

О. С. Дейнека, А. А. Максименко

ВАКЦИНА ОТ ИНФОДЕМИИ,
ИЛИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ОБЩЕСТВА
НА ФОНЕ ПАНДЕМИИ, ВЫЗВАННОЙ COVID-19

Кострома
АНО «Центр социальных инициатив»
2024

УДК 316.6
ББК 60.524.224.6+88.525
Д27

Рецензенты:

И. Ф. Кефели, доктор философских наук,
заслуженный работник высшей школы Российской Федерации,
профессор РГПУ им. А. И. Герцена (г. Санкт-Петербург);

М. М. Решетников, доктор психологических наук,
профессор, ректор Восточно-Европейского института
психоанализа (г. Санкт-Петербург);

М. В. Сапоровская, доктор психологических наук,
профессор Костромского государственного университета (г. Кострома)

Дейнека О. С.

Д27 Вакцина от инфодемии или психологическое состояние общества на фоне пандемии, вызванной COVID-19 / О. С. Дейнека, А. А. Максименко. – Кострома : АНО «Центр социальных инициатив», 2023. – 380 с.
ISBN 978-5-6046365-3-4

Настоящая монография посвящена анализу природы, генезиса и особенностей распространения и психологического отражения недостоверной информации в условиях вспышки коронавируса. В издании представлен подробный обзор отечественных и зарубежных исследований, опубликованных в период с декабря 2019 по 2023 г., касающихся психологических последствий распространения информации о новой коронавирусной инфекции COVID-19 в социальных сетях. Анализ влияния пандемии и инфодемии на психологическое состояние общества. Дана оригинальная классификация фейков, распространяемых в период инфодемии, предпринята попытка выявления бенефициаров медиа-активности и индикаторов фейковой информации, а также аккумуляции наиболее известных моделей распространения недоброкачественной информации в социальных сетях. Выдвинутые гипотезы проверялись в ходе авторских эмпирических онлайн-исследований (при поддержке Российского научного фонда № 22-28-01935 <https://rscf.ru/project/22-28-01935/>), а также с использованием метода анализа неструктурированных данных, собранных в социальных русскоязычных сетях.

УДК316.6
ББК 60.524.224.6+88.525

Все права защищены. Никакая часть настоящего издания ни в каких целях не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

16 +
ISBN 978-5-6046365-8-9

© Дейнека О. С. , Максименко А. А., 2024
© АНО «Центр социальных инициатив», 2024

СОДЕРЖАНИЕ

0. Нулевой пациент инфодемии (Вместо предисловия)	5
1. Обзор исследований психологического состояния общества в период COVID-19 по материалам отечественных публикаций . . .	10
2. Феномен инфодемии в зарубежных исследованиях психологического состояния общества в период COVID-19.	32
3. Киберхондрия как предиктор инфодемии и психологический феномен.	78
4. Инфодемический думскроллинг и психологическое благополучие россиян.	92
5. Фейки вокруг коронавируса и особенности их распространения в социальных сетях	111
6. Вера в конспирологические теории происхождения COVID-19 и вовлеченность в сетевые коммуникации	134
7. Отношение к пандемии COVID-19 и отражение времени	150
8. Изменения в пищевом поведении россиян в период пандемии, вызванной COVID-19	158
9. Родительские представления о цифровизации школьного образования в ситуации вынужденного перехода к дистанционному обучению.	178
10. Основные факторы и тенденции отношения к пандемии, вызванной COVID-19	195
11. Динамика отношения россиян к пандемии COVID-19 и режиму самоизоляции в период 1-й и 2-й волн	205
12. Отношение медицинских сестер к прививочной кампании в России и перспективам развития пандемии от коронавируса	214
13. Отношение россиян к вакцинации в период 3-й волны пандемии.	227
14. Отношение россиян к информационной политике государства в период пандемии.	240

15. Потребительские установки россиян на фоне пандемии COVID-19	264
16. Отношение россиян к денежно-кредитной политике в период пандемии, вызванной COVID-19	283
17. Пост-ковидный мир и двойное зрение нового человека (Вместо заключения)	295
Библиографический список	300
ПРИЛОЖЕНИЯ	343
Приложение 1. Бланк для всероссийского опроса «инфодемия»	343
Приложение 2. Бланк для онлайн опроса отношение к вакцинации	361
Приложение 3. Бланк онлайн опроса для оценки степени выраженности киберхондрии	366
Приложение 4. Бланк онлайн опроса для оценки выраженности шкалы думскроллинга	369
Приложение 5. Бланк онлайн опроса для оценки изменений в пищевом поведении	371
Приложение 6. Бланк онлайн опроса в исследовании потребительских предпочтений	373
Приложение 7. Взаимосвязи между уровнем доверия институтам государства и оценкой информационной политики в России	375

0. НУЛЕВОЙ ПАЦИЕНТ ИНФОДЕМИИ (Вместо предисловия)

Мы боремся не просто с эпидемией,
мы боремся с инфодемонией.
Тедрос Адханом Гебрейесус,
генеральный директор ВОЗ, 2020 год

Мировое сообщество последние годы противостояло стремительно развивающейся эпидемии, вызванной возбудителем пневмонии COVID-19. На 15 октября 2022 г. вирус, выявленный у 624 млн человек во всем мире, унес почти 6,6 млн жизней. В России из 21 млн заболевших число умерших превысило 400 тыс. человек¹. В пятерку стран-лидеров печальной статистики входят США (96,7 млн; 1,06 млн), Индия (44,6 млн; 0,53 млн), Франция (35,1 млн; 0,15 млн), Бразилия (34,7 млн; 0,68 тыс.), Германия (34,5 млн; 0,15 млн).

Удары пандемии переживались на фоне инфодемии, под которой мы будем понимать быстрое распространение через различные платформы (социальные сети и мессенджеры) слухов и теорий заговора, создающих у сограждан панические настроения и приводящих к повышению тревожности, чувства страха, психическим и психосоматическим расстройствам.

По меткому замечанию Р. Гарифуллина, сначала мир «тренировался» на фейках небольшого масштаба, а затем дозрел до глобального мощного фейка, возникшего на основании реального коронавируса, опасность которого на самом деле существует, но весьма противоречива². Именно эта неоднозначность в отношении коронавируса и предоставила многим пищу для различных измышлений, пробудив и без того богатое воображение конспирологов, запустив настоящую панику в СМИ и социальных сетях, среди экспертов и журналистов. Возникшая реакция вполне объяснима и подчиняется закону цифровых медиа: наибольший click rate приносит именно негатив. И если нужно

¹ Стоп коронавирус. Оперативные данные. URL: стопкоронавирус.рф (дата обращения: 03.12.2022).

² *Гарифуллин Р.* О научных противоречиях вокруг коронавируса. URL: <https://www.securitylab.ru/blog/personal/RamilGarifullin/348262.php> (дата обращения: 03.12.2022).

сгустить краски, то, как известно, нет такого преступления, на которые бы не пошел капитал в поисках сверхприбыли под страхом виселицы (Маркс, 2011), приправляя селективно собранные факты откровенно фейковой информацией.

Правительствам всех стран еще предстоит сделать взвешенный и объективный анализ произошедшего, однако уже сейчас очевидно: вирус укрепился не только в человеке физически, но и запустил волну истерии, подобную той, которую Карл Густав Юнг называл «планетарной фобией» (Юнг, 1995), а во время эпидемии атипичной пневмонии в 2003 году появился термин «инфодемия», об опасности которой всерьез беспокоилась Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) уже на фоне пандемии от коронавируса. Информационная пандемия – инфодемия – повлияла на различные отрасли экономик большинства стран. Так, относительно недавняя реакция фондовых рынков на эпидемию была заметно серьезнее, чем реакция фондовых рынков на азиатский грипп 1957 г., когда от эпидемии скончалось свыше 1 млн человек, или реакция финансово-экономических институтов на атипичную пневмонию 2003 г., когда смертность была в 10 раз больше³.

Главный вызов всему экспертному сообществу в условиях инфодемии состоял в извечном выборе между добром и злом, так как эпидемия – это своеобразная лакмусовая бумажка с тестом на биофилию и некрофилию, в терминах американского неопрейдиста Эриха Фромма, по мнению которого, в психике человека присутствуют два разнонаправленных свойства личности: способность к созиданию и продуктивной ориентации (биофилия), и склонность к разрушению и деструкции (некрофилия) (см.: Старовойтов, 2009). Согласно отчету Американской психологической ассоциации 2017 г., более половины просматривающих новости сообщили, что это процесс вызывает у них стресс⁴. Указанное исследование также показало, что визуально шокирующие и расстраивающие новости могут способствовать

³ *Хвостик Е.* Вирусология новейшего времени. Во что эпидемии обходятся человечеству // Коммерсантъ. Деньги. 23.04.2020. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4307954> (дата обращения: 03.12.2020).

⁴ *Ястребова С.* Психологи: американцы испытывают все более сильный стресс // Life. 16 февраля 2017. URL: <https://life.ru/p/974642> (дата обращения: 03.12.2020).

беспокойству, проблемам со сном, повышению уровня кортизола (гормон стресса) и даже вызвать симптомы посттравматического стрессового расстройства. Несложно предположить, что в условиях инфодемии уровень стресса кратно возрастает, при этом некоторые Интернет-СМИ склонны нагнетать панику, сеять апатию, отслеживая смертность в онлайн режиме, и параллельно манипулировать массовым сознанием сограждан, обостряя недоверие населения по отношению к государству в целом и государственным институтам здравоохранения, в частности.

Проведенный Д. Розадо с коллегами (Rozado et al, 2022) анализ эмоциональности 23-х млн заголовков из 47-и популярных в Соединенных Штатах средств массовой информации за период 2000–2019 гг. с помощью языковых моделей Transformer, настроенных для определения настроений (положительных, отрицательных) и выявления 6-ти основных эмоций, по Экману (гнев, отвращение, страх, радость, печаль, удивление), показал рост негативного настроения в заголовках всех печатных СМИ. Хронологический анализ эмоциональности заголовков показал растущую долю заголовков, обозначающих гнев, страх, отвращение и печаль, и снижение распространенности эмоционально нейтральных заголовков в исследуемых СМИ за исследуемый период. Так, по сравнению с 2000 г. авторы исследования отмечали увеличение на 104 % распространенности заголовков, обозначающих гнев, также наблюдалось значительное увеличение заголовков, обозначающих страх (+150 %), отвращение (29 %) и печаль (+54 %). Напротив, распространенность заголовков с нейтральными эмоциями постоянно снижалась (–30 %) с 2000 г. Наблюдалось увеличение доли заголовков, описываемых эмоциональной категорией «радость» с 2000 по 2010 гг. и тенденцией к снижению с 2010 по 2019 гг.

Эксперты указывали на большое количество фейков, с которыми сопряжена коронавирусная инфекция: от сравнительно безобидных мер профилактики, вроде лимона, имбиря, водки, до чрезмерно завышенного количества смертей от COVID-19 в сводках, угнетающе влияющего на население. Цель подобных вирусных атак – запугать людей и дестабилизировать политическую обстановку в стране. В России зафиксирован следующий рейтинг страхов граждан: больше всего опрошенные

боялись болезни близких и детей, мировой войны, произвола властей, собственной болезни и бедности⁵.

На фоне информационных атак и паник важно, как формируется, подается и доходит до населения политическая информация. Опираясь на политологические работы, А. И. Юрьев⁶ отмечал, что политическая информация приобретает свой окончательный вид, проходя через 8 слоев обогащения: 1) слой разработки политическими институтами современных методов познания общества; 2) слой, создаваемый прогностическими институтами (государственными, идеологическими, общественными, народными); 3) формируемый идеологическими организациями слой; 4) создаваемый средствами массовой информации слой; 5) реализующий воспитательную функцию и готовящий людей к выполнению определенных ролей в интересах политики; 6) преобразующий все предыдущие компоненты информации в форму «конкретной политической информации» для обслуживания управления обществом в пределах прав и обязанностей власти в реальном времени и пространстве; 7) поддерживающий реализацию организационной функции, не тождественной административной, а предполагающей конструирование моральных, психологических, материальных стимулов для исполнения распоряжений предыдущего уровня; 8) слой принятия политического решения, который не допускает ее искажения. В этой классификации четвертый слой создается СМИ, которые добиваются доступа к широкой публике за счет исключения специальной терминологии, толкуют элементарные вещи, но делают часто «известное – неизвестным, понятное – непонятым, ясное – неясным» (Юрьев, Ханнанова, 2016).

Инфодемию называют новой «болезнью», поскольку манипуляционная составляющая фейка позволяет говорить о его вирусном распространении от человека к человеку (Борхсениус, 2021). Вопрос о так

⁵ *Мухаметшина Е.* Россияне стали больше бояться потери сбережений. Остальные страхи, несмотря на коронавирус, остались прежними // *Ведомости*. 8 апреля 2020 года. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2020/04/08/827528-poteri-sberezhenii> (дата обращения: 03.12.2020).

⁶ *Юрьев А.И.* Механизмы влияния политики на психическое состояние людей. Петербургские выборы. Научная библиотека политического деятеля. 1999. URL: <http://www.elections.spb.ru/razdel9/uriev1a.htm> (дата обращения: 03.12.2020).

называемом «нулевом пациенте» информационной пандемии – весьма условный и, одновременно, дискуссионный. Представители ряда государств обвиняли оппонентов в продвижении коронавирусной повестки и в уклонении от ответственности. Так, М. Помпео (госсекретарь США в 2017–2021 гг.) обвинил Россию и Иран в целенаправленных усилиях по дезинформации о COVID-19 (<https://www.newsweek.com/coronavirus-rompeo-trump-china-iran-russia-disinformation-1495558>), а российская сторона усмотрела в этом поиск виноватых и попытки замаскировать ошибки в собственной системе здравоохранения. Объективно бенефициарами (выгодоприобретателями) информационной пандемии стали владельцы интернет-СМИ и социальных сетей. При этом провокативно и несколько эпатажно звучали их мнения о том, что паника в связи с коронавирусом чрезмерно преувеличена. Так, И. Маск владелец X (бывшая социальная сеть Twitter*) заявил, что «паника вокруг коронавируса – это глупость»⁷. В этом также можно усмотреть заложенные информационные стратегии блефа и ухода от ответственности.

В условиях современного информационного общества и пандемии, очевидно, необходим мониторинг психологического состояния общества с использованием методов анализа влияния на него Интернета. Подобный мониторинг эффективен в качестве обратной связи о социальном самочувствии населения, его настроениях и типах реагирования на контент, распространяемый в сети Интернет.

⁷ *Хомякова Д.* Заявление Маска о глупой панике из-за коронавируса назвали глупостью // Life. 2020. 9 марта. URL: <https://life.ru/p/1311733> (дата обращения: 03.12.2020).

* Запрещена на территории РФ.

1. ОБЗОР ИССЛЕДОВАНИЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ОБЩЕСТВА В ПЕРИОД COVID-19 ПО МАТЕРИАЛАМ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПУБЛИКАЦИЙ

Вместе с пандемией COVID-19 страны и их правительства столкнулись с *инфодемией* (распространением и потреблением через различные платформы слухов и фейков, токсичной информации) – явлением, оказывающим специфическое влияние на психологическое состояние общества (Дейнека и др., 2020) и ускоряющим эпидемический процесс. Повышение интереса к информации из социальных сетей в ситуации карантина и самоизоляции часто приводило к усилению фобий, панических или протестных настроений, общего пессимизма и апатии. Кроме того, так называемая «планетарная фобия» (Юнг, 1995) отражалась на экономике, вызывая серьезную реакцию фондовых рынков.

Отечественные исследователи инфодемии с момента нарастания заболеваемости коронавирусом в России опубликовали ряд аналитических статей с оценкой психологического состояния как российского, так и западного общества на основе зарубежных авторских опросов (напр., см.: Дейнека, Максименко, 2020).

Почти все россияне, по данным ВЦИОМ на 19 марта 2020 г.¹, слышали о новой коронавирусной инфекции, которая начала распространяться с декабря 2019 г. (99 %). Более половины россиян (61 %) в той или иной степени были уверены, что российские медицинские и эпидемиологические службы смогут защитить население России от распространения коронавируса в случае реальной угрозы, хотя треть была настроена более скептически (32 %)². Почти ¾ россиян опасались заболеть коронавирусом, половина из них – те, кто в какой-то мере, опасались заболеть, при этом каждый пятый – это те, кто очень боялись вируса; не задумывались над этим вопросом только 12 % россиян.

¹ Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представляет данные мониторингового опроса россиян о вспышке болезни, вызванной коронавирусом, ее опасности и способах борьбы с ней. 19 марта 2020. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10205>

² Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представляет данные об опасениях россиян информированности относительно ситуации с коронавирусом. 20 апреля 2020. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10240>

Авторы статьи «Переживание неопределенности, тревоги, беспокойства в условиях COVID-19» (Харламенкова и др., 2019) провели анализ нескольких зарубежных публикаций по теме беспокойства, тревоги, переживания неопределенности в условиях COVID-19 как особых жизненных обстоятельствах. Инфодемия обозначается авторами как кризис здравоохранения, который возникает не только вследствие распространения заболевания, но и в связи с угрожающей по своему содержанию и объему информации, транслируемой СМИ, а также вследствие специфики самого стрессора – невидимой угрозы. Исследователи препарируют чувство тревоги населения, которое генерируются не только страхом заражения, но и сомнениями в качественном обслуживании. На основе анализа зарубежных источников в статье выделяются следующие факторы психологического дистресса: повышенный интерес и стремление отслеживать информацию о COVID-19, наличие контактов с эпидемиологически опасными районами, негативный стиль совладания, низкий уровень социальной поддержки. Тревожность продуцируется нарастающей неопределенностью будущего, которая задает напряжение при ожидании негативных последствий и пугающих прогнозов, повышенной бдительности, недостатка объективной информации, что ведет к утрате способности реально оценивать ситуацию. В этом смысле весьма точно подмечена перманентная неопределенность, выступающая фрустратором и стрессором, запускающая механизм постоянного поиска аргументов и логики³.

³ При этом саму логику установить сложно из-за диаметрально противоположной информации, приходящей населению, в том числе из официальных источников. В социальных сетях коллективный разум пользователей иронично резюмировал происходящее: «Из дома выходить нельзя, но если нужно, то можно; маски то помогают, то не помогают, их обязательно носить; в больницы бесполезно обращаться с коронавирусом, но идти туда необходимо; вирус смертельный, но в принципе не опасный; перчатки не помогут, но они нужны; вирус на детей не действует, но дети в зоне опасности; оборудования в больницах не хватает, но его там достаточно; есть много симптомов болезни, но можно переболеть без симптомов; для того чтобы не болеть, нужно тренироваться, но спортзалы закрыты, а на пробежки выходить нельзя; лучше всего гулять на воздухе, но в парки вход запрещен; к пожилым людям нельзя приходить, но можно приносить продукты и лекарства; больным коронавирусом нельзя выходить, но можно ходить в аптеку и магазин; домашнего ареста нет, но выходить никому нельзя; с пожилой мамой и бабушкой встречаться нельзя, но таксисту можно; болеют только азиаты, но умерло больше всего европейцев; вирус живет на разных поверхностях два часа или четыре, или шесть, или больше...»

Авторы ссылаются на южнокорейское исследование (Wang et al, 2020), которое показало, что восприятие риска выше у женщин и тех респондентов, которые больше доверяют СМИ и органам местной власти; при этом доверие медикам и центральной власти оказалось сопряженным с меньшим восприятием риска.

Природу возникновения и распространения фейковых новостей социальные антропологи А. Архипова и А. Кирзюк⁴ объясняют низким уровнем доверия к властным институтам, снизившимся в период пандемии при одновременном росте межличностного доверия (среднее число сильных связей выросло с 2012 по 2017 гг. почти в 2 раза, а среднее число слабых связей – в 1,5 раза). Изучая поведенческие реакции людей в Twitter'e* с 2013 по 2017 гг., Р. Имхофф и П. Ламберти (Imhoff, Lamberty, 2016) выяснили основные причины распространения фейковых новостей, к которым относятся: превалирующая сила новизны сообщения, подавляющая желание проверять ее на истинность или ложность; эмоциональность, разжигающая аппетит репоста; возможность стать популярным и привлечь к себе внимание; осознание вероятной пользы распространяемой информации. С. Восуги, Д. Рой и С. Арал (Vosoughi et al, 2018) в своем исследовании показали, что политические новости или новости о катастрофах на 70 % популярнее по репостам, а их скорость распространения в 6 раз выше, чем остальных.

Ссылаясь на опыт Китая, стран Европы и США, М. А. Падун (2020) сообщает о рисках психической травматизации среди медиков, которые сводятся к психической травматизации в связи с угрозой собственной жизни, а также с моральной травматизацией, проистекающей из угрозы заражения родных и близких. Последняя объясняется, как считает исследовательница, с одной стороны, неспособностью оказать помощь вверенным медицинскому персоналу пациентам в условиях ограниченности располагаемых ресурсов, а с другой – ощущением медиками предательства со стороны системы здравоохранения из-за недостаточности заботы об их безопасности (как показала ситуация, это свойственно всем развитым странам).

⁴ Архипова А., Кирзюк А. Можно ли победить фейкньюс законом // Ведомости. 10 марта 2019. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2019/03/10/796034-mozhno-pobedit-zakonom> (дата обращения: 10.11.2023).

* Запрещена на территории РФ.

В статье Т. А. Кубрак и В. В. Латынова (2020) поднимается вопрос о важности регулярного мониторинга данных о психологическом состоянии населения и восприятия рисков. Авторы приводят успешные примеры отслеживания западными коллегами временных периодов «героизации» и «обвинений» с целью противодействия дезинформации, сегментирования пользователей в социальных сетях по идентичным установкам и ценностям. Исследования проводились с целью изучения таргетированного воздействия социальной рекламы и охвата информации от официальных представителей системы здравоохранения и врачей, являющихся референтными аудиториями, мнению которых больше доверяют, в том числе и россияне⁵. Весьма удачным является пример о необходимости корректировки информационной политики в ходе эпидемии, когда сообщения о том, что в группе риска заболеваемости от новой коронавирусной инфекции в основном находятся лица старше 60 лет, спровоцировало в начале мая рост заболеваемости молодых людей, посчитавших себя вне зоны риска и нарушавших режим самоизоляции в первые теплые дни. Кроме того, авторы заостряют внимание читателя на проблеме стигматизации определенных групп населения (например, этнических китайцев, которые никогда не были в Китае), их травле, что делает особенно актуальными проблемы информационной безопасности и контроля доступа к персональным данным.

На основании опроса, проведенного сотрудниками лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии Российской академии наук, Т. А. Нестик⁶ выделил 4 типа реагирования, встречающихся у граждан в период эпидемии. Первый тип – «скептики» (20 %), для которых характерен низкий уровень доверия к государственным органам власти и официальной информации. Люди этого типа считают угрозу пандемии преувеличенной, при этом достаточно трезво оценивают ее экономические последствия. Этот сегмент, по мнению Т. Нестика,

⁵ *Тадтаев Г., Галимова Н.* Более половины россиян заявили о недоверии официальным новостям о вирусе // RBC. 2020. 17 апр. URL: <https://www.rbc.ru/society/17/04/2020/5e998b669a794768d09da79e> (дата обращения: 10.11.2023).

⁶ *Терехов В.* Тимофей Нестик: нужно переходить от логики алармизма к логике позитивных целей // Интерфакс. 2020. 11 мая. URL: <https://www.interfax.ru/interview/708097> (дата обращения: 10.11.2023).

испытывает наиболее высокий уровень стресса, в связи с чем менее всего склонен оправдывать карантинный режим, введенный государством. Представители второго типа – «алармисты» (30 %) – имеют наибольшую тревогу по поводу пандемии, полагая, что все значительно хуже, чем транслируется в официальных СМИ. Они выступают за принятие более жестких мер, поскольку считают, что полагаться на благоразумие наших сограждан не стоит. Третий тип – «фаталисты» (25 %), убежденные, что от людей мало что зависит и оценивающие перспективы весьма пессимистично, развивая в социальных сетях конспирологические теории и занимаясь поиском врагов. И, наконец, «оптимисты» (25 %), которые считают угрозу серьезной, но больше склонны сопереживать другим, больше верят в усилия государства, а также в то, что сами могут защитить себя и близких от заражения.

В статье Е. В. Федосенко (Федосенко, 2020) раскрывается роль альтруизма, оптимизма, психологической гибкости, чувства связанности и духовной стратегии жизни во время пандемии коронавируса, приводятся результаты проведенного с 30 марта по 05 апреля 2020 г. исследования коллег, посвященного изучению психологических ресурсов человека в период вынужденной изоляции. Исследователями выделены 3 наиболее распространенных реакции, которые испытали респонденты (N=784 чел.) в период изоляции: 1) страх (47,3 %); 2) апатия (22,2 %); 3) ступор (14,5 %). Обратившись к нескольким зарубежным публикациям (Braunack-Mayer et al, 2013; Caleo et al, 2018; Desclaux et al, 2017; Pan, Chang, 2008; Pellicchia et al, 2015; Wang et al, 2011; Taylor et al, 2008) последних 12-ти лет, Е. В. Федосенко обобщает выделенные во время эпидемий и связанные с карантинами психологические «эффекты»: гнев, раздражение, депрессия, эмоциональное истощение, симптомы посттравматического стресса. Кроме того, опираясь на материалы зарубежных исследований доковидного периода, автор обзора выделяет наряду с неадекватной информацией во время карантина такие стрессоры, как продолжительность карантина, боязнь инфекции, разочарование и скука, а также недостаточное обеспечение продуктами, одеждой, медицинскими и бытовыми услугами. Для 70 % испытавших травматические и виктимизационные события возвращение к прежней жизни не затруднительно, однако 30 % серьезно дезадаптированы

и нуждаются в психокорректирующих мероприятиях (Meichenbaum, 2012). Зарубежные исследования прямого и опосредованного влияния духовности на снижение стресса (Fehring et al, 1997; Marsh et al, 2018), на которые ссылается Е. В. Федосенко, обнаруживают положительную взаимосвязь между духовными практиками, верой и субъективным статусом здоровья. Автор обзора обращает особое внимание на концепции салютогенеза и введенного А. Антоновски (Antonovsky, 1984; Antonovsky, Bernstein, 1986) «чувства когерентности» (связанности), которое включает в себя 3 компонента: 1) постижимость, или то, насколько рассматриваемые личностью вызовы интерпретируются как согласованная, ясная и структурированная информация; 2) управляемость – то, насколько доступные для личности ресурсы рассматриваются ею как достаточные; 3) осмысленность, или уровень эмоциональных переживаний личности того, что жизнь имеет смысл. Также, ссылаясь на данные, полученные зарубежными коллегами (Segovia et al, 2015; Scheier et al, 1989; Bostock et al, 2009; Tindle et al, 2012), автор обзора выделяет оптимизм в качестве одного из сильнейших предикторов физического и психического здоровья, обеспечивающего долгосрочные адаптационные возможности.

С. Н. Ениколопов с коллегами⁷, опросив в конце марта 2020 г. 430 человек с помощью батареи опросников (симптоматический опросник SCL-90-R, опросник COPE, опросник критического мышления «ОКМ-97»), получили возможность зафиксировать динамику психологических реакций на коронавирусную пандемию в интерпретации происходящего: выросло количество людей, рассматривающих пандемию как результат применения биологического оружия, наказание за грехи, расплату за пренебрежение экологическими проблемами; в психологическом состоянии общества: статистически значимо росла подавленность, у опрошенных ухудшался сон, снижалось количество тех, кто использует рационализацию или отрицание, возрастало эмоциональное выражение тревоги, страха, паники. Одновременно с этим было отмечено увеличение количества россиян, обращающихся

⁷ Динамика психологических реакций на начальном этапе пандемии COVID-19 / С. Н. Ениколопов, О. Ю. Казьмина, О. Ю. Воронцова, Т. И. Медведева, О. М. Бойко // Психологическая газета. 2020. 28 апр. URL: <https://psy.su/feed/8182> (дата обращения: 03.12.2020).

к религиозным практикам на фоне падения уровня конструктивного мышления и эмоционального совладания. Статистически значимо выросли показатели эзотерического мышления, наивного оптимизма и на уровне статистической тенденции категорического мышления и фобий. Также статистически значимо увеличился уровень соматизации и число беспокоящих симптомов. В качестве советов авторы рекомендуют: предоставлять цифровые альтернативы для привычного досуга, проводить обучение навыкам эмоциональной регуляции, расширять репертуар способов самоуспокоения, популяризировать доступные в условиях пандемии формы активного совладания, использовать официальные рекомендации по нормализации сна в условиях гиподинамии и воздействия стрессового фактора, а также проводить превентивные мероприятия в рамках профилактики суицидального поведения, восстановления жизненной перспективы – образа будущего.

В статье о социально-психологическом контексте распространения коронавирусной инфекции авторы представили результаты опроса среди экспертов-психологов, проведенного Институтом психологии РАН (Ушаков и др., 2020). На вопрос: «Как бы Вы оценили взаимодействие разных стран в борьбе с этой инфекцией?» – почти половина респондентов (47,4 %) оценили его как недостаточное, а 27,0 % – как удовлетворительное. Только треть опрошенных (27,2%) согласилась, что проблема с COVID-19 искусственно «раздута», при этом 44,4 % согласилась с тем, что эта проблема привлекает внимание. Авторы справедливо отмечают, что некоторая непоследовательность в действиях власти (то ужесточение ею антивирусных мер, то их ослабление) позволяет выделить два аспекта кризиса – медицинский и социально-экономический, находящиеся между собой в реципрокных отношениях. При этом 52,3 % респондентов удовлетворены действиями российской власти по сдерживанию эпидемии коронавируса (не удовлетворены – только 21,9 %). Оценка экспертами перспектив пост-ковидного общества выглядит следующим образом: 58,3 % согласилась с тем, что эпидемия коронавируса окажет какое-либо влияние на современного человека, при этом 27,8 % ответили, что нет, и он остается прежним, 13,9 % затруднились ответить.

По данным, полученным Фондом «Общественное мнение»⁸, 48 % россиян в той или иной мере опасаются коронавируса, при этом: 16 % напуганы сильно, 32 % – немного боятся заболеть. Такие меры правительства против коронавируса, как запрет на въезд граждан Китая в Россию и принудительный карантин в больнице для некоторых россиян, недавно вернувшихся из Китая с риском там заразиться, люди по большей части считают оправданными.

Распределение ответов на вопрос «Из каких источников вы предпочитаете узнавать новости: из традиционных средств массовой информации (телевидение, радио, газеты) или из Интернета (новостные сайты, блоги, социальные сети)?» с учетом пола представлено на рисунке 1.

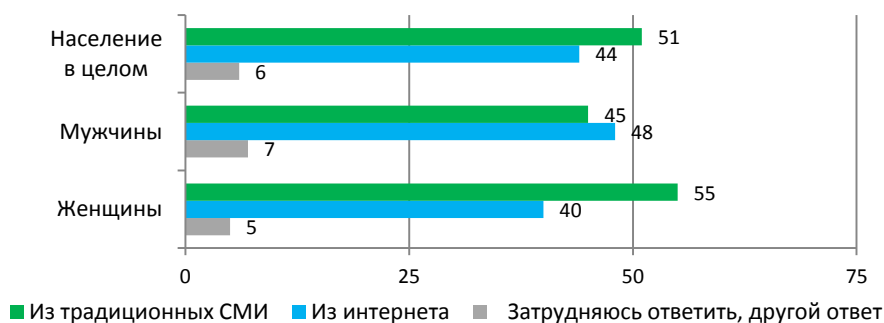


Рис. 1. Источник новостных предпочтений россиян в разрезе пола (ФОМ, 2020)

Данные, представленные на рисунке 1, показывают, что медийные предпочтения россиян распределились примерно поровну относительно новостного источника (традиционные СМИ и глобальной Интернет-сети), при этом мужчины чуть больше отдают предпочтение сети Интернет.

Распределение ответов на вопрос «Как вы считаете, в СМИ и Интернете опасность коронавируса оценивается объективно или необъективно? И если необъективно, то эта опасность преувеличивается или преуменьшается?» представлено на рисунке 2.

⁸ Коронавирус: опасения и оценка принятых мер. Источник данных: «ФОМнибус» – опрос граждан РФ от 18 лет и старше. 8 марта 2020 г. 53 субъекта РФ, 104 населенных пункта, 1500 респондентов. Статистическая погрешность не превышает 3,6 %.

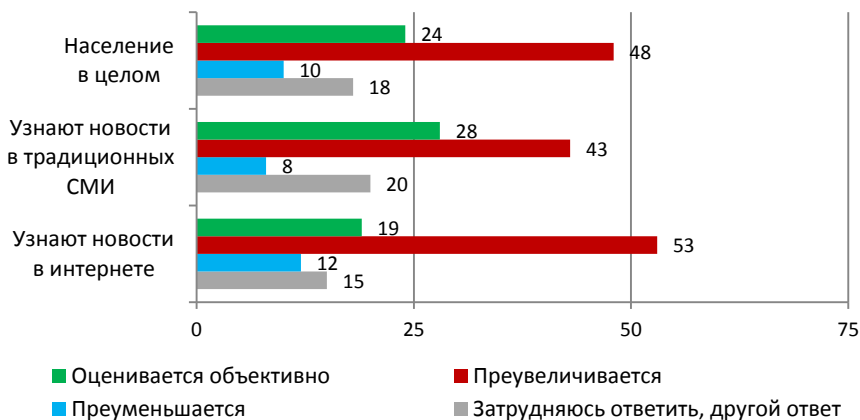


Рис. 2. Оценки объективности освещения ситуации с коронавирусом в СМИ (ФОМ, 2020)

Из анализа данных, приведенных на рисунке 2 следует, что среди пользователей сети Интернет доля тех, кто считает, что ситуация освещается необъективно (преувеличивается опасность), больше, чем среди тех, кто потребляет новостной контент из традиционных СМИ.

Обратимся к результатам исследования, реализованного с несколькими замерами 2, 10, 17 и 24 апреля 2020 г. центром социального проектирования «Платформа» совместно с компанией ОМІ⁹ на основе по онлайн-панели с квотной выборкой (по полу, возрасту, размеру населенного пункта и федеральному округу) в 1000 респондентов. Согласно полученным данным, выявлено снижение страхов и негативных ожиданий: доля тех, кто лично обеспокоен возможностью заразиться, снизилась с 29 % до 23 %. Фобии по своей структуре неизменны: за близких боялись больше, чем за себя, а экономических последствий опасались чаще, чем болезни (рис. 3).

У тех, кто находился на самоизоляции, поинтересовались о готовности пойти куда-либо, где невозможно соблюдать дистанцию. Полученные результаты представлены на рисунке 4.

⁹ Совместный проект ОМІ и «Платформы»: Исследование социальных эффектов пандемии COVID-19. URL: <https://www.omirusia.ru/covid-19/> (дата обращения: 10.11.2023)

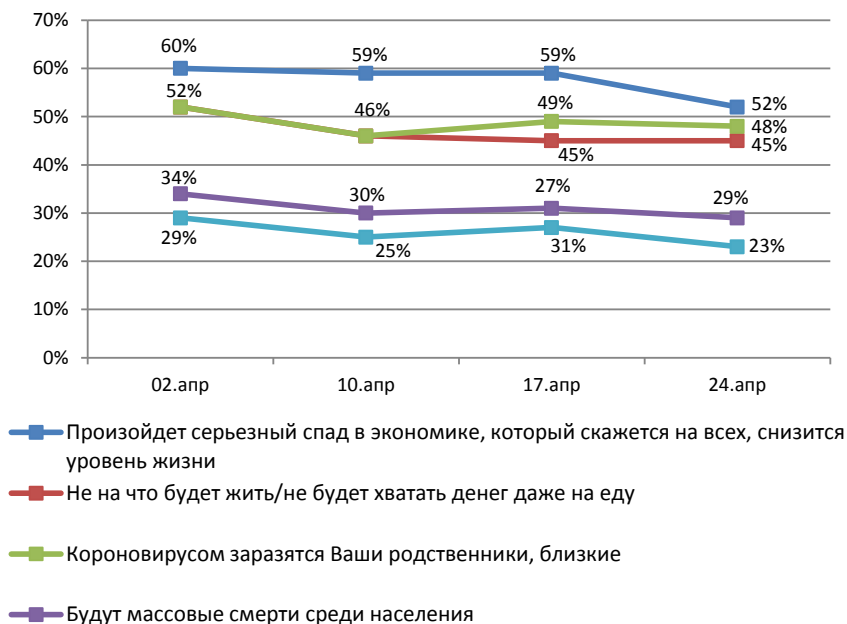


Рис. 3. Динамика фобий россиян (ЦСМ «Платформа», ОМИ, 2020)



Рис. 4. Готовность россиян покинуть изоляцию (ЦСМ «Платформа», ОМИ, 2020)

В облаке популярных слов о коронавирусе чаще всего упоминались: «карантин», «инфекция», «борьба», «пандемия», «врач». Всплеск сообщений (более 1,5 млн сообщений в день) в социальных сетях наблюдался 13–14 апреля 2020 г. (что было связано с открытым совещанием В. Путина по эпидемии); в остальные дни общее число сообщений не превышало 1 млн в день. Наибольшую популярность в социальных сетях имели посты известных людей о вирусе (доктор Комаровский и другие популярные блогеры). С 25 марта 2020 г. снижалось количество авторов из Москвы, обсуждающих коронавирус, и росло число авторов из других городов, что являлось закономерным следствием вектора распространения инфекции (из Москвы в регионы). С 16 марта 2020 г. социальная сеть «ВКонтакте» впервые опередила социальную сеть «Facebook*» в объемах обсуждения темы коронавируса. Это объясняется тем, что экспертное сообщество (больше представленное социальной сетью «Facebook*») уже высказалось на эту тему ранее (начало марта), а молодежная аудитория, традиционно больше предпочитающая социальную сеть «ВКонтакте» и меньше озабоченная аналитической информацией и прогнозами, начала обсуждать тему позднее.

В интернет-публикации «О копинг-стратегиях во времена COVID-19» А. Черкашиной¹¹ удалось представить 10 стратегий преодоления стресса во время пандемии и инфодемии. В ее выборку попали 44 пользователя социальных медиа (мужчины и женщины 50/50) от 20 до 65 лет, проживающие в Москве и других городах в соотношении 70/30 и имеющие в основном от 500 до 2000 подписчиков (представители разных профессий: бизнесмены, экономисты, IT-специалисты, продавцы, студенты, психологи, маркетологи, социологи, спортсмены, люди, работающие в киноиндустрии, профессиональные танцоры, фотографы, дизайнеры). Проанализировав с 12 марта по 20 апреля 2020 г. свыше 700 постов в социальных сетях Facebook* и Instagram*, А. Черкашина предложила типологию пользователей социальных медиа, опираясь на оси «фокус на себя/ на внешний мир» и «позитивные/негативные эмоциональные реакции», следующим образом:

1. «Углубившиеся» размещали личные истории, раскрывающие их жизнь, рефлексировав по поводу своих эмоций, ощущений, переживаний

¹¹ Черкашина А. О копинг-стратегиях во времена COVID-19. 2020.28 мая (опубликовано в социальной сети компании Meta – запрещена в РФ с 21.03.2022).

* Запрещена на территории РФ.

и откровенно рассказывая о том, что с ними происходит, о тех открытиях, которые они делают на основе погружения в новую реальность.

2. «*Достигаторы*» убеждены, что нужно работать в предоставленной ситуацией условиях, признавая тяжесть и ограничения происходящего, убеждены в необходимости освоения навыков, которых требует «новая реальность», уверены, что в текущей ситуации им нужен труд, творчество и самореализация.

3. «*Читеры*» уверены, что им удалось создать себе максимально комфортную среду для существования, относясь к окружающим с долей снисхождения и даже осуждения. Убеждены, что выйдут победителями из этой ситуации, размещая фото и тексты, подтверждающие их достижения.

4. «*Развлекающие*» размещали информацию юмористического характера, демотиваторы, анекдоты, другого рода «позитивный» контент, при этом не пишут о своих эмоциях и переживаниях.

5. «*СМИ*» – это те, кто брали на себя функцию альтернативного СМИ, критично оценивая или поддерживая меры властей. Предоставляли подписчикам свою аналитику происходящего, опираясь на статистические данные, официальные источники.

6. «*Отрицатели*» транслировали в массы отсутствие вируса, обвиняя окружающих в глупости, высмеивая самоизоляцию и другие меры, принимаемые властью или конкретными людьми.

7. «*Раздражающиеся*» фокусировались на поведении других людей, высказывая недовольство окружающими. Причиной для негодования могло быть то, что другие люди ходят в масках или что они ходят без масок, паникуют или напротив не проявляют достаточно мер осторожности, не выходят на улицу и подчиняются властям или выходят и не подчиняются и т.п.

8. «*Расстроенные*» сфокусированы на своих ощущениях, отмечая однообразие жизни («день сурка») и испытывая много негативных эмоций, в первую очередь – скуку.

9. «*Упущенные возможности*» – этот тип сконцентрирован на потерях, испытывая много негативных эмоций и осуждая власть. Убеждены, что меры неоправданны, несвоевременны, неправильны. Калькулировали недополученную выгоду в деньгах/отдыхе/впечатлениях/эмоциях и т.п.

10. «Продажники» убеждены, что коронавирус и общая дезориентация – лишний повод предложить свои услуги и продать то, что действительно поможет.

Схематично стратегии совладающего поведения в условиях инфодемии, вызванной COVID-19, представлены на рис. 6.

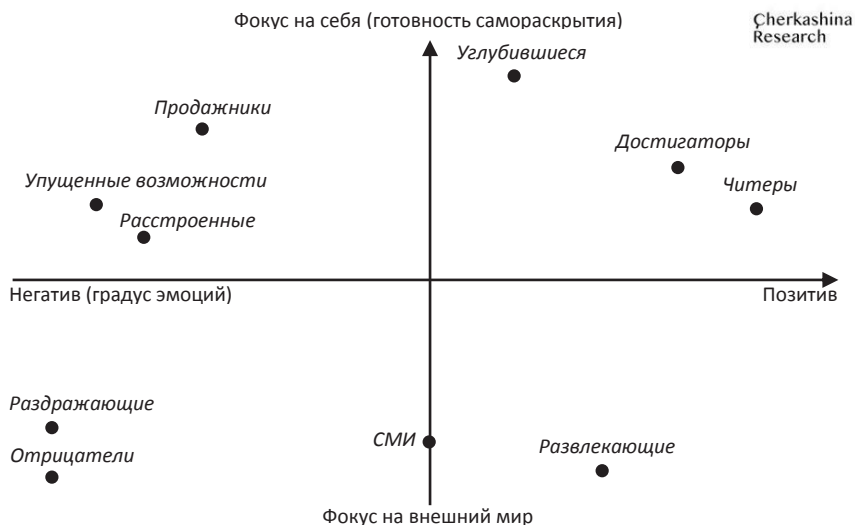


Рис. 6. Стратегии совладающего поведения в период инфодемии, по А. Черкашиной

Россияне по разному оценивали опасность новой коронавирусной инфекции. Так, по результатам совместного исследования, проведенного компанией «Росгосстрах Жизнь» и банком «Открытие» в апреле 2020 г.¹² (всероссийским опросом была охвачена выборка в 1508 чел.), четверть опрошенных оценили степень своей обеспокоенности на 5 баллов по 10-балльной шкале. При этом совокупная доля оценивших свой страх выше среднего уровня (от 6 до 10 баллов) составила 40,6 %. Авторам исследования удалось выделить десять регионов, жители которых проявили

¹² Эксперты назвали самые обеспокоенные из-за вируса регионы. URL: <https://www.rbc.ru/society/27/04/2020/5ea37e6b9a7947f78b645a59> (дата обращения: 10.11.2023).

