-singapore-politics-fakenews-factbox-idUSKCN1RE0XN> (Дата обращения: 11.09.2021).
 20. Get A Fake News Vaccination. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://medium.com/@erikfabian/fakenewsvaccination-5d4d93cfe41c> (Дата обращения: 10.07.2021).
 21. Covid anti-vaxxers: 'Shut down fake news sites,' begs daughter. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bbc.com/news/uk-wales-58103604> (Дата обращения: 10.07.2021).
 22. Covid vaccine hesitancy: Misinformation 'spreads faster than virus'. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bbc.com/news/newsbeat-57578684> (Дата обращения: 10.09.2021).
 23. Knowledge, Attitudes, Anxiety, and Coping Strategies of Students during COVID-19 Pandemic. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/346721491_Coping_strategies_of_students_for_anxiety_during_the_COVID-19_pandemic_in_China_a_cross-sectional_study (Дата обращения: 11.09.2021).
 24. Masip P., Aran-Ramspott S., Ruiz-Caballero C., Suau J., Almenar E., Puertas-Graell D. Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: Sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo. Inf. Prof. 2020, 29
 25. The Curbing of Fake News: A Pandemic Dilemma. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jurist.org/commentary/2020/05/abraham-alex-fake-news-infodemic/> (Дата обращения: 11.09.2021).

Информация об авторах:

Акименко Галина Васильевна, к.и.н., доцент кафедры психиатрии, наркологии и медицинской психологии Кемеровского государственного медицинского университета. E-mail: kemnayka2019@mail.ru.

Начева Любовь Васильевна, д.б.н., заведующая кафедрой биологии с основами генетики и паразитологии Кемеровского государственного медицинского университета. E-mail: nacheva.48@mail.ru.

Лопатин Андрей Анатольевич, д.м.н., профессор кафедры психиатрии, наркологии и медицинской психологии Кемеровского государственного медицинского университета, главный нарколог Минздрава РФ по Сибирскому федеральному округу, главный внештатный специалист ДОЗН, главный врач Кузбасского клинического наркологического диспансера имени профессора Н. П. Кокориной. E-mail: kemgmts_ps@mail.ru.

Селедцов Александр Михайлович, д.м.н., заведующий кафедрой психиатрии, наркологии и медицинской психологии Кемеровского государственного медицинского университета. E-mail: seledtsovam@mail.ru.

Кирина Юлия Юрьевна, к.м.н., доцент кафедры психиатрии, наркологии и медицинской психологии Кемеровского государственного медицинского университета. E-mail: kirina00@mail.ru.

Authors information:

Akimenko Galina Vasilyevna, Ph.D of historical sciences, associate Professor of Department of psychiatry, narcology and medical psychology of Kemerovo state medical University. E-mail: kemnayka2019@mail.ru.

Natcheva Lyubov Vasilievna, Advanced Doctor in biological science, head of the Department of biology with the basics of genetics and Parasitology of Kemerovo state medical University. E-mail: nacheva.48@mail.ru.

Lopatin Andrey Anatolyevich, Advanced Doctor in medical science, full Professor of the Department of Psychiatry, Narcology and Medical Psychology of the Kemerovo State Medical University, Chief Narcologist of the Ministry of Health of the Russian Federation for the Siberian Federal District, Chief Freelance Specialist of the ONSD, Chief Physician of the Kuzbass Clinical Narcological Dispensary named after Professor N. P. Kokorina. E-mail: kemgmts_ps@mail.ru.

Seledtsov Alexander Mikhailovich, Advanced Doctor in medical science, head of the Department of psychiatry, narcology and medical psychology of Kemerovo state medical University. E-mail: seledtsovam@mail.ru.

Kirina Yulia Yurievna, Ph.D of medical sciences, associate Professor of Department of psychiatry, narcology and medical psychology of Kemerovo state medical University. E-mail: kirina00@mail.ru.