наибольшую обеспокоенность (10 баллов) в связи с распространением COVID-19: Забайкальский край (33,3 %), Псковская область (19,6 %), Оренбургская область (14,9 %), Нижегородская область (14,8 %), Волгоградская область (13,3 %), Бурятия (11,5 %), Москва (10,8 %), ХМАО (10,7 %), Новосибирская область (9,8 %), Тюменская область (9,4 %). Кроме того, к самым «бесстрашным» регионам, где наибольшая доля жителей, которые не испытывали короновирусифобию, то есть больше других выбрали 0 в качестве оценки потенциальной опасности, относились: Санкт-Петербург (33,3 %), Приморский край (23,5 %), Иркутская область (22,7 %), Новосибирская область (21,6 %), Ростовская область (21,6 %), Ставропольский край (21,5 %), Кабардино-Балкария (20,0 %), Ямало-Ненецкий автономный округ (20,0 %), Омская область (20,0 %), Хабаровский край (20,0 %).

Некоторые исследователи и публицисты искали политические причины и последствия пандемии. Так, например, И. Панарин считал «COVID-19» комплексной операцией по дестабилизации мира с целью свержения трех мировых лидеров: Владимира Путина, Дональда Трампа и Си Цзиньпина, то есть рассматривал ее как игру против триумvirата или трех конкретных политических режимов. Он связывал это с символическим географическим дебютом короновируса в Иране (священный для шиитов город Кум), а также городом первой китайской революции 1911 г., при которой пала империя Цин, Уханем. При Мао Цзедуне Ухань был центром «культурной революции», где было особенно много хунвэйбинов¹³.

Различая состояния людей, попавших или вошедших сознательно в ту или иную вызванную COVID-19 ситуацию (болезни, ожидания болезни, изоляции и самоизоляции), П. А. Сергоманов в своем интервью¹⁴ подчеркивает, что динамика развития этих психологических состояний будет разной, но у вызванных ими страданий единый знаменатель – страдания без вины. Первый сегмент – «ожидающие

¹³ *Береснев В.* Игорь Панарин: «Операция COVID-19 – это игра на свержение Путина, Трампа и Си Цзиньпина»: Известный политолог о том, почему солдаты НАТО не боятся короновируса и завершит ли Кремль путинский левоконсервативный поворот. URL: <https://www.business-gazeta.ru/article/464732> (дата обращения: 10.11.2023).

¹⁴ *Шаповалова С.* Без вины виноватые: что испытывают люди в новой короновирусной реальности // Regnum. 2020. 24 апр. URL: <https://regnum.ru/news/society/2927369.html> (дата обращения: 10.11.2023).

болезнь» – это те, кто вернулись из зон эпидемии, люди, контактировавшие с больными, те, кто, возможно, заражен, но у них нет пока симптомов болезни, нет болевых или неприятных ощущений. Их переживания – надежда, что вируса нет, или вера в то, что негативный разрушающий эффект будет незначительным для организма. Они также страдают без вины. Находящиеся в изоляции испытывают принуждение и сужение экзистенциальных границ, внутренне сопротивляясь изоляции, в отличие от самоизоляции, когда действие и его переживание разворачивается как внутренне принятое со всеми его рисками и тяготами.

Вынужденная самоизоляция, по мнению Д. В. Кавпака¹⁵, могла способствовать острому и хроническому стрессу и последующему формированию посттравматического стрессового расстройства, нарушениям сна и психосоматическим реакциям, повышению тревоги и депрессии, раздражительности и агрессии, как внутренней, направленной на себя, так и внешней, включающей домашнее насилие и вспышки конфликтов с близким и дальним окружением. К основным фобиям, вызванным пандемией от COVID-19, автор отнес страх заражения и смерти, потери близких; тревогу, связанную с возможной потерей работы и неизбежным снижением будущих доходов; неопределенность новой жизни после коронавируса. Мнение Л. Овчаренко подтвердило опасения ученых о возможности массового алкоголизма у россиян после снятия режима самоизоляции. Автор полагала, что после снятия ограничений люди будут подвержены стрессу, который они попытаются нивелировать алкоголем¹⁶. Ее мнение дополнил заместитель директора Института медико-биологических проблем РАН по науке Ю. Бубеев, заявивший, что после завершения режима самоизоляции вероятен рост случаев не только алкогольной, но и интернет-зависимостей¹⁷. А. Найман обратил внимание российского сообщества на риски самоубийства среди госпитализированных

¹⁵ *Кавпак Д. В.* Кризис и пандемия – опасности и возможности // Психологическая газета. URL: <https://psy.su/feed/8211> (дата обращения: 10.11.2023).

¹⁶ Психолог оценила возможность массовой волны алкоголизма после самоизоляции. URL: <https://www.m24.ru/news/obshchestvo/13052020/117585> (дата обращения: 10.11.2023)

¹⁷ Ученый предупредил о возможной волне алкоголизма в России после самоизоляции. URL: <https://www.m24.ru/news/obshchestvo/13052020/117535> (дата обращения: 10.11.2023).

пациентов. Такие последствия возможны из-за стресса, связанного с новизной болезни и отсутствием вакцины, а также страхом заразить окружающих или заболеть снова¹⁸.

Коллектив психиатров и клиницистов из Санкт-Петербурга (Sogokin et al, 2020), иллюстрируя полученную в ходе онлайн-опроса структуру тревожности, связанную с пандемией COVID-19, выделили ряд факторов, которые существенно влияют на здоровье населения: 1) беспрецедентная, потенциально опасная для жизни ситуация неопределенной продолжительности; 2) масштабные карантинные меры, существенно ограничивающие привычный образ жизни населения; 3) неопределенный инкубационный период вирусной инфекции и ее возможная бессимптомная передача; 4) сообщения о нехватке медицинских ресурсов; 5) нестабильный информационный фон с переизбытком противоречивых данных; 6) неопределенность, связанная с возможными экономическими последствиями коронавирусной инфекции COVID-19 в стране. За период с 30 марта по 5 апреля 2020 г. ими было опрошено 1957 респондентов с помощью анкеты, размещенной на онлайн-платформе. Анкета включала социальный паспорт, вопросы на выявление аффективных расстройств, шкалу психологического стресса, а также опросник оценки стигматизации лиц с респираторными расстройствами (кашель, насморк, чихание и т.д.).

Респонденты в ходе своих ответов отмечали в половине случаев наличие сопутствующей соматической патологии (55,8 %). У трети опрошенных (29,5 %) диагностированы аффективные расстройства, из них – депрессивные расстройства (19,8 %), реже – тревожные расстройства (6,0 %) и еще реже циклотимия/дистимия (3,7%). Авторы отмечали, что зафиксированные опасения респондентов по поводу «риска для жизни и здоровья родственников и друзей» не привели к увеличению психологического стресса. В то же время, расширение

¹⁸ *Недюк М.* SOS-CoV-2: врачи заявили о риске суицида среди госпитализированных: по мнению специалистов, причиной расстройств психики может стать стресс от строгой изоляции в больнице и страх заразить близких // Известия. 2020. 15 мая. URL: <https://iz.ru/1010725/mariia-nediuk/sos-cov-2-vrachi-zaiavili-o-riske-suitcida-sredi-gospitalizirovannykh> (дата обращения: 10.11.2023).

проблемных тем привело к разрушению адаптивных механизмов, спровоцировавших как усиление психологического, так и социального стресса. Увеличение психологического стресса проявляется в повышенной тревожности, в то время как социальный стресс сознательно или бессознательно проецируется вовне, вызывая усиление стигмы. Важно подчеркнуть, что психологический стресс усиливался, особенно на фоне опасений по поводу «возможного отсутствия лекарств для ежедневного использования», а также «риска изоляции». Увеличение стигматизации оказалось в наибольшей степени связано со «страхом за собственную жизнь», «контагиозностью вируса» и «отсутствием в доступной продаже защитного оборудования», что в большей степени вызвано ощущением потери контроля над ситуацией.

Проблемы, связанные с «риском изоляции», были наиболее распространены среди одиноких молодых респондентов (до 31 года), не имевших высшего образования, безработных, а также лиц с сочетанием аффективной и соматической патологии. Если в первых двух случаях (молодой возраст и недостаток образования) дезадаптационные риски могут быть связаны с личной незрелостью, отсутствием навыков самоконтроля, а также временной потерей общения, то для безработных главная причина – это явное снижение материальной поддержки. Полученные данные о структуре тревожных переживаний респондентов делают возможной сегрегацию разных групп населения с детальным описанием выделенных сегментов, что поставило проблему дальнейшей разработки дифференцированных программ психологической и социальной помощи.

Г. Г. Почепцов в статье о влиянии коронавируса на человека (Pochepctov, 2020) проникательно подмечает, что инфодемия явилась откликом на волнения в трех пространствах человека: физическом, информационном и виртуальном. Современный человек получил физические ограничения, волны дезинформации и страх выживания, которого у него давно не было, и оказался сильно уязвлен в результате невидимой атаки вируса. Теперь человек, как утверждает Г. Г. Почепцов, не «царь природы», а всего лишь ее маленький винтик. Автор статьи обращается к анализу данных, собранных Д. Берретт. Ученая, проанализировав свыше 4000 снов от 2000 респондентов в период

пандемии и инфодемии¹⁹, вызванной COVID-19, выявила единый образ²⁰ – затрудненное дыхание, лихорадка сочетались с репрезентацией бедствия: землетрясение, торнадо, гигантские волны, однако наибольший кластер снов занимают жуки. Она описывает массив припоминаний опрошенных, зеркально отображающий коллективное бессознательное в виде жуков, атакующих спящего, роящихся тараканов и змей. Карл Густав Юнг в своих Тавистокских лекциях (Юнг, 1994) интерпретирует жука как имеющего отношение к симпатической системе, а, следовательно, к психическим процессам, способным вызвать кишечные и брюшные расстройства. Кроме того, он описывает насекомое как имеющее отношение к отрицательным (дьявольским) качествам души человека, и в то же время к бессмертию. У З. Фрейда (Фрейд, 1975) нарративы, связанные с образом жука (укусы жуков, попытки раздавить или рассмотреть жука) отсылают к существующему конфликтному столкновению интересов супругов иметь или не иметь детей, а также финансовому положению семьи. Вполне закономерно, что эти семейные и материальные проблемы обнажаются в период самоизоляции и ограниченности материальных ресурсов и пространства. Древние египтяне считали, что жуки (скарабей) появляются из ниоткуда, и символизируют преобразования и восстановления, являясь также важным символом похоронных обрядов. Этим жукам, изготовленным из зеленого камня, размещали на груди покойного, прежде, чем его похоронить. Древние египтяне украшали изображением жуков могилы, храмы, печати и драгоценности.

Сновидения с коллекционированием жуков и бабочек²¹ ассоциируются с уходом в детские уютные воспоминания, с возможностью разобраться с психологическими проблемами, периодом инфантильности и беззаботности, а современные художники все чаще обращаются к миру насекомых как к средству избавления от страхов²². Одним из самых

¹⁹ *Morgan E.* Our pandemic subconscious: why we seem to be dreaming much more – and often of insects. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2020/apr/30/our-pandemic-subconscious-why-we-seem-to-be-dreaming-much-more-and-often-of-insects> (дата обращения: 10.11.2023).

²⁰ Такие же единые сюжеты сновидений у людей психологи выделяют на фоне войн, глобальных катастроф, локальных катаклизмов, которые втягивают в водоворот своих событий большие массы людей.

²¹ Слово «психика» происходит от греческого слова «бабочка».

²² Творчество TravisLouie. URL: <https://www.instagram.com/travislouie> (дата обращения: 10.11.2023).

сильных и деструктивных страхов является страх перед смертью. Ж. Бодрийяр рассматривал историю человеческой цивилизации как историю вытеснения темы смерти из процесса производства коллективного бессознательного и общественного сознания: «смерть больше не вызывает головокружения, она упразднена» (Бодрийяр, 2000, с. 71). Так происходит, как нам кажется, по следующим причинам. Во-первых, снижение интенсивности переживания страха смерти – одна из приоритетных задач любого общества, создающего социокультурные «барьеры» для снижения деструктивного влияния страха смерти на человека (Матяш, 2003). Во-вторых, тема смерти и некросимволика в капиталистическом обществе – явные антиценности и «поминки» по утилитарно-прагматическим процессам рыночной модели общества. В-третьих, на уровне личности табуирование темы смерти – это проявление естественной защитной реакции самосохранения человека в ситуации кризиса религиозных теорий и институтов. В-четвертых, научно-технологический прогресс создал нового человека с широким горизонтом социального проектирования и смелыми победоносными планами по отношению к внешней среде и преодолению препятствий, идущими вразрез с идеями о внезапной конечности бытия (Кьеркегор, 2014) и «своей» смерти (Хайдеггер, 1997).

Как показывает А.В. Грибакин, в общественном сознании разных первобытных народов складывалось представление о том, что планировать, то есть «знать наперед» свой жизненный путь было дано лишь людям незаурядным, народным героям; в древние времена планировать на несколько лет вперед могли только отважные и смелые люди (Грибакин, 1985). В этой связи эпоха COVID-19 переносит нас в эпоху свернутого горизонта социального и личностного проектирования, отбрасывая в жизненном планировании к первобытной эпохе.

Однако отказ легализовать темы смерти и умирания в современной социокультурной парадигме не освобождает человечество от страха перед ней. Как справедливо подмечает Д. В. Матяш, новая героика современности (не смерть встречается без страха, а «бесстрашно» избегаются мысли о ней) предлагает человеку блокировать мысли о смерти с помощью институтов развлечений и потребления, которые в период самоизоляции приобретают специфичность, уходя в виртуальность.

Развлечения в виртуальной среде имеют ряд своих особенностей, усиливающих в значительной степени зависимость от сети Интернет и не позволяющих в полной мере выполнить доминантную функцию, связанную с уменьшением напряжения страха смерти и поддержания жизненного оптимизма. К тому же развлечение в виртуальном пространстве не разграничено с новостной лентой и сильно сопряжено с контекстной рекламой на расстоянии «одного клика» и феноменом «бесконечности» социальных медиа, обусловленным алгоритмами нейронных сетей и искусственного интеллекта подбирать и подпитывать страхи и интересы пользователя, пробуждая низменные желания и проявления Танатоса. Диалоги об опыте распознавания опасности (противоречивая информация о тестировании, поиск спасительной вакцины от вируса, его влияние на различные социально-демографические группы и т. д.) и об умирании от осложнений, вызванных COVID-19, – в социальных сетях еще больше обнажают страх смерти и затмевают другие эмоции и чувства в контексте социокультурных коммуникаций. Превалирование циркулирующих в социальных сетях видеосюжетов и фотографий над текстом десакрализирует смерть, вынуждая подписчиков социальных сетей переживать ее натуральное безобразие, еще больше вовлекая в потребление контента, порождая отвращение, усиливая тревогу и ужас, технологизируя процесс умирания. Танатологический дискурс обладает высоковольтностью в силу побуждающего рефлексии содержания и многочисленных, остающихся без ответа вопросов, герметизирующих сознание. Задолго до эпохи социальных сетей о заразительности и опасности широкого обсуждения этой темы и стремительного ее индуцирования в социуме рассуждал Лев Шестов, ссылаясь на танатологические мотивы в творчестве своего тезки – Льва Толстого²³, называя их «страшной прилипчивой болезнью» и «проказою»

²³ Про «Записки сумасшедшего» Л. Шестов пишет следующее: Сегодня, вдруг, без причины обеспокоился Толстой, завтра, тоже без всякого основания, обеспокоится другой, там – третий, и в один прекрасный день зараза распространится на все общество, на всех людей. Если серьезно принять то, что рассказано в «Записках сумасшедшего», то выхода иного нет: нужно либо отречься от Толстого и отделить его от общества, как в средние века отделяли больных проказою или иной страшной прилипчивой болезнью, либо, если признать его переживания «закономерными», ждать и трепетать ежеминутно, что и с другими произойдет то же, что с ним, что «общий всем мир» распадется, что люди из бодрствующих обратятся в сновидцев и у каждого человека не во сне, а наяву будет свой собственный мир» (Шестов, 1993).

(Шестов, 1993). Можно только представить оценочные суждения Льва Исааковича по поводу инфодемии, которая спустя столетие охватит весь мир, благодаря развитию социальных сетей.

В обществе потребления (или всеобщего благосостояния) субстанция реальной жизни на фоне упоминаемого кризиса религиозных институтов утрачивает свое значение. Становится больше символических посредников в жизни людей. Все переводится в знаковые функции культуры модерна (Бауман, 1994; Бауман, 2004; Белл, 1999; Вельш, 1992. Ильин, 1996; Карцев, 2005; Лиотар, 1998; Маньковская, 1994, 2000), которая не теряет своей религиозности (Флоренский, 1977), а ее центральным проводником становятся СМИ. В. А. Емелин, вслед за Г. Маркузе (Маркузе, 2002), так иллюстрирует современное общество: «... миллионы людей просыпаются в одно и то же время, затем покидают свои квартиры... к месту работы, где их ждет рутинный механический труд. Отработав положенные часы, они одновременно возвращаются в свои типовые квартиры, где проводят досуг, читая одинаковые газеты и смотря одни и те же телепрограммы, предлагаемые индустрией бездумного времяпровождения. Следующий их день будет мало отличаться от предыдущего. У человека не только не остается времени побыть наедине с собой, но и вообще возможности быть собой»²⁴. Выполняя, таким образом, набор автоматических действий, люди, потребляют однородную повседневность, перестают понимать, живы они или мертвы. В этом смысле, угрожая планетарным распространением, пандемия широко распахнула окно Овертона, запустив танатологический дискурс среди широких масс и заставив людей осознать, что они живы, а виртуальность (социальные сети и контент социальных медиа) по-новому поставила вопрос о трансцендентальности человека. В. Федоров словами А. Быстрицкого подчеркивает необходимость поиска путей обуздания такой неистовой и неподконтрольной силы²⁵ как не управляемый информационный поток, который все больше ввергает мир в хаоси когнитивный диссонанс, что негативно влияет на эффективность антиэпидемических мер.

²⁴ Емелин В. А. Постиндустриальное общество и культура потребления. URL: <http://emeline.narod.ru/postindustrial.htm> (дата обращения: 10.11.2023).

²⁵ Федоров В. 11 тезисов о будущем после коронавируса // Актуальные комментарии. URL: <http://actualcomment.ru/11-tezisev-o-budushchem-posle-koronavirusa-2005151537.html> (дата обращения: 10.11.2023).

2. ФЕНОМЕН ИНФОДЕМИИ В ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ОБЩЕСТВА В ПЕРИОД COVID-19

Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) 11 февраля 2020 года определила²⁶ вирус SARS-CoV-2 (первоначально известный как 2019-nCoV) в качестве серьезной глобальной угрозы человечеству. Двумя годами ранее в рамках Всемирного экономического форума (Quattrocchi, 2017) было заявлено о кумулятивном эффекте глобальных рисков, которые, соединяясь, обладают мощными негативными эффектами. Так, в случае с эпидемией COVID-19 (инфекционным респираторным легко распространяющимся заболеванием человека) экспансия информации в потоке новостей без посредников может запускать инфодемию – явление, в свою очередь оказывающее специфическое влияние, в том числе ускоряющее эпидемический процесс (Дейнека и др., 2020).

Возникающая вслед за пандемией инфодемия оказалась явлением малоизученным, критически воздействующим на сознание людей, изменяя способы потребления информации и, как следствие, – поведение людей, снижая эффективность мер, применяемых правительствами против распространения инфекции. Только с учетом поведенческих реакций населения на потребление контента можно эффективно прогнозировать распространение вируса, поскольку платформы социальных сетей (Facebook*, ВКонтакте, Одноклассники, YouTube, Instagram* и Twitter*) предоставляют прямой доступ беспрецедентному количеству пользователей к неконтролируемому контенту, что усиливает слухи и распространение сомнительной, в том числе откровенно фейковой информации.

Согласно исследованиям, пользователи социальных сетей стремятся получить информацию и найти в ней аргументы, поддерживающие их

²⁶ WHO Director-General's remarks at the media briefing on 2019-nCoV on 11 February 2020. URL:<https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-remarks-at-the-media-briefing-on-2019-ncov-on-11-february-2020> (дата обращения: 10.11.2023).

* Запрещена на территории РФ.

мировоззрение и восприятие окружающей среды (Bessi et al, 2015), открыто игнорируют информацию, с которой не согласны (Zollo et al, 2017), а ее приверженцев подвергают буллингу и отправляют в бан. Кроме того, при «высоковольтных» темах сообщества быстро поляризуются, а их представители, самоутверждаясь, собирают огромное количество непроверенной информации в пользу своей точки зрения, сравнивая массивы, которые не обладают «общим знаменателем»: имеют трудно-сопоставимые данные по оцениваемым временным периодам, наборам факторов, влияющих на ситуацию в той или иной стране.

Многие исследования демонстрируют, что фейковая информация легче распространяется, чем достоверная (Allcott et al, 2019; Andrade, Arsenio, 2020; Chakravorti, 2020; Limaye et al, 2020; Qiu et al, 2020; Vosoughi et al, 2018; Zarocostas, 2020). Социологи и психологи указывают, что качество распространяемой информации зависит от аудитории социальных сетей и особенностей алгоритмических действий самих платформ. Помимо этого, сама ситуация карантина и самоизоляции не оставляет у большинства населения выбора, кроме как погрузиться в водоворот информационной бездны социальных сетей, усиливая свои фобии и нагнетая апокалипсические настроения общего пессимизма и апатии. Все эти факторы являются обуславливающими для постановки проблемы исследования, заключающейся в необходимости изучения феномена инфодемии, индуцируемой посредством социальных медиа.

Рассмотрим более подробно обнаруженные различными зарубежными исследователями тенденции по теме инфодемии, связанные с COVID-19.

В исследовании китайских ученых Zhiwen Hu, Zhoungliang Yang, Qi Li, Yongfeng Huang (Hu et al, 2020) **убедительно показано, как инфодемия может усилиться, а также стигматизировать и дискриминировать различные группы неудачным названием самого вируса. «Неудачный нейминг», по их мнению, собирает под знамена информационной войны и противостояния с помощью социальных сетей большие группы людей по всему миру. Тот факт, что до сих пор не существует общепринятых названий ни для академического сообщества, ни для фармацевтической индустрии, усугубляет инфодемию.** Авторы с принципиальной

тщательностью разбирают этимологию названий семейства коронавирусов²⁷, опираясь на их классификацию (Almeida et al, 1968). Обобщив материал, они отвечают на вопрос: «Действительно ли название вируса имеет значение?» Фактически, «несоответствующая» официальная номенклатура может бессознательно подпитывать инфодемию. В качестве примера авторы приводят некоторые известные, но ошибочные названия, такие как «ближневосточный респираторный синдром» и «свиной грипп», которые были обвинены в непреднамеренном социальном воздействии и негативном экономическом воздействии путем стигматизации (навешивания ярлыков) определенных отраслей или регионов. Так, «свиной грипп» привел к значительному финансовому ущербу для фермеров, несмотря на то что не было убедительно показано, что заболевание могло распространяться через потребление свинины. После этих инцидентов в мае 2015 года ВОЗ выпустила несколько наименований конвенций для обозначения новых заболеваний человека. К сожалению, с распространением эпидемии COVID-19 еще одна массовая инфодемия распространилась по всему миру с повторяющейся драматичностью. Данные прошлых лет свидетельствуют о том, что Интернет по своей природе может усиливать и быстро передавать такую инфодемию во всем мире, вызывая чрезмерную панику, усугубляя стигматизацию в отношении людей в эпицентре вспышки вируса.

Неудачное название срикошетило в продукт пивной отрасли: в первом квартале 2020 года резко сократилось потребление пива «Cogoпа» в связи со сходством со смертельным коронавирусом (хотя мексиканский пивной бренд возник еще в 1925 году и не имел ничего общего с вирусом, в частности с коронавирусом).

²⁷ 16 ноября 1968 года был предложен термин «коронавирусы» [Almeida et al, 1968]. В настоящее время известно 7 штаммов коронавируса человека (HCoV), которые вызывают различные по тяжести респираторные заболевания. Из них HCoV-229E, HCoV-NL63, HCoV-OC43 и HCoV-NKU1 обычно вызывают легкие респираторные заболевания, такие как простуда, но могут вызывать осложнения у людей с ослабленным иммунитетом. При этом 3 штамма (SARS-CoV, MERS-CoV и недавно выявленный SARS-CoV-2) вызывают смертельные вспышки. С 1968 по 2008 год наблюдается сравнительно небольшое число публикаций на английском языке по теме «коронавирус(ы)». Однако эпидемии в начале XXI века (SARS-CoV в 2002–2003 гг., HCoV-NL63 в 2004 г. и HCoV-NKU1 в 2005 г.) привели, согласно результатам мета-анализа WoS и PubMed, к резкому скачку в количестве публикаций по теме коронавируса.

Считается, что коронавирус возник в Китае, поэтому его иногда называют «китайский коронавирус» или «уханский коронавирус». Исследование авторов публикации указывает на то, что эти стигматизированные названия могли способствовать недавней реакции против китайцев. Примечательно, что, после того как ВОЗ уточнила названия – «2019-nCoV» и «COVID-19», стали наблюдаться существенные сдвиги в восприятии Китая и китайцев. Парадоксально, но респонденты стран, ближе находящихся к эпицентру эпидемии (например, Южная Корея), терпимее в восприятии своих заразившихся соседей и менее обеспокоены неизбежными рисками по поводу ближайшего будущего нежели жители таких стран, как Египет, Греция, Великобритания, США, Канада, Россия, Финляндия, Дания, которые предпочли бы использовать стигматизированные прозвища против китайцев (Hu et al, 2020).

Авторы публикации также подробно анализируют дискуссии внутри медицинского сообщества в начале 2020 года и поясняют отказ от изначально предложенного названия «коронавирус WH-Human-1» или «коронавирус Wuhan-Human-1», дискредитирующего китайское население, в частности население Уханя. Влияние названия касается и альтернативного использования названия SARS-CoV-2, который мог бы восприниматься как более сильный штамм вируса, как прямой потомок SARS-CoV, вызвавший эпидемию в Китае в 2002–2003 годах.

В исследовании итальянских психологов (Cinelli et al, 2020) представлен углубленный анализ социальной динамики нарративов и настроений, связанных с COVID-19, в пяти социальных сетях (Instagram*, Twitter*, YouTube, Reddit и Gab) в период с 1 января по 14 февраля 2020 года. Данные были собраны по таким ключевым словам, как: коронавирус, вспышка коронавируса, nCoV, nCoV-19, пандемия, Ухань. Всего было обработано 1 342 103 постов и 7 465 721 комментарий от 3 734 815 пользователей.

Анализ проводился по каждой платформе, что свидетельствовало о том, насколько тема коронавируса заинтересовала («зацепила») пользователей, а также о широте распространения информации о COVID-19. Также информация по каждой платформе сопоставлялась с кривой (распространением) самой эпидемии. Основное внимание исследователи

* Запрещена на территории РФ.

обращали на среднее число вторичных случаев, когда пользователи начинали воспроизводить информацию (репостить) о COVID-19, что свидетельствовало об инфодемии. Кроме того, информация в постах верифицировалась с помощью ресурса Media Bias / Fact Check (<https://mediabiasfactcheck.com>), позволяющего отличить фейковую новость от релевантной. Таким образом, исследования итальянских авторов убедительно показывают, что паттерны взаимодействия в сочетании с особенностью аудитории конкретной платформы играют ключевую роль в распространении достоверной и фейковой информации.

Другой вывод из реферируемой публикации обращает внимание на временной параметр. 20 января 2020 года ВОЗ выпустила свой первый отчет о ситуации с COVID-19. Наибольшее число сообщений на разных платформах социальных сетей отмечается в разные даты: 21 января для Gab, 24 января для Reddit, 30 января для Твиттера*, 31 января для YouTube и 5 февраля для Instagram*. Таким образом, социальные сети продемонстрировали разные временные лаги для наибольшего потребления контента, что связано с механизмами взаимодействия (как социальными, так и алгоритмическими) внутри каждой из платформ.

Кроме того, ученые обнаружили, что разные социальные сети по-разному реагируют на ненадежные источники: так, Twitter* является наиболее нейтральным к ним, YouTube исключает ненадежные источники, Reddit также уменьшает влияние ненадежных источников, в то время как Gab заметно их усиливает. Кроме того, сами алгоритмы, заложенные в обсуждение и общую реакцию на надежную и сомнительную информацию, позволяют заключить, что эти платформы реагируют по-разному на достоверные и фейковые новости. Таким образом, исследование доказало, что основные движущие силы распространения информации связаны с конкретными особенностями каждой платформы социальной сети и зависят от сообщества пользователей социальной сети, обсуждающих данную тему.

Исследовательская компания Avaaz в своем отчете от 15 апреля 2020 года²⁸ сообщила, что Facebook* ввел маркировку новостного контента, относящегося к пандемии. Авторскими программами факт-чекинга

²⁸ How Facebook* can Flatten the Curve of the Coronavirus Infodemic. URL: https://secure.avaaz.org/campaign/en/Facebook_coronavirus_misinformation (дата обращения: 10.11.2023).

* Запрещена на территории РФ.

подвержено анализу и помечено свыше 65 % контента социальной сети. На проверку информации уходит время и это приводит к тому, что вредоносный контент может размещаться до 3 недель, становясь вирусным. При этом испанцы, итальянцы и португальцы могут подвергаться большему риску дезинформации, так как нехватка предупреждающих надписей составляет 70 % на испанском, 68 % на итальянском, 50 % на португальском (в то время как на английском – всего 29 %).

Авторы следующей анализируемой публикации международной команды исследователей (Deroux et al, 2020) также направили свои усилия на критику слухов и теорий заговора о происхождении COVID-19, которые циркулировали в социальных сетях и распространялись быстрее самой эпидемии, порождая расизм, страх и импульсивные покупки, в том числе скупку защитных масок, а также привели к убийству 4 китайцев, которые никогда не были в Китае. В этом авторы публикации усматривают инфодемию как вирусную форму распространения информации об эпидемии. Они привлекают внимание к цитате из речи генерального директора ВОЗ доктора Тедроса, который заявил, что «фейки о коронавирусе более заразны, чем сам вирус»²⁹.

По мнению ученых, создание интерактивной платформы и панели инструментов для оповещения в реальном времени о слухах и проблемах, связанных с распространением коронавируса во всем мире, позволит политикам, должностным лицам здравоохранения и соответствующим заинтересованным сторонам реагировать с опережением и иметь возможность смягчить дезинформацию и нейтрализовать фейки. А также будет востребован обзор дискуссий в социальных сетях относительно эпидемической ситуации с геолокационной привязкой (геокодированными твитами), с отметкой времени, на основе которых можно будет сделать анализ подобных карт наиболее привлекательным.

В другой публикации (Hua, Shaw, 2020) японские исследователи Jinling Hua и Rajib Shaw продолжили дискутировать на тему инфодемии, приводя в качестве примера в начале своей статьи трагедию

²⁹ WHO Director-General's remarks at the media briefing on 2019-nCoV on 11 February 2020. URL:<https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-remarks-at-the-media-briefing-on-2019-ncov-on-11-february-2020> (дата обращения: 10.11.2023).

2011 года, когда произошла схожая «невидимая катастрофа», связанная с излучением, причинами которой были цунами и землетрясение. По их мнению, отличие ситуаций 2011 и 2020 годов состоит в том, что радиационное излучение может быть измерено, тогда как измерение инфодемии – актуальная задача, стоящая перед современными исследователями.

В целом статья посвящена анализу блогосферы Китая (на китайском языке) с периодом охвата в 3 месяца – с декабря 2019 года по февраль 2020 года – и представляет ценность в связи с параллельной фиксацией ключевых политических решений властей Уханя и Китая, а также понимания типов медиа, используемых китайцами для получения необходимой информации.

Авторами были проанализированы разные источники данных: 1) запросы поисковой системы китайской социальной сети Sina Weibo (по ключевым словам с указанием частоты запросов и длительности изучения пользователями запросов); 2) хронология развития данных о коронавирусе в Китае (выгруженные из разных социальных сетей: Sina, Tiki-Toki, Caixin, Baidu, Tencent и сайтов муниципальных органов власти); 3) данные исследования об использовании различных типов СМИ для получения информации; 4) данные исследовательского института Mob-Tech об использовании Интернета во время распространения коронавируса.

Авторы выделили пять главных общественных проблем, которые выкристаллизовываются с помощью анализа облака слов на каждом этапе с использованием ключевых данных социальных сетей, и поместили их в пять основных хронологических периодов.

Первый этап – «очень ранняя фаза» (до 31 декабря 2019 года). Регистрация 1 декабря 2019 года в Ухани первого случая коронавируса. Доктор Ли Вэнь Лян сообщил о необычном случае, что положило начало информации об эпидемии в социальной сети WeChat 30 декабря 2019 года.

Второй этап – «расследования» (до 20 января 2020 года). Закрытие рынка морепродуктов Хуанань в городе Ухане, извинения доктора Ли за распространение слухов 30 декабря 2019 года; объявление о новом типе эпидемии 20 января крупным и известным доктором Чжун Нань Шаном в онлайн интервью.

Третий этап – «стадия ранней интенсификации» (до 31 января 2020 года). Критический период, когда распространение болезни усилилось и относительно большого числа жертв еще не наблюдалось; тогда было принято несколько важных решений: провинция Хубэй объявила чрезвычайное положение второго уровня (22.01); город Ухань был закрыт (23.01); было объявлено о решении построить больницу Huoshenshan (23.01); провинция Хубэй была также закрыта (24.01); Хубэй, Пекин, Шанхай и еще восемь провинций объявили чрезвычайное положение (24.01); Tencent³⁰ создала веб-сайт под названием «Слухи разоблачили веб-сайт» как платформу для снижения слухов (25.01); объявлено чрезвычайное положение по всей стране (29.01); официальный аккаунт крупной китайской газеты People's Daily опубликовал фейковые новости о возможном лекарстве от коронавируса (Shuang Huang Lian – китайский антибиотик, онлайн-заказы которого резко возросли) (31.01).

Четвертый этап – «критика, агония, депрессия и контроль» (до 14 февраля 2020 года). В китайских социальных сетях началась публичная критика в связи со вспышкой вируса (31.01); People's Daily исправили ошибку, связанную с фейковым лекарством (01.02); был сдан для лечения новый госпиталь (02.02); началась санация общественных мест (03.02); правительством запущен новый проект «никто не спрячется³¹», позволивший представителям властей войти в дома людей и проверить у всех вирусные симптомы (04.02); скончался доктор Ли, сообщивший впервые о коронавирусе, чья смерть спровоцировала серию суицидов людей во имя спасения членов своих семей (07.02); увольнение главы китайских новостей за распространение недостоверной информации (12.02); смена мэра Ухани (13.02).

Пятый этап – «позитивной профилактики и лечебного контроля» (до 29 февраля 2020 года). Трансляция по социальным сетям трогательной истории о том, как медсестры стригут волосы, чтобы справиться с работой в защитных костюмах (18.02); введение QR-кода с использованием цветов на ограничение мобильности и возможностью отследить население, в том числе пожилых людей и детей (18.02); отмена политики «никто не спрячется» (19.02); неудачный случай

³⁰ Материнская компания WeChat.

³¹ В оригинале «no one will be spared».

суицида школьника младших классов из-за отсутствия мобильного телефона для онлайн-уроков (28.02).

CSM Media Research провело медиаисследование, опросив 1 500 респондентов. Анализ показывает (рис. 7), что WeChat и ТВ сыграли важную роль в приобретении информации после распространения коронавируса.

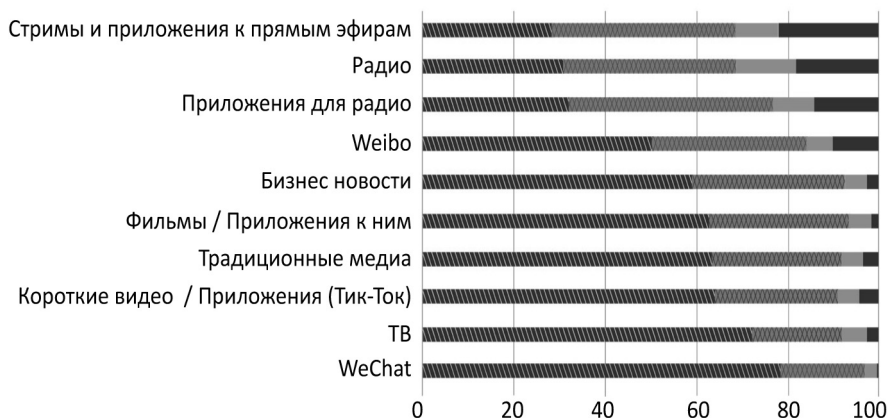


Рис. 7. Использование различных типов медиа до и после коронавируса (CSM Media Research)

На рисунке 8 показаны типы информации, доступ к которой получали различные пользователи через онлайн-платформы: максимальный интерес был проявлен к информации о лекарствах, а затем – запросы на информацию о еде/напитках, онлайн-образование, домашние виды спорта, деловая информация, развлечения и товары для отдыха. Картина запросов соответствует требованиям к образу жизни, при котором люди были изолированы в своем доме на длительный период времени.

Как видно из рисунка 8, наиболее популярными были медицина, продукты питания и онлайн-образование. Количество пользователей онлайн-продуктов питания резко увеличилось; онлайн-школа Xueersi увеличило количество подписчиков в двадцать раз – с 0,52 млн до 11,54 млн пользователей – в течение одной недели (с 28 января по 6 февраля 2020 года).



Рис. 8. Наиболее востребованные типы информации, запрашиваемой через онлайн-платформы (CSM Media Research)

Таким образом, японские авторы (Hua, Shaw, 2020) делают следующие выводы. Правительству Китая удалось реализовать амбициозные и достаточно агрессивные усилия по сдерживанию болезни. Достижение исключительного охвата населения установкой на соблюдение мер сдерживания стало возможным благодаря глубокой приверженности китайского народа коллективным действиям. На уровне сообщества это отражается в замечательной солидарности провинции и города в поддержку наиболее уязвимых групп населения.

Еще в одной публикации, уже китайских исследователей (Li et al, 2020), рассмотрено влияние объявления ВОЗ эпидемии, вызванной COVID-19, на психологическое самочувствие пользователей социальных сетей. Авторы справедливо отмечают, что COVID-19 не только угрожает физическому здоровью людей, но также влияет на

психоэмоциональный статус человека, поскольку ситуация развития болезни несет в себе большую степень неопределенности и обладает низкой предсказуемостью.

Исследование активности пользователей в социальных сетях – наиболее удачная попытка понять эмоции и поведенческий настрой населения, поскольку «бумажные» опросы в районах, охваченных эпидемией, проводить затруднительно. Онлайн опросы также считаются не лучшим способом обратиться к страдающим от ограничений и/или несчастий людям, поэтому данные социальных сетей становятся ключевой онлайн-средой для подобных исследований. Sina Weibo является ведущей китайской социальной сетью с более чем 462 млн пользователей (по данным 2019 года). Они взаимодействуют друг с другом, используя большую палитру опций, предоставляемую платформой и формируя при этом богатые Big Data о поведении пользователей.

Отбор данных происходил следующим образом: авторы извлекли данные об 1,16 млн активных пользователей Weibo, **которые содержали** информацию о профилях пользователей, поведении в сети и сообщениях пользователей, защищенные процедурой конфиденциальности и этическими принципами. Далее из этого массива данных выбрали наиболее активных пользователей, проживающих в Китае, которые опубликовали не менее 50 оригинальных постов (авторских текстов) за период с 31 декабря 2019 года по 26 января 2020 года. Было выделено 17 865 активных пользователей социальной сети Weibo с их сообщениями и онлайн активностью, сузив период анализа до двухнедельного: с 13 января по 26 января 2020 года (с медианной датой 20 января – датой официального объявления ВОЗ эпидемии COVID-19).

В качестве инструментария авторы использовали онлайн-средовое распознавание³² для автоматического распознавания психологического профиля (тревоги, благополучия и т. д.) на основе прогностических моделей, описанных ими ранее (Li et al, 2014). **Также была использована** система Text Mind, разработанная лабораторией киберпсихологии Института психологии Китайской академии наук. Для анализа частоты слов использовался инструмент для сегментации китайских слов

³² Online Ecological Recognition (OER).

с препарированием контента пользователей микроблогов и выделения значимых лексических единиц.

В ходе анализа (рис. 9) из собранных сообщений вычислялась частота слов, описывавших негативные эмоциональные показатели (тревожность, депрессия, негодование), положительные эмоциональные показатели (счастье, благополучие) и когнитивные показатели (социальный риск и удовлетворенность жизнью). Затем на основании парного сравнения (t-test с помощью прикладного пакета SPSS) сравнивались, именно так различия в психологических характеристиках текстов пользователей до и после объявления о вспышке COVID-19 (20 января 2020 года).

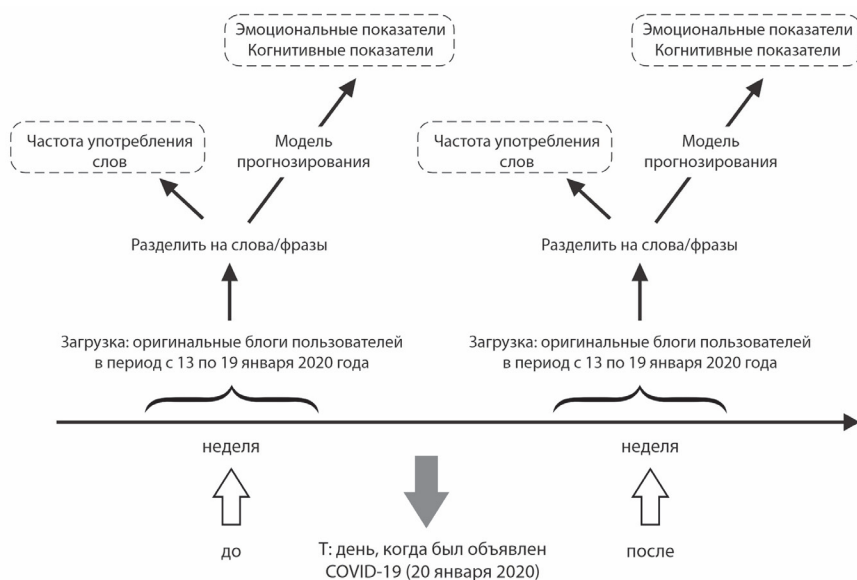


Рис. 9. Схема анализа извлекаемых данных социальной сети Weibo

Среди 17 865 активных пользователей Weibo 25,23 % были мужчины (остальные женщины), большинство (77,95 %) проживали в Восточном Китае, который считается самым богатым регионом в стране. Возраст пользователей варьировался от 8 до 56 лет со средним возрастом 33 года.

В исследовании авторы сравнивали лексические категории (слова, выражающие эмоции³³, и слова, выражающие проблемы/озабоченность³⁴) между недель до (T-before) и после (T-after) 20 января (табл. 2.1).

Таблица 2.1
Частотный анализ слов до и после 20 января 2020 года

	До 20.01		После 20.01		t	df	p
	M	SD	M	SD			
Слова, выражающие эмоции							
Позитивные эмоции	2,58	1,46	2,86	1,47	-24,411	17,747	0,000***
Негативные эмоции	0,71	0,63	0,79	0,59	-15,273	17,747	0,000***
Тревожность	0,09	0,17	0,12	0,17	-15,294	17,747	0,000***
Гнев	0,19	0,26	0,19	0,23	-0,347	17,747	0,792
Слова, выражающие проблемы/озабоченность							
Здоровье	0,37	0,43	0,72	0,63	-72,392	17,747	0,000***
Досуг	1,77	1,28	1,60	1,19	21,963	17,747	0,000***
Семья	0,22	0,30	0,25	0,30	-12,571	17,747	0,000***
Друзья	0,11	0,20	0,10	0,16	6,202	17,747	0,000***
Деньги	0,71	0,77	0,71	0,75	1,353	17,747	0,176
Смерть	0,14	0,27	0,15	0,24	-6,707	17,747	0,000***
Религия	0,28	0,46	0,32	0,45	-13,816	17,747	0,000***

Из анализа данных таблицы 2.1 следует, что после 20 января возросло упоминание отрицательных эмоций ($p < 0,001$) и тревоги ($p < 0,001$). Значительно увеличилась частота слов в категории «проблемы», включая «здоровье» ($p < 0,05$), «семья» ($p < 0,001$), «смерть» ($p < 0,001$) и «религия» ($p < 0,001$), при этом уменьшилось упоминание слов из категорий «досуг» ($p < 0,001$) и «друзья» ($p < 0,001$).

Результаты указывают на значительные различия эмоциональных показателей между неделями «до» (13–19 января, 2020) и «после»

³³ Слова проявления эмоций включают в себя положительные эмоции (вера, удовлетворенность, благословение и т. п.), отрицательные эмоции (беспокойство, подозрение, ревность и т. п.), беспокойство (расстроенный, нервный, безумный и т. п.) и гнев (жалоба и т. п.).

³⁴ Слова беспокойства включают сферы: здоровье (бессонница, врач, физические упражнения и т. п.), досуг (кулинария, общение в чате, фильмы и т. п.), семья (семья, дом и т. п.), друг (приятель, гость и т. п.), деньги (счета, наличные деньги, займы и т. п.), смерть (похороны, убийства и т. п.) и религия (церковь, мечеть, храм и т. п.).

(20–26 января 2020 года), см. табл. 2.2. Возросла «тревожность» ($p < 0,001$), «депрессия» ($p < 0,001$) и «негодование» ($p < 0,001$), в то время как ощущение «счастье» снизилось ($p < 0,01$).

Таблица 2.2
Эмоциональные индикаторы до и после 20 января 2020 года

	До 20.01		После 20.01		t	df	p
	M	SD	M	SD			
Негативные эмоции							
Тревожность	11,69	4,61	12,79	4,66	-35,962	17,747	0,000***
Депрессия	14,87	4,81	15,27	5,08	-10,717	17,747	0,000***
Возмущение	1,83	0,43	1,86	0,45	-11,415	17,747	0,000***
Позитивные эмоции							
Счастье	89,91	9,48	89,71	8,84	3,120	17,747	0,002**

Авторы обнаружили существенные различия в когнитивных показателях между неделями до и после 20.01.2020 (табл. 2.3). Так, после 20 января увеличилась оценка социального риска и уменьшилась удовлетворенность жизнью.

Таблица 2.3
Результаты частотного анализа до и после 20 января 2020 года

	До 20.01		После 20.01		t	df	p
	M	SD	M	SD			
Оценка социального риска	4,10	0,27	4,12	0,25	-8,832	17,747	0,000***
Удовлетворенность жизнью	14,33	2,47	14,24	2,28	5,500	17,747	0,000***

Из анализа видно, что увеличилась озабоченность здоровьем и проблемами семьи, а также уменьшились упоминания досуга и друзей. Неопределенность вызывала чувство психического дискомфорта. Появившиеся сообщения пользователей, связанные со смертью и религией, стали заметными после 20 января и показали тяжесть и потенциальную опасность COVID-19. Исследования подтвердили, что преодоление стресса или страха смерти через религию помогло им обрести спокойствие и положительные эмоции. Вот почему

пользователи молились, и в социальной сети все чаще появлялось «Боже, храни Китай».

Люди проявляли больше негативных эмоций (беспокойство, депрессия и негодование) и меньше позитивных эмоций (счастье) после объявления COVID-19. Между тем подтверждение того, что COVID-19 может передаваться от человека к человеку, 20 января вызвало рост негодования, поскольку население было разочаровано в ранее опубликованной властями провинций (напр., Хубэй) неверной информации. Однако стоит отметить, что частота положительных эмоций увеличилась после 20 января. Это объясняется тем, что положительные эмоции больше отражали групповые переживания сплоченности и веры, а не личные эмоции (счастье). Исследователи обнаружили, что групповые угрозы (напр., стихийные бедствия и эпидемические заболевания) обозначили групповые интересы, что привело к повышению социальной солидарности. Так, например, много провинций (в частности, провинция Сычуань, провинция Шаньдун и другие) сформировали медицинские бригады, чтобы помочь провинции Хубэй, которая пострадала больше всего. Резюмируя другие результаты, можно констатировать, что оценка социального риска повысилась, а удовлетворенность жизнью понизилась после объявления COVID-19. Это объясняется неясной этиологией вируса, отсутствием управляемости вызванной COVID-19 эпидемии. Кроме того, превентивная политика властей на ограничение путешествий и самоизоляцию ухудшили качество жизни, что отразилось на удовлетворенности жизнью.

В статье испанских исследователей (Pulido et al, 2020) приведены результаты исследования распространения ложной и научной информации об эпидемии, вызванной COVID-19, в Твиттере* в феврале 2020 года. Авторы статьи обосновывают актуальность темы, ссылаясь на исследования³⁵ последних лет, доказывающие, что слухи распространяются значительно быстрее и сравнительно с большим охватом, чем достоверная или научная информация. Так, за период 2006–2017 годов в Твиттере* 1 % ложных новостей имеет тенден-

³⁵ Vosoughi S., Roy D., Aral S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*. Vol. 359(6380). Pp. 1146–1151.

* Запрещена на территории РФ.

цию охватывать от 1 тыс. до 100 тыс. пользователей, а количество ретвитнувших ложную информацию было на 70 % больше, чем ретвитнувших достоверную информацию. Другие исследователи (Bessi et al, 2015) показали, что пользователи, потребляющие новостной контент, основанный на научных фактах, менее активны или вовлечены в распространение научной информации. При этом они, как правило, больше комментируют посты, содержащие фейковую или вводящую в заблуждение информацию, чтобы разоблачить ее при помощи своих знаний и компетенций. При этом распространение фейковой информации способствует возрастанию апатии, цинизма и экстремизма (Lazer et al, 2018), а также может представлять угрозу демократии и гражданам (Allcott et al, 2019).

В этом контексте распространение ложной информации о COVID-19 провоцирует огромный риск для здоровья людей (рекомендуя, например, псевдолекарства по типу питья отбеливателя и т. п.). В связи с этим авторы статьи ставят цель – исследовать, какое количество твитов, опубликованных в период с 6 по 7 февраля 2020 года, содержали ложную информацию; сколько материалов было направлено на разоблачение такой информации; сколько было основано на научной информации. Кроме того, исследовательские усилия авторов статьи были направлены на изучение соответствующей вовлеченности пользователей через количество ретвитов, поэтому они сформулировали следующие задачи: 1) Сколько твитов содержат ложную информацию? Сколько ретвитов получают такие твиты? 2) Сколько твитов опровергает ложную информацию? Сколько ретвитов получают такие твиты? 3) Сколько твитов основано на научной информации? Сколько ретвитов они получают? 4) Каковы общие результаты?

Авторы использовали коммуникативный контент-анализ (новый вклад в область методов контент-анализа), основанный на постулатах коммуникативной методологии (Gomez et al, 2019) и построенных, в свою очередь, на диалогическом совместном создании знания между исследователями и гражданами (исследователями, предоставляющими научные концепции, и гражданами, вносящими свой вклад в виде доказательств этих концепций).

Данные для дальнейшего анализа были выбраны из социальных сетей по следующим критериям (рис. 10).

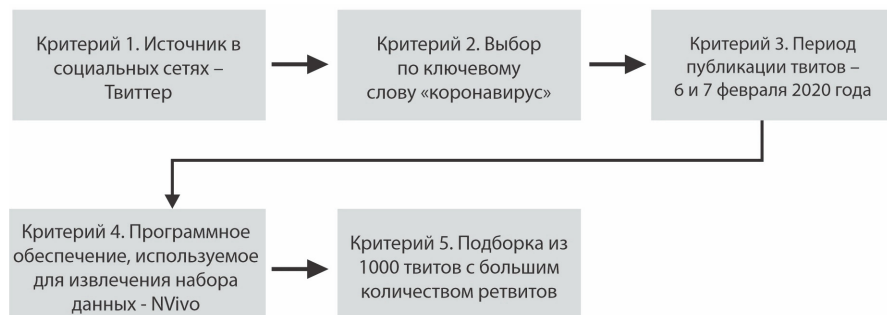


Рис. 10. Критерии отбора данных из социальных сетей для анализа

На рисунке 10 показано, что согласно критерию № 1, отбирались данные из Твиттера* (поскольку официальные представители этой социальной сети неоднократно выражали озабоченность ложной информацией). Согласно критерию № 2 – ключевым словом было слово «коронавирус», а также твиты с хэштегом «#коронавирус». Критерий № 3 ограничивал твиты, опубликованные 6 и 7 февраля 2020 года на всех языках. Критерий отбора № 4 заключался в том, что извлекаемые образцы текста были сделаны с помощью программного обеспечения NVivo. Согласно критерию № 5 анализу подверглись выбранные 1000 твитов с наибольшим количеством ретвитов. Было выгружено 17 988 твитов, которые в свою очередь проанжировали в порядке убывания количества ретвитов и остановились на первой тысяче твитов, приняв за единицу анализа полный твит.

Алгоритм кодирования (отнесения твита к той или иной категории) обычно происходит по следующей схеме: (1) ложная информация, (2) научные доказательства, (3) твитыс факт-чекингом (проверкой фактов) и (4) смешанная информация. Однако авторы дополнили ее тремя новыми категориями: (5) факты, (6) другое, (7) не подтверждено.

1000 извлеченных твитов были классифицированы в семь вышеупомянутых категорий (табл. 2.4). Из них 58 были недействительными и поэтому были исключены из анализа (в последнем столбце представлено соотношение ретвитов к твиту – RT/T).

* Запрещена на территории РФ.

Таблица 2.4

Частота и % извлеченных твитов и ретвитов (Deroix et al, 2020)

Код	Имя	Твиты		Ретвиты		Соотношение RT/T
		частота	%	частота	%	
1	Ложная информация	92	9,77	46,224	3,58	502
4	Смешанная информация	8	0,85	13,731	1,06	1716
Итого: ложная информация		100	10,62	59,955	4,64	600
2	Научные доказательства	45	4,78	138,921	10,75	3087
3	Твиты с факт-чекингом	8	0,85	103,332	8,00	12,917
5	Факты	444	47,13	367,522	28,44	828
Итого: истинная информация		497	52,76	609,775	47,18	1227
Итого: истинная и ложная информация		597	63,38	669,730	51,82	1122
6	Другое	345	36,62	662,730	48,18	1805
Итого: подтвержденные твиты		942	100,00	1,292,365	100,00	1372
7	Не подтверждено	58		94,612		1631
Total original sample		1000	100,00	1,386,977	100,00	1387

Общая выявленная авторами исследования тенденция: количество твитов, содержащих ложную информацию (фейки, слухи, мифы, теории заговора), как часть всей выборки, невелико (10,62 %). Такой информацией меньше делятся (ее меньше ретвитят), чем научные доказательства или твиты с факт-чекингом. Следовательно, весьма вероятно, что ложная информация будет размещена в Твиттере*, но менее вероятно, что такая информация будет ретвитнута, чем научно обоснованная информация или твит с факт-чекингом.

Подобный анализ может помочь органам здравоохранения быть в курсе того, как пользователи социальных сетей делятся информацией. Например, зная то, что пользователи предпочитают ретвитить твиты, основанные на факт-чекинге, органам здравоохранения следует больше публиковать твиты с их официальных аккаунтов. Кроме того, проведение школ информационной грамотности позволит обучить пользователей разоблачать ложную информацию.

Общий вывод авторов исследования состоит в том, что основанная на доказательствах информация ретвитится больше, чем ложная информация.

* Запрещена на территории РФ.

В статье М. Ахмеда и коллег (Ahmeda et al, 2020) анализируется влияние эпидемии COVID-19 на психологическое состояние жителей Китая. Авторами 15 февраля 2020 года были опрошены 1 074 респондента (из них 53 % мужчины) в возрасте от 14 до 68 лет (средний возраст 33 года, 63 % – проживающие в провинции Хубей). Анкета, расположенная на онлайн-сервере Tencent, была разослана пользователям социальной сети WeChat с сообщением о небольшом вознаграждении в размере 10 юаней. Психологический инструментарий включал в себя шкалу тревожности Бека (the Beck Anxiety Inventory), шкалу депрессии Бека (the Beck Depression Inventory-II), тест для оценки потребления алкоголя, а также шкалу психологического благополучия, разработанную исследователями университетов Уорвика и Эдинбурга (The Warwick–Edinburgh Mental Well-being Scale, WEMWBS).

Согласно результатам опроса, 29 % респондентов ощущают ту или иную степень тревожности (в следующих формах: легкая – 10,1 %, умеренная – 6,0 % и тяжелая – 12,9 %), что связано, скорее всего, с режимом изоляции, вызванной вспышкой коронавируса COVID-19. Более трети респондентов (37,1 %) испытывают различную степень депрессии (в следующих формах: легкая – 10,2 %, умеренная – 17,8 % и тяжелая – 9,1 %). Наряду с погружением в депрессию возросло потребление алкоголя: до 29,1 % возросло опасное употребление, до 9,5 % – вредное употребление. При этом также отмечен рост алкогольной зависимости на 1,6 %. Примерно у трети опрошенных (32,1 %) отмечено снижение психологического благополучия.

Значимых различий в уровне тревожности и психологического благополучия между респондентами из провинции Хубей и респондентами других районов Китая не обнаружилось, однако зафиксированы значимые различия в степени депрессии и злоупотреблением алкоголем между опрошенными из провинции Хубей и другими провинциями (при этом доля людей с тяжелой степенью депрессии была в 2 раза больше в Хубей, чем в других провинциях).

Кроме того, была выявлена взаимосвязь между полом и злоупотреблением алкоголем (у мужчин пагубное пристрастие к зеленому змию оказалось в 6 раз выше, чем у женщин). Несмотря на многочисленные исследования психологов (Foa, Street, 2001; Kessler et al, 1994; Kessler et al,

1995), сообщающие, что женщины значимо больше фрустрируют из-за личных проблем, демонстрируя более высокую степень депрессии и тревожности, однако в этом исследовании значимых межполовых различий не обнаружено. Это может объясняться тем, что ситуацией, связанной с эпидемией, вызванной COVID-19 и ее последствиями, мужчины и женщины обеспокоены в равной степени.

Были обнаружены также и возрастные различия. Так, возрастная группа 21–30 лет показала себя наиболее уязвимой во время эпидемии (у нее отмечено более значимое снижение психологического благополучия, а также более высокий уровень депрессии и тревожности). Также высокий уровень тревожности и депрессии (соответственно, низкий уровень психологического благополучия) обнаружен у возрастной группы 31–40 лет. Это объясняется большей вовлеченностью в социальные медиауказанных возрастных групп, люди от 20 до 40 лет являются самими активными потребителями контента соцсетей, который, в отличие от официальных СМИ, сравнительно больше наводнен не всегда проверенной информацией.

Учеными обнаружены также и факторы, вовлекающие старшее поколение в социальные сети, а также причины избегания социальных сетей (Jung et al, 2017). На основе 46 интервью с пожилыми людьми (средний возраст 80,4 года) был сделан вывод о шести основных причинах использования Facebook*, к которым относятся: поддержание социальных связей, обмен фотографиями, социальное наблюдение, ответы на запросы членов семьи, удобство в общении, а также любопытство. Авторы выделяют также шесть причин отказа от использования социальной сети: тайна личной жизни, потребность в более интересной новостной ленте, тривиальность общения, разочарование инструментами сайта, предпочтение более близкого знакомства, нехватка времени.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что понимание социальной динамики, лежащей в основе потребления контента в социальных сетях, является важной исследовательской проблемой и может помочь в разработке более эффективных моделей управления на фоне эпидемии.

* Запрещена на территории РФ.

Аннотирование зарубежных публикаций позволяет резюмировать следующее: официальная таксономия вируса может бессознательно подпитывать инфодемию, а также стигматизировать определенные отрасли или регионы; паттерны взаимодействия в сочетании с особенностью аудитории конкретной платформы играют ключевую роль в распространении достоверной и фейковой информации; разные социальные сети по-разному реагируют на ненадежные источники (Twitter* является наиболее нейтральным к ним); основные движущие силы распространения информации связаны с конкретными особенностями каждой платформы социальной сети и зависят от сообщества пользователей социальной сети, обсуждающих данную тему; в период изоляции ожидаемо растет интерес к информации о лекарствах, еде, напитках, онлайн-образованию, домашним видам спорта, деловой информации, развлечениям и товарам для отдыха; у китайских пользователей социальными сетями во время инфодемии увеличилась оценка социального риска, уменьшилась удовлетворенность жизнью, увеличилась озабоченность здоровьем и проблемами семьи, а также уменьшилось упоминание досуга и друзей, а появившиеся сообщения пользователей, связанные со смертью и религией, показали тяжесть и потенциальную опасность COVID-19, люди проявляли больше негативных эмоций (беспокойство, депрессия и негодование) и меньше позитивных эмоций (счастье) после объявления COVID-19; распространение фейковой информации способствует возрастанию апатии, цинизма и экстремизма, а также может представлять угрозу демократии и гражданам; основанная на доказательствах информация ретвитится больше, чем ложная информация; около трети респондентов ощущают ту или иную степень тревожности, более трети респондентов испытывают различную степень депрессии; отмечен рост алкогольной зависимости и снижение психологического благополучия; возрастная группа 21–30 лет показала себя наиболее уязвимой во время эпидемии в связи с более значимым снижением психологического благополучия, что объясняется тем, что она больше вовлечена в социальные медиа и является активным потребителем медиаконтента. В связи с этим учет социального поведения и разработка более эффективных коммуникационных стратегий во время

* Запрещена на территории РФ.

кризиса основывается на привлечении ресурсов для получения знаний и опыта в академической среде и обществе, а также способствует снижению преднамеренных инфодемических рисков.

Исследовательская компания Ipsos 3 марта 2020 года презентовала³⁶ результаты межстранового опроса, проведенного 28–29 февраля 2020 года на онлайн-платформе Global Advisor среди 10 000 человек в возрасте от 18 до 74 лет в Канаде и США и 16–74 лет в Австралии, Франции, Германии, Италии, Японии, России, Вьетнаме и Великобритании. Выборка состоит примерно из 1000 человек от каждой страны, что репрезентирует взрослое население этих стран в возрасте до 75 лет. На рисунке 11 приведена динамика общественного мнения (сумма ответов «согласны» и «скорее согласны») в осознании финансовых последствий коронавируса второй половины февраля 2020 года.

Рисунок 11 иллюстрирует состояние обеспокоенности, которая возрастает во всех странах почти вдвое (во Франции – почти втрое), при этом наибольшая обеспокоенность отмечается во Вьетнаме, Японии, Италии, России и Австралии.

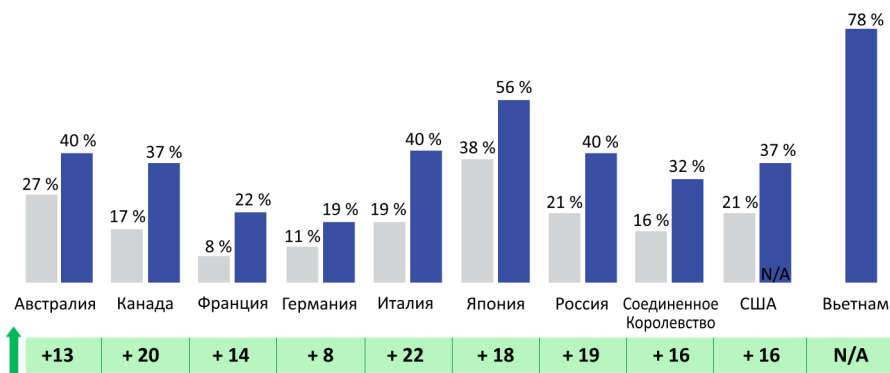


Рис. 11. Согласны ли вы или нет со следующим утверждением: «Распространение коронавируса будет иметь финансовые последствия для меня или моей семьи»? (14/15 февраля – 28/29 февраля 2020 года) (Ipsos, 2020)

³⁶ Коронавирус: мнения и реакция. Результаты опроса в 10 странах. 3 волна. URL: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-03/coronavirus-wave3-ipsos-report-rus.pdf> (дата обращения: 10.11.2023).

Уровень претензий к властям в связи с недостаточными превентивными мерами наиболее высокий в Японии, США, Италии, Канаде и Австралии (рис. 12).



Рис. 12. Почему коронавирус проник в Вашу страну?
(28/29 февраля 2020 года) (Ipsos, 2020)

Д. Бриндха с коллегами (Brindha et al, 2020) в ходе глубинных интервью с 13 активными блогерами попытались выяснить роль социальных медиа в дезинформации по поводу пандемии, вызванной COVID-19. Они отмечают, что в эпоху социальных медиа пандемия коронавируса стала четвертой после: вируса H1N1 (свиной грипп в 2009 году), вируса Эбола (Эбола в 2014 году) и вируса Зика (вирусная болезнь Зика в 2015 году), причем информация обо всех вспышках имела широкое распространение и оказала значительное влияние на контент социальных сетей. Ученые утверждают, что представительство ВОЗ и многие другие государственные структуры здравоохранения сделали выводы и стали активнее публиковать официальные данные о распространении вспышек вирусной инфекции, однако вводящие в заблуждение посты псевдо-медицинской тематики являются более популярными и распространяются намного быстрее (Sharma et al, 2017). В данном исследовании было установлено, что большая часть фейковых новостей распространяется просто ради развлечения. Ситуацию осложняет тот факт, что новостной контент зачастую содержит фактически достоверную информацию, однако с примесью лживой (недостоверной). Это является во многом следствием проявления такого феномена как гражданская журналистика (Hermida, 2010), «серый» микс правдивой и ложной информации (Mendoza et al, 2010).

Фейковые новости распространяются намного быстрее, чем реальные новости, и за это должны отвечать блогеры и пользователи социальных сетей, а не устройства или средства массовой информации (Vosoughi et al, 2018). Это касается и инфодемии коронавируса, порожденной пользователями социальных сетей.

Социальные сети в первую очередь должны работать на глобальное благосостояние с учетом деловых перспектив и гарантировать, что правдивая информация, данные из надежных источников передаются и распространяются, создавая необходимую осведомленность для позитивного результата. К сожалению, пользователи социальных сетей до сих пор не научились отличать правду от лжи (Safieddine et al, 2017).

В ситуации, когда Википедия (интернет-энциклопедия) является самым посещаемым сайтом (информацию, представленную в Википедии, может вносить и редактировать почти любой из пользователей), возрастает ответственность за распространение недостоверной, неточной информации. Это отмечается разными авторами также и в отношении социальных медиа: «важной проблемой для сегодняшних потребителей информации является то, что социальным медиа-платформам не хватает профессионального контроля за контентом и оценки доверия» (Li, Suh, 2015).

Индийские исследователи (Bhat et al, 2020) проанализировали настроения в социальных сетях, касающиеся распространения коронавируса. Твиты были получены из Twitter*, а по 2-м хэштэгам: #COVID-19 (92 646 шт.) и #Coronavirus (85 513 шт.). Применяв анализ настроений к этим твитам, ученые выяснили, что большинство твитов (#COVID-19), то есть 48 157 (51,97 %) выразили позитивные настроения, в то время как 31 553 (34,05 %) были нейтральными, остальная часть – 12 936 (13,96 %) отражали негативные настроения.

Анализ настроений по хэштэгу #Coronavirus показал, что настроения у пользователей социальной сети были в основном нейтральными: 35 296 (41,27 %) твитов, позитивных твитов 34 989 (40,91 %) и минорно настроенных 15 288 (17,80 %).

Таким образом, результаты их исследования демонстрируют скорее положительный настрой пользователей Twitter* в отношении пандемии,

* Запрещена на территории РФ.

вызванной COVID-19. Ученые объясняют это тем, что население, находящееся на карантине, полно надежд и находится в ситуации, когда можно побыть с семьей и освоить некоторые навыки работы на дому. Безусловно, подобное исследование необходимо дополнять более расширенной географией и лонгитюдом, замеряя настроения и одних и тех же респондентов в ситуации ужесточения/смягчения карантинных мер.

Не остались без внимания и те смарт-технологии, с помощью которых различные страны боролись с пандемией, запуская сочетание запретов и мер поддержки. Они, по словам исследователей Университета Ньюкасла (Великобритания) (Krishna, Kummitha, 2020), напрямую коснулись традиционных ценностей и прав граждан. На основе анализа 52 публикаций наукометрической базы данных Scopus, найденных с помощью ключевых слов: «COVID-19», «Coronavirus», «Tech» в период с декабря 2019 по март 2020 года и дополненных новостными заметками в популярных СМИ (BBC, CNN, The Guardian, The New York Times, Business Insider, The Telegraph, The Economist, Reuters, Financial Times, ABC News, Global Times China, China File) были получены данные, резюмированные в таблице 2.5.

Таблица 2.5

Китайский технологичный подход против человеко-ориентированного подхода западных демократий

Критерий для сравнения	Китай	Западные демократии
Распознавание	В значительной степени опирались на технологии выявления лиц, которые вероятно были инфицированы	В связи с наличием прав, защищающих частную жизнь людей, эти страны полагались на достижение консенсуса для доступа к анонимным и агрегированным данным или сбора данных от тех, кто их предоставил добровольно
Изоляция	Создание осведомленности с использованием технологий посредством смартфонов для отслеживания инфицированных и неинфицированных граждан	Отсутствие координации между национальными правительствами и различными региональными и отраслевыми департаментами для оперативной изоляции инфицированных
Карантин	Понуждение к изоляции посредством технологично настроенной блокировке	Изоляция в режиме, как ручного управления, так и с помощью технологий

На основе полученных данных исследователи показали: Китай принял технологический подход, а западные демократии опирались на человеко-ориентированный подход. Изначально правительства многих стран отрицали потенциальный риск от COVID-19. Однако Китай смог быстро внедрить свою стратегию посредством навязывания технологических решений населению сверху и наличию устоявшейся экосистемы «умных» городов, разработанной и внедренной заранее. В то же время отсутствие координации в западных странах между городами, региональными правительствами и национальными правительствами способствовало быстрому распространению вируса. Кроме этого, в западных демократиях технологии используются избирательно: отчасти из-за существующей защиты персональных данных, это не позволяет многим смарт-технологиям замкнуть правительство, общины, частные-фирмы и университеты вместе в единые инновационные кластеры, чтобы предоставить конкурентные преимущества городам в противодействии угрозе быстрого распространения пандемии.

Сбор большого количества данных в Китае создал дополнительные возможности для вторжения в частную жизнь, тогда как западные демократии вынуждены работать в рамках строгих законов о конфиденциальности данных, которые защищают личную жизнь граждан. Важно отметить, что китайцы весьма дисциплинированы при использовании правительством технологий. Кроме сбора информации о своих гражданах, правительство Китая имеет возможность контролировать распространение информации в локальном интернет-пространстве, в том числе ввести цензуру в сети Интернет и СМИ. В этой связи инфодемия в Китае не протекала в таких формах, как в западных странах (табл. 2.6).

Таблица 2.6

Различия в подходах между Китаем и Западной Европой

Критерий для сравнения	Китай	Западные демократии
Первоначальные действия	Отрицание путем подавления	Отрицание путем коммуникации
Государственное управление	Централизованно координируемый административный режим смог быстро согласовать связь с городами и установить правила и регламенты	Отсутствие вертикалей власти между городами и национальными правительствами привели к отсутствию координации

Критерий для сравнения	Китай	Западные демократии
Умные технологии	Умные технологии использовались повсеместно	Технологии были развернуты выборочно
Конфиденциальность	Правительство оставило в стороне вопросы конфиденциальности	Правительство присягнуло в защите частной жизни
Активизм	Дезинформаторы не имеют права высказываться	Активисты могут писать как в правительства, так и защищать свои права
Распространение информации	Обвинили в сокрытии информации	Открыто делились информацией внутри и за ее пределами
Инфодемия	Очень ограничена из-за цензуры	Распространена в виду широкого использования социальных сетей

Результаты исследования подчеркивают, что технологический подход может быть более эффективен по сравнению с человеко-ориентированным подходом в борьбе с передачей как вируса, так и распространением инфодемии. Политические и социальные механизмы в западных демократиях, скорее всего, не допускают технологическое навязывание и понуждение сверху, что снижает потенциальное влияние технологий.

В другой статье авторы (Aguilar-Gallegos et al, 2020) собрали 8 982 694 постов в Твиттере* по ключевому слову «коронавирус», включая его версию хэштегом (#Coronavirus) за период с 21 января по 12 февраля 2020 года и классифицировали их по 4 категориям: 1) Tw – оригинальные твиты, когда пост не включал никаких упоминаний (таких было 31,2 %); 2) МТ – пользователь упомянул других пользователей в твит (5,42 %); 3) RT – ретвиты, когда репостнули пост (56,3 %); 4) Re – ответы, когда один пользователь ответил другому (7,11%). Наиболее используемыми языками в твитах были английский (56,8 %), испанский (19,4 %), португальский (5,1 %), французский (4,7 %) и итальянский (2,19). При этом удалось заключить, что 79 % твитов не содержали медиа (картинки, видео и т. д.), а 75,7 % твитов не получили ретвитов.

Анализ твитов, которые получили наибольшее количество ретвитов, позволил авторам исследования заключить, что это были журналисты (например, @atomaraullo), ведущие телевизионных новостей (например,

* Запрещена на территории РФ.

Хэштэг	Частота	Хэштэг	Частота
13. wuhanvirus	14 763	32. coronovavirus	5 516
14. ncov	13 332	33. pandemic	5 411
15. health	12 664	34. oms	5 397
16. covid19	11 917	35. coronavirusindia	5 042
17. corona	11 775	36. coronavirus	4963
18. trump	11 657	37. wuhanoutnreak	4958
19. news	11 498	38. mundo	4899
20. breaking	10 055	39. foxnews	4864
21. hongkong	9 923	40. coronavirus	4811
22. coronarvirus	9 602	41. outbreak	4811
23. who	9 447	42. chinese	4783
24. coronarovirus	8 544	43. wuhancoronovirus	4556
25. chinavirus	8 008	44. internacional	4396
26. chine	7 468	45. cina	4094
27. chinacoronavirus	7 423	46. japan	4027
28. wuhanpneumonia	6 929	47. usa	4025
29. coronaviruswuhan	6 186	48. coronaravirus	3988
30. vindman	5 834	49. travel	3960
31. salud	5 590	50. coronavirusfrance	3905

Результаты исследования продемонстрировали, что использование новых средств массовой информации (в отличие от традиционных СМИ) значительно связано с более негативным влиянием (депрессией, тревогой, стрессом). Также как и просмотр более стрессового контента (серьезность распространения вируса, сообщения клиник) вызывает депрессию и негативные эмоции. В то же время – выступления экспертов, информация о героических поступках медиков и населения вызывают позитивные переживания и меньше депрессии. Исследование также показало, что использование новых медиа связано с более сильным вовлечением целевой аудитории в СМИ, поскольку социальные сети зачастую используются для распространения фейков в целях дестабилизации ситуации и причинению вреда психическому здоровью людей. Таким образом, авторы отмечают важную роль традиционных СМИ на начальном этапе распространения пандемии.

В статье исследователей из Австралии и Эфиопии рассматривается роль фармацевтов в пресечении инфодемии (Erku et al, 2020), вызвавшей рост продаж контрафактной фармацевтической продукции, в том

числе препаратов для тестирования коронавируса. Эксперты отмечают, как чрезмерно большой поток информации о профилактике и лечении COVID-19 вводил население в заблуждение, вследствие чего кризис здравоохранения, провоцируемый необоснованными претензиями в отношении лечения и распространения коронавируса, только усугублялся. Ненужные, искусственно нагнетаемые страх и паника направлены на подрыв доверия к легитимным государственным органам здравоохранения, а непроверенная информация и желание найти «магическое средство» в лечении новой коронавирусной инфекции вызывают нездоровый ажиотаж и такие негативные последствия, как нехватка некоторых лекарств, необходимых для других целевых групп пациентов (напр., хлорина и гидроксихлорина, используемых людьми, страдающими артритом и волчанкой). Если же принять в расчет летальные случаи или случаи, усугубляющие положение заболевших из-за самолечения, иногда совсем дикими способами, например, метанолом, кокаином, или бесполезными, например, витаминами С и D, **солнечными ваннами и сауной, то обществу наносится чрезмерный, ничем необоснованный ущерб.**

Авторами публикации «The infodemics of COVID-19 amongst healthcare professionals in India» (Datta et al, 2020) проделана работа по исследованию влияния инфодемии на медиков в Индии. В качестве инструмента была выбрана формализованная онлайн-анкета, распространяемая методом снежного кома среди врачей и студентов-медиков (33,6 %) с 24 марта по 10 апреля 2020 года (758 респондентов, из них – 38 % женщины). Исследователями была обнаружена определенная противоречивость в ментальных установках целевой аудитории: $\frac{3}{4}$ респондентов выразили согласие с тем, что информации о COVID-19 слишком много и она неточная, а 50 % опрошенных согласились с тем, что трудно отличить достоверную информацию от недостоверной. В то же время медики испытывают дискомфорт от того, что информация о COVID-19 **не обновляется** довольно быстро (в режиме реального времени), а 72 % сообщили, что убеждены – распространение информации о коронавирусе помогло сдержать масштабы пандемии. Авторы исследования рассуждают: «...если информация – это власть», то следует ли из этого, что «чем больше информации, тем больше власти»? И что же тогда дезинформация? Очевидно, что в эпоху социальных сетей и информация, и дезинформация распространяются с молниеносной скоростью.

Среди официальных источников правительственные сайты заняли первое место (в ранжировании их в порядке убывания степени доверия) (рис. 14).

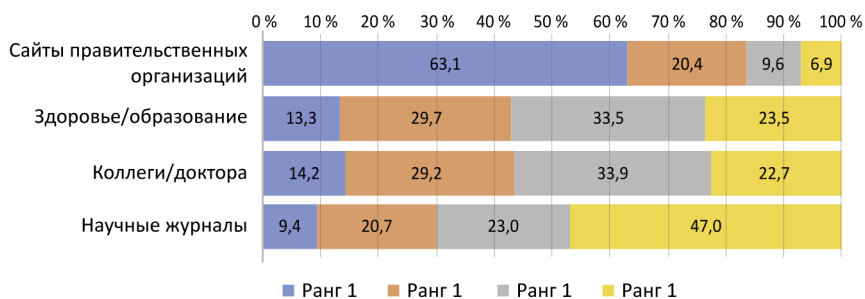


Рис. 14. Степень доверия официальным источникам информации

На рисунке 14 также показано, что наименьшим доверием у медиков пользуются научные журналисты. Ранжирование неофициальных средств массовой информации представлено на рисунке 15.

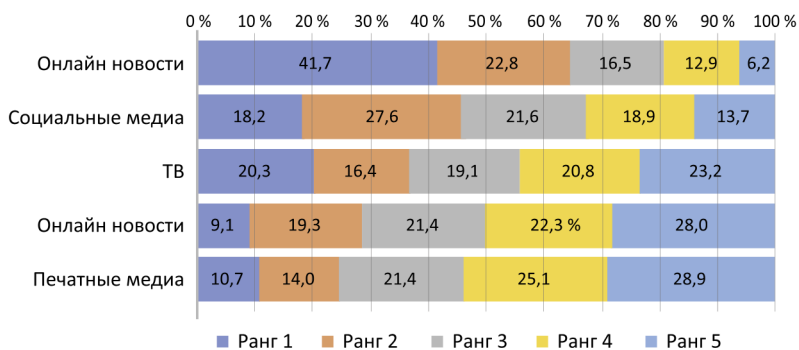


Рис. 15. Степень доверия неофициальным источникам информации

Среди неофициальных источников информации первые две позиции по степени доверия – это онлайн-новости и социальные медиа, тогда как друзьям и семье как источникам информации не доверяют. На рисунке 16 показана частота обращения медиков к тем или иным медиа-ресурсам.

Из данных, отраженных на рисунке 16, следует, что медики оказываются замкнутыми в коммуникациях с семьей, друзьями и социальными

медиа. Степень согласия с некоторыми утверждениями опросника, выявляющего степени распространения инфодемии, представлена на рисунке 17.

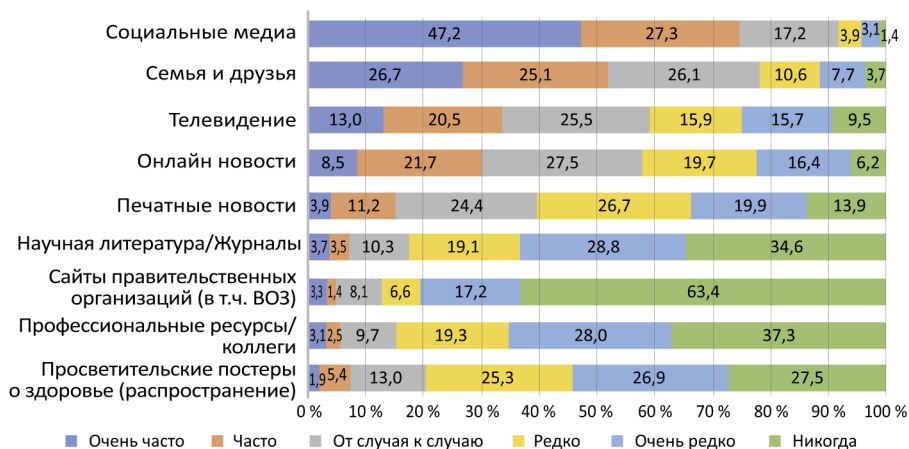


Рис. 16. Частота обращения к медиа ресурсам.

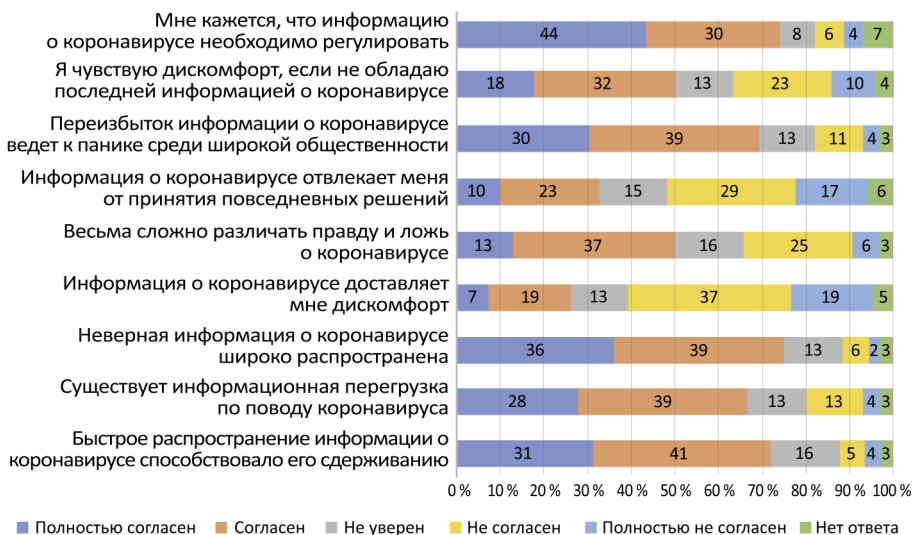


Рис. 17. Степень согласия с утверждениями опросника по теме инфодемии

Как следует из анализа данных, представленных на рисунке 17, опрошенные больше всего выразили согласие с утверждениями: информация о COVID-19 должна регулироваться (44 % полностью согласных и 30 % согласных); непроверенная информация о COVID-19 представляет собой угрозу (36 % полностью согласных и 39 % согласных); быстрое распространение информации помогает сдерживать COVID-19 (31 % полностью согласных и 41 % согласных).

Еще в одной статье американско-индийских исследователей рассматривается феномен «коронафобии», массовой истерии и психоэмоционального влияния инфодемии, вызванной COVID-19 (Dubey et al, 2020). Ученые проводили поиск в академических сервисах Pubmed и Google Scholar по следующим ключевым терминам: «COVID-19», «SARSCoV2», «пандемия», «психология», «психосоциальный», «психиатрия», «маргинальный», «телемедицина», «психическое здоровье», «карантин», «инфодемия», «социальные сети» и «интернет». Они пришли к следующим выводам. Как и вспышка атипичной пневмонии в 2003 году, распространение коронавируса в 2020 году запустило волну расизма и стигматизации. Психологическая реакция на вирус сопровождалась как страхом заражения, вызвавшим бессонницу, отчаяние, суицидальные мысли, так и появляющиеся психосоматические симптомы, связанные с финансовыми потерями.

Многие исследователи, занимавшиеся проблемой инфодемии, отмечали, что метастазирование инфодемии посредством социальных сетей с яркими сенсациями, неконтролируемыми слухами происходит намного быстрее, чем распространение самого коронавируса. Такая ситуация обусловила нарастание тревожности, депрессии, одержимости, раздражительности и распространение параноидальных идей.

Анализ докладов и публикаций медиков после вспышки атипичной пневмонии показал, что после 2003 года наибольшему негативному психологическому воздействию подверглись медицинские работники, работавшие в отделении атипичной пневмонии. Так, половина опрошенных медиков указали на проявление депрессии.

Такие страны, как Индия, где много бездомных, сталкиваются со специфическими, связанными с пандемией проблемами, которые лишь усугубляют ситуацию. Большинство мер COVID-контроля, вводимых для

широких слоев населения (самоизоляция, повышенная гигиена, строгая социальная дистанция) невозможны в среде бездомных людей, многие из которых страдают различными зависимостями и заболеваниями, не имея при этом доступа к медицинской помощи. По данным некоторых авторов, пациенты с психическими расстройствами значительно более склонны к развитию инфекционных заболеваний, таких как пневмония, и находятся в зоне значительного риска получения более негативного физического, а также психологического эффекта во время потенциально смертельной эпидемии, такой как COVID-19.

В связи с этим все профильные государственные учреждения должны объединить усилия для скрининга и определения группы высокого риска психологических заболеваний в период инфодемий, связанных с пандемией. Особое внимание авторы рекомендуют уделять наиболее уязвимым группам населения: работникам здравоохранения, пожилым, заключенным, мигрантам и бездомным, а также пациентам с психическими заболеваниями.

В статье Р. Шау с коллегами (Shaw et al, 2020) обобщен успешный опыт стран Восточной Азии (Китая, Японии, Южной Кореи), выполненный по итогам инфодемии, вызванной COVID-19.

Китай продемонстрировал очень сильный государственный контроль, сразу после того, как случай с COVID-19 был официально подтвержден. На начальном этапе, помимо введения карантина в Ухане (провинции Хубэй), а далее – по всей стране, были приняты строгие меры против фейковых новостей. Кроме того, правительства различных провинций помогли наиболее пострадавшим территориям и городам (Хубэй и Ухань).

Южная Корея оказалась успешной в реагирование на COVID-19 путем прозрачного раскрытия точной информации ВОЗ, властей и других профильных агентств. Национальные и местные органы власти Южной Кореи быстро определили распространение вируса посредством анализа больших данных, полученных из истории использования кредитных карт, а также анализа видеонаблюдения и мобильной сотовой связи. Так все граждане смогли определить, имели ли они контакт с инфицированными, а также им была предоставлена возможность добровольно сообщить об этом и пройти диагностическое тестирование. Потенциально инфицированные граждане могли быть быстро сканированы, что

привело к предотвращению распространения инфекционного заболевания. Эта система реагирования была разработана на основе вспышки MERS в 2015 году, вируса свиного гриппа А (H1N1) в 2009 году и тяжелого острого респираторного синдрома (SARS) в 2003 году.

Правительство Сеула оперативно разработало и распространило инструкции по специальным процедурам въезда, советы по диагностике и профилактике коронавируса, временно ограничило использование больших общественных площадей. Кроме того, все работники были переведены на удаленную работу, а все случаи заражения строго расследовались. Больницы принимали только тяжело больных пациентов, а лиц с меньшей тяжестью заболевания переводили в лечебные центры, где они выздоравливали. Гостиницы Samsung и LG, а также религиозная община предоставили свои объекты в качестве центров по лечению.

Общественный активизм в формате поиска потенциально инфицированных и поддержка уязвимых групп – еще одно преимущество Южной Кореи в преодолении кризиса. Женские движения активно участвовали в поиске людей, подозреваемых в распространении вируса, и сообщали о них в Центр общественных услуг, местные объединения и женские ассоциации добровольно продезинфицировали многоцелевые объекты города. Ассоциация женщин города Согвипхо и города Чeonанв ситуации острого дефицита средств индивидуальной защиты начали выпускать маски для людей с ограниченными возможностями и пожилых людей.

Япония придерживалась осторожного подхода, не объявляя чрезвычайной ситуации и карантина. Токийское столичное правительство ввело ограничения на передвижение между соседними префектурами. Подход Японии был направлен на сглаживание кривой роста числа заболевших, чтобы достаточно адекватно отреагировать на ситуацию, что, в свою очередь, предоставило бы достаточно времени и ресурсов для разработки вакцины и профилактических мер.

14 февраля 2020 года Министерство транспорта Китайской Народной Республики выпустило директиву по использованию новых технологий для устранения риска COVID-19. Университет Фудань и городское правительство Шанхая совместно с центром по контролю заболеваний разработали уникальный, основанный на искусственном интеллекте

скрининг затруднительного дыхания, которым воспользовались более 93 % жителей Шанхая для экспресс-сканирования дыхательной системы.

Данные компании Baidu (лидер среди китайских поисковых систем) были использованы для выявления кластеров зараженных людей. Сведения о мобильности людей использовались для определения перемещения их на ранней стадии распространения заболевания и способствовали принятию решения о блокировке определенных областей повышенного риска.

Комбинация робототехники и 5G использовалась для городской санитарии в пиковый период в Ухани, когда представители государственных служб могли подвергнуться риску заражения. Комбинация автоматизированного транспортного средства и 5G была использована для доставки товаров в сильно зараженных районах. 5G также использовалась для телемедицинской помощи и консультаций во вновь построенной больнице в Ухани.

Уникальная система штрих-кодов здоровья была разработана для выявления пострадавших людей. Город Ханчжоу был первым, кто использовал эту систему 11 февраля 2020 года, в дальнейшем эта практика распространилась и на другие 200 городов Китая.

Любой пользователь приложения «Детектор близких контактов» регистрировал свой номер телефона, сообщал имя и получал идентификатор. Приложение сообщало пользователю, находился ли он вблизи с инфицированным. Система штрих-кодов имеет три цветовых кода: зеленый (хорошее здоровье), желтый (требуется осторожность) и красный (зараженные люди). Приложение может блокировать вход в общественные здания, а также поездки в общественном транспорте.

Южная Корея взяла на вооружение сквозной скрининговый тест, который переняли США и Германия, как способ уменьшения вероятности перекрестного инфицирования. Суть метода состоит в том, что пациент входит в кабину, а медицинский персонал безопасно за пределами стенда проверяет его состояние в устной форме через внутреннюю телефонную связь, взяв образцы биоматериала на месте у пациентов за пределами стенда с помощью стетоскопа. Этот метод занимает всего 6–7 минут на 1 человека и представляет меньшую вероятность заражения благодаря полному разделению между пациентом и врачом.

В Южной Корее было отложено празднование Дня Будды, а большинство религиозных служб проводились в режиме онлайн-богослужений. Активно пропагандировалась кампания «Социальное дистанцирование», а ряды медиков-волонтеров пополнили многие добровольцы (более 3 000 человек стали волонтерами в качестве медсестер). Южная Корея определила своих героев: медсестра Ким вернулась с работы в США и примкнула к соотечественникам, а письмо другой медсестры Ох со словами: «Если бы меня не выбрали добровольцем, я бы страдала от того, что я не могу помочь другим в беде», – укрепило дух нации в преодолении пандемии.

Движение «Доброго арендодателя», призывавшее снизить арендную плату на 20–30 %, позволило пережить кризис предпринимателям, столкнувшимся с экономическими трудностями во время пандемии.

Все три анализируемых страны Восточной Азии (Япония, Китай, Южная Корея) подтвердили актуальность использования социальных сетей и информирования о фейках на ранних стадиях. Пандемия реформировала привычный уклад, усилила популярность удаленной работы, онлайн-встреч, дистанционного образования в университетах и школах. Таким образом, во многих странах произошли изменения в образе жизни людей, которые привели к относительно более длительным социально-психологическим и поведенческим последствиям.

В. Пиан с коллегами (Pian et al, 2021) попытались изучить предикторы инфодемии, собрав для мета-анализа свыше 4000 статей, содержащихся на 9 января 2021 года в 12 научных базах, по ключевым словам «инфодемия» или «инфодемиология». В результате анализа они сумели выделить следующие причины инфодемии: использование социальных сетей; низкий уровень грамотности сограждан в вопросах здоровья; возможность оперативно подготовить и опубликовать научную информацию, новую идеологию, создать информационную перегрузку; финансовые стимулы и желание получить выгоды от хайпа; широкомасштабный локдаун, стимулирующий затворников к интернет-серфингу. Кроме того, порочный круг человеческого поведения, распространяющего слухи, и психологические проблемы (напр., тревога, дистресс, страх) стали характерной чертой инфодемии.

Использование социальных сетей послужило площадкой для распространения дезинформации. Ученые выявили положительную взаимосвязь

между использованием социальных сетей и распространением слухов: было обнаружено, что использование и зависимость от социальных сетей напрямую связано с намерением распространять слухи среди населения (Durodolu, Ibenne, 2020).

Важной особенностью инфодемии является то, что распространение слухов в социальных сетях вызывает психологические проблемы у людей, что, в свою очередь, способствует ответному распространению слухов. Это можно охарактеризовать как порочный круг инфодемии (Kouzu et al, 2020).

Низкий уровень грамотности в вопросах здоровья оказался положительно связан с верованиями в теории заговора в разных странах (Duplaga, 2020; Pickles et al, 2020; Okan et al, 2020; Sallam et al, 2020). Кроме того, было установлено, что научное сознание снижает готовность делиться слухами, тогда как низкий уровень грамотности в области здравоохранения повышает намерение их распространять (Williams Kirkpatrick, 2020).

Исследования авторов показали, что в первые месяцы пандемии было опубликовано более тысячи статей о COVID-19, при этом менее 300 из них являются оригинальными исследованиями (Gazendam et al, 2020). Быстрый процесс рецензирования и опубликования медицинских статей (в медицинских журналах средняя продолжительность регулярного рецензирования составляет 56 дней, а медианное время для статей, связанных с COVID-19, – всего 8 дней) подорвал их научное качество (Khalifa, Ahmed, 2021).

Среди других причин инфодемии авторы также выделяют: идеологический фактор – общий скептицизм, культурная/политическая ориентация и консерватизм (Chow et al, 2021); недоверие правительству (Mondialedela Sant'e, 2020); финансовые стимулы и отсутствие контроля (Bastani, Bahrami 2020); широкомасштабный карантин (Kulkarni et al, 2020).

Инфодемии были приписаны различные психологические проблемы, возникшие во время пандемии: одиночество, тревога, депрессия, посттравматическое стрессовое расстройство, страх и другие неврологические осложнения (Jalali, Mohammadi, 2020). Она подорвала доверие населения к государственным учреждениям и учреждениям здравоохранения (Scerri, Grech, 2020). **Эмпирические исследования показали, что инфодемия и ее проявления (конспирологические убеждения) отрицательно**

связаны с доверием к правительствам и государственным организациям (Roozenbeek et al, 2020).

Инфодемия вызвала и социальные проблемы: насилие (Jolley, Paterson, 2020), неверное толкование научных данных (Naeem, Bhatti, 2020), расизм и ксенофобию (Lima et al, 2020), прекращение государственной службы (Deroux et al, 2020), **а также рост употребления табака и алкоголя** (Luk et al, 2020). Наконец, спровоцировала паническую закупку медицинских расходных материалов для борьбы с болезнями и других товаров (масок, перчаток и т.п.) (Tagliabue et al, 2020), что усугубляло экономическую турбулентность (Hou et al, 2020).

Авторами были предложены различные контрмеры против инфодемии COVID-19, которые были сгруппированы в следующие категории: 1) стратегии противодействия низкому уровню грамотности в области здравоохранения; 2) противодействие распространению фейковой информации в социальных сетях; 3) информирование о рисках правительственных организаций в части потребности населения в поиске медицинской информации.

В статье 2021 года итальянские ученые (Guarino et al, 2021) попытались выяснить, в чьих интересах распространяется фейковая информация в социальных сетях. Проанализировав в общей сложности свыше 1,59 млн постов, которые были опубликованы с 1 января 2020 года по 12 мая 2020 года со следующими ключевыми словами: *вирус, коронавирус, ковид, sars-cov-2, пандемия, эпидемия, пандемия, эпидемия* – ис которых были произведены 87 426 уникальных репоста. Для каждого из постов было выявлено количество публичных взаимодействий (лайки, реакции, комментарии, репосты, отзывы и трехсекундные просмотры), а также прикрепленные к нему унифицированные указатели ресурсов (URL). В ходе анализа было выделено 3 наиболее важных и часто упоминаемых тем, сопряженных с дезинформацией во время инфодемии: а) мигранты (теории заговора, пытающиеся связать распространение вируса с миграционными потокам, которые продвигаются правыми радикалами для разжигания расовой ненависти); б) лаборатории (происхождение пандемии в ходе разработки биологического оружия, которое будет использоваться Китаем, и/или для подрыва предстоящих президентских выборов в США); в) 5G (мистификации, развиваемые в следующих

направлениях: 5G активировал COVID-19, отрицание существования нового коронавируса, взаимосвязь его симптомов с реакцией на волны 5G). При анализе взаимодействия, генерируемого различными учетными записями, авторы обнаружили взаимосвязь темы «лаборатории» (общее вовлечение – 3,4 млн человек) с именем лидера правой партии «Лига» Маттео Сальвини, а тема «мигранты» (общее вовлечение – 1,1 млн человек) наибольшее количество сообщений/взаимодействий содержит в интернете-СМИ «Tgcom24» и также связана с Маттео Сальвини. Информация и видео с ресурса «oasisana.com» активно размещается в Facebook* и направлена против 5G. Таким образом, анализ продемонстрировал, что пропаганда на конспирологические и националистские темы обусловлена четко определенной идеологической принадлежностью и что несколько политических партий, их лидеры и поддерживающие их СМИ играют определенную роль в формировании общественного мнения. Кроме того, авторы использовали в своем анализе метафору «эффекта маленького мира» в сети обмена URL-адресами, в результате чего пользователи Facebook*, перемещающиеся по ограниченному набору страниц/групп, могут потенциально подвергаться воздействию широкого спектра контента, от крайне пропагандистского до проверенного.

Индийские исследователи (Sripad et al, 2021) обратились к теме самоубийств, связанных с COVID-19, в их стране. С помощью поисковой системы Google в период с 30 января по 16 августа 2020 года по ключевым словам «самоубийство», «корона», «Covid-19», «Индия», «самоповреждение» они нашли 235 статей на английском языке и хинди. Из них 103 статьи не были посвящены самоубийствам, связанными с COVID-19, а еще 37 статей были сообщениями об одном и том же инциденте и несколько статей были с информацией о профилактических мерах. Таким образом, общее количество статей, подлежащих анализу составило 93. Из них 58 самоубийств были среди лиц, у которых был положительный результат теста на инфекцию. В оставшейся группе (35) 6 человек дали отрицательный результат, а 26 человек не прошли тестирование. В отношении остальных трех не было упомянуто никаких подробностей

* Запрещена на территории РФ.

тестирования, поэтому они были отнесены к категории самоубийств с отрицательным результатом на COVID-19.

Данные были получены с использованием полуструктурированной проформы, которая включала возраст, пол, семейное положение, занятость, место работы, предсмертные записки, взаимосвязь между положительным/предполагаемым статусом COVID и временем до самоубийства, использованный метод и место самоубийства. Данные были проанализированы с использованием описательной статистики и корреляции Спирмена.

Средний возраст выборки составлял 45 лет (от 15 до 80), и 75 % составляли мужчины. В интернет-СМИ упоминалось, что только восемь человек имели ранее существовавшие медицинские заболевания (наиболее распространенным является хроническое заболевание почек), а у 4 были психические расстройства. Способ самоубийства был отмечен в 84 % случаев, из которых 54 % – через повешение, что делает его наиболее распространенным методом, за ним следуют прыжки с высоты – 12,9 %. Другие менее распространенные способы включают утопление – 3,2 %, перерезание горла/запястья – 4,2 %, отравление – 4,2 %.

Из 35 человек с подозрением на COVID-19 26 не проходили никаких тестов на COVID-19. Важно отметить, что шесть человек, которые прошли тестирование, покончили жизнь самоубийством до получения отчета о COVID-19, а позже они оказались отрицательными. В отношении остальных трех случаев самоубийства с отрицательным результатом на COVID-19 не упоминались и не рассматривались подробности тестирования.

Исследование показало, что почти 50 % людей совершили самоубийство, когда они были помещены в специализированные учреждения (больница COVID или карантинные центры), а 36 % совершили самоубийство, находясь дома, остальные подробности не были доступны. 50 % самоубийств произошло в первую неделю положительного статуса COVID-19. Кроме того, два человека покончили с собой, когда их перевозили в учреждение, сразу после того, как они получили результаты на COVID-19. Одна пара и один выживший после рака покончили жизнь самоубийством после выписки из больницы.

Большинство пациентов с COVID покончили жизнь самоубийством вдали от семьи, в изоляции (больница COVID, карантинные центры,

транзит в больницу). Уровень самоубийств, связанных с COVID-19, составил 16,7 на 100 000 населения, что намного выше среднего показателя по стране, составляющего в среднем 10,2 на 100 000 населения.

Большинство самоубийств произошло в первую неделю положительного статуса COVID-19 и были связаны либо со страхом смерти от COVID-19, либо с изоляцией в учреждении, либо со стигматизацией заболевших COVID-19. С последним сталкиваются пациенты, медицинские работники и выжившие после болезни, а также незатронутые члены их семей, о чем широко сообщалось в Индии и что вызывает серьезную обеспокоенность с учетом вышеупомянутых смертельных случаев. Отмечались случаи, когда заболевшие покончили с собой после того, как соседи подвергли их остракизму и обвинениям из-за распространения инфекции. Эти случаи иллюстрируют влияние стигмы и дискриминации в контексте инфекции, приводящей к ненужной гибели людей. Всемирная организация здравоохранения и Министерство здравоохранения и благополучия семьи правительства Индии определили отсутствие адекватной информации, страх перед болезнью и слухи в качестве основных факторов, способствующих этому. Возможно, потребуется сформулировать проактивные стратегии, которые позволят преодолеть это.

Как справедливо отмечают исследователи (Ullah et al, 2021), эффективность вакцины будет зависеть не только от ее действенности, но и от принятия ее населением. Так, в Австралии, по данным на лето 2020 года, среди 4362 опрошенных взрослых 85,8 % приняли бы вакцину против COVID-19 (Dodd et al, 2020), в то время как в США только 67 % из 672 опрошенных участников приняли бы вакцину, если бы она была рекомендована (Malik et al, 2020). **Опрос, проведенный в 19 странах, в котором приняли участие 13 426 человек, показал, что 71,5 % участников с большой вероятностью готовы принять вакцину против COVID-19, причем этот показатель варьировался от почти 90 % (в Китае) до менее 55 % (в России) (Lazarus et al, 2020). В Иране 73,2 % из 1480 респондентов заявили, что примут утвержденную вакцину против COVID-19, если она станет доступной (Kakemam et al, 2020). На принятие вакцины влияет множество факторов, в том числе эффективность вакцины (Rhodes et al, 2020). Исследование, проведенное в Индонезии, показало, что 93,3 % из**

1359 опрошенных респондентов хотели бы получить вакцину, эффективность которой составляет 95 %, но, когда эффективность вакцины составляет всего 50 % (Narayan et al, 2020), этот показатель снижается до 67,0 %. Исследования показали, что недостаточная грамотность в вопросах здоровья, низкий уровень образования, озабоченность по поводу эффективности и безопасности вакцин, низкое доверие к правительству и низкий доход были связаны с сопротивлением вакцинам против COVID-19.

Польские исследователи (Gruchola, Slawek-Czochra, 2021) попытались разобраться со страхами людей в период пандемии. Они отмечают, что многие воспринимают страх сам по себе как опасность, и об этом свидетельствуют проведенные коллегами исследования (Furedi, 2018). Согласно Ст. Групп (Grupp, 2002), определенные страхи культивируются средствами массовой информации и все меньше и меньше являются результатом непосредственного опыта. Порождая страх, СМИ наводняют жителей Евросоюза постоянными актуализациями информации о пандемии COVID-19. И вполне оправданно, что в настоящее время страх перед пандемией и ее последствиями часто признается более распространенной проблемой, чем сама пандемия. В связи с этим авторы озадачились выяснить с помощью мониторингов общественного мнения Евро Барометр, проводимых в период пандемии, актуальные тревоги и навязанные европейцам страхи.

Культура страха, как было показано (Kozielecki, 2006), связана с эмоцией страха. Это социологическая концепция, направленная на преднамеренное распространение страха и беспокойства в публичном дискурсе и отношениях с целью получения определенной прибыли. Концепция также имеет целью заставить «страх» влиять на человеческие отношения и функционирование общества (Glassner, 2005). Культура страха усиливается концепцией культурных сценариев, которые советуют людям, как реагировать на угрозы их безопасности. Влияние страха зависит от ситуации, в которой находится индивид, но оно также социально обусловлено. Вместо того чтобы рассматривать страх как очевидную эмоцию, следует изучить значение привязанности к страху, а также принципы и обычаи, определяющие способ переживания и выражения страха (Strong, 1990). Интенсивность страха не прямо пропорциональна

объективному характеру определенной угрозы. В соответствии с концепцией «культурных сценариев» реакция человека на конкретные угрозы основывается на культурных нормах, информирующих людей о том, что от них ожидается при столкновении с угрозой, чего следует опасаться, как им следует реагировать.

Авторы в своем исследовании выдвинули 7 гипотез, из которых 3 подтвердились: 1) страх перед пандемией COVID-19 и ее последствиями в настоящее время более распространенная проблема, чем сама пандемия; 2) уровень страха перед последствиями пандемии превышает уровень негативных переживаний; 3) в сфере здоровья человека наибольший страх вызывается контактами с инфицированными COVID-19. Остальные гипотезы были опровергнуты: 4) уровень страха жителей стран ЕС относительно последствий/опасностей для здоровья не превышает уровень страха относительно экономических и социальных последствий/опасностей; 5) в области экономических последствий/опасностей больше всего опасений, вызванных страхом перед экономическим кризисом, а не перед безработицей (как было предположено); 6) социальная изоляция чаще присутствует в декларациях жителей ЕС, чем в их страхах; 7) страхи перед последствиями/опасностями COVID-19 играют, прежде всего негативную (а не позитивную) функцию.

В статье другого польского коллектива авторов (Oleksy et al, 2021) проведена попытка определить в ходе 4-х волн (с выборками в 1130, 971, 818 и 688 чел.) опросов, реализованных с 4 мая по 22 декабря 2020 года, взаимосвязь между защитным поведением граждан в отношении своего здоровья и верой в различные теории заговора, связанные с COVID-19. Ученые предложили типологизировать популярные теории заговора о COVID-19 по двум параметрам: 1) по присутствию (отсутствию) угрозы от пандемии; 2) по использованию (не)определенными лицами пандемии в своих целях. В этой связи авторы выделили 5 конкретных убеждений в отношении заговоров: 1) COVID-19 – это биологическое оружие, 2) COVID-19 является мистификацией, 3) правительство недооценивает или скрывает истинные масштабы пандемии, 4) некоторые неустановленные группы тайно извлекают выгоду из пандемии, 5) противодействие COVID-19 сопряжено с угрозой авторитаризма.

Исследователи предположили, что убеждения в том, что COVID-19 является оружием и что правительство скрывает реальное количество случаев заболевания, будут положительно влиять на сохранение превентивного поведения, поскольку такое поведение необходимо для противодействия серьезной угрозе. Напротив, остальные четыре убеждения должны быть связаны с уменьшением превентивного поведения из-за восприятия того, что это поведение не целесообразно или рекомендуется злоумышленниками.

Превентивное поведение в отношении своего здоровья оценивалось по пятибалльной шкале Р. Лайкерта по следующим утверждениям: «Я мою руки после выхода на улицу» или «Я общаюсь с людьми за пределами моего дома во время эпидемии (например, с семьей, друзьями)».

Конспирологический менталитет измерялся по пятибалльной шкале М. Брюдера (Bruder et al, 2013), например: **«Я думаю, что в мире происходит много очень важных вещей, о которых общественность никогда не информируется».** Теория заговора о группах, получающих выгоду от COVID-19, измерялась двумя пунктами: «Я думаю, что развитие пандемии может быть полезным определенным группам, интересы которых нам неизвестны» и «Я думаю, что есть группы, заинтересованные в раздувании паники вокруг COVID-19 для достижения собственных целей». Конкретные теории заговора о COVID-19 измерялись однобалльным утверждением в отношении каждой теории (также по шкале Р. Лайкерта). Например, COVID-19 как оружие: «Я думаю, что коронавирус был создан в лаборатории как биологическое оружие». COVID-19 как розыгрыш: «Не удивлюсь, если через какое-то время окажется, что коронавируса не существует». Правительственный заговор: «Я считаю, что власти скрывают от общества истинные масштабы жертв пандемии». Угроза авторитаризма измерялась с помощью замера согласия с тремя утверждениями: «Меня беспокоит, что политики во время пандемии вольны менять закон по своему усмотрению, потому что ни у кого нет времени контролировать их действия», «Я боюсь, что власти могут под предлогом борьбы с пандемией, стремиться к перманентному ограничению прав и свобод граждан», «Даже после пандемии, я боюсь, власти будут контролировать нас больше, чем до того, как это произошло».

В качестве аналитической модели авторы применили панельную модель с перекрестным запаздыванием со случайным перехватом (RICLPM) (Namaker et al, 2015), которая позволяет более точно оценивать направленность, чем стандартные панельные модели с перекрестным запаздыванием (CLPM). Это позволило разложить переменные на неизменные во времени (чертоподобные) и изменяющиеся во времени. Большинство участников (более 70 %) во всех четырех волнах поддержали конспирологический менталитет и угрозу авторитаризма. Поддержка теории заговора о злоумышленниках, извлекающих выгоду из COVID-19, правительственного заговора и веры в то, что COVID-19 является оружием, постепенно уменьшалась на протяжении всех четырех волн. Вера в то, что COVID-19 не существует, получила меньшую поддержку из всех утверждений. И мистификация, и общие теории заговора о COVID-19 отрицательно коррелировали с профилактическим поведением, в то время как вера в то, что правительство скрывает реальное количество случаев COVID-19, положительно коррелировала с защитными мерами в отношении своего здоровья. Общая конспиративность и угроза авторитаризма положительно отражались на превентивных мерах первой волны. Кроме того, теория заговора о «COVID-19 как оружии» не была связана с превентивным поведением.

3. КИБЕРХОНДРИЯ КАК ПРЕДИКТОР ИНФОДЕМИИ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

Ситуация масштабной эпидемии, вызванной вирусом COVID-19, с одной стороны, обострила тревогу людей (Влияние пандемии на личность и общество: психологические механизмы и последствия, 2021) за свое здоровье и жизнь (Ениколопов и др., 2020), а с другой – на фоне вынужденной изоляции увеличила время их пребывания в сети интернет (Журавлев, Китова, 2021) и поисковую активность (Малышева, 2020). Сочетание этих двух факторов (Vismara et al, 2022) **создало благоприятные условия для развития феномена киберхондрии.**

Термин «киберхондрия» как сочетание слов «кибер» и «ипохондрия» предложен в 2013 году Вл. Старшевич и Д. Берле (Starcevic, Berle, 2013) как феномен, порожденный развитием информационно-коммуникационных технологий и ситуацией высокой степени неопределенности.

Согласно мнению авторов, киберхондрия – это специфический синдром, заключающийся в постоянном конструировании диагнозов с опорой на информацию из Интернета. Э. МакЭлрой (McElroy et al, 2019) описывает его как многогранный паттерн, состоящий из четырех параметров: чрезмерность (т.е. чрезмерные и повторяющиеся поиски информации о здоровье в сети Интернет), навязчивость (изменение обычного ритма жизни, работы или учебы), дистресс (усиление негативных эмоциональных состояний) и поиск уверенности (поиск поддержки из других более компетентных источников).

Согласно исследованиям К. Вонга и К. Ли (Wang, Lee, 2020), более двух третей взрослых американцев (72,7 %), а также большая часть жителей азиатских стран, таких как Вьетнам (86,0 %) и Китай (79,0 %), предпочитают использовать Интернет в качестве основного источника для получения информации о здоровье или материала на медицинские темы. Такая тенденция, именуемая как online health information seeking (поиск медицинской информации в сети Интернет – ПМИИ) имеет ряд преимуществ, например, анонимность, удобство, быстрота и низкие затраты (в сравнении с затратами, необходимыми для обращения к врачам и другим медицинским специалистам). Однако наряду с очевидными выгодами, подобные поиски приводят к стрессу в связи с тем, что на

пользователей буквально сваливается чрезмерно большой объем часто противоречивой информации, и они не всегда располагают критериями для ее оценки. Например, в лонгитюдном исследовании Ф. те Поэль и ее коллег (te Poel et al, 2016) нашло подтверждение предположение о том, что у беспокоящихся о своем здоровье людей, которые выходят в Интернет за информацией о болезнях, повышается беспокойство о своем здоровье, что, в свою очередь, усиливает их поисковую активность в Интернете, т.е. взаимосвязь между ПМИИ и беспокойством о здоровье принимает форму «замкнутого круга».

Благодаря мета регрессии данных Р. МакМуллан и коллеги (McMullan et al, 2019) определили, что существует положительная корреляция между тревогой по поводу здоровья (health anxiety) и онлайн-поиском информации ($r = 0,34$, 95% ДИ (0,20, 0,48), $p < 0,0001$), а также между тревогой по поводу здоровья и киберхондрией ($r = 0,62$, 95 % ДИ (0,52, 0,71), $p < 0,0001$), причем последняя частично была опосредована возрастом участников исследования.

В других более ранних работах были выявлены связи ПМИИ и киберхондрии не только с тревогой по поводу здоровья (Asmundson et al, 2008), но и с повышенной депрессией (Bessiere et al, 2010) и функциональными нарушениями, а киберхондрия оказалась связана еще и с более активным (Barke et al, 2016) использованием медицинских услуг (Doherty-Torstrick et al, 2016; White, Horvitz, 2009).

Кроме того, тревога по поводу здоровья и киберхондрия обнаружили связи с показателями, принятыми при оценке общественного здравоохранения (Mathes et al, 2018). В частности, беспокойство по поводу здоровья было умеренно связано с более низким качеством жизни, а киберхондрия была тесно связана с более выраженными функциональными нарушениями. Авторы отмечают тот факт, что при учете беспокойства о здоровье киберхондрия не была связана со снижением качества жизни, то есть люди с повышенной киберхондрией могут быть удовлетворены своей жизнью, но при этом иметь функциональные нарушения.

Анализ субфакторов киберхондрии показал, что поиск уверенности (шкала «Перестраховка») был положительно связан с более высокими показателями физического и психического здоровья, что неудивительно, поскольку поиск уверенности в контексте киберхондрии включает в себя

консультации медицинских работников. Кроме того, поиск уверенности был тесно связан с физическим использованием медицинских услуг ($\beta = 0,70$) и умеренно – с использованием психиатрической помощи ($\beta = 0,50$). Напротив, показатели по шкале «Чрезмерность» были отрицательно связаны с использованием психиатрической помощи. Важный вывод, к которому приходят исследователи (Mathes et al, 2018) состоит в том, что люди с киберхондрией имеют слабое представление о психогенном характере проблемы со здоровьем и/или, полагаясь на Интернет для получения медицинской информации, могут почувствовать себя специалистами в области психического здоровья. Таким образом, киберхондрия совсем не безобидный феномен, нельзя пренебрегать его влиянием на психосоциальное функционирование личности и общества.

Многочисленные эмпирические исследования позволили установить, что киберхондрия отличается от родственных симптомов, таких, например, как навязчивые компульсивные (Fergus, Russell, 2016) расстройства (Norr et al, 2015), но в значительной степени связана с такими факторами риска ее развития как повышенная тревожность, включая чувствительность к тревоге (Anxiety sensitivity) или «страх страха», и нетерпимость (Fergus, 2015) к неопределенности (Norr et al, 2014). Выполненные зарубежными учеными исследования доказывают взаимосвязь киберхондрии (некоторых ее составляющих) с тревогой о здоровье (Fergus, 2014), страхом заболевания (Norr et al, 2015), с общей тревожностью, депрессией и стрессом (McElroy, Shevlin, 2014), с соматическими симптомами и заботой о здоровье (Barke et al, 2016), а также с потребностью и частотой обращения за медицинской помощью (Muse et al, 2012) и качеством жизни (Zheng, Tandoc, 2020). Китайские ученые на основе данных онлайн-опроса 426 респондентов (Zheng et al, 2021) попытались определить основные предпосылки превращения регулярного поиска медицинской информации в интернете (ПМИИ) в киберхондрию и предложили интегративную теоретическую модель, в которой метакогнитивные убеждения обеспечивают пограничное условие для такого превращения. Свою модель авторы рекомендуют для будущих разработок в этой новой области исследований.

На фоне пандемии, вызванной COVID-19, интерес ученых к проблеме киберхондрии заметно усилился. Доказано, что страх перед

коронавирусной инфекцией был в значительной степени связан с проявлениями киберхондрии (Boysan et al, 2022), появились ее различные подтипы (Vismara et al 2022), **уменьшился успокаивающий аспект киберхондрии** (Infanti et al, 2022), а ее негативные последствия возросли вместе с эскалацией беспокойства о здоровье в сочетании с различными предпочтениями в поведении при ПМВИ, информационной перегрузкой и недостаточной грамотностью в области электронного здравоохранения (Peng et al, 2021).

Несмотря на актуальность изучения, особенно во время пандемии COVID-19, феномен киберхондрии остаётся крайне малоизученным в отечественной науке. Мы попытаемся частично восполнить этот пробел с помощью адаптации короткой версии методики диагностики выраженности киберхондрии (CSS) на российской выборке и проверки ее валидности и надежности.

Серьезность проблемы киберхондрии, поиск ее предикторов и механизмов обуславливает необходимость разработки релевантного методического инструментария. Сегодня создано несколько опросников для диагностики лиц с симптомами киберхондрии. Наиболее известен опросник степени выраженности киберхондрии или Шкала тяжести киберхондрии (Cyberchondria severity scale CSS) (McElroy et al, 2019) (Приложение 3). Изначально состоявший из 33 утверждений (CSS-33), **он постоянно совершенствуется** и проходит апробацию на разных выборках. Исследования разных авторов демонстрировали одновременно конструктивную и внешнюю валидность опросника – взаимосвязь со шкалами «общая тревога», «беспокойство о здоровье» (Fergus, 2014) и «обсессивно-компульсивные симптомы» (McElroy, Shevlin, 2014). В некоторых исследованиях пришлось исключить шкалу «недоверие к медицинским работникам», так как авторы пришли к выводу, что этот феномен является отдельной (Fergus, 2014), хотя и связанной с киберхондрией конструкцией (Norr et al, 2014). **В клинической практике CSS-33 рекомендуется для использования в качестве инструмента скрининга тяжести симптомов киберхондрии, в частности у пациентов, обращающихся за лечением психических расстройств** (Vismara et al, 2021), а также в опросах населения в целом (Vismara et al, 2022).

Для решения задач массовых опросов целесообразно пользоваться короткой версией опросника. Так, китайские исследователи используют

свою краткую форму шкалы киберхондрии (C-CSS-12) с постановкой диагноза состояния в обществе по суммарному показателю (Peng et al, 2021). В нашем исследовании избрана версия CSS-15 (Barke et al, 2016), которая прошла успешную адаптацию на немецкой выборке. Опросник CSS-15, опубликованный авторами на английском языке, был подвергнут для нашего исследования двойному переводу (с английского на русский и с русского на английский язык) с корректировками носителя языка и билингва. Респондентам следовало выразить степень согласия/несогласия с 15 утверждениями по шкале Р. Лайкерта (от 1 – полностью не согласен, до 5 – полностью согласен).

Дополнительно в диагностический инструментарий были включены методики с возможным феноменологическим пересечением. Измерялись толерантность к неопределенности (Методика С. Баднера в адаптации Г.У. Солдатовой – Психодиагностика толерантности личности, 2008), психологическое благополучие (Шкала психологического благополучия К. Риффа в адаптации Т. Д. Шевеленковой, П. П. Фесенко (Шевеленко, Фесенко, 2005)) и зависимость от социальных сетей (Шкала аддикции от социальных сетей (Tutgun-Ünal, Deniz, 2015)).

Исследование проводилось в феврале 2022 года в режиме онлайн-опроса на сервисе Yandex.Toloka. В нем приняли участие 388 человека, из которых 53,4 % женщин и 46,6 % мужчин, средний возраст опрошенных $M = 37,84$; $SD = 13,29$.

На первом этапе исследования был проведен эксплораторный факторный анализ (по методу главных компонент), который показал идеальное соответствие структуре оригинального опросника (табл. 3.1).

Таблица 3.1

Результаты эксплораторного факторного анализа данных опросника

Утверждения	Факторы				
	1	2	3	4	5
3. Поиск в Интернете информации о симптомах или подозреваемом заболевании мешает моему поиску другой информации в Интернете (например, о моей работе, учебе или школе)	,875				
4. Интернет для получения информации о симптомах или подозреваемом заболевании мешает моим онлайн-развлечениям (например, потоковому просмотру фильмов)	,867				

Окончание табл. 3.1

Утверждения	Факторы				
	1	2	3	4	5
7. Поиск в Интернете информации о симптомах или подозреваемом заболевании мешает моей работе на компьютере (например, написанию писем, работе с документами или расчетам)	,748				
1. Если я замечу у себя необъяснимый телесный симптом, я поищу его в Интернете		,883			
2. Я ищу похожие на свои симптомы в Интернете		,872			
13. Когда я ищу симптомы или заболевание в Интернете, я посещаю как заслуживающие доверия сайты, так и/или непрофессиональные форумы		,697			
9. После поиска информации о симптоме или подозреваемом заболевании я чувствую себя более обеспокоенным и напряженным, чем раньше			,841		
6. Я впадаю в панику, когда читаю в Интернете, что симптом, который у меня есть, проявляется при редком или серьезном заболевании			,840		
14. После поиска информации о симптомах или подозреваемом заболевании мне трудно заснуть			,784		
12. Я доверяю диагнозу врачей больше, чем собственной онлайн-самодиагностике				,901	
5. Я придаю больше значения мнениям моих врачей, чем своим онлайн-изысканиям				,809	
15. Если врач считает результаты моего собственного онлайн-исследования неверными, я перестаю об этом беспокоиться				,793	
8. Я обсуждаю результаты своего онлайн-исследования болезней со своим участковым врачом или фармацевтом в аптеке					,776
11. Меня успокаивает обсуждение онлайн-информации о подозрении на заболевание с врачом					,773
10. Поиск в Интернете информации о симптомах или подозреваемом заболевании приводит меня к специалисту					,612
Доля объяснимой дисперсии, %	28,1	18,0	13,3	7,9	6,1

Факторный анализ позволил выделить пять факторов, каждый из которых включает дисперсию по трем различным утверждениям. Содержательно первый фактор «Навязчивость» (compulsion) включает в себя согласие с утверждениями о том, что поиск в Интернете информации о симптомах или подозреваемом заболевании мешает работе или учебе,

онлайн-развлечениям (например, потоковому просмотру фильмов), работе на компьютере (например, написанию писем, работе с документами или расчетам). Данный фактор объединяет навязчивые мысли и действия респондентов в сети по поиску информации о заболевании, которые они не в состоянии контролировать.

Второй фактор «*Чрезмерность*» (*excessiveness*) объясняет первую мгновенную поведенческую реакцию респондентов – обращаться за информацией в Интернет при первых симптомах заболевания, причем изучаются все находимые материалы без какой-либо фильтрации. Человек затрачивает чрезмерное количество времени на поиск одних и тех же симптомов заболевания, просматривая их снова и снова.

Третий фактор «*Дистресс*» (*distress*) раскрывает эмоциональную реакцию респондентов на информацию о заболевании, найденную в сети, которая, как правило, имеет негативный оттенок и усиливает тревогу, беспокойство, напряжение, сеет панику, способствует бессоннице.

Четвертый фактор «*Недоверие врачам*» (*mistrust of medical professional*) включает дисперсию по следующим утверждениям: «Я доверяю диагнозу врачей больше, чем собственной онлайн-самодиагностике», «Я придаю больше значения мнениям моих врачей, чем своим онлайн-изысканиям», «Если врач считает результаты моего собственного онлайн-исследования неверными, я перестаю об этом беспокоиться». По сути, данный фактор отражает внутренний конфликт респондентов между доверием опыту медицинских специалистов и собственными исследованиями в Интернете. Как поясняют авторы методики, чем выше уровень киберхондрии, тем меньше доверия врачам будет испытывать человек.

Наконец, пятый фактор «*Перестраховка*» (*reassurance*) образован совокупностью ответов на такие утверждения, как «Я обсуждаю результаты своего онлайн-исследования болезней со своим участковым врачом или фармацевтом в аптеке», «Меня успокаивает обсуждение онлайн-информации о подозрении на заболевание с врачом», «Поиск в Интернете информации о симптомах или подозреваемом заболевании приводит меня к специалисту». Содержание данного фактора, по-видимому, отражает способ справиться с тревогой, возникающей вследствие просмотра информации о заболевании, который заключается

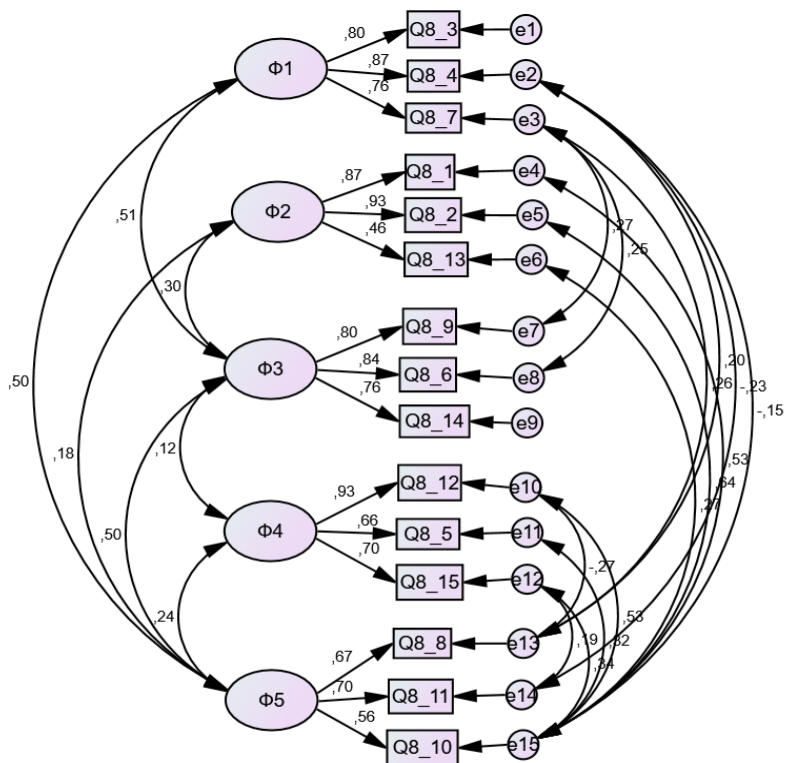
в поиске «успокоения» со стороны более квалифицированного специалиста (медика).

С целью проверки и подтверждения факторной структуры опросника был проведен конфирматорный факторный анализ (рис. 18; табл. 3.2). Проведенный анализ констатировал итоговую (апостериорную) модель киберхондрии, состоящую из пяти факторов и хорошо соответствующую исходным данным по показателям индексов согласия: CMIN = 151,051; df = 69; $\rho = 0,000$; GFI = 0,967; CFI = 0,950; RMSEA = 0,055; Pclose = 0,218. Оцениваемые параметры модели оказались статистически достоверны: регрессионные коэффициенты ($\rho < 0,001$), дисперсии латентных переменных (шкал) ($\rho < 0,001$) и ковариаций (корреляций) между ошибками ($\rho < 0,01$). Корреляции между всеми шкалами также показали статистическую достоверность ($\rho < 0,01$).

Таблица 3.2

Регрессионные коэффициенты модели киберхондрии

			Estimate	S.E.	C.R.	P
Ф4	<-->	Ф5	,198	,054	3,674	***
Ф3	<-->	Ф4	,120	,048	2,517	,012
Ф2	<-->	Ф3	,282	,051	5,511	***
Ф3	<-->	Ф5	,394	,061	6,463	***
Ф2	<-->	Ф5	,144	,048	2,977	,003
Ф5	<-->	Ф1	,363	,059	6,176	***
Ф3	<-->	Ф1	,432	,059	7,366	***
e14	<-->	e2	-,102	,039	-2,625	,009
e12	<-->	e15	,250	,056	4,491	***
e7	<-->	e3	,143	,037	3,832	***
e6	<-->	e15	,262	,057	4,584	***
e4	<-->	e15	,271	,055	4,915	***
e13	<-->	e3	,171	,044	3,914	***
e11	<-->	e15	,248	,055	4,491	***
e10	<-->	e13	-,100	,041	-2,464	,014
e8	<-->	e3	,117	,035	3,328	***
e15	<-->	e2	-,073	,034	-2,144	,032
e13	<-->	e2	,096	,045	2,130	,033
e12	<-->	e14	,122	,043	2,848	,004
e10	<-->	e15	,194	,057	3,379	***
e5	<-->	e15	,234	,056	4,196	***



CMIN=151,051; df=69; p=,000; CFI=,967; RMSEA=,055; GFI=,950; Plclose=,218

Рис. 18. Результаты конфирматорного факторного анализа модели киберхондрии

Phi 1 – навязчивость, Phi 2 – чрезмерность, Phi 3 – дистресс, Phi 4 – недоверие врачам, Phi 5 – перестраховка

Описательные статистики шкал представлены в таблице 3.3. Полученные результаты свидетельствуют об относительно высоком показателе по шкале «Чрезмерность» (чрезмерное траты времени на поиск одних и тех же симптомов заболевания), а также по шкале, которая называется «Недоверие врачам», но измеряет, напротив, доверие врачам, поскольку

чем выше показатели по шкале, тем выше доверие. Как указывают авторы работы о киберхондрии (Vismara et al, 2022), нормативов для шкал опросника CSS пока не существует, что затрудняет выделение границы между адаптивным онлайн-поиском информации о здоровье и киберхондрией.

Таблица 3.3
Описательные статистики шкал опросника CSS-15

Шкала	М	SD	Дисперсия	Асимметрия	Экссесс
Навязчивость	2,1443	,96527	,932	,579	–,234
Дистресс	2,5412	1,03943	1,080	,212	–,725
Чрезмерность	3,3875	,96846	,938	–,503	–,277
(Не)доверие врачам	3,6237	,94609	,895	–,556	–,114
Перестраховка	2,8969	,90281	,815	–,154	–,189

Анализ описательных статистик позволяет заключить, что распределение признака в шкалах методики несколько отличается от нормального, поэтому в последующем анализе применялись непараметрические методы математической статистики.

В таблице 3.4 представлены результаты корреляционного анализа шкал методики.

Таблица 3.4
Интеркорреляции шкал методики CSS-15

Шкала	1	2	3	4	5
Навязчивость	1,000				
Дистресс	,451**	1,000			
Чрезмерность	–0,070	,236**	1,000		
Недоверие врачам	–,146**	0,043	0,094	1,000	
Перестраховка	,335**	,375**	,219**	,264**	1,000

Примечание: значимость * – $p < 0,05$; ** – $p < 0,01$; *** – $p < 0,001$.

Большинство шкал имеют умеренную корреляцию друг с другом. Шкала «Перестраховка», демонстрирующая поиск поддержки результатов самодиагностики от более компетентного специалиста, показывает умеренную положительную взаимосвязь со всеми остальными шкалами. Шкала «Дистресс», как проявление негативных эмоциональных состояний из-за чтения о симптомах заболевания в Интернете, показывает

сильную положительную корреляцию со шкалой «Навязчивость» и умеренную – со шкалами «Чрезмерность» и «Перестраховка». Полученные результаты согласуются с данными конфирматорного анализа.

Далее осуществлялась проверка надежности шкал по внутренней согласованности входящих в них утверждений с применением коэффициента α -Кронбаха для каждой шкалы: «Навязчивость» ($\alpha = 0,849$), «Чрезмерность» ($\alpha = 0,782$), «Дистресс» ($\alpha = 0,840$), «Недоверие врачам» ($\alpha = 0,800$) и «Перестраховка» ($\alpha = 0,682$). Таким образом, можно утверждать, что опросник показывает приемлемый уровень надежности на российской выборке.

С целью проверки конвергентной валидности опросника был проведен корреляционный анализ связей шкал CSS-15 с показателями по методикам «Толерантность к неопределенности» (табл. 3.5), «Субъективное благополучие» (табл. 3.6), «Шкала аддикции к социальным сетям» (табл. 3.7).

Таблица 3.5

*Взаимосвязь шкал методики CSS-15
и толерантности/интолерантности к неопределенности*

Шкала	Интолерантность к неопределенности	Новизна	Сложность	Неразрешимость
Навязчивость	-0,024	-0,047	-0,005	-0,036
Дистресс	0,028	,186**	-0,007	-0,059
Чрезмерность	,299**	,264**	,242**	,201**
(Не)доверие врачам	,260**	,261**	,223**	,148**
Перестраховка	,201**	0,087	,192**	,122*

Результаты корреляционного анализа показывают, что некоторые шкалы адаптируемой методики – «Чрезмерность», «Недоверие врачам» и «Перестраховка» – умеренно взаимосвязаны с показателями интолерантности к неопределенности. Неспособность справиться с ситуацией неопределённости (сложной, новой, неразрешимой информацией) усиливает (или провоцирует) склонность к проявлению киберхондрии – чрезмерное «копание» в Интернете по поиску симптомов заболевания и стремление найти подтверждение в дополнительных источниках, а также у специалистов. Выявленная взаимосвязь подтверждается в ряде зарубежных исследований (напр.: Norr et al, 2014).

Результаты корреляционного анализа шкал CSS и показателей психологического благополучия приведены в таблице 3.6.

Таблица 3.6

*Взаимосвязи склонности к киберхондрии
и уровня психологического благополучия*

Шкала	Навязчивость	Дистресс	Чрезмерность	(Не)доверие врачам	Перестраховка
Положительные отношения к другим	-0,092	-,165**	-0,063	0,076	0,046
Автономия	-,261**	-,354**	0,041	,176**	-0,075
Управление окружением	-,204**	-,213**	0,023	,235**	0,076
Личностный рост	-,235**	-,180**	,176**	,269**	0,080
Цель жизни	-,209**	-,131*	0,010	,224**	0,004
Самопринятие	-0,060	-,202**	-,128*	,111*	0,028
Благополучие	-,233**	-,242**	0,057	,237**	0,022

Обнаружена умеренная отрицательная взаимосвязь показателей киберхондрии (навязчивость, дистресс), а также положительная связь с доверием к врачам, с общим уровнем психологического благополучия и отдельными его составляющими. Так, навязчивые мысли о возможном заболевании, заставляющие респондентов прерывать работу или учебу для поиска информации о его симптомах, отрицательно связаны с проявлениями независимости и самостоятельности в мышлении и поведении, уверенностью в своей компетентности и способностью влиять на обстоятельства, стремлением к развитию и самореализации, осмысленностью и интересом к жизни. Высокие показатели по шкале «Дистресс», подразумевающей переживание негативных эмоций, связанных с поиском информации о симптомах заболевания в сети, отрицательно коррелируют с психологическим благополучием по всем параметрам. Рост недоверия к врачам как к профессионалам, способным более точно поставить диагноз в отличие от самообследования, также отрицательно, а доверие врачам положительно, связаны с психологическим благополучием по многим составляющим. В то же время чрезмерный поиск информации о симптомах заболевания в сети, просматривание их снова и снова положительно связано с повышенным стремлением к познанию и развитию, что вполне объяснимо. Отрицательная взаимосвязь тяжести

киберхондрии и субъективного благополучия также подтверждается предыдущими исследованиями (напр.: Mathes et al, 2018).

Однако наибольшее количество умеренно положительных взаимосвязей наблюдается между выраженностью киберхондрии и зависимостью от социальных сетей (табл. 3.7).

Таблица 3.7

Корреляции шкал выраженности киберхондрии и аддикции к социальным сетям

Шкала	Навязчивость	Дистресс	Чрезмерность	(Не)доверие врачам	Перестраховка
Изменение настроения	,337**	,382**	,169**	–,137**	,206**
Занятие	,267**	,370**	,252**	–0,086	,235**
Рецидив	,317**	,319**	0,005	–0,091	,223**
Конфликт	,366**	,357**	0,096	–,195**	,184**

Как показывают результаты корреляционного анализа, обращение к социальным сетям для изменения (улучшения) настроения (Mood Modification), неспособность взять под контроль использование социальных сетей («рецидив» – Relapse), постоянное размышление о том, что происходит в социальных сетях («занятие» – Occupation), а также увеличение жизненных проблем, связанных с использованием социальных сетей (Conflict), способствуют повышению навязчивых действий по поиску симптомов заболевания, просматриванию их снова и снова, развитию негативных эмоциональных состояний и наконец, поиску поддержки, консультаций с квалифицированными специалистами.

Полученные результаты позволяют предположить, что аддикция к социальным сетям усугубляет проявления киберхондрии. Вероятно, информация, содержащаяся в социальных сетях, в том числе фоновая, стимулирует запросы для посещения соответствующих сайтов, создавая благоприятную почву для усиления киберхондрии. Данные результаты находят подтверждение в более ранних исследованиях связи киберхондрии и интернет-аддикций (Selvil et al, 2018). В этих условиях важно активизировать просветительскую работу, прежде всего на электронных ресурсах, чтобы усилить осведомленность граждан о потенциальных рисках использования медицинских платформ для самодиагностики

и лечения, оградить их, насколько это возможно, на фоне инфодемии (в частности, законодательно) от действий киберпреступников, предлагающих некачественные медицинские препараты и услуги.

Нами была адаптирована короткая версия опросника тяжести киберхондрии (CSS-15) для русскоязычных респондентов. Результаты экспериментального факторного анализа показали полное соответствие структуре оригинального опросника: были выделены 5 шкал, состоятельность которых была подтверждена в конфирматорном факторном анализе. Все шкалы продемонстрировали приемлемый уровень надежности по внутренней согласованности. Описательные статистики шкал опросника свидетельствуют о том, что проблема киберхондрии актуальна и для российского общества, а не только для жителей других стран. Подтвердились взаимосвязи проявлений киберхондрии и низкой толерантности к неопределенности, сниженного психологического благополучия и повышенной зависимости от социальных сетей. Исследование открывает перспективы дальнейшего изучения киберхондрии на различных целевых аудиториях россиян, ее информационно-психологических предикторов и механизмов в условиях инфодемии, вызванной COVID-19.

4. ИНФОДЕМИЧЕСКИЙ ДУМСКРОЛЛИНГ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ РОССИЯН

В период пандемии и постпандемии, вызванной COVID-19, на фоне инфодемии у адаптирующихся членов общества появились (или усилились) новые поведенческие реакции в информационно-коммуникативном пространстве, а у психологов, соответственно, возникли новые термины для их обозначения и последующего изучения.

Термин «думскроллинг», или «думсерфинг» (*англ.* doom – гибель, судьба, рок, судный день и scrolling – прокрутка), обозначающий склонность к листанию негативного новостного контента, болезненное погружение в новостную ленту и нездоровую зависимость от нее, был предложен в 2018 году журналисткой Карен Хо (Garcia-Navarro, 2020) и стал популярным в период пандемии COVID-19. Под инфодемическим думскроллингом мы понимаем вовлеченность в листание новостной ленты негативного контента на фоне информационной пандемии.

Во время подобных пандемии чрезвычайных ситуаций превалируют новости с негативным оттенком. Медиапотребление, как показывают исследователи (Thorson et al, 2021), утрачивает хронологичность, оно протекает в контексте адаптации средств массовой информации к прошлому опыту потребителя и настройки алгоритмами социальных сетей. Оцифровка новостей позволяет создавать бесконечные потоки онлайн-информации, которые потенциально изменяют медиапотребление (Bengtsson, Johansson, 2020), подпитывая так называемый «рынок внимания» (Webster, 2018). Сайты социальных сетей, согласно образному сравнению исследователей (Davenport, Beck, 2001), могут преуспеть в создании «липкости» в удержании пользователей в экономике внимания. Основным смыслом понятия «экономика внимания» (attention economy), которое было введено физиком и экономистом Майклом Голхабером (Goldhaber, 1997), заключается в конвертации психического процесса (внимания) в прямой или косвенный доход на основе цифровых платформ и технологий (Nelson-Field, 2020).

В зависимости от переживания кризиса потребности пользователей в информации меняются. Создавая привлекательный поток без конечной точки на разных платформах (Ytre-Arne, Мое, 2021), новости порождают

ощущение живости и текучести. В то же время на фоне инфодемии смена настроений у людей учащается за счет распространения в социальных сетях фейковой информации (Дейнека и др., 2020), которую можно признать социально-опасным продуктом, усиливающим веру граждан в конспирологические теории и подрывающим доверие к официальным институтам (Нестик и др., 2020).

Разбирая параноидальную практику медиапотребления современного обывателя, Лаура Солсбэри (Salisbury, 2022) задается вопросами: почему одни художественные произведения во время пандемии оказались более читаемыми, а другие – нет; является ли популярность произведений с тематикой катастроф отражением совпадающей атмосферы, или дело в особенностях текстов, излагающих ход событий в тревожной манере, как это происходит на фоне думскроллинга? Автор приходит к заключению, что подобный способ тревожного чтения во время бдительного ожидания не может быть попыткой психологической поддержки, и связывает термин «тревога» с восприятием времени в контексте беспокойства о будущем с неопределенным исходом. Ссылаясь на работу психиатра-феноменологического подхода Эжена Минковски «Проживаемое время», исследовательница подтверждает: большинство «психопатологий» основаны на нарушении временной длительности (патологическом замедлении времени) – органическом потоке воспоминаний из прошлого и проекций в будущее, которые наполняют каждый прожитый настоящий момент. Обыватель, по ее мнению, застревает в вопросах (как близко? как долго? насколько сильно? насколько плохо?), поскольку пытается количественно отразить свои качественные суждения с оценкой потерь и близости катастрофы.

Другой пример, фиксирующий психологическое противоречие от сочетания пустоты/заполненности и эмоциональной окраски отражаемого периода жизни, Солсбери берет у автора автобиографии Леонарда Вульфа, который описал психологию военного времени сентября 1939 г. как заметно отличающуюся от августа 1914 г.: «Люди моего поколения теперь точно знали, что такое война – ее положительные ужасы смерти и разрушений, ран и боли, тяжелой утраты и жестокости, но также и ее отрицательную пустоту и безысходность личной и космической скуки, ощущение бесконечного ожидания на грязном, сером железнодорожном

вокзале, зал ожидания, зал ожидания космической железнодорожной станции, где нечего делать, кроме как бесконечно ждать следующей катастрофы» (по: Salisbury, 2022). В этом примере негативная событийность оказывается лучше пустоты. Объяснение этого феномена Солсбери находит в христианском мировоззрении досовременной Европы, предполагающем постоянное ожидание конца света, с одной стороны, и постоянную отсрочку конца – с другой. Автор считает, что повседневная мирская «культура бдительности», сложившаяся в среде христианской монашеской субкультуры еще в XII веке, есть не что иное как современный думскроллинг.

В процессе адаптации к негативному контенту срабатывают защитно-охранительные механизмы психики. Так, исследования показывают, что в чрезвычайной ситуации пандемии за первоначальным всплеском чтения новостей следует их усилившееся избегание (Kalogeropoulos et al, 2020). С. Эджерли объясняет это эмоциональной усталостью на фоне изобилия цифрового новостного ландшафта, когда многие пользователи находят эмоциональное облегчение в коротких перерывах, сохраняя при этом взаимодействие с новостями (Edgerly, 2021). Избегание новостей может быть объяснено как информационной перегрузкой (Song et al, 2017), так и эмоциональным истощением (Woodstock, 2014). Также возможно поменять модальность эмоций. В противоположность думскроллингу выделяют добро-скроллинг (чтение новостного потока с доброжелательными новостями и информацией о добрых делах), который имеет позитивные эмоциональные последствия для потребителей медиаконтента в отличие от думскроллинга (Buchanan et al, 2021).

Следует учитывать индивидуальные особенности воздействия думскроллинга на личность. Негативное воздействие этого феномена (депрессия и посттравматический синдром) обнаруживается чаще у тех людей, которые в детстве имели опыт жестокого обращения, а также тех, кто имел исходную более тяжелую психопатологию (Price et al, 2022). Анализ личностных и возрастных особенностей показал, что молодежь, мужчины, а также политические деятели больше подвержены влиянию думскроллинга (Sharma et al, 2022). Можно предположить, что влиянию негативно окрашенной информационной ленты подвержены также люди, имеющие нехимические зависимости, в частности зависимость

от социальных сетей и смартфонов (Максименко и др., 2021). Также думскроллинг может быть взаимосвязан с негативным мышлением (Norem, Chang, 2002), которое трактуется как структурная когнитивная личностная диспозиция (наряду с другой диспозицией – позитивным мышлением), негативный стиль объяснения различных событий, негативные ожидания в конкретной ситуации в будущем, дефицит веры в продуктивность собственной деятельности (Крюкова, 2007).

Феномен думскроллинга и его болезненные формы, выявленные на фоне пандемии COVID-19, убедительно свидетельствуют, что грань между заботой о пользователе и информационно-психологическим насилием над ним иногда практически неразличима. В поисках возможностей и приемов стабилизации психологического состояния общества, а также совершенствования индивидуальной психологической помощи лицам, подверженным DS, целесообразно исследовать этот феномен.

Целью исследования явилось изучение взаимосвязей между проявлениями инфодемического думскроллинга и психологическим благополучием, а также некоторыми личностными и поведенческими характеристиками россиян.

Дизайн эмпирического исследования был приближен к тому, который использовали авторы Шкалы думскроллинга (Sharma et al, 2022). Ими посредством платформы Prolific был собран 401 протокол (60,3 % мужчины, 39,2 % женщины, средний возраст $M = 25,38$; $SD = 8,01$) от респондентов из двадцати трех стран на пяти континентах, с наибольшим представительством в Польше (29,7 %), Португалии (20,2 %), Великобритании (13,0 %) и Италии (10,0 %)

В выполненном нами исследовании приняли участие 804 россиянина, из которых: 49,4 % женщины и 50,6 % мужчины, средний возраст $M = 38,92$; $SD = 11,28$. Учитывались также уровень урбанизации места проживания, уровень образования и субъективный уровень дохода респондентов. Исследование проводилось в октябре 2022 года в режиме онлайн-опроса с помощью сервиса Yandex.Toloka. **Данные обрабатывались** при помощи программы SPSS 19.0.

Методический инструментарий включал два блока.

Первый блок был направлен на изучение проявлений думскроллинга (DS) с учетом зависимости респондентов от социальных сетей и боязни

пропустить что-то важное. Для определения выраженности думскроллинга (степени погруженности в листание новостной ленты негативного контента) была использована 15-пунктная *Шкала думскроллинга* (Sharma et al, 2022), прошедшая необходимые этапы первичной адаптации после перевода (Приложение 4). Выполненная нами проверка инструмента на надежность подтвердила высокую согласованность данных по опроснику (α -Кронбаха) и составила 0,952. Проверка факторной валидности также показала совпадение с однофакторной структурой, заложенной автором шкалы. Дополнительно с помощью *Бергенской шкалы BSMAS* в адаптации С. В. Шубина (Шубин, 2020) измерялась зависимость респондентов от социальных сетей, а посредством 10-пунктной *Шкалы страха пропустить что-либо* (FOMOS; Przybylski, et al, 2013) – выраженность боязни пропустить какую-либо информацию.

Второй блок был направлен на исследование психологического благополучия респондентов, которое фиксировалось с помощью 14-пунктного *Опросника психологического благополучия*, разработанного исследователями университетов Уорвика и Эдинбурга (WEMWBS) (Tennant, 2006), а также на получение личностного профиля с помощью экспресс измерения 10-пунктным 5-ти факторным опросником ТИPI-RU в адаптации А.С. Сергеевой с соавторами (Сергеева и др., 2016).

Результаты исследования и обсуждение. В таблице 4.1 приведены описательные статистики данных шкалы думскроллинга.

Таблица 4.1
Описательные статистики данных шкалы думскроллинга (N=804)

Утверждение шкалы	М	SD
1. Я все чаще и чаще испытываю желание искать плохие новости в социальных сетях	1,87	1,06
2. Я теряю счет времени, когда читаю плохие новости в социальных сетях	2,06	1,15
3. Я постоянно обновляю свои новостные ленты, чтобы узнать, не случилось ли чего-нибудь плохого	2,24	1,24
4. Я не сплю допоздна, пытаюсь найти больше негативных новостей	1,53	0,90
5. Чтение негативных новостей в социальных сетях теперь стало скорее привычкой	2,01	1,21
6. Когда я нахожусь в сетях, я чувствую напряжение, как будто скоро произойдет что-то плохое	1,95	1,15

Утверждение шкалы	M	SD
7. Я постоянно испытываю панику при прокрутке страниц на своем устройстве	1,64	1,00
8. Я неосознанно проверяю свои новостные ленты на наличие плохих новостей	1,85	1,10
9. Даже если в новостной ленте появляется сообщение "Вы просмотрели все новости", я продолжаю просмотр новостей негативного содержания	1,68	0,97
10. Я ловлю себя на том, что постоянно просматриваю негативные новости	1,81	1,08
11. По утрам я проверяю социальные сети, чтобы узнать, что плохого произошло	2,00	1,24
12. Я чувствую, что пристрастился(ась) к негативным новостям	1,72	1,06
13. Мои поиски в социальных сетях, вероятно, делают мои новостные ленты более негативными	1,71	1,01
14. Я в ужасе от того, что я вижу в социальных сетях, но не могу отвести взгляд	1,92	1,14
15. Трудно перестать читать негативные новости в социальных сетях	2,02	1,20

Примечание. Использовалась пятибалльная шкала Р. Лайкерта.

При сравнительно низких показателях проявлений думскроллинга россияне все же постоянно обновляют свои новостные ленты, чтобы узнать, не случилось ли чего-нибудь плохого (2,24), причем, читая плохие новости в социальных сетях, теряют иногда счет времени (2,06) и свидетельствуют, что им трудно перестать читать негативные новости в социальных сетях (2,02), по утрам они проверяют социальные сети, чтобы узнать, что плохого произошло на данный момент. При этом болезненные формы DS (паника, ночные просмотры ленты, неспособность остановиться при прокрутке страниц в интернете) проявляются редко, если говорить о выборке в целом.

Если для сравнения обратиться к опубликованным результатам американских коллег, полученных в 2021 году в европейских странах (Sharma, et al, 2022), то бросаются в глаза высокие (выше середины шкалы) показатели проявлений думскроллинга, что может свидетельствовать о более сильном погружении населения европейских стран в социальные сети и думскроллинг. Однако следует отметить, что европейцы в большей степени, чем россияне осознают новостное таргетирование,

соглашаясь с тем, что поиски в социальных сетях, вероятно, делают их новостные ленты более негативными (табл. 4.2).

Таблица 4.2

Описательные статистики данных шкалы думскроллинга за рубежом (N = 401), (no: Sharma et al, 2022)

Утверждение шкалы думскроллинга	Запад, 2021	
	М	SD
1. Я все чаще и чаще испытываю желание искать плохие новости в социальных сетях	2,59	1,55
2. Я теряю счет времени, когда читаю плохие новости в социальных сетях	3,35	1,77
3. Я постоянно обновляю свои новостные ленты, чтобы узнать, не случилось ли чего-нибудь плохого	2,56	1,67
4. Я не сплю допоздна, пытаюсь найти больше негативных новостей	2,06	1,42
5. Чтение негативных новостей в социальных сетях теперь стало скорее привычкой	3,29	1,74
6. Когда я нахожусь в сети, я чувствую напряжение, как будто скоро произойдет что-то плохое	2,54	1,62
7. Я постоянно испытываю панику при прокрутке страниц на своем устройстве	2,16	1,36
8. Я неосознанно проверяю свои новостные ленты на наличие плохих новостей	2,81	1,67
9. Даже если в новостной ленте появляется сообщение "Вы просмотрели все новости", я продолжаю просмотр новостей негативного содержания	2,75	1,65
10. Я ловлю себя на том, что постоянно просматриваю негативные новости	2,78	1,63
11. По утрам я проверяю социальные сети, чтобы узнать, что плохого произошло	3,18	1,78
12. Я чувствую, что пристрастился(ась) к негативным новостям	2,25	1,51
13. Мои поиски в социальных сетях, вероятно, делают мои новостные ленты более негативными	3,09	1,65
14. Я часто в ужасе от того, что вижу в социальных сетях, но я не могу отвести взгляд	2,95	1,63
15. Трудно перестать читать негативные новости в социальных сетях	3,60	1,77

Результаты корреляционного анализа позволяют утверждать, что степень выраженности думскроллинга оказалась тесно связана с зависимостью от социальных сетей, особенно с показателем по шкале «конфликт/проявление дезадаптации (откладывание или пренебрежение

социальными, развлекательными, рабочими, образовательными, бытовыми и/или другими видами деятельности, а также своими и чужими потребностями из-за постоянного пользования социальной сетью)» при $p < 0,001$. Также склонные к думскроллингу лица продемонстрировали более высокие показатели информационного невроза (страха пропустить какую-либо важную информацию). Зарубежные коллеги обнаружили схожие взаимосвязи думскроллинга и зависимости от социальных сетей (Satici et al, 2022), при этом они указывают, что думскроллинг проявляли прежде всего пользователи новостной платформы Twitter*, тогда как пользователи других новостных платформ практически им не страдали, что, видимо, требует дальнейшей проверки.

Результаты нашего исследования показали, что феномен инфодемического думскроллинга отрицательно связан с психологическим благополучием личности. Среди респондентов с высокими показателями психологического благополучия оказалось значимо меньше таких пользователей, которые неосознанно проверяют свои новостные ленты на наличие плохих новостей ($r = -0,21$ при $p < 0,001$), постоянно испытывают панику при прокрутке страниц с новостями на своем устройстве ($r = -0,21$ при $p < 0,001$); которым сложно оторваться от визуализации ужасов в социальных сетях ($r = -0,23$ при $p < 0,001$), трудно перестать читать негативные новости в социальных сетях ($r = -0,22$ при $p < 0,001$). Страх пропустить какую-либо информацию (FoMO) также оказался отрицательно связан с психологическим благополучием ($r = -0,18$ при $p < 0,01$).

Выполненное исследование позволило выявить личностные корреляты думскроллинга. Экстраверсия, добросовестность, открытость новому опыту оказались статистически достоверно отрицательно связаны с выраженностью DS, а эмоциональная лабильность (нейротизм) и доверчивость, напротив, показали положительную связь.

Полученные нами результаты в целом не противоречат результатам западных исследователей. Проявляющие добросовестность лица склонны контролировать свое поведение для достижения целей, быть более ответственными и демонстрировать приверженность и целеустремленность в выполнении своих задач (McCrae, Costa, 2003), что

* Запрещена на территории РФ.

приводит к уменьшению времени на использование социальных сетей, вследствие чего меньшей опасности DS. Поддается интерпретации также отрицательная связь выраженности DS и открытости новому опыту, эмоциональной стабильности, критичности мышления. С противоречиями в результатах по поиску личностных детерминант и предпосылок думскроллинга зарубежные ученые столкнулись только в связи с экстраверсией. Так, в одном исследовании (Sharma, et al, 2022) обнаружена ее отрицательная связь с DS, т. е. экстраверты больше защищены от думскроллинга, а в другом – экстраверсия оказалась положительно связана с его проявлениями (Satici et al, 2022), что объясняется авторами большей потребностью экстравертов в участии в социальной деятельности и положительных эмоциях от взаимодействия с другими людьми в Интернете. В нашем случае отрицательная взаимосвязь между экстраверсией и думскроллингом может объясняться тем, что экстраверты больше нацелены на личное общение, предпочитая его общению в социальных сетях, и более стабильны в нервно-психическом статусе, обусловленном темпераментом.

Зарубежные коллеги (Sharma et al, 2022) указывают также на умеренную положительную взаимосвязь думскроллинга и тревоги, невротизма, цинизма, стремления к сенсациям, тяги к негативу, политических мотиваций и интересов. В качестве профилактики DS рассматривается оптимизм и социальное дистанцирование.

Анализ социально-демографических факторов проявлений думскроллинга показал, что, чем старше были респонденты, тем лучше они контролировали время чтения плохих новостей в социальных сетях ($p < 0,05$) и не продлевали ужас от встречи со страшным и ужасным в социальных сетях ($p < 0,01$). Также лица более старшего возраста реже демонстрировали зависимость от социальных сетей. Результаты корреляционного анализа данных, полученных нами на российской выборке, подтвердили эмпирический факт, выявленный зарубежными коллегами (Sharma, et al, 2022) и состоящий в том, что молодежь и мужчины больше подвержены влиянию думскроллинга. Действительно, мужчины и представители молодежи часто хотят быть первыми в курсе событий, особенно негативных, что усиливает процесс распространения

как слухов, так и является особым ускорителем в инфодемических процессах, происходящих в социальных сетях.

Женщины реже испытывают зависимость от социальных сетей по таким шкалам как «толерантность (увеличение частоты и увлеченности использования социальных сетей с течением времени, для достижения первоначальных эффектов, изменяющих настроение/дающих положительные эмоции)» ($p < 0,001$) и «изменение настроения (поведение, направленное на облегчение неприятных эмоциональных состояний)» ($p < 0,001$). Также они реже (при $p < 0,05$) мужчин боятся пропустить какую-либо информацию (возможно, этот результат связан периодом частичной мобилизации, когда мужчины уделяли более пристальное внимание новостной ленте социальных сетей).

Жители больших городов (уровень урбанизации) в большей степени констатировали, что чувствуют напряжение от ожидания плохих новостей ($p < 0,05$), а также чаще проявляют так называемый информационный невроз, или боязнь пропустить что-то. Лица с более высоким уровнем субъективного дохода оказались в меньшей степени (при $p < 0,01$) обременены признаками информационного невроза.

В другом исследовании феномена инфодемии нами было сделано предположение, что имитация сексуальной удовлетворенности женщинами на фоне думскроллинга и привязанности к социальным сетям может выступать проявлением тревоги привязанности и желанием акцентироваться на потребностях своих сексуальных партнеров. Получив травмирующий опыт в виртуальном пространстве посредством инфодемического думскроллинга, женщины могут стремиться компенсировать его более яркими интимными переживаниями с постоянным партнером. Таким образом, имитация оргазма может выступать, согласно нашей гипотезе, адаптационным механизмом укрепления межличностных сексуальных отношений с партнером в ответ на негативное виртуальное воздействие, полученное от новостного потока, содержащего негативный контент.

Целью исследования был поиск и изучение взаимосвязи проявлений инфодемического думскроллинга с сексуальной удовлетворенностью женщин в партнерских отношениях, а также с частотой и мотивацией ее имитации.

Методы и процедура исследования

Выборка исследования. Исследование проводилось анонимно с 8 по 17 ноября 2022 г. в онлайн режиме на сервисе Toloka.Yandex с предварительным оформлением материала с помощью сервиса «Анкетолог.ру». В опросе приняли участие 609 женщин старше 18 лет, проживающих в России, из которых 430 человек состоят в сексуальных отношениях с партнером. Средний возраст опрошенных 39,03 года ($SD = 10,60$). Учитывались также место проживания (уровень урбанизации), уровень образования и субъективный уровень дохода респондентов. 10,7 % обследованных проживает в Москве; в Санкт-Петербурге и других мегаполисах и городах-миллионниках – 29,4 %; в крупных городах численностью менее 1 млн. человек – 37,0 % и 22,8 % – в районных центрах. По уровню образования основная доля приходится на людей с законченным высшим (63 %), 35,6 % – со средним и незаконченным высшим образованием, у 1,4 % имеется ученая степень. Уровень субъективного дохода у 6,0 % очень высокий или высокий, у 67,7 % – средний, 22,8 % считают свои доходы низкими и 3,5 % сводят концы с концами.

Методический инструментарий включал два блока. Первый блок был направлен на изучение проявлений думскроллинга (DS) и страха пропустить что-то важное (FoMO). Для определения выраженности думскроллинга (степени погруженности в листание новостной ленты негативного контента) была использована 15-пунктная *Шкала думскроллинга* (Sharma, et al, 2022) в авторской адаптации (Максименко и др., 2022). Страх упущенных возможностей измерялся с помощью теста измерения синдрома упущенных возможностей (Fear of Missing Out), (Przybylski, et al, 2013).

Второй блок был направлен на исследование сексуальной удовлетворенности женщин, которая фиксировалось с помощью 7-пунктной *Шкалы оценки сексуальных взаимоотношений* (Hendrick, 1988). Также использовалась шкала *мотивов имитации оргазма* (МИО), состоящая из 25 утверждений и содержащая шесть различных мотивов: (1) секс без желания (например, чувство усталости или желание спать), (2) неуверенность в себе (например, не хотелось выглядеть ненормальным или неадекватным), (3) опьянение (например, употреблялось слишком много алкоголя), (4) самооценка партнера (например, желание заставить

партнера хорошо себя чувствовать), (5) плохой секс и/или партнер (например, некомфортно с партнером) и (6) выбор неудачного времени (Seguin, et al, 2015). Дополнительно применялся Опросник частоты имитации сексуального удовлетворения (Hevesi, et al, 2021).

Дополнительно измерялись личностные качества с помощью опросника «Большая пятерка» (TIPI-RU) в адаптации А.С. Сергеевой с соавторами (Сергеева и др., 2016), включающего 5 факторов: экстравертность (измеряет уровень коммуникабельности человека), дружелюбие (измеряет уровень благожелательности по отношению к другим), добросовестность (определяет уровень обязательности), эмоциональная стабильность (устанавливает уровень устойчивости), открытость опыту (измеряет степень любознательности человека).

Методы обработки данных. Статистическая обработка данных осуществлялась при помощи программы SPSS 19.0 и включала анализ основных статистик, эксплораторный факторный анализ и корреляционный анализ, по Спирмену.

Результаты исследования и обсуждение. В табл. 4.3 приведены описательные статистики данных шкалы сексуальных взаимоотношений.

Таблица 4.3

Описательные статистики данных шкалы сексуальных взаимоотношений (N=650)

Оценка сексуальных отношений с партнером	М	SD
1. Насколько хорошо Ваш партнер удовлетворяет Ваши сексуальные потребности?	3,58	1,21
2. В целом, насколько Вы удовлетворены своими отношениями с партнером?	3,47	1,25
3. Насколько хороши Ваши отношения по сравнению с отношениями у других?	3,48	1,26
4. Как часто Вы жалеете, что вступили в отношения с Вашим партнером?	2,28	1,21
5. В какой степени Ваши отношения с партнером оправдали Ваши первоначальные ожидания?	3,22	1,29
6. Насколько сильно Вы любите своего партнера?	3,50	1,29
7. Сколько проблем существует в ваших отношениях?	2,89	1,17

Примечание: использовалась 5-ти балльная шкала Р. Лайкерта.

Российки оценивают сексуальные отношения со своим партнером в целом выше среднего (3,58). Чуть ниже их оценка того, насколько отношения с партнером оправдали ожидания (3,22). Степень сожаления о том, что вступили в отношения с партнером, не высока (2,28), при этом количество накопившихся проблем (возможно претензий к нему) близко к среднему значению, однако все равно находится в области низких оценок (2,89). Примечательно, что опрошенные оценивают удовлетворенность своих сексуальных потребностей с постоянным партнером несколько выше (3,58), чем степень любви в отношениях с ним (3,50), что вполне объяснимо разным характером этих отношений (гедонистическим или идеалистическим, романтическим).

Факторный анализ данных опросника МИО позволил выделить 5 факторов (табл. 4.4). Первый наиболее весомый фактор был назван «**фактор неуверенности в себе и желанием угодить партнеру**». В него вошли показатели желания женщин чувствовать себя сексуальными («я хотела чувствовать или казаться сексуальной») наряду с их неуверенностью («я не хотела казаться фригидной», «я хотела избежать того, чтобы казаться ненормальной или неадекватной») и боязнью потерять своего партнера («я хотела избежать потери своего партнера»), желанием проявить чуткость к его психофизиологическому состоянию, угодить ему, внеся при этом небольшое разнообразие в сексуальные отношения. Описательные статистики признаков первого фактора свидетельствуют о том, что в целом можно говорить о сексуальном благополучии российских женщин («был бы милый рядом, ну а больше ничего не надо»)³⁷ как инварианте альтруистического, жертвенного сексуального поведения по отношению к партнеру.

Таблица 4.4

Факторная структура и описательные статистики данных вопросника мотивации имитации оргазма (N = 430)

Утверждения	Факторная нагрузка	M(SD)
Фактор неуверенности в себе или желания угодить партнеру (доля объяснимой дисперсии 12,43 %)		
17. Мой партнер, казалось, был готов испытать оргазм	0,696	3,65 (1,92)
18. Мой партнер был близок к оргазму	0,717	3,83 (1,98)

³⁷ Текст песни Татьяны Овсиенко «Женское счастье».

Утверждения	Факторная нагрузка	M(SD)
19. Оргазм моего партнера казался неминуемым	0,683	3,76 (1,99)
20. Я не хотела казаться фригидной	0,659	3,08 (1,97)
21. Я хотела чувствовать или казаться сексуальной	0,703	3,50 (2,01)
22. Я хотела избежать того, чтобы казаться ненормальной или неадекватной	0,628	2,88 (1,84)
23. Я хотела добавить немного волнения в наши занятия любовью	0,689	3,31 (1,93)
24. Я хотела избежать потери своего партнера	0,686	3,13 (1,96)
25. Я хотела усилить сексуальную технику, которую использовал мой партнер	0,676	3,49 (1,95)
Фактор защиты самооценки партнера (доля объяснимой дисперсии 2,77 %)		
4. Я хотела, чтобы мой партнер думал, что он проделал хорошую работу	0,810	3,82 (1,96)
5. Я хотела, чтобы мой партнер чувствовал себя хорошо по отношению к себе	0,843	4,04 (1,94)
6. Я хотела повысить самооценку моего партнера	0,815	3,96 (1,95)
7. Я хотела сделать своего партнера счастливым	0,831	4,24 (1,99)
8. Я хотела избежать оскорбления чувств моего партнера	0,756	3,78 (1,98)
Фактор плохого секса/партнера (доля объяснимой дисперсии 1,66 %)		
9. Я чувствовала себя неловко со своим партнером	0,741	2,75 (1,68)
10. Секс был неловким	0,793	2,59 (1,62)
11. Я пожалела о своем выборе партнера	0,768	2,38 (1,70)
12. Мой партнер был неквалифицированным	0,768	2,42 (1,63)
Фактор секса без желания (доля объяснимой дисперсии 1,53 %)		
13. Я была не в настроении.	0,788	3,21 (1,82)
14. Мне не хотелось заниматься сексом.	0,807	3,38 (1,89)
15. Я чувствовала усталость или хотела спать.	0,784	3,56 (1,90)

Второй фактор или «**фактор защиты самооценки партнера**» сформирован заботой женщин о самооценке партнера, желанием сделать своего партнера счастливым, а также искренним избеганием ранящих действий («я хотела избежать оскорбления чувств моего партнера»).

Степень согласия с утверждениями, дисперсии которых сформировали этот фактор, оказались наиболее высокими по сравнению с другими, что позволяет выделить мотив заботы о партнере как ведущий мотив имитации сексуального удовлетворения у россиянок.

Оба вышеописанных фактора свидетельствуют о позиции самопожертвования женщины в сексуальных отношениях с партнером. Если женскую сексуальность периода советского времени Н. Л. Пушкарева (Пушкарева, 2009) правомерно описывает в рамках коллективистских ценностей («жила бы страна родная – и нету других забот»), то в постсоветской России женская сексуальность трансформируется в гиперопеку субъективного сексуального благополучия партнера (из песни: «я за ним упаду в пропасть, я за ним, извини, гордость, я за ним одним, я к нему одному»).

Третий фактор **«фактор плохого секса/плохого партнера»** объединил согласие/несогласие с такими утверждениями как «секс был неловким», «мой партнер был неквалифицированным», «я чувствовала себя неловко со своим партнером» и другие схожие утверждения. Признаки фактора вызвали у опрошенных низкую степень согласия.

Двумя последними факторами с низким процентом объяснимой дисперсии – **«фактором секса без желания»** и **«фактором алкогольного опьянения»** можно было бы пренебречь, но стоит отметить, что, судя по средним данным согласия с утверждениями фактора «секса без желания», мотив имитации сексуального удовлетворения, связанный с усталостью и бременем негативных переживаний, представлен больше, чем у половины обследованных.

Обращаясь к *демографическим переменным* следует отметить фактор благосостояния. Выяснилось, что чем выше уровень субъективного дохода женщин, тем выше их оценки сексуальной удовлетворенности в партнерских отношениях ($r = 0,16$, $p < 0,001$), а также общей удовлетворенности отношениями с партнером ($r = 0,62$, $p < 0,001$). Корреляционной взаимосвязи между субъективным уровнем дохода и ощущаемым чувством любви к партнеру не выявлено. В интерпретации взаимосвязи оценки количества проблем в партнерских отношениях и субъективного уровня дохода ($r = -0,19$, $p < 0,001$) можно согласиться с Н. Л. Пушкаревой о том, что «чем к более успешному и благополучному социальному

слою принадлежат респондентки, тем менее ограничены их сексуальные стратегии культурными и структурными барьерами прошлого и современности, тем большее значение придают они сексуальной составляющей в своей частной жизни» (Пушкарева, 2008, с. 74).

Сексуальная удовлетворенность ($r = 0,20$, $p < 0,001$) и чувство любви ($r = 0,25$, $p < 0,001$) оказались сильнее у женщин, семейный статус которых институционализирован (в опросе приняли участие женщины состоящие в браке, проживающие вместе и не состоящие в отношениях, а также имеющие партнера и не проживающие вместе и не состоящие в отношениях). Очевидно, что семейный статус укрепляет чувство уверенности и защищенности женщин (Годси, 2014).

Уровень образования и уровень урбанизации респонденток оказался никак не взаимосвязан ни с сексуальной удовлетворенностью женщин, ни с мотивацией имитации оргазма в партнерских отношениях, с которой оказался связан возраст респонденток: более старшие (вероятно, и более опытные) выразили большую степень согласия в этом («я хотела добавить немного волнения в наши занятия любовью ($r = 0,17$, $p < 0,01$), а также семейный статус обследованных: замужние чаще подыгрывают своему партнеру нежели не состоящие в официальных отношениях («я хотела повысить самооценку моего партнера») ($r = 0,11$, $p < 0,01$).

Степень религиозности табуирует вербализацию сексуальности (Герасимова, 1997) и обсуждение деликатной проблемы, поэтому более религиозные женщины чаще имитируют удовлетворенность по причине избегания обсуждений этой темы ($r = 0,13$, $p < 0,01$) или в силу несоответствия предписанной ей роли («я не хотела казаться фригидной») ($r = 0,11$, $p < 0,01$).

Результаты корреляционного анализа.

Анализ корреляций данных шкалы думскроллинга и шкалы оценки сексуальных взаимоотношений показал, что чем чаще женщины испытывают желание искать плохие новости в социальных сетях, тем хуже они оценивают степень удовлетворенности своих сексуальных потребностей ($r = -0,12$, $p < 0,01$). Женщины, которые чаще в своих ответах признаются, что «чтение негативных новостей в социальных сетях теперь стало скорее привычкой», считают, что в их отношениях с постоянным партнером больше проблем ($r = 0,10$, $p < 0,01$). Среди тех,

кто демонстрировал более высокую степень согласия с утверждением «я не сплю допоздна, пытаюсь найти больше негативных новостей», оказалась больше тех, кто выражал сожаление о том, что вступили в отношения с постоянным партнером ($r = -0,16, p < 0,001$).

Корреляционный анализ данных шкалы думскроллинга и мотивации имитации оргазма обнаружил, что чем больше женщины поглощены прокручиванием негативных новостей в социальных сетях, тем чаще они проявляют жертвенность в сексе с целью повышения самооценки партнера или с целью показаться более сексуальной ($r = 0,17, p < 0,001$) и не казаться фригидной ($r = 0,15, p < 0,01$).

Были выявлены также корреляции оценок сексуальной удовлетворенности женщин с их личностными чертами. Женщины с более высокой эмоциональной стабильностью отмечали меньше проблем в отношениях с партнером ($r = 0,17, p < 0,001$), опрошенные с более высокой экстравертностью оказались более уверенными в том, что партнер удовлетворяет их интимные потребности ($r = 0,13, p < 0,01$). Такая черта личности как открытость новому опыту коррелирует с желанием сделать своего партнера счастливым в сексе ($r = 0,15, p < 0,01$), а также с желанием добавить немного волнения в занятия любовью ($r = 0,13, p < 0,01$). Дружелюбие партнерши также взаимосвязано с желанием того, чтобы партнер чувствовал себя хорошо в интимной сфере и был уверен в себе ($r = 0,15, p < 0,01$).

Таким образом, результаты проведенного исследования позволили зафиксировать ряд пост-пандемийных эффектов, которые состоят в том, что инфодемический думскроллинг взаимосвязан с сексуальной удовлетворенностью в отношениях с партнером. С одной стороны, подверженность думскроллингу негативно отражается на сексуальной жизни женщин, которые признаются в том, что у них больше проблем в отношениях с постоянным партнером. С другой стороны, зависимость от негативного контента оказалась значимо связана с желанием женщин быть психологически ближе в отношениях с партнером даже за счет притворного сексуального удовольствия. Предположение о том, что травмирующий опыт в виртуальном пространстве посредством инфодемического думскроллинга женщины стараются компенсировать более яркими интимными переживаниями с постоянным партнером,

подтвердилось, то есть фейковый пик сексуального удовольствия выступает адаптационным механизмом межличностных сексуальных отношений с партнером в ответ на негативное виртуальное воздействие, полученное от фейкового новостного потока, содержащего негативный контент.

Рекомендации. В период информационной пандемии, когда количество негативных новостей существенно возрастает, а социальные платформы в погоне за прибылью и удержанием внимания населения готовы увеличить производство подобного контента, важно выполнять некоторые, разработанные нами рекомендации.

– Официальным представителям государственных органов (в сфере здравоохранения, образования, культуры) необходимо наиболее полно и подробно освещать события, касающиеся их деятельности, и противодействовать фейковой информации, конкурируя с новостной лентой социальных сетей благодаря более высокому качеству информации, ее достоверности, точности и беспристрастности.

– Союзу журналистов России следует обеспечить более взвешенную и последовательную имплементацию профессионального кодекса этики среди российских и зарубежных журналистов.

– Граждане должны дозировать медиапотребление, отводя время для чтения новостей в дневное время, оставляя утренние и вечерние часы для цифрового новостного детокса, пропорционально следить за подпиской на новостные паблики с позитивной подачей и негативным контентом, сводя последний к минимуму.

– Владельцам социальных сетей нужно предпочитать сотрудничество с Интернет-СМИ, культивирующими просоциальное поведение, позитивное мышление, усиливая ответственность за нарушение Федерального закона № 149-ФЗ от 27.07.2006 года «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изменениями и дополнениями от 14.07.2022).

– Роскомнадзор обязан пресекать работу социальных сетей, нарушающих законодательство РФ, в частности исполнение Указа Президента РФ от 09 ноября 2022 года № 809 «Об утверждении основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».

– Лига безопасного Интернета и Российское общество «Знание» должны активно проводить просветительские мероприятия среди населения России по повышению уровня информационной культуры и цифровой грамотности.

– Правительству РФ нужно признать блогерство как профессию, а инфлюенс-маркетинг как индустрию, приравняв деятельность компаний, работающих с блогерами, к ИТ-компаниям.

– Психологам, Российскому обществу психологов необходимо привлечь внимание к тематике инфодемии, например, с помощью организации конференции «Информационно-цифровое здоровье общества и психология медиапотребления в условиях инфодемии».

5. ФЕЙКИ ВОКРУГ КОРОНАВИРУСА И ОСОБЕННОСТИ ИХ РАСПРОСТРАНЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

На фоне распространяющейся эпидемии, вызванной COVID-19, прослеживается всплеск чрезмерного количества³⁸ недостоверной информации, циркулирующей в социальных сетях в виде слухов, теорий заговора, мифов, заражая людей тревогой, паникой, ксенофобией и расизмом. При первом приближении, все фейки о коронавирусе можно классифицировать по следующим критериям: недостоверная информация о происхождении вируса, о реальности вируса (болезни), о лекарствах от вируса.

Программа управления репутацией «скан» (Интерфакс), проранжировала «альтернативные» теории генезиса COVID-19³⁹ по количеству публикаций (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Топ-5 фейковых теорий происхождения вируса

№	Тематика фейка	Количество публикаций, шт.
1	Коронавирус изобрели американцы	1727
2	Коронавирус – разработка китайских ученых	1218
3	Источник коронавируса – 5G-вышки	717
4	COVID-19 прилетел из космоса	350
5	Создание вируса профинансировал Билл Гейтс	200

Теории заговора и рукотворности вируса подпитываются различной информацией из прошлого. Пользователи социальных сетей активно делятся подобными родассылками-доказательствами. Сюжеты художественных фильмов жанра «научной фантастики» со схожими сценариями развития ситуации («Вирус», 1980; «12 обезьян», 1995; «Заражение», 2011) становятся предметом изучения представителями Всемирной организации здравоохранения и Центра по контролю заболеваний США

³⁸ Средняя упоминаемость тем, связанных с коронавирусом, на 2020 год составляла порядка 120 тысяч раз в сутки (на 30 марта) и достигла 884 тыс. упоминаний в сутки к 7 апреля 2020 года. 18 % информации, публикуемой на официальных сайтах, состоит из «вирусной» тематики.

³⁹ Топ-5 фейков о коронавирусе. URL: <https://www.interfax.ru/russia/703023>.

в распространении вируса с различными инкубационными периодами. В центр внимания блогеров попадает и роман Дина Кунца (1981 года) «Глаза тьмы», где писатель предсказал появление опасного вируса, который назвал «Ухань-400» (Кунц, 2008). По мнению В. М. Аллахвердова (Аллахвердов, 2000), все случайные процессы презентуются нашим сознанием как закономерные, в связи с этим сознание обывателя пытается сложить пазл, состоящий из недопониманий и загадок, с помощью аргументов, лежащих вне научного поля, несмотря на то что коронавирусы известны ученым с конца 1960-х годов, а их особо патогенные штаммы описывались как в научной (Almeida et al, 1968), так и в научно-популярной⁴⁰ литературе. На фоне распространяющейся эпидемии ритейлеры отмечают возрастающий интерес к популярной литературе по медицине и микробиологии. Так, Ozon⁴¹ отмечает увеличение спроса на эту категорию книг у читателей в 1,5 раза больше, чем на другие темы. В январе-феврале 2020 года удвоились продажи книг «Пандемия: Всемирная история смертельных вирусов» и «Вирусы. Скорее друзья, чем враги», сначала февраля 2020 года на 195 % выросли продажи книги «Мифы о микробах и вирусах: как живет наш внутренний мир». Также отмечается рост спроса и на художественную литературу по теме пандемий: наиболее востребованными авторами оказались Альбер Камю («Чума») и Габриэль Гарсиа Маркес («Любовь во время чумы») (рост продаж за январь-февраль 2020 года – на 87 % и 64 % соответственно)⁴².

Второй тип фейков о коронавирусе – это фейки, преуменьшающие опасность или отрицающие вирус, которые распространяются в социальных сетях с основным месседжем: «коронавирус – это спектакль элит». Так, в американском сегменте Твиттера* с хештегом

⁴⁰ Коронавирус становится агрессивным // Вестник «Здоровый образ жизни». 2003. № 9 (237).

⁴¹ В России вырос спрос на книги про вирусы и эпидемии. – URL: <https://www.retail.ru/news/v-rossii-vyros-spros-na-knigi-pro-virusy-i-epidemii-6-marta-2020-191853> (дата обращения 10.11.2023).

⁴² В 2020 году был намечен выпуск продолжения южнокорейского фильма об эпидемии «Поезд в Пусан» (2016 года), ставшего весьма популярным на фоне пандемии COVID-19. (Известный в 2016–2017 годах в основном на родине, фильм стал одним из самых скачиваемых фильмов в начале 2020 года по всему миру.)

* Запрещена на территории РФ.

#FilmYourHospital распространяются видеоролики и фото с незатрунутыми пандемией больницами США с очевидным желанием продемонстрировать то, что коронавирус – это обман с целью запустить экономику нового типа; создать цифровое общество с тотальным контролем (цифровой концлагерь) через чипизацию всего населения или реализовать план «золотого миллиарда» через геноцид населения посредством заражения вирусом с последующей смертельной вакцинацией. Насколько сами россияне верят в коронавирус показывают результаты всероссийского опроса (выборка – 1500 человек) агентства «Михайлов и партнеры»⁴³, который продемонстрировал, что 33 % наших граждан считают опасность коронавируса преувеличенной, 30 % полагают, что опасность, о которой рассказывают СМИ, соответствует действительности, 22 % думают, что угроза, исходящая от распространения вируса недооценена, и 15 % опрошенных затруднились ответить.

57 % опрошенных впервые услышали информацию о коронавирусе по ТВ, 25 % – в Интернете, 2 % – из радиисточника. Однако 44 % доверяют ТВ и еще 44 % – радио, сети Интернет доверяют 32 % опрошенных. На вопрос: «Доверяете ли Вы официальной статистике относительно пострадавших от COVID-19 в России?» – только 32 % ответили утвердительно; 43 % не доверяют, считая, что пострадавших больше; 20 % затруднились ответить; 5 % респондентов не доверяют СМИ, считая, что пострадавших меньше.

Третья группа фейков, как указывалось выше, посвящена недо-стоверным методам лечения. Этот тип фейков обладает не просто психологической токсичностью, но и представляет опасность физическому здоровью людей. Так, после фейковых сообщений в социальных сетях о якобы успешном лечении коронавируса метиловым спиртом⁴⁴ в Иране погибло 480 человек, а более чем 1000 человек

⁴³ Коронавирус: мифы и легенды. URL: <http://m-p-a.ru/proekt-%C2%ABmyischitaem%C2%BB.html> (дата обращения 10.11.2023).

⁴⁴ *Trew B.* Coronavirus: Hundreds dead in Iran from drinking methanol amid fake reports it cures disease. – URL: https://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/iran-coronavirus-methanol-drink-cure-deaths-fake-a9429956.html?fbclid=IwAR2q_BhO8zli5ry0ZT8NzljGNCCetvEtIE8ifA3mzOIEPKewT1TechHj2zM (дата обращения 10.11.2023).

потребовалась госпитализация и длительное лечение. Более безобидные советы связаны с размещением около кровати больного пневмонией очищенного лука, дыханием через марлевую повязку, смоченную водкой, настойками имбиря и лимона, а также горячими растворами пищевой соды и т. п.

Вышеперечисленные типы распространяемых фейков имеют интернациональную природу. При этом часть недостоверной информации имеет циркуляцию исключительно в российском медиапространстве. Эти фейки связаны с введением в Москве комендантского часа⁴⁵, ограблениях и усыплениях жильцов газом под видом противомикробной обработки подъездов и квартир жилых домов⁴⁶, распылении дезинфекции с вертолетов⁴⁷ и т. д.

По нашему мнению, фейки в период COVID-19 можно классифицировать по замыслу (умышленные и неумышленные); по последствиям (с наибольшим или наименьшим числом комментариев/репостов); по наличию четкого заказчика (бенефициара) и без такового; по степени общественной опасности (разжигающие экстремизм и призывающие к действиям против какой-либо группы людей, связанные с расизмом или классовой антипатией); по степени эпатажности (получения внимания целевой аудитории и, как следствие, увеличение числа подписчиков/трафика); по воздействию на психику пользователя и вызывания того или иного психологического состояния человека (общества).

По результатам всероссийского исследования, проведенного ВЦИОМ в 2019 году, подавляющее большинство опрошенных (74 %) из тех, кто сталкивался с недостоверными новостями в СМИ, считают, что такие новости были опубликованы умышленно. И только 17 %

⁴⁵ Твиттер* удалил новость о введении комендантского часа в Москве. – URL: <https://iz.ru/992191/2020-03-27/twitter-udalil-feik-o-komendantskom-chase-v-moskve> (дата обращения 10.11.2023).

⁴⁶ «По домам ходят люди в химкостюмах, усыпляют газом и грабят». Истерия в соцсетях оказалась фейком. – URL: <https://smolnarod.ru/v-gorode/po-domam-xodyat-lyudi-v-ximkostyumax-usypl/yayut-gazom-i-grabyat-massovaya-isteriya-v-socsetyax-okazalos-fejkom> (дата обращения 10.11.2023).

⁴⁷ В Москве опровергли информацию о распылении лекарств о дезинфекции с вертолетов. – URL: <https://tass.ru/moskva/8008419> (дата обращения 10.11.2023).

* Запрещена на территории РФ.

респондентов полагают, что они могли появиться из-за непреднамеренной ошибки журналистов⁴⁸.

Глава ВЦИОМ В. Федоров дополняет полученные результаты опроса обнаруженными значимыми различиями: жители Москвы и Санкт-Петербурга всегда настороженнее относятся к фейковым новостям, а граждане, проживающие в провинции, особенно на селе, менее критично воспринимают подобные новости и оказываются беззащитными перед ними.

В другом всемирном исследовании⁴⁹, проведенном компанией Edelman Trust Barometer накануне Всемирного экономического форума в Давосе в 2018 году, приняли участие более 33 тысяч респондентов из 28 стран. В результате исследования выяснилось, что 63 % опрошенных не могут отличить материалы профессиональных журналистов от «фейковых новостей», поскольку они одинаково подаются в соцсетях. Можно предположить, что доля россиян, не умеющих отличить фейковые новости от достоверной информации, чуть больше (в наших оценках – более 80 %).

Зарубежные исследователи (Molina, Sundar, 2018), предложив свою классификацию оттенков фейковой информации, показали, что фейковые новости – это не просто ложная (недостоверная) информация. Помимо часто встречаемых «газетных уток», по их мнению, это может быть и сатира⁵⁰, предубежденное мнение, недостоверные сведения, комментарии, убеждающая (увещательная) информация, гражданская (непрофессиональная) журналистика.

Впервые термин «фейковые новости» был использован в ежедневных сатирических шоу с целью развлечения, а не для лже-информирования или обмана. Впоследствии термин закрепился уже как новостные статьи, которые вводят в заблуждение намеренно и достоверно ложно, то есть изначально понимая, что распространяемая информация – ложь. В этой связи, мы имели возможность убедиться, что не вся информация,

⁴⁸ Герейханова А. Фейк – не новость. Большинство россиян сталкивались с ложной информацией // Российская газета. 2019. 18 апр. URL: <https://rg.ru/2019/04/18/vciom-bolshinstvo-rossiian-stalkivalis-s-fejk-nius.html> (дата обращения: 10.11.2023).

⁴⁹ Жуков Е. Исследование свидетельствует о снижении доверия к СМИ из-за фейков. URL: <https://www.dw.com/ru/исследование-свидетельствует-о-снижении-доверия-к-сми-из-за-фейков/a-42276903> (дата обращения: 10.11.2023).

⁵⁰ Хотя ряд авторов (напр., Allcott, Gentzkow, 2017) считают, что сатира должна быть исключена из подобной классификации.

распространяемая во время пандемии, вызванной COVID-19, являлась фейковой в этом смысле, поскольку размещалась не с целью ввести намеренно кого-либо в заблуждение, а с целью поделиться эмоционально окрашенной информацией, представляющей интерес для многих.

Кроме того, отличием социальных сетей от традиционных медиа является то, что, по словам Н. Д. Шюллер (Schull, 2014), платформы первых копируют гэмблинг-методы (методы игровой зависимости) для создания психологического вовлечения. В любой социальной сети полоса новостной прокрутки создана по методу повторяющихся циклов неуверенности, предвкушения от лайков и обратной связи (в виде комментариев), мотивирующих пользователя к бесконечному использованию онлайн социальных сетей. Как только пользователь выходит из игры, его продолжают атаковать бонусными предложениями, чтобы снова вернуть его внимание. Как бы то ни было, несмотря на судебные процессы и скандалы в СМИ, связанные с конфиденциальностью данных пользователей, число активных ежемесячных пользователей социальной сети Facebook* достигло в 2018 году 2,13 млрд, что на 14 % больше, чем в 2017 году, а оборот в первом квартале 2018 года составил \$ 11,97 млрд, что на 49 % больше, чем в 2017 году за аналогичный период⁵¹.

Как и азартные игры, которые физически изменяют структуру мозга и поведение людей, использование социальных сетей оказывает неблагоприятное психологическое воздействие на пользователей. В связи с этим фейковые новости, распространяемые с помощью социальных сетей в период инфодемии, являются двойной опасностью для психики пользователя, представляя собой смесь индуктивно распространяемого панического состояния, усиленного аддикцией от социальных сетей.

Разберем последовательно индикаторы определения фейковой информации, а также попытаемся аккумулировать наиболее известные в западной социологической мысли модели распространения фейковой информации посредством социальных сетей.

Индикаторы определения фейковой информации детально рассмотрены в статье американских коллег (Molina, Sundar, 2018). *Достоверные*

⁵¹ Busby M. Social media copies gambling methods 'to create psychological cravings'. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2018/may/08/social-media-copies-gambling-methods-to-create-psychological-cravings> (дата обращения: 10.11.2023).

* Запрещена на территории РФ.

(настоящие) новости они определяют в соответствии с пониманием Американского института прессы (2017) как имеющие прямое отношение к журналистике, которая представляет собой деятельность по сбору, оценке, созданию и представлению новостей и информации на принципах проверки, независимости и обязанности сообщать читателю правду. Это соотносится со стремлением к истинному знанию, получаемому путем проверки информации на надежность, правдивость и независимость. Поэтому любые сообщения должны быть проверены на верность цитаты и факт-чекинг. Авторы рекомендуют использовать онлайн-ресурс Storyzy (Storyzy.com), который представляет собой технологическую компанию, специализирующуюся на обнаружении фейковой информации и классификации фейковых источников. Компания ежедневно загружает более 50 тыс. новых цитат, с помощью машинного обучения были разработаны алгоритмы автоматического обнаружения веб-сайтов, блогов и видеоканалов на основе надежности, классифицируя эти источники и производя более 4,3 млрд сеансов в месяц (для сайтов) и более 142 млрд просмотров видео. Детальный разбор индикаторов достоверной (настоящей) информации представлен в таблице 5.2.

Таблица 5.2

Индикаторы достоверной информации (Molina, Sundar, 2018)

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура	Сеть
<p>Фактология:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проверено на факт-чекинг; – использована беспристрастная отчетность; – приведены фамилии с цитированием 	<p>Источники контента:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проверенные источники; – всегда есть цитаты 	<p>Унифицированный указатель ресурса (URL):</p> <ul style="list-style-type: none"> – авторитетное указание ресурса; – релевантная регистрация 	<p>Метаданные:</p> <ul style="list-style-type: none"> – метаданные могут быть аутентифицированы
<p>Доказательства:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использованы статистические данные или данные исследований 	<p>Происхождение:</p> <ul style="list-style-type: none"> – хорошо известный сайт или организация; – написано штатными журналистами 	<p>Раздел «о нас»:</p> <ul style="list-style-type: none"> – предоставляет ясную картину о команде; – авторов и редакторов можно верифицировать 	

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура	Сеть
Качество оформления: – стиль APS (Associated Press Stylebook; с использованием руководства по стилю и английской грамматике); – указание на редактирование и вычитку	Независимость: – организация, связанная с журналистикой	Раздел контактов: – email для писем от профессиональных организаций	
Лексика и синтаксис: – частое использование слова «сегодня»; – использование прошедшего времени			

Фейковые новости, с другой стороны, содержат зло-окрашенные сенсационные истории или теории заговора, намерено сконструированные и распространяющие теории заговора. Контент фейковых новостей зачастую содержит информацию в сочетании с высоко эмоциональной подачей (Potthast et al, 2017), крайней пристрастностью и слепой верой в нее (Howard et al, 2017), отсутствием возможности перепроверить эту информацию (табл. 5.3). Такой контент нередко расположен на сайтах, созданных недавно с целью получения дохода от рекламы.⁵²

Таблица 5.3

Индикаторы фейковой информации

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура	Сеть
Фактология: – не относится к фактам; – предвзятая информация	Источники сообщения: – не проверены источники; – нет цитат	Унифицированный указатель ресурса (URL): – не заслуживающее уважения окончание (.com.co); – недавно зарегистрированный URL; – выглядит как будто официальный сайт	Персонализация и кастомизация: – информация доходит до пользователей из-за алгоритмов и структуры социальных медиа

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура	Сеть
<p>Качество сообщения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – грамматические или орфографические ошибки; – не придерживается APS стиля; – указываются только имена без фамилий 	<p>Намерения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ложная намеренность; – цель, сопряженная с доходом 	<p>Раздел о нас:</p> <ul style="list-style-type: none"> – не имеет указание о редакторе или зарегистрированном владельце сайта 	<p>Источники и возможности поделиться в Facebook*:</p> <ul style="list-style-type: none"> – часто выполняются репосты общими друзьями или предварительно идентифицированными аккаунтами
<p>Лексика и синтаксис:</p> <ul style="list-style-type: none"> – глаголы настоящего времени 	<p>Независимость:</p> <ul style="list-style-type: none"> – источник, не заслуживающий уважения 	<p>Раздел контактов:</p> <ul style="list-style-type: none"> – указана личная, а не корпоративная электронная почта 	<p>Авторство:</p> <ul style="list-style-type: none"> – написано с помощью алгоритмов или ботов
<p>Элементы риторики:</p> <ul style="list-style-type: none"> – расхождения или пропуски; – зрелищность и написание в повествовательном тоне; – логические недостатки; – эмоциональная заряженность 	<p>Происхождение:</p> <ul style="list-style-type: none"> – возник на известном сайте или в социальных сетях 	<p>Необычные журналистские практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> – предоставление бесплатной PDF-версии; – просьба пользователей выслать их истории для публикации 	<p>Метадата:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показатели метаданных, которые определяют обман: запросы позволяют определить кулативную меру обмана
<p>Заголовок:</p> <ul style="list-style-type: none"> – все заглавные буквы и восклицания; – не соответствует тексту и является откровенный кликбейтом⁵² 		<p>Комментарии:</p> <ul style="list-style-type: none"> – просьба пользователей комментировать статью, чтобы получить доступ; – много пользователей говорят, что это ложь 	
<p>Звуковые фрагменты:</p> <ul style="list-style-type: none"> – редактирование звуковых фрагментов для создания сенсации 			

⁵³ Громкий кричащий заголовок, основной целью которого является склонение пользователя к переходу на какой-либо ресурс/видео/сайт.

* Запрещена на территории РФ.

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура	Сеть
Фото/видео: – измененная структура пикселей, тени и искажение перспективы; – не соответствующие контексту фотографии			

Комментарии и мнения. Комментарии и другие подобные редакционные материалы отличаются от реальных новостей тем, что журналист волен в пределах своих прав высказывать свое мнение. Его работа – это выбрать факты, сформулировать аргументы и придерживаться кодекса общества профессиональной журналистики. Комментарии (табл. 5.4) не следует путать с аргументами, поскольку комментарии высказываются без какой-либо доказательной базы. Новости циркулируют в круглосуточном режиме, поэтому комментарии – это то, чем заполняется эфирное время.

Таблица 5.4

Индикаторы комментариев и мнений

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура	Сеть
Фактология: – проверено на факт-чекинг; – нет искажений	Источники сообщения: – написано по действительному новостному источнику	Унифицированный указатель ресурса (URL): – авторитетное указание ресурса; – релевантная регистрация	Метаданные: – метаданные могут быть аутентифицированы
Доказательства: – использованы статистические данные или данные исследований	Происхождение: – хорошо известная организация или сайт	Раздел «о нас»: – предоставляет ясную картину о команде; – авторов и редакторов можно верифицировать	

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура	Сеть
Элементы риторики: – эмоционально заряженный текст; – повествовательный характер текста	Независимость: – организация связана с журналистским сообществом	Раздел контактов: – email для писем от профессиональных организаций	
Качество оформления: – стиль APS (Associated Press Stylebook – с использованием руководства по стилю и английской грамматике); – указание на редактирование и вычитку		Обозначения: – размечены статья, комментарии, анализ	
Лексика и синтаксис: – частое использование слова «должен»			

Недостоверная (искаженная) информация. Искаженная информация является примером дезинформации и определяется как ложная, ошибочная или вводящая в заблуждение информация. Искаженную информацию можно отличить от достоверной информации по следующим индикаторам (табл. 5.5).

Таблица 5.5

Индикаторы недостоверной (искаженной) информации

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура	Сеть
Фактология: – не проверено на факт-чекинг; – приведены фамилии с цитированием	Источники сообщения: – неподтвержденные источники	Унифицированный указатель ресурса (URL): – авторитетное указание ресурса; – релевантная регистрация	Метаданные: – метаданные могут быть аутентифицированы

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура	Сеть
Качество оформления: – стиль APS (Associated Press Stylebook – с использованием руководства по стилю и английской грамматике); – указание на редактирование и вычитку	Происхождение: – хорошо известный сайт или организация; – написано штатными журналистами	Раздел «о нас»: – предоставляет ясную картину о команде; – авторов и редакторов можно верифицировать	
Лексика и синтаксис: – использование прошедшего времени	Независимость: – организация, связанная с журналистикой	Раздел контактов: – email для писем от профессиональных организаций	

Поляризационный и сенсационный контент. Следующий тип онлайн-новостей поляризован и обладает сенсационным контентом. И несмотря на то, что этот контент не является в итоге фейком, он характеризуется эмоциональным и провокационным содержанием, которое крайне одностороннее. Утверждения такой публикации чаще всего не имеют доказательств и основаны на эмоциях, обращаются к существовавшим ранее образам для манипулирования аудиторией. Эти утверждения, как правило, построены на основе подразумеваемой информации или самогенерируемых выводов, которые эмоционально сильнее, потому как активируют предыдущие схемы и сценарии (табл. 5.6).

Таблица 5.6

Индикаторы сенсационной информации

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура	Сеть
Фактология: – эквилибристика фактами; – искаженные отчеты; – соответствие политической повестке	Источники сообщения: – приведен один взгляд на проблему	Раздел о нас: – аффилированность с политическими персонами; – высказывается о СМИ не в добром ключе	Персонализация и кастомизация: – информация доходит до пользователей из-за алгоритмов и структуры социальных медиа

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура	Сеть
<p>Качество оформления:</p> <ul style="list-style-type: none"> – нехватка доказательств; – коммерческий подтекст публикации 	<p>Происхождение:</p> <ul style="list-style-type: none"> – поляризованные взгляды источника 		<p>Источники и возможности поделиться в Facebook*:</p> <ul style="list-style-type: none"> – часто выполняются репосты общими друзьями или предварительно идентифицированными аккаунтами
<p>Элементы риторики:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обобщения; – зрелищность; – эмоциональная заряженность текста; – логические недостатки; – Ad-hominem⁵³ атаки 	<p>Независимость:</p> <ul style="list-style-type: none"> – источник, не заслуживающий уважения. 		<p>Метадата:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показатели метаданных, которые определяют обман: запросы позволяют определить кумулятивную меру обмана
<p>Заголовок:</p> <ul style="list-style-type: none"> – все заглавные буквы и восклицания; – не соответствует тексту и является откровенный кликбейтом 			
<p>Звуковые фрагменты:</p> <ul style="list-style-type: none"> – редактирование звуковых фрагментов для создания сенсации 			
<p>Фото/видео:</p> <ul style="list-style-type: none"> – экстремальное использование статических и движущегося визуального ряда 			

⁵³ Adhominem, или *argumentum adhominem* (лат. – аргумент к человеку), – логическая ошибка, при которой аргумент опровергается указанием на характер, мотив или другой атрибут лица, приводящего аргумент, вместо указания на несостоятельность самого аргумента.

* Запрещена на территории РФ.

Гражданская журналистика. Выделяют две категории гражданской журналистики.

Первая категория включает в себя блоги и сайты граждан, гражданских сообществ и организаций с авторским контентом, изначально созданным пользователями. Содержание такой информации более эмоционально исубъективно окрашено, а в оформлении нет стиля Ассошиэйтед Пресс (табл. 5.7).

Вторая категория гражданской журналистики относится к сайтам профессиональной журналистики, представляющим собой форум для репортажей граждан (например, iReport CNN).

Таблица 5.7

Индикаторы гражданской (непрофессиональной) журналистики

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура
<p>Качество сообщения: – не придерживается APS стиля</p>	<p>Источники контента: – неподтвержденные источники</p>	<p>Унифицированный указатель ресурса (URL): – блог или персональный сайт; – страница сайта «новости организации» помечена как созданная подписчиками</p>
<p>Лексика и синтаксис: – использование прошедшего времени</p>	<p>Происхождение: – возникла из числа активных подписчиков (пользователей)</p>	<p>Раздел контактов: – личные email блоггеров</p>
<p>Модальность: – частое использование видео-формата</p>	<p>Независимость: – публикации могут отражать политическую или подведомственную принадлежность (аффилированность)</p>	

Сатира. Сатирические новости, определяемые как намеренное ложное повествование, предназначенное для высмеивания проблем; являются особым журналистским жанром. И хотя некоторые ученые утверждают, что сатирические новости не стоит включать в категорию фейковых новостей, однако их необходимо выделить, чтобы автоматизировать обнаружение поддельных новостей.

Обозначить индикаторы для определения сатиры (табл. 5.8) важно еще и для того, чтобы избежать ошибочной классификации и суметь отличить достоверные новости от недостоверных. Это особенно важно, так как потребители новостей не всегда понимают их сатирический характер, особенно, когда они транслируются как «новости» через неофициальные социальные сети или мессенджеры.

Таблица 5.8

Индикаторы сатиры

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура
Фактология: – не проверено на факт-чекинг	Источники контента: – фейковые источники	Раздел «о нас»: – помечен как сатира; – самопровозглашение
Качество сообщения: – APS стиль написания, однако присутствуют ошибки, характеризующие непрофессионала; – злоупотребление типичными журналистскими выражениями; – грамматические и пунктуационные ошибки.	Происхождение: – возникают на сатирических и юмористических сайтах	Дата публикации: – 1 апреля; – датирована более поздним числом
Элементы риторики: – использование гипербол и преувеличений		
Заголовок: – клик-бейт		
Контекст: – юмористический контекст		

Нативная (естественная) реклама. Контент нативной (естественной) рекламы часто маскируется как новостная статья. В недавнем исследовании, проведенном учеными Стэнфордского университета, студенты не смогли найти различия между спонсируемыми новостями и реальными. Более 80 % студентов полагали, что нативная реклама была реальными новостями⁵⁴.

⁵⁴ Stanford History Education Group (2016). Evaluation of information: The cornerstone of civic online reasoning. Retrieved from: <https://sheg.stanford.edu/upload/V3LessonPlans/Executive%20Summary%2011.21.16.pdf> (дата обращения: 10.11.2023).

В социальных сетях такую рекламу можно идентифицировать по различным обозначениям, например, рекламу в Facebook* можно обнаружить по «спонсорскому» тегу, а подобный контент в Instagram* будет помечен как «платное партнерство» или будет включать хэштеги, такие как #sponsored или #ad (табл. 5.9).

Таблица 5.9

Индикаторы нативной рекламы

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура
Качество сообщения: – содержание, непосредственно связанное с брендом	Источники контента: – если и есть источники, то они связаны с брендом	Обозначения: – указание на платное продвижение в социальных сетях
Элементы риторики: – повествовательный стиль	Независимость: – авторство за организацией или промоутером	
Лексическая структура: – повествование от первого лица и обращение на «ты»		
Контекст: – автор – не журналист		

Профессиональный политический контент. Еще одним типом онлайн-контента является профессиональный политический контент, который включает в себя информацию от правительственных организаций, политических партий, а также информацию от экспертов. И хотя это не поддельные новости как таковые, они не всегда следуют строгой объективности.

У профессионального политического контента есть две подкатегории: официальный контент, созданный политической партией, кандидатом или его командой, правительством или государственным учреждением; а также официальные документы или политические документы из аналитических центров с политической повесткой дня.

Первая подгруппа может быть идентифицирована из заявлений типа «политическая воля» (табл. 5.10). Вторая подгруппа представляет собой документы аналитического центра, похожие на содержание повестки политической партии.

* Запрещена на территории РФ.

Индикаторы политического контента

Послание и лингвистические особенности статьи	Источники и намерения	Структура
Качество сообщения: – PR кандидата или политической программы (повестки)	Источники контента: – нехватка источников или источники из политической программы (повестки)	Унифицированный указатель ресурса (URL): – сайт политической партии или государственного агентства
Контекст: – автор – не журналист	Независимость: – авторство за организацией или промоутером	Раздел «о нас»: – заявлены цели сайта

Для понимания распространения недостоверной информации в социальных сетях рассмотрим наиболее известные модели передачи слухов и фейков в социальных медиа. На изучение слухов большое влияние оказало изучение эпидемий, которые были основательно исследованы, начиная с конца 1920-х годов. Важной работой в этой области является модель SIR (восприимчивый – зараженный – выбывший/выздоровевший) В. Кермака и А. МакКендрика (Kermack, McKendrick, 1927). В модели SIR рассматривается популяция из N человек. В каждый момент времени каждый человек из этой популяции принадлежит одной из трех групп: в группе S (Susceptible) состоят все люди, которые еще не подверглись инфекции, затем по мере распространения вируса они переходят в группу инфицированных I (Infected), а затем – в группу R (Removed) (скончавшиеся от вируса либо выздоровевшие, которые повторно не заражаются). Очевидно, что полное число людей в популяции равно сумме численностей этих трех групп: $N = S + I + R$.

Существуют многочисленные производные от SIR-модели: SIRS («Susceptible – Infected – Recovered – Susceptible») – модель, учитывающая временный иммунитет; SEIR («Susceptible – Exposed – Infected – Recovered») – модель с инкубационным периодом; SIS («Susceptible – Exposed – Infected») – модель, не учитывающая приобретение иммунитета; MSIR (M – «maternally derived immunity») – модель с учетом новорождённых детей, приобретающих иммунитет внутриутробно.

Основываясь на модели SIR, В. Гоффман и В. Ньюилл предложили аналогию между распространением инфекционных заболеваний

и распространением информации (Goffman, Newill, 1964). Эта аналогия была формализована как модель Дейли – Кендалла (Daley, Kendall, 1964). Многие другие исследования были посвящены изучению так называемых эпидемических порогов, чтобы определить условия, при которых эпидемия перерастет в пандемию. А. Синх изменил модель SIR, учитывая скорость распространения слухов по степени распространения и получил в результате искомый порог слухов и масштаб их распространения (Singh, Singh, 2013). Кроме того, существует несколько других хорошо изученных моделей распространения слухов в социальных сетях: модель избирателя (Castellano et al, 2003), линейная пороговая модель (Kempe et al, 2003), модель независимого каскада (Tripathy et al, 2010).

Для контроля над слухами существуют три существующие схемы иммунизации: случайная иммунизация, таргетированная (адресная) иммунизация и иммунизация знакомых (друзей). Стратегия случайной иммунизации хорошо работает в однородных сетях, требуя иммунизации очень большой доли сети. Напротив, адресная иммунизация наиболее эффективна для предотвращения слухов в масштабных сетях (аналогично социальным сетям), однако для этого требуется информация о социальной сети. Стратегия иммунизации знакомых (друзей) эффективна как для масштабных свободных сетей, так и для сетей с бимодальным распределением степеней (Madar et al, 2004).

В связи с этим Ю. Бао с коллегами расширили SIR-модель и предложили новую модель распространения слухов (модель SPNR (Bao et al, 2015)), путем разделения «инфицированных» на два типа: положительно инфицированных (P) и отрицательно инфицированных (N). Анализируя процессы распространения, модель позволяет определить конкретные отношения и получить порог вспышки слухов, основанный на этих отношениях. Кроме того, модель позволяет определить жизненный цикл слухов и предлагает эффективную стратегию контроля слухов.

Модель SPNR значительно лучше описывает распространение слухов в социальных сетях, поскольку распространение слухов в социальных сетях сильно отличается от распространения вирусов. В процессе распространения слухов люди могут иметь два противоположных мнения относительно одного и того же слуха: некоторые люди верят слухам, в то время как некоторые другие люди не верят (так называемые анти-слухи).

Действительно, вера слухам (положительное инфицирование) и неверие слухам (отрицательное инфицирование) более точно передает распространение слухов в социальных сетях, создавая две категории: положительное состояние и отрицательное состояние, что отличается от одного зараженного состояния, используемого в классических моделях распространения эпидемии.

Авторы, предлагая модель SPNR (восприимчивый – положительно инфицированный – отрицательно инфицированный – выздоровевший), анализируют процесс распространения слухов, фиксируя порог вспышки слухов, скорость интервенции, на которую влияют устойчивые состояния, точку спада и жизненный цикл слухов (рис. 19).

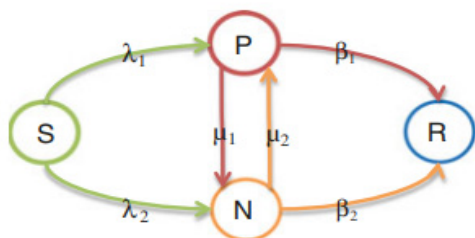


Рис. 19. Модель SPNR (Bao et al, 2015)

В предложенной авторами модели четыре состояния: восприимчивое $S(t)$, положительное зараженное $I_p(t)$, отрицательное зараженное $I_n(t)$ и восстановленное состояние $R(t)$. Модель распространения слухов может быть описана следующим образом:

1. Когда восприимчивый пользователь встречается с положительным распространителем, он превращается в положительного распространителя с вероятностью λ_1 . Когда восприимчивый пользователь встречается с отрицательным распространителем, он превращается в отрицательного распространителя с вероятностью λ_2 .

2. Когда положительный распространитель встречается с отрицательным, он превращается в отрицательного с вероятностью μ_1 . Если положительный встречается с выздоровевшим пользователем, он превращается в выздоровевшего пользователя с вероятностью β_1 .

3. Когда отрицательный распространитель встречается положительный распространитель, он превращается в положительный с вероятностью μ_2 . Если отрицательный распространитель встречается выздоровевшего пользователя, он превращается в выздоровевшего пользователя с вероятностью β_2 .

Авторы моделируют процесс распространения слухов на основе определения SPNR с помощью MATLAB и наблюдают за параметрами модели. Симуляция слухов в модели SPNR показала, что такие параметры, как уровень заражения, скорость распространения и уровень иммунизации играют решающую роль в распространении слухов. Кроме того, наиболее важными свойствами распространения слухов, по мнению авторов, являются: максимальное значение устойчивого состояния; точка снижения; жизненный цикл слухов. Поэтому необходимо рассмотреть, как уровень инфицирования, скорость передачи и уровень иммунизации влияют на вышеуказанные свойства распространения слухов путем моделирования.

Снижение положительного уровня заражения приводит к быстрому снижению максимального значения устойчивого состояния, однако это не помогает быстро достичь точки снижения и сокращение продолжительности жизни слухов. При уменьшении скорости отрицательного распространения максимальное значение устойчивого состояния резко уменьшается, но в то же время это неудачно сказывается на точке снижения и жизненном цикле слухов. При снижении уровня отрицательной иммунизации, продолжительность жизни слухов резко уменьшается, однако это не помогает быстро достигнуть точки снижения, а также снижения максимального значения устойчивого состояния.

В рамках эмпирического исследования авторы собрали большой массив данных с социальной сети Sina Weibo⁵⁵. Используя анализ настроений и ручного выбора для классификации слухов в микроблогах, были найдены 10 типичных слухов в 2013 году. Данные были сведены в таблицу, где каждому из 10 слухов был соответствующий столбец репостов с общим количеством ретвитов, вызванных слухом с указанием времени опубликования. Кроме этого, был также взят столбец «анти-

⁵⁵ Общее количество микроблогов – свыше 5 млн, количество ретвитов этих тем – более 0,9 млрд.

веры» с указанием времени появления первого ретвита сомневающегося в том, что это правда.

Проанализировав процесс распространения слухов, можно сделать следующие выводы: во-первых, в процессе распространения слухов только небольшое количество пользователей имеют большое количество репостов; во-вторых, лидеры общественного мнения (влиятельные блогеры) зачастую будут публиковать репост против слуха, понимая, что это фейк, и в таком случае оба микроблога будут иметь большое количество репостов.

Кроме того, для демонстрации предложенной модели авторы маркируют ретвиты красным или синим (рис. 20) в зависимости от анализа настроения (положительно заряженный, то есть верящий слуху и негативно заряженный, то есть не доверяющий слуху).

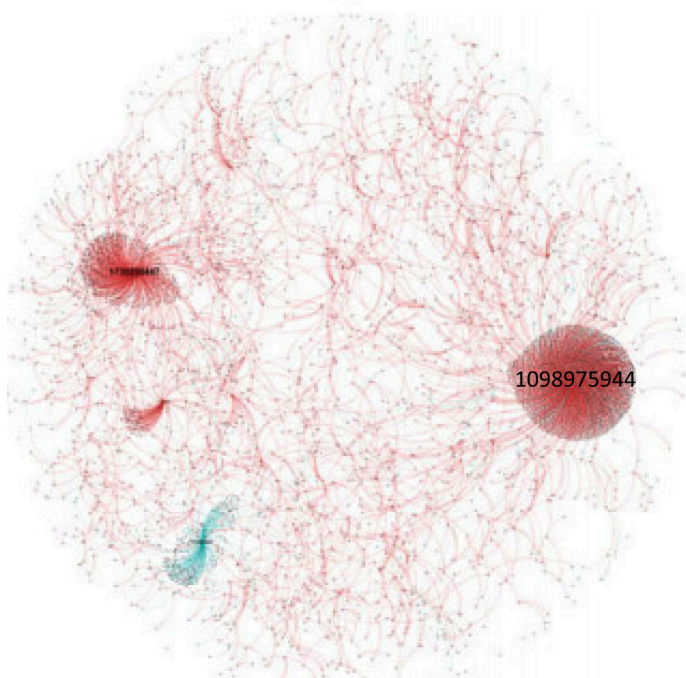


Рис. 20. Процесс распределения слуха

Проанализировав процесс распределения слуха, можно заключить, что, чем больше распространитель слуха имеет авторитет на своих пользователей, тем охотнее они осуществляют репосты; общественное мнение будет конструироваться этими репостами. Однако для того, чтобы осуществлять контроль слухов, необходимо сделать другого известного (авторитетного) пользователя (блогера) противодействующим слуху (неверующим в слух). Это внесет в конструирование более релевантного общественного мнения свой вклад. Визуализация распространения слуха на рисунке 20 помогает определить, что из них быстрее производит инфицирование (позитивное или негативное соответственно).

Таким образом, в ходе обзора информации из открытых источников нами проанализированы особенности появления фейков, связанных с новой коронавирусной инфекцией COVID-19, **предпринята попытка их классификации по следующим критериям: недостоверная информация о происхождении вируса, о реальности вируса (болезни) и о лекарствах от вируса.** На основе аннотирования зарубежных источников нами выделены индикаторы фейковой информации, на основе которых можно выстраивать распространяемую информацию о коронавирусе. Нами проведен обзор наиболее известных моделей распространения фейковой информации в социальных сетях и детально разобрана наиболее продуктивная модель SPNR, позволяющая как прогнозировать распространение недостоверной информации в социальных сетях, так и осуществлять ее контроль.

Компания Group-IB, специализирующаяся на кибер-преступлениях, на начало марта насчитала порядка 10 тысяч фейковых новостей⁵⁶ о коронавирусе. Большинство фейков были сгенерированы ботами и распространялись в социальных сетях и мессенджерах школьных чатов – групп, наиболее восприимчивых и подверженных паническим настроениям.

Т. Ли с коллегами (Le et al, 2019) попытались обнаружить различия в заголовках статей, написанных человеком и собранных или

⁵⁶ Истомина М., Болецкая К., Никольский А. В России массово распространяются фейки об эпидемии коронавируса // Ведомости. 2 марта 2020 года. URL: <https://www.vedomosti.ru/media/articles/2020/03/02/824255-epidemii-koronavirusa> (дата обращения: 10.11.2023)..

сгенерированных обученной машиной (на основе массивов профессиональных издательских сайтов, Твиттера*, добровольцев и студентов-журналистов). Это действительно является проблемой, так как новостной пост с кликбейтом получает больше внимания и комментариев, чем пост, не имеющий такой характеристики, и в более широком смысле рассматривается как нарушающий кодекс журналистской этики, несмотря на то что появляются специализированные сайты (подобно www.clickotron.com), генерирующие кликабельные заголовки на основе обученной нейронной сети. Кроме того, появляются также и регрессионные модели силы кликбейта и индикаторы определяющие кликбейт (Potthast et al, 2018).

* Запрещена на территории РФ.

6. ВЕРА В КОНСПИРОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ПРОИСХОЖДЕНИЯ COVID-19 И ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В СЕТЕВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Проблема психологического воздействия пандемии на личность и общество, в том числе последствий переживания угрозы заражения и вынужденного изменения образа жизни во время карантина, находит отражение в работах зарубежных и отечественных исследователей.

Поскольку новая коронавирусная инфекция «дебютировала» в Китае и странах Европы, зарубежные исследователи имели возможность накопить некоторый опыт изучения как симптоматики COVID-19, так и психологического состояния общества и информационного фона течения пандемии (Дейнека, Максименко, 2020). Одним из непосредственных эффектов переживания эпидемиологической угрозы, зафиксированных еще на первом этапе развития пандемии в Китае, стал рост симптомов посттравматического стресса, депрессии (Быховец, Коган-Лернер, 2020) и тревожных расстройств (Ahmeda et al, 2020). Национальные репрезентативные исследования, проведенные в различных странах, указывают на широкую распространенность дистресса в период пандемии COVID-19. Например, в Китае его симптомы к маю 2020 года отмечались у 35 % населения, в США – у 45 %, а в Иране – у 60 %⁵⁷.

Результаты эмпирических исследований состояния российского общества и его адаптации к пандемии, вызванной COVID-19, в научной и публицистической литературе освещаются с марта 2020 года. Уже в первый месяц самоизоляции был отмечен рост подавленности, тревоги, страха, паники, ухудшение сна, а также снижение количества тех, кто использует рационализацию или отрицание как защитные механизмы, при этом исследователи отмечали обращение россиян к религии, падение уровня конструктивного мышления и эмоционального совладания. Статистически значимо выросли показатели, свидетельствующие о повышении эзотерического мышления, наивного оптимизма и, на уровне

⁵⁷ UN Policy Brief: COVID-19 and the need for action on mental health, 2020. URL: <https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-05/UN-Policy-Brief-COVID-19-and-mental-health.pdf> (дата обращения 25.07.2020).

статистической тенденции, категоричности мышления (Ениколопов и др., 2020). Психологическими эффектами, спровоцированными эпидемической ситуацией у россиян, явились страх, апатия, ступор (Федосенко, 2020). Причем попытки справиться с тревогой по поводу негативных последствий пандемии посредством мысленного ухода от проблемы, использования «успокоительных», отрицания связаны с более низким уровнем удовлетворенности жизнью, а отказ от чтения новостей о пандемии мог усугубить ее негативные психологические последствия (Рассказова и др., 2020; Тхостов, Рассказова, 2020). Ряд исследователей, опираясь на проведенные среди психологов экспертные опросы, справедливо подчеркивают наличие противоречий интересов разных групп населения (Нестик, 2020), порождение негативных тенденций в отношениях между ними (Ушаков и др., 2020). В частности, анализ социально-психологических механизмов влияния пандемии на личность и общество позволил выделить разнонаправленные тенденции: с одной стороны, солидаризацию общества перед общей угрозой, а с другой – рост веры в опасность насаждения авторитарных установок, снижение социального доверия, стигматизацию и обострение межгрупповой напряженности (Нестик, 2020). В социальных сетях эти эффекты наблюдались и в типах реакций интернет-пользователей при обсуждении разразившегося кризиса⁵⁸, и на уровне сетевых сообществ в целом (Ковалева, Журавлев, 2020).

Репрезентативные опросы россиян, проводившиеся отечественными социологическими агентствами, зафиксировали всплеск страхов заражения коронавирусом в конце марта – начале апреля 2020 года⁵⁹, который постепенно стал уступать место тревоге по поводу экономических последствий карантина⁶⁰. Так, по данным ВЦИОМ, с марта

⁵⁸ Черкашина А. О копинг-стратегиях во времена COVID-19. 2020. 28 мая. URL: [https://www.facebook.com/anastasia.cherkashina.1/posts/2984238751630133?__cft__\[0\]=AZU5mT_4EcG8lnc6yDnei_lh2xosUMANMkLdNHOJz0qNDfvyLHvPP6IzEqHT_y70jF4ajkdaUORRmmjGsZNH2vbBAsCo5AQLKv9J_dGJ1X--LqjwBoHUiWKCx3F0H-KGgllg&__tn__=%2C0%2CP-R](https://www.facebook.com/anastasia.cherkashina.1/posts/2984238751630133?__cft__[0]=AZU5mT_4EcG8lnc6yDnei_lh2xosUMANMkLdNHOJz0qNDfvyLHvPP6IzEqHT_y70jF4ajkdaUORRmmjGsZNH2vbBAsCo5AQLKv9J_dGJ1X--LqjwBoHUiWKCx3F0H-KGgllg&__tn__=%2C0%2CP-R) (дата обращения: 15.05.2020).

⁵⁹ Исследование социальных эффектов пандемии COVID-19. Сводка#12. 26.05.2020. М.: ЦСП «Платформа», 2020. URL: <https://pltf.ru/2020/05/26/omi-i-platforma-sociologija-krizisa-3/> (дата обращения: 27.05.2020).

⁶⁰ Социология пандемии. Проект CoronaФОМ. URL: <https://covid19.fom.ru> (дата обращения: 18.05.2020).

по июль 2020 года число опасующихся заразиться коронавирусом снизилось на 20%⁶¹. Помимо динамики страхов, были отмечены существенные региональные различия в их уровне. В частности, наибольшая обеспокоенность в связи с распространением COVID-19 в апреле 2020 года была зафиксирована в Забайкальском крае, Псковской области, Оренбургской области, Нижегородской области, Волгоградской области, Бурятии, Москве, ХМАО, Новосибирской и Тюменской областях. Напротив, в таких регионах как Санкт-Петербург, Приморский край, Кабардино-Балкария, Ямало-Ненецкий автономный округ, Хабаровский край, а также Иркутская, Новосибирская, Ростовская и Омская области уровень эпидемиологических страхов был значительно ниже⁶².

Распространение пандемии в России и зарубежом сопровождалось всплеском (Deroux et al, 2020) конспирологических теорий⁶³. Исследователями была обнаружена связь между обращением интернет-пользователей к социальным сетям в качестве источника информации и уровнем их подверженности вере в конспирологические теории (Arlington et al, 2020), а также переживаемого стресса (Vagua et al, 2020). Во время эпидемий социальные сети преимущественно используются для аффективного совладания с ситуацией через выражение тревоги и гнева, а также для взаимной поддержки. При этом отмечается недостаточное использование властями этого канала для коммуникации с гражданами во время пандемии (Кубрак, Латынов, 2020). Напротив, уровень доверия к властям, ученым и официальным СМИ был одним из факторов, поддерживающим жизнеспособность личности

⁶¹ Федоров В. Общественные настроения в России в ситуации коронакризиса. ВЦИОМ, 2020. URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2020/2020-06-16_Lenskii_klub.pdf (дата обращения: 20.6.2020).

⁶² Индекс страха: меньше всего COVID-19 боятся в Петербурге, на Кавказе и в Сибири. Росгосстрах Жизнь. 2020.27 апр. URL: <https://rgsl.ru/news/indeks-strakha-menshe-vsego-covid-19-boyatsya-v-peterburge-na-kavkaze-i-v-sibiri/> (дата обращения: 20.6.2020).

⁶³ Архипова А., Буркова В., Година Е., Лебедева Л., Михель Д., Паутова Л., Садыков Р., Христофорова О. Страхи и мифология пандемии: как меняются обыденные представления и практики людей // КоронаФОМ. 2020. 7 июля. URL: <https://covid19.fom.ru/post/strahi-i-mifologiya-pandemii-kak-oni-menyayut-obydennye-predstavleniya-i-praktiki-lyudej> (дата обращения: 09.07.2020).

в условиях пандемии и готовность соблюдать правила предосторожности, рекомендуемые врачами (Нестик, 2020).

Распространение конспирологических теорий происхождения COVID-19, их негативное влияние не только на субъективное благополучие личности, но и на санитарно-эпидемиологическую обстановку, делает актуальной задачу прояснения психологических предпосылок конспирологических убеждений. Среди личностных характеристик интернет-пользователей, связанных с верой в конспирологические теории пандемии, можно выделить избегание неопределенности, импульсивность, религиозность, авторитаризм правого толка, веру в интуицию и низкую рефлексивность (Alperatel, 2020), ориентацию на социальное доминирование и консервативные политические установки (Lobato et al, 2020), национальный нарциссизм (Sternisko et al, 2020). Эти же или близкие к ним по смыслу личностные характеристики являются предпосылками общей конспирологической ориентации личности, хотя вопрос о ее личностных детерминантах остается открытым (Goreis, Voracek, 2019).

Чтобы прояснить социально-психологические предпосылки веры в конспирологические теории пандемии COVID-19, а также выявить связи между отношением к пандемии и вовлеченностью личности в использование социальных сетей, мы провели два исследования, описание и результаты которых будут представлены ниже.

Исследование 1. Социально-психологические предпосылки веры в конспирологические теории происхождения пандемии

В *задачи* первого исследования входило изучение социально-психологических предпосылок веры личности в конспирологические теории происхождения пандемии. Мы предположили, что убеждение в искусственном происхождении COVID-19 связано с социальным цинизмом в представлениях об обществе, ориентацией на консервативные ценности, а также с верой в справедливость мира.

Схема проведения исследования. Данные собирались через онлайн-опрос с помощью сервиса Survey Monkey с 18 марта по 20 апреля 2020 года. Респонденты рекрутировались путем размещения ссылки на исследование в социальных сетях и не получали вознаграждения.

Для повышения достоверности результатов было выставлено ограничение с целью отсекания анкет, которые заполнялись слишком быстро (менее 40 минут) и, таким образом, могли быть некачественными.

Выборка. В исследовании приняли участие 668 человек (78,2 %, из которых женщины в возрасте от 17 до 80 лет ($M = 30$; $SD = 12,7$)), география опроса охватывала разные регионы России.

Методы исследования. Для измерения конспирологической ориентации, а также других характеристик отношения к пандемии использовался разработанный Т.А. Нестиком опросник «Отношение к эпидемиологической угрозе». В ходе апробации методики из первоначальных 80 утверждений было оставлено 38, степень согласия или несогласия с которыми респондентам предлагалось оценить по 5-балльной шкале. Апробация опросника на выборке $N = 1462$ показала хорошую согласованность 10 шкал, состав которых подтвержден конфирматорным факторным анализом ($X^2 = 1576,712$; $df = 536$; $CMIN/DF = 2,942$; $p < ,001$; $RMR = ,070$; $CFI = ,953$; $RMSEA = ,036$; $Hi\ 90 = ,039$; $PCLOSE = 1$). В число измеряемых нами аффективных компонентов отношения личности к пандемии вошли тревога по поводу пандемии (4 утверждения, α -Кронбаха = 0,801; $M = 3,13$; $SD = 0,948$; пример утверждений: «Когда я задумываюсь о последствиях эпидемии COVID-19, мне становится страшно») и социальный оптимизм в отношении исхода пандемии (4, α -Кронбаха = 0,837; $M = 3,50$; $SD = 1,018$; пример: «Руководство нашей страны предпринимает достаточные усилия для сдерживания пандемии»). В число когнитивных компонентов вошли самоэффективность (4, α -Кронбаха = 0,779; $M = 3,44$; $SD = 0,912$; «Бессмысленно надевать маску или отсиживаться дома – если суждено заболеть, то этого не избежать»), вера в конспирологические теории пандемии (3, α -Кронбаха = 0,831; $M = 2,86$; $SD = 1,113$; «Вирусы, подобные COVID-19, создаются искусственно»; «Причиной пандемии являются чьи-то экономические или политические интересы»; «Шумиха в СМИ по поводу COVID-19 используется для отвлечения внимания общества от более важных проблем»); вера в эффективность вакцинации (3, α -Кронбаха = 0,776; $M = 3,33$; $SD = 1,025$; пример: «Прививка – надежное средство против инфекционных заболеваний»); дескриптивные нормы, то есть вера в готовность окружающих соблюдать правила предосторожности

(3, α -Кронбаха = 0,652; M = 2,44; SD = 1,57; «В случае эпидемии большинство людей не станут сообщать о том, что они заболели, чтобы не оказаться на карантине»); поддержка жестких мер сдерживания (4, α -Кронбаха = 0,752; M = 2,65; SD = 0,965; «Только железная дисциплина может спасти общество от серьезной эпидемии»). Из поведенческих компонентов измерялось физическое дистанцирование и мизофобия (4 пункта, α -Кронбаха = 0,837; M = 3,50; SD = 1,018; «Я боюсь пользоваться общественным транспортом, так как там легко заразиться»), интерес к новостям о пандемии (3, α -Кронбаха = 0,761; M = 3,30; SD = 0,976; «Я стараюсь быть в курсе новостей о развитии эпидемии»), ориентация на помощь другим во время эпидемии (5 пунктов, α -Кронбаха = 0,739; M = 3,31; SD = 0,790; «Я готов предложить помощь пожилым людям, заболевшим во время эпидемии»).

Для измерения выраженности консервативных ценностей использовался «Опросник моральных оснований» (Moral Foundations Questionnaire, MFQ) Дж. Хайдта в адаптации О. А. Сычева. Для измерения социального цинизма использовался опросник «Социальные аксиомы» (Social Axioms Survey, SAS) М. Бонда и К. Леонга в адаптации А. Н. Татарко и Н. М. Лебедевой. Для измерения веры в справедливость мира применялась шкала «Вера в справедливый мир» К. Далберт в адаптации С. К. Бочавер, М. Б. Подлипняк и А. Ю. Хохловой. Кроме того, для измерения доверия к социальным институтам респондентам предлагалось оценить по пятибалльной шкале свое доверие правительству, СМИ, российским медработникам и Всемирной организации здравоохранения (α -Кронбаха = 0,720). Также в анкету был включен ряд других показателей, не относящихся к данному исследованию.

Результаты исследования

Как показали результаты линейного регрессионного анализа (N = 668; R = 0,542; R² = 0,294; F = 28,274; p < 0,001), предикторами веры в конспирологические теории происхождения COVID-19 оказалось низкое доверие к социальным институтам (β = -0,268) и социальный цинизм (β = 0,163), низкая самооффективность (β = -0,192), низкий интерес к официальным новостям о пандемии (β = -0,163), вера в справедливый мир (β = 0,148), а также ориентация на консервативные моральные основания лояльности к своей группе (β = 0,159)

и уважения к авторитетам ($\beta = 0,133$). Таково сочетание характеристик, которые можно назвать «синдромом конспиролога» в условиях пандемии COVID-19 (табл. 6.1).

Таблица 6.1

*Социально-психологические предикторы веры
в конспирологические теории пандемии
(N = 668)*

Предикторы	B	S.E.	β	t	p
(Константа)	3,22	0,371		8,675	***
Общая вера в справедливый мир	0,149	0,048	0,148	3,129	0,002
Доверие к социальным институтам	-0,336	0,055	-0,268	-6,133	***
Самозффективность: вера в способность защитить от COVID-19 себя и близких, оказать влияние на ход эпидемии и ее последствия	-0,324	0,07	-0,192	-4,64	***
Интерес к новостям о пандемии	-0,182	0,045	-0,163	-4,001	***
Социальный цинизм (SAS)	0,23	0,059	0,163	3,907	***
Лояльность к своей группе (MFQ)	0,044	0,014	0,159	3,024	0,003
Уважение к авторитетам (MFQ)	0,036	0,015	0,133	2,392	0,017

Примечание. *** – $p < 0,001$.

В ходе корреляционного анализа была обнаружена негативная связь веры в конспирологические теории с тревогой по поводу пандемии ($r = -0,131$, $p = 0,001$) и верой в эффективность вакцинации ($r = -0,200$, $p < 0,001$).

Обнаруженная нами связь конспирологических убеждений с низкой самозффективностью и верой в справедливый мир, по-видимому, указывает на одну из важнейших психологических функций конспирологии – защиту непротиворечивой, логичной картины мира в условиях высокой неопределенности. Как неоднократно уже отмечалось, в ситуации неконтролируемой опасности люди склонны искать могущественного врага, которому можно приписать причины происходящего, повышая тем самым свою самооценку и воспринимаемый уровень контроля над ситуацией (Нестик, Журавлев, 2018; Sullivan et al, 2010). По-видимому, веру в искусственное происхождение COVID-19 можно рассматривать как компенсаторный механизм, восстанавливающий чувство контроля

и безопасности в условиях пандемии. Учитывая, что большинство участников исследования являлись пользователями социальных сетей, низкий интерес к новостям о пандемии и склонность недооценивать ее опасность могут объясняться эффектом подтверждения первоначального мнения и стремлением к самонепротиворечивости, когда человек избегает официальных новостей о коронавирусе, но при этом оказывается в «эхо-камере», информационном пузыре из источников информации, которые соответствуют уже выбранной позиции по отношению к происходящему.

В обнаруженном нами «синдроме конспиролога» эти черты сочетаются с ориентацией на консервативные ценности (моральные основания лояльности к своей группе и уважения к авторитетам), низким институциональным доверием и социальным цинизмом, то есть с убеждением в несправедливом устройстве общества. Полученные нами данные согласуются с другими исследованиями, где была обнаружена связь конспирологических убеждений с переживанием рисков как угрозы моральным устоям и сплоченности группы (Leone et al, 2019), а также чувством социальной несправедливости (van Prooijen, 2011).

Исследование 2. Динамика установок россиян в отношении пандемии в период снижения остроты эпидемиологической ситуации

Цель второго исследования заключалась в выявлении динамики отношения интернет-пользователей к пандемии коронавируса во время снятия карантинных мер и снижения остроты эпидемиологической ситуации в России в конце мая – начале июня 2020 года. Основная гипотеза исследования состояла в том, что на фоне спада пандемии, вызванной COVID-19, снизится уровень панических настроений, поиска врага, недоверия властям и согражданам. Кроме того, было выдвинуто предположение, что у более вовлеченных в общение посредством социальных сетей панические настроения и недоверие руководству страны проявляются в большей степени.

Схема проведения исследования. Данные собирались через сервис Toloka.Yandex.ru в течение двух недель (с 31 мая по 10 июня 2020 года

с наибольшим количеством ответов 2 и 9 июня 2020 года). Для повышения достоверности результатов было выставлено ограничение с целью отсека анкет, которые заполнялись слишком быстро (менее 40 минут), поэтому могли быть некачественными.

Выборка. В исследовании приняли участие 986 человек (56,9 % мужчины, 43,1 % женщины) в возрасте от 18 до 76 лет ($M = 36,63$; $SD = 10,2$). География опроса охватывала разные регионы России и включала жителей Москвы – 9,8%, городов-миллионников (за исключением Москвы) – 34,5%, областных центров регионов (с населением менее 1 млн чел.) – 27,2% и районных центров – 25,2%.

Методы исследования. В качестве основного инструмента исследования использовалась сокращенная версия анкеты, разработанной Т. А. Нестиком для измерения отношения к пандемии и оценки доверия к представителям различных социальных групп (Приложение 1). Использованный вариант включал 34 утверждения, оцениваемых по пятибалльной шкале ответов Лайкерта. При этом за счет добавления к шкале самооффективности утверждений, отражающих скептическое отношение к угрозе коронавируса, была сформирована новая шкала ковид-диссидентства (4, α -Кронбаха = 0,731; $M = 2,85$; $SD = 0,940$; примеры утверждений: «Опасность эпидемий, подобных COVID-19, явно преувеличена»; «Бессмысленно надевать маску или отсиживаться дома – если суждено заболеть, то этого не избежать»).

Для измерения интенсивности использования социальных сетей применялся опросник «Вовлеченность в сетевые коммуникации», состоящий из 10 утверждений, с которыми требовалось выразить степень согласия/несогласия по пятибалльной шкале (например, «Я предпочитаю использовать социальные сети, а не смотреть телевизор», «Я слежу за действиями, мгновенными событиями, популярными видео и трендами в социальных сетях»). Надежность опросника подтверждена коэффициентом α -Кронбаха = 0,864. Опрос предполагал заполнение демографической справки.

Обработка данных включала анализ значимых различий по непараметрическому критерию Манна–Уитни, корреляционный анализ по критерию Спирмена с помощью статистического пакета SPSS 20.0, а также структурное моделирование в программе Amosv.22.

Результаты исследования

Отношение к пандемии (описательные статистики). Как показывает анализ значимых различий по критерию Манна – Уитни (табл. 6.2), по сравнению с мартом-апрелем 2020 года, в первой декаде июня 2020 года отмечается рост уровня конспирологической ориентации: значительно выше оказалась вера в искусственное происхождение вируса, а также представление о том, что пандемия – результат чьей-то ошибки ($p < 0,001$). Кроме того, снизилась поддержка жестких мер для пресечения распространения ложных сообщений, выявления заболевших и соблюдения карантина ($p < 0,001$). Выросло скептическое отношение к вакцинации, убеждение в том, что прививки часто вызывают побочные эффекты ($p < 0,001$; $M = 3,16$, $SD = 1,21$). С одной стороны, отмечается снижение мизофобии, боязни заражения в публичных местах и оценки опасности COVID-19, с другой – укрепляется убеждение в том, что в ближайшие 20 лет эпидемии, подобные COVID-19, будут повторяться ($p < 0,001$; $M = 3,63$, $SD = 0,92$).

Интернет-пользователи, опрошенные на исходе объявленных в России нерабочих дней и режима ограничения передвижения, еще больше уверены в том, что большинство россиян не доверяют официальной информации о количестве зараженных ($p = 0,045$; $M = 3,68$, $SD = 1,03$).

На фоне самоизоляции снизилась оценка усилий руководства страны по сдерживанию пандемии и вера в то, что ученые смогут создать необходимое для лечения новой болезни лекарство ($p < 0,001$), укрепилась вера в то, что надеяться надо на себя и своих близких ($p = 0,004$).

Таблица 6.2

*Сравнение результатов опроса россиян в марте-апреле и июне 2020 года
(приведены только высоко значимые различия)*

№	Утверждения	Март (N = 668)		Июнь (N = 978)		P
		M	σ	M	σ	
1	Вирусы, подобные COVID-19, создаются искусственно с какой-то целью	2,65	1,10	2,88	1,27	0,001
4	С помощью эпидемий богатые регулируют численность бедных	2,10	1,00	2,28	1,23	0,001

Окончание табл. 6.2

№	Утверждения	Март (N = 668)		Июнь (N = 978)		P
		М	σ	М	σ	
2	Вспышка эпидемии – это, как правило, результат чьей-то ошибки	2,90	1,1	3,24	1,16	0,000
19	Опасность эпидемий, подобных COVID-19, явно преувеличена	2,81	1,1	3,03	1,22	0,001
29	Бессмысленно надевать маску или отсиживаться дома – если суждено заболеть, то этого не избежать	2,10	1,02	2,40	1,32	0,002
21	Эпидемии представляют опасность только для людей с ослабленным здоровьем	2,61	1,05	2,79	1,25	0,001
28	Прививки от гриппа могут нанести больше вреда, чем пользы	2,62	1,10	2,79	1,27	0,001
27	Прививки часто вызывают побочные эффекты	2,93	1,01	3,16	1,21	0,001
25	Руководство нашей страны предпринимает достаточные усилия для сдерживания пандемии.	3,06	1,13	2,79	1,28	0,001
26	В случае глобальной эпидемии врачи смогут создать необходимое лекарство	3,55	0,90	3,34	1,03	0,001
30	Если я заболею в ходе эпидемии, то смогу надеяться только на себя и своих близких	3,20	1,10	3,33	1,30	0,004
12	Большинство россиян не станут верить официальной информации о числе заболевших и умерших во время эпидемии	3,60	1,10	3,68	1,03	0,045
33	Я боюсь приходить на прием в поликлинику, чтобы не заразиться	3,43	1,25	3,25	1,35	0,002
32	Я боюсь пользоваться общественным транспортом, так как там легко заразиться	3,33	1,21	3,11	1,35	0,003
3	Эпидемии – это кара Господня	1,82	1,00	1,68	1,02	0,049
18	В ближайшие 20 лет эпидемии, подобные COVID-19, будут повторяться	3,40	0,90	3,63	0,92	0,001
13	За нарушение карантина нужно наказывать тюремными сроками	2,42	1,1	2,08	1,19	0,000
15	Нужно раскрывать информацию об истории передвижений и контактах заболевших, даже если это нарушает их право на неприкосновенность частной жизни	3,20	1,21	2,87	1,36	0,000
16	Чтобы не допустить паники, нужно пресекать распространение новостей, отличающихся от официальной информации и рекомендаций ВОЗ	3,45	1,2	3,06	1,33	0,000

Результаты анализа значимых различий по критерию Манна – Уитни показали, что чем старше были респонденты, тем больше среди них было сторонников конспирологических и фаталистических теорий происхождения пандемии («Вирусы, подобные COVID-19, создаются искусственно с какой-то целью» ($p < 0,001$); «Эпидемии – это кара Господня» ($p < 0,001$); «С помощью эпидемий богатые регулируют численность бедных» ($p < 0,01$)). Тех, кто полагал, что пандемия вызвана случайностью или естественным процессом мутаций ($p < 0,01$), оказалось меньше.

Анализ данных показал: женщины значимо больше верят в теории заговора и чаще соглашаются с тем, что «вирусы создаются искусственно с какой-либо целью» ($p < 0,05$), а также что «вспышка эпидемии – это результат чьей-либо ошибки» ($p < 0,05$). Среди мужчин оказалось больше скептиков, которые согласны с тем, что «во время эпидемий информация о количестве зараженных будет намеренно искажаться, чтобы не сеять панику» ($p < 0,05$), и что «шумиха в СМИ по поводу COVID-19 используется для отвлечения внимания общества от более важных проблем» ($p < 0,05$). Мужчины чаще соглашались с тем, что «фармацевтические компании специально задерживают выпуск некоторых лекарств, чтобы в дальнейшем они стоили дороже» ($p < 0,05$).

Фактор вовлеченности в сетевое общение и отношение к пандемии. Вопреки ожиданиям нами не было обнаружено прямой связи между вовлеченностью в социальные сети и конспирологическими убеждениями. Вместе с тем результаты структурного моделирования ($X^2 = 2,372$; $df = 2$; $CMIN/DF = 1,186$; $p = ,305$; $RMR = ,010$; $CFI = ,999$; $GFI = ,999$; $RMSEA = ,014$; $Hi\ 90 = ,067$; $PCLOSE = ,831$) позволили подтвердить пригодность путевой модели, в которой вовлеченность в социальные сети повышает институциональное доверие, но при этом усиливает тревогу по поводу пандемии. В свою очередь, тревога повышает веру в конспирологические теории. Доверие к социальным институтам, напротив, снижает как конспирологическую ориентацию, так и установки, характерные для ковид-диссидентства (табл. 6.3).

Таблица 6.3

Связь вовлеченности в сетевое общение с институциональным доверием и отношением к пандемии (регрессионные веса путевой модели, полученной в результате структурного моделирования, N = 986)

Зависимые переменные		Предикторы	B	S.E.	C.R.	β	P
Институциональное доверие	<---	Вовлеченность в сетевое общение	0,092	0,033	2,808	0,089	0,005
Ковид-диссидентство	<---	Институциональное доверие	-0,349	0,035	-10,094	-0,307	***
Тревога по поводу пандемии	<---	Вовлеченность в сетевое общение	0,213	0,041	5,243	0,158	***
	<---	Институциональное доверие	0,237	0,042	5,669	0,180	***
	<---	Ковид-диссидентство	-0,217	0,037	-5,92	-0,187	***
Вера в конспирологические теории COVID-19	<---	Институциональное доверие	-0,161	0,031	-5,241	-0,158	***
	<---	Ковид-диссидентство	0,367	0,027	13,599	0,410	***
	<---	Тревога по поводу пандемии	0,191	0,023	8,334	0,247	***

Результаты корреляционного анализа показывают, что среди тех, кто предпочитает социальные сети официальной информации (телевидение, радио, печать), статистически значимо больше респондентов, характеризующихся низким социальным и институциональным доверием. У них больше выражено негативное отношение к руководству страны, и они не считают достаточными усилия, которые предпринимаются властью для сдерживания пандемии ($r = -0,230$, $p < 0,001$), не верят в возможности отечественной медицины ($r = -0,200$, $p < 0,001$), а также не надеются на себя и своих близких в ситуации заболевания ($r = -0,190$, $p < 0,001$). Кроме того, среди них больше тех, кто не только не доверяет официальной информации об эпидемической ситуации ($r = 0,140$, $p < 0,001$), но также не доверяет согражданам, приписывая им возможные факты сокрытия информации о болезни из-за боязни оказаться на карантине ($r = 0,130$, $p < 0,001$), и проецируют свое недоверие официальной статистике по заболеваемости на большинство россиян ($r = 0,180$, $p < 0,001$).

Наблюдаемый нами в марте-июня 2020 года рост конспирологических убеждений сопровождался снижением доверия к окружающим и социальным институтам, что подтверждается и репрезентативными социологическими опросами⁶⁴. Противоречивая информация о коронавирусе в СМИ, кажущиеся непоследовательными решения федеральных и региональных властей – все это повышало уровень неопределенности, подталкивая к поиску простых объяснений происходящего. В связи с этим работа по поддержанию доверия населения социальным институтам в период ковид-кризиса должна опираться как на конкретные действия по контролю ситуации (Дейнека, Забелина, Виноградов, 2020), так и на психологически грамотную политическую коммуникацию (Кубрак, Латынов, 2020).

Полученные нами данные хорошо согласуются с результатами других исследований, в которых было отмечено снижение критического мышления, обращение к эзотерике и религии в период самоизоляции (Дейнека, Максименко, 2020). Результаты структурного моделирования указывают на то, что в этих процессах важную роль играет тревога по поводу пандемии. Известно, что приверженность конспирологическим теориям растет в условиях тревоги, дистресса и чувства уязвимости (Srol et al, 2020). Именно в мае-июне 2020 года страх заражения стал уступать место тревоге по поводу экономических последствий пандемии. Связь конспирологических убеждений с неверием в возможность защитить себя от заражения, выявленная нами в первом исследовании, подтвердилась. Характерные для ковид-диссидентства недооценка угрозы заражения и признание невозможности его контролировать оказались тесно связанными с конспирологической ориентацией.

Важным результатом исследования является вывод о том, что вовлеченность в сетевые коммуникации сама по себе не усиливает веру в конспирологические теории COVID-19, но повышает тревогу, для совладания с которой при низком доверии к социальным институтам используется поиск врага и объяснительные схемы, продиктованные социальным цинизмом. У нас не было возможности соотнести ответы

⁶⁴ Исследование социальных эффектов пандемии COVID-19. Сводка#12. 26.05.2020. М.: ЦСП «Платформа», 2020. URL: <https://pltf.ru/2020/05/26/omi-i-platforma-sociologija-krizisa-3/> (дата обращения: 27.05.2020).

респондентов с кругом групп и блогеров, на которые они подписаны в социальных сетях, но можно предположить, что низкий уровень социального доверия является одним из ключевых факторов замыкания интернет-пользователей в «информационных пузырях», усиливающих конспирологические убеждения.

Таким образом, нами обнаружена связь конспирологических убеждений с верой в справедливый мир, низкой самоэффективностью, ориентацией на моральные основания лояльности к своей группе и уважения к авторитетам, низким институциональным доверием и социальным цинизмом. Полученные данные позволяют сделать вывод о том, что веру в искусственное происхождение COVID-19 можно рассматривать как компенсаторный механизм, восстанавливающий чувство контроля и безопасности в условиях пандемии.

По сравнению с мартом-апрелем 2020 года, в мае-июне 2020 года значительно повысился уровень веры пользователей социальных сетей в конспирологические теории происхождения пандемии, выраженность недоверия к системе здравоохранения и скептического отношения к вакцинации; снизилась боязнь заражения, но возросли опасения повторения эпидемий.

Показано, что вовлеченность в сетевые коммуникации повышает тревогу в отношении последствий коронакризиса, которая в свою очередь усиливает поиск конспирологических объяснений происходящего. Среди тех, кто предпочитает получать информацию из социальных сетей, а не из источников официальной информации (телевидение, радио), оказался ниже уровень доверия правительству, отечественной медицине и согражданам, а также ниже уверенность в возможности справиться с кризисом собственными силами.

Фактор возраста проявился более высокой тревогой и страхом заболеть, а также большей подверженностью вере в конспирологические теории у респондентов более старшего возраста. Фактор пола оказался слабее, но все же проявился в более выраженных страхах и осторожности в условиях пандемии у женщин, и более выраженном недоверии институтам политики и экономики у мужчин.

В заключение хотелось бы обратить внимание на некоторые перспективные направления исследований социально-психологических

механизмов формирования конспирологических установок во время пандемии и других глобальных кризисов. Во-первых, заслуживает более пристального внимания задача разграничения психологических функций мифов, призванных объяснить происхождение и распространение угрозы, и собственно конспирологических теорий, которые связывают ее с тем или иным врагом⁶⁵. Во-вторых, чрезвычайно перспективным представляется выявление предпосылок конспирологических убеждений в отношении разных глобальных рисков: пандемии, изменения климата, финансовых кризисов, терроризма, техногенных катастроф. Наконец, все более важное практическое значение приобретает выявление закономерностей динамики приверженности конспирологическим теориям на разных стадиях пандемии, в том числе при переходе к вакцинированию населения.

⁶⁵ *Архипова А., Буркова В., Година Е., Лебедева Л., Михель Д., Паутова Л., Садыков Р., Христофорова О.* Страхи и мифология пандемии: как меняются обыденные представления и практики людей // КоронаФОМ.2020. 7 июля. URL: <https://covid19.fom.ru/post/strahi-i-mifologiya-pandemii-kak-oni-menyayut-obyedennye-predstavleniya-i-praktiki-lyudej> (дата обращения: 09.07.2020).

7. ОТНОШЕНИЕ К ПАНДЕМИИ COVID-19 И ОТРАЖЕНИЕ ВРЕМЕНИ

Ситуация, вызванная пандемией COVID-19, стала беспрецедентной во многих смыслах. Помимо психологического и социального напряжения, связанного с запретительными мерами и страхом заболевания, сложившееся положение серьезно повлияло на экономическую обстановку в стране и может описываться как экономический кризис. В психологии времени известны работы, свидетельствующие об изменении субъективного переживания и отношения ко времени в периоды кризисов. Однако исследований отношения ко времени в период пандемии COVID-19 не удалось обнаружить. Тем не менее, выявленные факты обогащают науку эмпирическими данными по этому вопросу и позволяют говорить об эффективных подходах к коррекции негативных психологических состояний во время подобных ситуаций. Результаты эмпирических данных взаимосвязи переживания личностью ситуации пандемии и ее отношения ко времени могут быть полезны для исследования и коррекции негативных психологических состояний, возникающих у людей на фоне эпидемий и экономических кризисов.

Ранее было замечено, что ход времени (скорость, целостность, продолжительность, модальность событий) может субъективно отличаться от хронологического в зависимости от характеристик переживаемой ситуации, психоэмоционального состояния человека, его типологических особенностей и других факторов.

Ситуация, субъективно переживаемая как трудная, характеризуется новизной, неожиданностью и несвязанностью с системой ценностей и мировоззрением личности (Нуркова, Василевская, 2003). Эти неожиданные изменения представляются как угроза личностной идентичности в перспективе ожидаемого будущего, то есть приводят к деформации временной перспективы личности. Утрата определенности ведет к дезориентации в целях и возникновению тревожности (Salekl, 2004). Эмоции, сопровождающие трудную ситуацию, также могут влиять на особенности психологического времени личности. Современные исследования показывают, что восприятие событий как страшных увеличивает уровень

возбуждения, что, в свою очередь, ускоряет систему внутренних часов, лежащую в основе представления времени (Zhou et al, 2016).

В психологической науке представлены данные о трансформации психологического времени в трудных жизненных ситуациях. В частности, исследуются особенности психологического времени (Наумова, 1997) в ситуациях экономических кризисов (Горшков, Тихонова, 2013). Исследование К. Муздыбаева (Муздыбаев, 2000), проведенное в конце 90-х в России, показало, что в период после распада СССР и после дефолта 1998 года временная перспектива у большей части респондентов была сильно сокращена или не определена. Значительное количество опрошенных автором испытывали временную дезориентацию (превалировала ориентация на прошлое и неопределенность временной ориентации); настоящее время оценивалось как исключительно негативный процесс, а прошлое – как позитивный.

Ситуация, вызванная пандемией COVID 19, может рассматриваться как кризисная и вызывать изменение отдельных компонентов психологического времени, в том числе отношения ко времени. С другой стороны, отношение ко времени само по себе может быть ресурсом, помогающим совладать с кризисной ситуацией. Поскольку данный вопрос еще мало изучен в науке, наше исследование нацелено на частичное восполнение этого пробела.

В исследовании были поставлены следующие вопросы:

1. Как ситуация «второй волны пандемии» эмоционально отражается в восприятии респондентов по сравнению с событиями прошлого и будущего?

2. Отличается ли отношение к прошлому, настоящему и будущему у людей, в разной степени оценивающих опасность пандемии COVID-19? С чем связаны данные различия?

3. Как связано отношение ко времени и отношение к пандемии COVID-19 (обеспокоенность распространением вируса, оценкой опасности вируса, ощущением влияния на жизнь)? Является ли отношение к прошлому, настоящему и будущему предиктором отношения к пандемии COVID-19?

Цель исследования – выявить связь отношения к пандемии COVID-19 и отношения ко времени (к прошлому, настоящему, будущему) на российской выборке.

Методы исследования. Для определения отношения к будущему, настоящему и прошлому в исследовании использовалась «Шкала отношения ко времени», разработанная Дж. Наттином (2004). Техника основана на методе семантического дифференциала Ч. Осгуда и представляет биполярные пары прилагательных, где одна ось имеет положительное отношение, а другая – противоположное – отрицательное отношение. Респондентов просят определить свое отношение ко времени (прошлому, настоящему и будущему) на основе 15 параметров, включая эмоциональное отношение, ценностное отношение и личностный контроль времени: 1) приятное – неприятное; 2) событийный – не знающий событий; 3) безопасно – страшно; 4) красиво –ужасно; 5) надеюсь – безнадежно; 6) быстрый – медленный; 7) легко – сложно; 8) успешно – неудачно; 9) интересно – скучно; 10) значительный – незначительный; 11) яркий – темный; 12) свободный – пленник; 13) значимый – бессмысленный; 14) активный – пассивный; 15) знакомый – незнакомый. Для оценки отношения к прошлому, настоящему и будущему была выбрана 7-балльная шкала, где положительная ось обозначена 1-м баллом, а отрицательная – 7-ю баллами (нейтральная позиция обозначается 4-мя баллами).

С целью изучения отношения к пандемии использовались следующие вопросы с 5-ти балльной шкалой ответов:

До какой степени существующая пандемия COVID-19 влияет на Вашу жизнь?

1. Пандемия COVID-19 влияет на мою жизнь очень сильно;
2. Пандемия COVID-19 влияет на мою жизнь довольно сильно;
3. Пандемия COVID-19 не особо влияет на мою жизнь;
4. Пандемия COVID-19 совсем не влияет на мою жизнь;
5. Затрудняюсь ответить.

До какой степени Вы обеспокоены распространением COVID-19?

1. Очень сильно обеспокоен;
2. Обеспокоен сильно;
3. В средней степени обеспокоен;
4. Не слишком обеспокоен;
5. Совсем не обеспокоен.

Как Вы оцениваете опасность COVID-19?

1. Степень опасности коронавируса преувеличена;
2. Коронавирус очень опасен.

Сбор данных. Исследование было проведено онлайн на платформе Toloka.Yandex с 15 по 20 декабря 2020 года. В исследовании принимали участие 827 респондентов из разных городов России в возрасте от 17 до 75 лет (средний возраст – 37,3), среди которых 46,1 % женщины, 53,9 % мужчины. Также измерялся субъективный доход респондентов.

Результаты. Для ответа на первый вопрос исследования сравнивалось отношение респондентов к прошлому (до пандемии), к настоящему (в период пандемии) и к будущему (после пандемии). Было обнаружено значимо более негативное отношение к настоящему (события в период пандемии), чем до и после нее ($p = 0,001$). Этот факт может свидетельствовать о том, что ситуация, вызванная пандемией COVID-19, переживается большинством респондентов как кризисная, сложная и противопоставляется в их сознании предыдущему периоду жизни и тому, что последует за ним. Этот факт соотносится с данными о «разрыве» временной перспективы в период кризиса (Пахно, 2004).

Конструкт психологического времени личности в период пандемии имеет свои особенности. Так, анализ значимых различий между субъективно воспринимаемым прошлым, настоящим и будущим показал, что статистически значимые различия есть между параметрами прошлого и настоящего, а также между настоящим и будущим (по всем 15-ти биполярным дескрипторам). Тогда как между прошлым и будущим значимых различий в большинстве оценок по сравниваемым дескрипторам не обнаружено. Это может свидетельствовать о том, что пандемия разрушила линейность времени. В восприятии личности есть отдельное «прошлое/будущее» и отдельное «настоящее», съехавшее на «временную обочину» в сторону от временного континуума. В этой связи личность вынуждена не проживать настоящее, а переживать (переживая за себя, за своих родных и близких и за всех оказавшихся под ударом пандемии).

В песне «Прекрасное далёко», ставшей популярной в России благодаря снятому в 1984 году детскому телевизионному научно-фантастическому фильму «Гостя из будущего», есть слова «Прекрасное далеко не будь ко мне жестоко». «Жестоким» во время пандемии стало не «прекрасное далеко» или отдаленное прошлое, а настоящее, в котором личность «застряла». Стараясь выпрыгнуть из «настоящего» в «будущее», личность выпрыгивает из «настоящего» в «новое настоящее», умножая связующие

звенья между структурами реальности и увеличивая травмирующий эффект. Если в качестве метафоры для интерпретации полученных данных использовать другую легендарную песню (из кинофильма «Земля Санникова»), а именно слова: «Есть только миг между прошлым и будущим, именно он называется жизнь», – то между прошлым и будущим личности уже не миг, а «бесконечно длящийся миг⁶⁶». Стертыми оказались горизонты планирования «длящегося настоящего», то есть «завтрашнего» дня, и одновременно с этим появилось множество футурологов, которые легко предсказывают «пост-ковидное будущее». Личность оказалась заперта не только в пространстве (государственным замком), но и заперта во времени (психологическим переживанием настоящего). Пандемический мир без времени и без движения превратился в «фотографию» (Baudrillard, 1999). **Образно выражаясь, люди стараются распознать себя и других на фотографии, но не узнают и пытаются научиться сделать это заново, при этом они вынуждены искать новые способы реконструкции повседневности.**

Для ответа на второй исследовательский вопрос мы сравнивали отношение к прошлому, настоящему и будущему у людей, по-разному оценивающих опасность COVID-19. Для этого вся выборка была поделена на две группы. В первую группу вошли респонденты, полагающие, что опасность коронавируса преувеличена (N = 347). Вторую группу составили респонденты, которые считают, что коронавирус очень опасен (N = 480).

Сравнительный анализ обнаружил различия только в отношении к настоящему ($p = 0,009$). Респонденты, считающие, что коронавирус очень опасен, воспринимают настоящее («вторую волну пандемии») как менее безопасное и более страшное ($p = 0,001$), более трудное ($p = 0,001$), менее успешное ($p = 0,001$), менее насыщенное событиями ($p = 0,003$), менее прекрасное ($p = 0,002$), долго тянущееся ($p = 0,013$) и менее интересное – более скучное ($p = 0,015$). Таким образом, можно предположить, что оценка ситуации, вызванной коронавирусом, как опасной, повышенная тревога по поводу пандемии связана с более негативным восприятием происходящих событий в целом. И, наоборот, более оптимистичная

⁶⁶ Уместна ассоциация с болеутоляющим «Миг», как снятие невралгии и боли.

оценка событий настоящего связана с более низким уровнем тревоги относительно сложившейся ситуации.

Для ответа на третий исследовательский вопрос применялся корреляционный анализ (табл. 7.1).

Таблица 7.1

Связь отношения к пандемии COVID-19 и отношения ко времени

	Отношение к прошлому	Отношение к настоящему	Отношение к будущему
Влияние пандемии на жизнь	,086*	-,212**	-,120**
	,013	,000	,001
Обеспокоенность распространением вируса	,021	-,147**	-,011
	,543	,000	,751
Оценка опасности коронавируса	-,002	,091**	-,005
	,965	,009	,884

Данные, представленные в таблице, свидетельствуют, что отношение к пандемии по всем измеряемым параметрам оказалось значимо связано с отношением к настоящему. Чем в большей степени респонденты ощущают влияние пандемии на свою жизнь и чем больше они обеспокоены распространением вируса, тем более негативно они воспринимают события настоящего. Напротив, те респонденты, которые в меньшей степени тревожатся по поводу сложившейся ситуации и не считают ее опасной, эмоционально воспринимают события настоящего более позитивно (как более светлые, радостные, интересные, легкие, безопасные и т. д.).

Такой параметр, как сила влияния пандемии COVID-19 на жизнь, оказался связан не только с отношением к настоящему, но также к прошлому и будущему. Те респонденты, которые полагают, что их жизнь значительно изменилась с наступлением пандемии, более негативно относятся не только к настоящему, но и к будущему. Вероятно, сложившаяся ситуация вызывает у них выраженные негативные эмоции, которые распространяются и на будущую жизнь. Данный факт – наличие негативного образа будущего в трудной ситуации – подтверждается и в других исследованиях (Pultz, Hviid, 2016). При этом прошлое (жизнь до пандемии), напротив, воспринимается этими респондентами как

контрастно более позитивное. Они склонны к ностальгии по «прошлой» жизни, возможно, могут «застревать» на прошлых воспоминаниях, эмоционально не принимая происходящих изменений (Муздыбаев, 2000). Данное явление переключается с пониманием ностальгии, индивидуальной и коллективной, как средства (механизма) поддержания идентичности перед лицом нестабильности (Milligan, 2003), когда прошлое придает смысл настоящему.

На заключительном этапе исследования проверялась гипотеза о том, что эмоциональное отношение ко времени может выступать предиктором отношения к пандемии, наряду с демографическими переменными. Результаты регрессионного анализа указывают на то, что отношение ко времени является более сильным предиктором ощущения влияния пандемии на жизнь, чем пол, возраст и уровень дохода. В частности, негативное отношение к настоящему ($\beta = -0,317$) в совокупности с позитивным отношением к прошлому ($\beta = 0,231$) вносят вклад в формирование убеждения о том, что жизнь в период пандемии сильно изменилась ($R = 0,295$, $F = 39,372$, $p = 0,001$). Результаты дискриминантного анализа также согласуются с полученными данными. Отнесенность к группам по степени оценки серьезности опасности коронавируса с высокой долей вероятности определяется отношением респондентов к настоящему и будущему. Так, более негативное отношение к настоящему (периоду пандемии) и более позитивные ожидания от будущего (после пандемии) характеризует группу респондентов, оценивающих опасность вируса как высокую (табл. 7.2).

Таблица 7.2

Результаты дискриминантного анализа

Шаг	Параметры	Лямбда Уилкса	F	p
1	Отношение к настоящему	,992	6,824	,009
2	Отношение к будущему	,983	7,111	,001

Полученные результаты могут свидетельствовать о том, что чрезмерно негативное отношение к пандемии COVID-19 в совокупности с завышенными ожиданиями от будущего («когда все плохое закончится и будет, как раньше») усиливает тревожность и страх респондентов в их представлении о вирусе.

Результаты исследования подтверждают наличие взаимосвязи между отношением к пандемии COVID-19 и отношением ко времени. Обнаружено, что ситуация, вызванная пандемией COVID-19, переживается большинством респондентов как кризисная, сопровождается эмоционально негативным отношением к настоящему и противопоставляется прошлому и будущему, что может свидетельствовать о разрыве временной перспективы в период пандемии.

Оценка ситуации, вызванной коронавирусом, как опасной, повышенная тревога по поводу пандемии связана с более негативным восприятием происходящих событий в целом. И наоборот, более оптимистичная оценка событий настоящего связана с более низким уровнем тревоги относительно сложившейся ситуации. Те респонденты, которые в меньшей степени тревожатся по поводу сложившейся ситуации и не считают ее опасной, эмоционально воспринимают события настоящего более позитивно (как светлые, радостные, интересные, легкие, безопасные и т.д.). Те респонденты, которые полагают, что их жизнь значительно изменилась с наступлением пандемии, более негативно относятся не только к настоящему, но и к будущему, что подтверждается и в других исследованиях (Нуркова, Василевская, 2003; Pultz, Hviid, 2016; Potgieter et al, 2011). При этом возникает ностальгия по «прошлой» жизни, «застревание» на прошлом, эмоциональное отрицание происходящих изменений.

Результаты регрессионного и дискриминантного анализа указывают на то, что отношение ко времени является более сильным предиктором отношения к пандемии, чем пол, возраст и уровень дохода.

Таким образом, выявленные факты трансформации отношения ко времени в период пандемии COVID-19 вполне сопоставимы с изменениями, сопровождающими личный или социально-экономический кризис. Полученные результаты эмпирического исследования могут быть учтены в практике консультирования и коррекции негативных психологических состояний во время кризисных ситуаций в обществе.

8. ИЗМЕНЕНИЯ В ПИЩЕВОМ ПОВЕДЕНИИ РОССИЯН В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ, ВЫЗВАННОЙ COVID-19

Длительная социальная изоляция, обусловленная пандемией COVID-19, может приводить к стрессу, который, в свою очередь, обуславливает изменения в пищевом поведении, в том числе развивает склонность к перееданию, излишнему потреблению высококалорийной пищи и алкогольных напитков в сочетании с нарушением режима сна и физической активности. Важно найти эффективное противодействие подобного рода поведенческим реакциям на стресс в период удаленной формы деятельности и локдауна с целью профилактики нарушения обмена веществ, снижения иммунитета, развития диабета у лиц, подверженных такому риску. Проблемы адаптации к новым условиям жизни привлекают психологов, в частности, исследователей в сфере психосоматики, специалистов в области здравоохранения, диетологии, а также логистики пищевых продуктов и рекламы.

Проблема изменений в пищевом поведении в период пандемии, вызванной распространением новой коронавирусной инфекции и повлекшей социальные ограничения, исследовались учеными разных стран.

Испанскими исследователями с помощью лонгитюдного онлайн-опроса удалось обнаружить статистически значимые различия в оценках испанцев своего благополучия, качества сна и пищевого поведения до введения ограничений (16–31 марта 2020 года) и в период локдауна (30 апреля – 11 мая 2020 года), введенного Правительством Испании 24 марта 2020 года (Martínez-de-Quel et al, 2020). В период первой волны авторами было опрошено 693 человека, в период второй волны – 161 человек. Общее время лонгитюдного замера, в течение которого опрошенные люди находились «под замком», равнялось 48 дням. Инструментарий включал Миннесотский опросник физической активности (Elosua et al, 1994), с помощью которого сравнивалась недельная физическая активность до локдауна и в период самоизоляции. Пищевое поведение оценивалось с помощью Опросника установок по поводу питания (Eating Attitude Test-26 (EAT-26), Rivas et al, 2010), включающего 26 вопросов, касающихся булимии, диеты и самоконтроля в процессе потребления пищи. Качество сна оценивалось посредством Испанской

версии 18-пунктного питтсбургского индекса качества сна (Pittsburgh Sleep Quality Index (PSQI)). Кроме того, участникам был задан вопрос о психологическом благополучии, на который они могли ответить по 5-балльной шкале Р. Лайкерта от 1 (плохо) до 5 (отлично). Результаты лонгитюдного исследования показали значимые различия влияния локдауна на физически активных и физически неактивных людей. До самоизоляции самооценка социального благополучия была выше у физически активных людей, с введением самоизоляции самооценка социального благополучия значительно снизилась в группе физически активных, тогда как в группе физически неактивных она осталась без изменений. С введением локдауна в группе физически активных значительно увеличились проблемы с качеством сна, тогда как в группе физически неактивных особых изменений не было зафиксировано. И, наконец, в группе физически активных людей снизился риск пищевого расстройства с введением локдауна, тогда как в группе физически неактивных он значительно возрос. Таким образом, опираясь на результаты реферируемого исследования, можно полагать, что физически активные личности компенсировали дефицит активности ограничением лишних калорий.

В статье китайских исследователей (Jia et al, 2021) представлены результаты масштабного исследования влияния самоизоляции на разнообразие в питании молодых китайцев. Опросник, распространенный через социальные сети We Chat и Tencent QQ методом снежного кома в период с 9 по 12 мая 2020 года, позволил собрать ответы 10 082 респондентов, которые добровольно и анонимно сообщили об обычном режиме питания в месяцы до и после изоляции от COVID-19, предоставив также социально-демографическую информацию о себе.

Для оценки значимости различий авторы использовали парные t-критерий или критерий χ^2 в моделях потребления 12-ти основных групп продуктов питания и напитков (рис, продукты из пшеницы, другие основные продукты питания, мясо, птица, рыба, яйца, молочные продукты, свежие овощи, консервированные овощи, свежие фрукты и соевые продукты). Сравнение проводилось между учащимися 3-х уровней образования (старшая школа, университет и аспирантура) и с учетом пола. Основываясь на полученных данных, авторы делают вывод о том, что в период локдауна существенно изменился рацион

питания молодежи в Китае. Значительно меньше респонденты стали потреблять риса, мяса, птицы, свежих овощей и фруктов, соевых и молочных продуктов (все значения $p < 0,05$). Девушки чаще юношей в период самоизоляции ели рис, свежие овощи и фрукты, реже – мясо, птицу, соевые и молочные продукты. Кроме того, мужчины чаще, чем женщины, потребляли продукты из пшеницы и консервированные овощи. Что касается потребления китайской молодежью напитков, то до локдауна напитки чаще употребляли мужчины, чем женщины, а также аспиранты чаще, чем студенты и старшекласники. Эти модели потребления напитков остались неизменными, за исключением того факта, что в группе мужчин-аспирантов увеличилось потребление напитков. Если на всей выборке доля сахаросодержащих напитков снизилась, то среди аспиранток потребление сахаросодержащих напитков возросло в период самоизоляции. При этом потребление чая возросло как среди старшекласниц, так и среди студентов университета. Таким образом, рацион питания молодых китайцев значительно изменился в течение локдауна.

В статье других китайских исследователей (Min et al, 2020) оценивалось влияние пандемии COVID-19 на знания и поведение жителей Китая в сфере безопасности пищевых продуктов, в том числе с учетом информационного воздействия СМИ. Исследование основывалось на данных интернет-опроса, в котором приняло участие 1373 жителей Китая. Полученные результаты показали, что наличие случаев заболевания от COVID-19 в сообществе положительно влияет на знания и поведение жителей в сфере соблюдения правил безопасности пищевых продуктов (более всего это касалось дезинфекции разделочных досок). Кроме того, авторами были обнаружены значимые различия между жителями города и села в поведении в сфере безопасности пищевых продуктов. Выяснилось, что пандемия COVID-19 играет важную роль в улучшении поведения потребителей в области безопасности пищевых продуктов, причем в большей степени в сельской местности и в группах людей с более низкими доходами, чем в городе и в группах людей с более высокими доходами.

В статье ливерпульских психологов (Robinson et al, 2020) проиллюстрировано, как COVID-19 мог повлиять на прием пищи, физическую активность и другие факторы образа жизни, связанные с проблемами

набора веса. В ходе исследования в апреле-мае 2020 года были опрошены свыше 2000 англичан старше 18 лет, большинство из которых были рекрутированы с онлайн-панели Prolific Research Platform (<https://www.prolific.co>) при обещанной оплате в £1,25 за прохождение опроса. В качестве инструментария использовалась батарея тестов: Международный опросник физической активности (IPAQ) (Sjostrom et al, 2005) для получения информации об аэробной активности респондента за последние 7 дней; краткий 13-пунктный Опросник о частоте приема пищи (SFFQ), с помощью которого выявлялась частота употребления «здоровых» и «нездоровых» продуктов питания. Для оценки характера переедания использовалась Субшкала управления аппетитом из Опросника оценки зависимого пищевого поведения (Addiction-Like Eating Behavior Scale, Ruddock et al, 2017) использовалась для оценки установок в питании за последнюю неделю. Также респонденты заполняли 5-пунктный Опросник самооценки психологического благополучия (Topp et al, 2015). Авторы исследования сделали вывод, что локдаун повлиял как на психическое, так и на физическое здоровье британцев, которые испытали изменения в своем поведении. Наименьшие изменения в управлении своим весом показали белые, с низким уровнем образования и имеющие склонность к ожирению. Молодые мужчины с низким уровнем образования и высоким индексом массы тела имели значимо более бедный рацион питания во время самоизоляции. Молодые женщины с низким уровнем образования и проблемами с психическим здоровьем, имеющие подозрение или подтвержденный диагноз COVID-19, были также значимо выше склонны к перееданию во время локдауна.

В двух статьях исследователей из университета Эдинбурга результаты количественного исследования питания британцев во время локдауна, вызванного COVID-19 (Robertson et al, 2021), дополнились результатами глубинных интервью (Brown et al, 2021).

В первом исследовании Робертсон с соавторами представил результаты опроса 404 респондентов старше 18 лет в период с 11 мая по 26 июня 2020 года. Оцениваемые изменения в питании и физических упражнениях измерялись с помощью разработанной авторами методики, включающей 5 основных утверждений, касающихся изменений на фоне локдауна: «Мне стало труднее контролировать свое пищевое поведение»;

«Я стал больше есть»; «Я стал больше тренироваться», «Я стал больше думать об упражнениях» и «Меня больше беспокоит, как я выгляжу», с которыми респондентам необходимо было согласиться по 5-балльной шкале. Психологический дистресс оценивался с помощью опросника здоровья пациента Patient Health Questionnaire (PHQ-4) (Kroenke et al, 2009). В выборке преобладали женщины (78 %) и белые (92 %) с высшим образованием (81 %). Чуть более половины опрошенных сообщили, что им было труднее контролировать их питание в период самоизоляции, причем 60 % сообщили, что озабочены едой. Половина респондентов сообщили, что стали тренироваться больше во время самоизоляции, и более двух третей сообщили, что больше думают о физических упражнениях. Чуть менее половины респондентов согласились с тем, что они были фрустрированы ситуацией самоизоляции. Женщины сообщили о более ощутимых изменениях в период локдауна, чем мужчины, в частности им труднее контролировать прием пищи, больше заниматься спортом, они имеют больше опасений по поводу своего внешнего вида. Возраст также оказался связанным с различными воспринимаемыми изменениями. В частности, молодые люди (младше 30 лет) чаще сообщали, что больше думали о физических упражнениях и беспокоились о своем внешнем виде во время карантина. Ожидаемо обнаружилась высоко значимая значительная корреляция между психологическим стрессом и пищевым поведением. Так, те, кто ощутил сильный психологический стресс, признались, что им трудно контролировать свое питание.

Второе исследование ученых из Эдинбурга (Brown et al, 2021) основывалось на 10-ти глубинных интервью (интервьюируемые были в возрасте от 24 до 38 лет), из которых стало известно о хаосе в пищевом поведении испытуемых. Данные были проанализированы с использованием индуктивного тематического анализа, в результате чего было определено ядро темы. В нем авторы выделили влияние социальных ограничений (социальная изоляция, повышение ответственности за себя и других), функциональных ограничений (отсутствие распорядка и структуры, необходимость намеренно планировать активность, стремление к секретности, особенно в отношении покупок продуктов питания) и ограничений в доступе к сервисам и клиникам психического здоровья. В целом, влияние изоляции было воспринято как катализатор

увеличения беспорядочного питания и серьезного блокирования доступа за профессиональной поддержкой.

Американский исследователь индийского происхождения Дж. Шет (Sheth, 2020) из университета Эмори (Атланта) задается вопросом: «Вернутся ли старые привычки, обретенные нами до пандемии, или COVID-19 изменил их ландшафт и, если повлиял на них, то каким образом?» В статье автор изучает краткосрочное и долгосрочное влияние COVID-19 на потребление и поведение покупателей. Автор перечисляет важные предикторы, которые поменяли наши потребительские привычки за последние 100 лет. К ним относятся: 1) изменение социального контекста такими жизненными событиями как брак, рождение детей и переезд из одного города в другой; 2) технологии, ломающие старые привычки (смартфоны, Интернет, е-коммерция); 3) правила и нормы (отказ от нездоровых продуктов), 4) стихийные бедствия, случайные события (региональные конфликты, гражданские войны, пандемии и т. д.).

Дж. Шет выделяет 8 непосредственных последствий пандемии COVID-19 для потребительского поведения.

1. *Чрезмерное накопление* (туалетная бумага, греча, вода, мясо, консервированные продукты, дезинфицирующие вещества и т. д.), при этом представлено мало исследований, посвященных экономике и психологии накопительства в ситуации ажиотажа.

2. *Импровизация в условиях ограничений*. Коронавирус придал импульс творчеству в отношении таких традиционных мероприятий, как свадьбы и ритуальные услуги, ориентированных на месторасположение (свадьба или похоронные услуги в формате Zoom). Также отсутствуют научные данные о подобных импровизациях, тогда как их больше в сфере онлайн-образования и телемедицины.

3. *Отложенный спрос в отношении товаров длительного пользования* (автомобили, дома, бытовая техника), а также ивентов (концерты, спортивные мероприятия, бары и рестораны).

4. *Использование цифровых технологий*, включая видеосервисы Zoom, социальные сети, мессенджеры (например, Facebook*, WhatsApp, YouTube, WeChat, LinkedIn и др.), имеющие миллиарды подписчиков.

* Запрещена на территории РФ.

Изучение влияния социальных сетей на социальную жизнь и наши привычки – также перспективная исследовательская проблема.

5. *Магазины приходят домой в связи с полной изоляцией.* Это касается и доставки потоковых сервисов, включая Disney, Netflix и Amazon Prime. Такие тенденции повышает персонализацию потребительского поведения.

6. *Размыwanie границ между работой и личной жизнью.* Потребители заключены в границах дома с многочисленными дискретными действиями, такими как работа, обучение, покупки и общение. Границы между работой и чатами стираются, в этой связи сложно сделать работу более эффективной.

7. *Воссоединение с друзьями и семьей.* Одно из основных последствий коронавируса – это возможность связаться с дальними друзьями и родственниками, чтобы убедиться, что у них все в порядке, а также поделиться историями и опытом. Это заставляет нас обращаться к социологическим трудам по культурной ассимиляции практик потребления, таким как «Одинокая толпа» (Riesman et al, 1950), «Спешащий/не успевающий праздный класс» (Linder, 1970) и др.

8. *Изоляция позволила открыть таланты благодаря более гибкому времени и наличию совместного досуга.* Это касается и экспериментирования с рецептами, и возможности поделиться новыми знаниями через запись роликов на YouTube и других платформах.

Таким образом, анализ изменений в потребительском поведении и выделенные тенденции в смене привычек позволяют сделать вывод о том, что самоизоляция, вызванная пандемией коронавируса, внесла, наряду с чрезмерным накоплением в продовольствии и ограниченной физической активностью, также и позитивные нововведения. Творческим и активным людям локдаун предоставил возможности для импровизации и реализации своих креативных способностей, а также общения с дальними родственниками и друзьями, освоения новых цифровых технологий.

В статье нидерландских исследователей (Poelman et al, 2021) сообщается о менее значимых переменах в пищевом поведении. Большинство респондентов не изменили своего пищевого поведения (83 %) или привычек, связанных с покупками продуктов питания (73,3 %). Этот факт может

объясняться менее строгими мерами социального дистанцирования и самоизоляции, которые предприняло с 15 марта 2020 года в отношении своих граждан правительство Нидерландов. В ходе онлайн-опроса (N = 1030 человек) было выявлено, что респонденты с избыточной массой тела и ожирением чаще указывали на нездоровое питание во время самоизоляции по сравнению с участниками, имеющими здоровый вес. Кроме того, люди с высоким уровнем образования чаще указывали, что вынуждены есть нездоровую пищу во время локдауна, по сравнению с людьми с более низким уровнем образования. Хотя, на наш взгляд, это может свидетельствовать о более осознанной и рефлексивной позиции людей с более высоким уровнем образования. Чем старше были участники исследования, тем больше среди них было тех, кто указывал на отсутствие изменений в своем пищевом поведении во время самоизоляции, тогда как все молодые люди сообщали об изменении в питании: одна категория перешла на более здоровое питание, а другая – на менее здоровую пищу.

Американские специалисты в области превентивной медицины (Mason et al, 2020) выполнили 2 волны лонгитюдного исследования в декабре 2018 года и в июне 2020 года на выборке молодых людей из 1820 человек. Самоотчеты об индексе массы тела, а также вопрос о характерном для периода пандемии COVID-19 поведении (среди прочих предлагались такие ответы, как «потребляю нездоровую пищу с высоким содержанием сахара и жира» и «ем больше обычного (переедаю)») показали, что 31 % опрошенных сообщили о переедании, 35 % – о том, что употребляют нездоровую пищу, чтобы справиться с локдауном. Девушки и более молодые респонденты значимо чаще указывали на переедание и потребление нездоровой пищи, чтобы справиться с самоизоляцией.

Бразильским исследователям (Campagnaro et al, 2020) удалось опросить свыше 1000 респондентов, имеющих детей в возрасте от 0 до 12 лет, в период с 12 мая по 9 июня 2020 года с помощью опросника, включающего 19 вопросов, касающихся социально-экономического положения, опасения изменчивости в уровне доходов, привычек в еде и здоровье полости рта. Большинство семей (73 %) заявили о снижении доходов, 52,9 % сообщили о небольшом сокращении в уровне доходов, о резком снижении или полном снижении доходов сообщили

20,1% респондентов. Была выявлена связь стресса потери доходов и такого психосоматического следствия, как наличие кариеса или зубной боли у респондентов ($p > 0,05$). Только 1,8 % опрошенных имели подтвержденный диагноз COVID-19, а 6,9 % заявили о схожих симптомах. 56,8 % участников опроса заявили, что не выходят из домов, а 61,5 % сообщили об изменениях в привычках питания во время пандемии (у большинства выявлено перекармливание). Из тех, кто заявил об изменениях в привычках питания, только 33,1% сообщил, что стали выбирать более здоровые продукты, в то время как другие увеличили потребление обработанных продуктов – макарон и различных снеков/закусок. Ожидается, что семьи с сильной или полной потерей дохода стали выбирать более дешевую еду, при этом 86 % не обращались за стоматологической помощью в период локдауна, если нуждались в таковой.

В статье испанских исследователей (Batlle-Bayer et al, 2020) дается оценка влиянию изменений, вызванных локдауном, на питание испанцев, а также влияния этих изменений на окружающую среду. В их исследовании рассмотрена семинедельная диета, четыре недели из которых соответствуют периоду март-апрель 2019 года (доковидная диета) и три – времени локдауна (диета в период COVID-19 – март-апрель 2020 года). Средние еженедельные продуктовые корзины этих двух диет включают потребление как домашних хозяйств, так и продуктов питания вне дома. Потребление домохозяйств было основано на среднемесечном потреблении продуктов питания в семье средне-статистического гражданина Испании в 2019 году, который публикует Министерство сельского хозяйства, рыболовства и продовольствия Испании. В исследованиях за ориентир в потреблении были взяты 2 диеты, сделанные в соответствии с Национальными диетическими рекомендациями (NDG – National dietary guidelines): в 2221 ккал (NDG1970) для доковидного периода; в 1970 ккал для ковидного периода (NDG1970). Кроме того, в исследовании принимались во внимание диеты, рассчитанные с учетом Планетарного здоровья (PHD – Planetary Health Diet) для ситуаций до периода самоизоляции и локдауна (Willett et al, 2019).

Полученные результаты показали, что во время карантина, вызванного COVID-19, средняя еженедельная покупка еды на человека в Испании (около 13,8 кг на душу населения) увеличилась по сравнению

с потреблением за тот же период в 2019 году (около 14,3 кг на душу населения). При этом по составу выявлено уменьшение потребления напитков (особенно, пива и кофе), небольшое увеличение в потреблении яиц и красного мяса, а также значительное – растительных продуктов (особенно обработанных овощей, фруктов, орехов и макарон/риса). Тем не менее, потребление продуктов питания на растительной основе оказалось ниже рекомендованных, тогда как потребление красного мяса оставалось высоким. Что касается качества питания, то диета в ситуации локдауна оказалась на 5 % ниже, чем диета марта/апреля 2019 года (доковидного периода), но при этом «ковидная» диета с точки зрения влияния на окружающую среду показала увеличение (на 33–36 %). Это связано с тем, что пищевой состав рекомендуемых диет рассчитывается исходя из меньшего потребления красного мяса и большего потребления растительной пищи.

В Канаде был выполнен (Richardson et al, 2020) **сравнительный анализ** материалов Национального информационного центра по пищевым расстройствам в г. Торонто по числу обращений и характеру симптомов за 2018, 2019 и 2020 годы от лиц, страдающих пищевыми расстройствами (72,1 %), и их сиделок (20,4 %). В результате анализа выяснилось, что в 2020 году число обращений значительно увеличилось по сравнению с предыдущими годами ($p < 0,001$), при этом 80,4 % обращений было от женщин. Кроме того, в ковидный период были более высокие показатели симптомов расстройства пищевого поведения, увеличения тревожности и депрессии по сравнению с доковидным периодом. В соответствии с тематическим анализом авторы заключают, что чаще всего жалобы были связаны с отсутствием доступа к лечению, возрастающим чувством неконтролируемости, ухудшением состояния и пищевого поведения, необходимости службы поддержки.

Наши изыскания были направлены на исследование изменений в пищевом поведении россиян на фоне второй волны пандемии, вызванной COVID-19, с учетом демографических факторов, отношения респондентов к эпидемиологической обстановке и их временных аттитюдов.

Материалы и методы исследования. В качестве инструмента для исследования изменений в пищевом поведении россиян на фоне пандемии был использован разработанный в июле 2020 года индийскими коллегами вопросник (Kumari et al, 2020). Для этого был выполнен

профессиональный перевод вопросника на русский язык и к 20-ти вопросам добавлен еще один вопрос об изменении потребления алкогольных напитков, поскольку ряд экспертов (Ениколопов и др., 2020) констатировали повышение потребления алкоголя в период пандемии. Инструкция предполагала ответы на вопросы по 5-балльной шкале Р. Лайкерта. Конструктивная валидность вопросника была подтверждена факторным анализом. Надежность проверена с помощью коэффициента α -Кронбаха = 0,78.

В инструментарий исследования также была включена модифицированная (короткая) версия опросника Т. А. Нестика «Отношение к эпидемиологической угрозе» (Нестик и др., 2020), дополненная вопросом об отношении к требованиям самоизоляции, и полупроективная методика «Временные аттитюды» Ж. Нюттена (Нюттен, 2004) в модификации К. Муздыбаева.

Опрос осуществлялся (Приложение 5) в период с 15 по 20 декабря 2020 года (в фазу «хрупкой стабилизации»⁶⁷ второй волны пандемии) посредством платформы Toloka.Yandex. В исследовании приняли участие 827 респондентов, проживающих в разных городах Российской Федерации в возрасте от 17 до 75 лет (средний возраст 37,3), среди которых было 46,1% женщин и 53,9 % мужчин. Также измерялся субъективный доход респондентов и степень их религиозности, учитывался размер населенного пункта проживания.

Результаты исследования. Описательные статистики данных вопросника изменений в пищевом поведении не показали резких сдвигов в пищевых привычках людей на фоне второй волны пандемии (данные распределены вокруг середины шкалы, сдвиги выявлены в пределах единицы). Осенний этап ее переживания протекал уже с определенным опытом адаптации россиян к эпидемической обстановке. Наибольшие значения средних (табл. 8.1) касаются увеличения уровня стресса и беспокойства во время пандемии COVID-19, а также длительности нахождения перед экраном монитора (ТВ) во время пандемии. Что касается непосредственно пищевого поведения, то респонденты отметили

⁶⁷ Так назвала ситуацию с коронавирусом А. Попова, глава Роспотребнадзора. См., например: Попова заявила о стабилизации ситуации с коронавирусом // Интерфакс. 2020. 15 декабря. URL: <https://www.interfax.ru/russia/741392> (дата обращения: 10.11.2023).

возросшее потребление продуктов, повышающих иммунитет (лимон, куркума, чеснок, цитрусовые и зеленые листовые овощи) в своем рационе. Заметно снизилось потребление нездоровой пищи, фаст-фуда и сахаросодержащих напитков.

Эксплораторный факторный анализ данных опросника позволил выделить 6 факторов (табл. 8.1). Первый наиболее весомый фактор был назван «*фактором изменения пищевых привычек на фоне эпидемической обстановки*». На фоне удаленной работы, самоизоляции (или карантина для заболевших) можно наблюдать сдвиги в сторону большего потребления пищи (близость кухни способствует частоте перекусов), но и большего внимания к ее качеству и стремления потратить калории с помощью физических упражнений.

Второй фактор, или «*фактор нездорового питания*», сформирован проявлениями тенденции усиления вредных привычек в пищевом поведении и потребности «заесть» стресс. Причем с отрицательным знаком в фактор вошел такой признак как поддержка здорового питания со стороны семьи и друзей во время пандемии, что свидетельствует о том, что в окружении близких людей, придерживающихся здорового питания, меньше вероятность поддаваться соблазну и культивировать вредные пищевые привычки.

Таблица 8.1

Факторная структура и описательные статистики данных опросника изменений в пищевом поведении (N = 827)

Утверждения	Факторная нагрузка	M(SD)
Фактор изменений пищевых привычек на фоне эпидемической обстановки (доля объяснимой дисперсии 18,65 %)		
4. Насколько изменилось Ваше ежедневное потребление фруктов и овощей во время пандемии COVID-19?	0,639	2,95 (0,72)
5. Насколько Ваше потребление сбалансированной диеты (включая полезные ингредиенты, такие как цельнозерновая пшеница, бобовые, яйца, орехи, фрукты и овощи) изменились во время пандемии COVID-19?	0,585	2,90 (0,80)
3. Насколько изменилось Ваше количество / порции еды и перекусов во время пандемии COVID-19?	0,581	2,97(0,53)

Продолжение табл. 8.1

Утверждения	Факторная нагрузка	M(SD)
2. Насколько изменилась Ваша привычка перекусывать между приемами пищи во время пандемии COVID-19?	0,574	3,04(0,51)
9. Насколько изменилось ваше участие в приготовлении новых / традиционных рецептов во время пандемии COVID-19?	0,566	3,08 (0,60)
11. Насколько изменилось потребление продуктов, повышающих иммунитет (лимон, куркума, чеснок, цитрусовые и зеленые листовые овощи) в рационе во время пандемии COVID-19?	0,521	3,26 (0,71)
13. Насколько изменилась поддержка здорового питания со стороны вашей семьи и друзей во время пандемии COVID-19?	0,503	3,14 (0,62)
12. Насколько изменилось потребление пищевых добавок для повышения иммунитета во время пандемии COVID-19?	0,477	3,13 (0,64)
7. Насколько изменилось потребление сахаросодержащих напитков (газированные безалкогольные напитки, соки с сахаром) во время пандемии COVID-19?	0,469	2,86 (0,73)
8. Как изменилось потребление сладостей (конфет) шоколада во время пандемии COVID-19?	0,464	2,98 (0,72)
15. Как изменилось Ваше участие в физических упражнениях во время пандемии COVID-19?	0,419	3,04 (0,62)
Фактор нездорового питания (доля объяснимой дисперсии 13,02 %)		
6. Насколько изменилось потребление нездоровой пищи (фаст-фуда и жареной пищи) во время пандемии COVID-19?	0,738	2,83(0,80)
10. Насколько изменилось ваше потребление нездоровой пищи, когда вам скучно, вы в стрессе или расстроены во время пандемии COVID-19?	0,676	3,02 (0,69)
7. Насколько изменилось потребление сахаросодержащих напитков (газированные безалкогольные напитки, соки с сахаром) во время пандемии COVID-19?	0,631	2,86 (0,73)
8. Как изменилось потребление сладостей (конфет) шоколада во время пандемии COVID-19?	0,533	2,98 (0,72)
21. Как изменились Ваш уровень потребления алкоголя во время пандемии COVID-19?	0,448	2,93 (0,71)
13. Насколько изменилась поддержка здорового питания со стороны вашей семьи и друзей во время пандемии COVID-19?	-0,445	3,14 (0,62)

Окончание табл. 8.1

Утверждения	Факторная нагрузка	M(SD)
Фактор изменения стиля жизни (доля объяснимой дисперсии 8,36 %)		
20. Как изменились Ваш уровень стресса и беспокойства во время пандемии COVID-19?	0,661	3,53 (0,75)
17. Как изменилось длительность нахождения перед экраном монитора (ТВ) во время пандемии COVID-19?	0,494	3,49 (0,78)
19. Как изменилось качество Вашего сна во время пандемии COVID-19?	0,413	2,92 (0,66)
Фактор регулярности приема пищи (доля объяснимой дисперсии 6,3 %)		
1. Насколько изменилась вероятность пропустить любой прием пищи (завтрак / обед/ужин) во время пандемии COVID-19?	0,553	3,10 (0,54)
Фактор режима питания и употребления алкоголя (доля объяснимой дисперсии 4,6 %)		
1. Насколько изменилась вероятность пропустить любой прием пищи (завтрак / обед / ужин) во время пандемии COVID-19?	0,657	3,10 (0,54)
2. Насколько изменилась Ваша привычка перекусывать между приемами пищи во время пандемии COVID-19?.	0,442	3,04(0,51)
21. Как изменились Ваш уровень потребления алкоголя во время пандемии COVID-19?	-0,406	2,93 (0,71)

Третий фактор, или «*фактор изменения стиля жизни*», объединил такие изменения в жизни россиян на фоне второй волны пандемии, как усиление стресса и тревоги, длительности нахождения перед экраном монитора и ухудшение качества сна. Удовлетворяя информационный голод, многие россияне злоупотребляют нахождением перед монитором компьютера или телевизора, что, наряду со стрессом, может способствовать ухудшению качества сна.

Двумя последними факторами с низким процентом объяснимой дисперсии – «*фактором регулярности приема пищи*» и «*фактором режима питания и употребления алкоголя*» – можно пренебречь. Они оба с наибольшей нагрузкой включают дисперсию оценки режима питания, регулярности приема пищи на завтрак, обед и ужин, но в последнем

факторе противопоставлены внимание к режиму питания и тяга к перекусам, с одной стороны, и уровень потребления алкоголя – с другой.

Демографические переменные проявили себя в корреляционном анализе с данными вопросника изменений в пищевом поведении. Так, у респондентов с более высокими доходами во время пандемии COVID-19 увеличилось ежедневное потребление фруктов и овощей ($r = 0,24$, $p < 0,01$), а также других продуктов сбалансированной диеты ($r = 0,24$). Также выявлено, что у более религиозных россиян увеличилась поддержка здорового питания со стороны их семей и друзей во время пандемии ($r = 0,13$, $p < 0,05$) и заинтересованность в получении советов по здоровому питанию из СМИ ($r = 0,16$, $p < 0,05$). **Оказалось, что уровень стресса и обеспокоенности заметно вырос у более образованных россиян** ($r = 0,12$, $p < 0,05$), а также у женщин больше, чем у мужчин ($r = 0,15$, $p < 0,05$). **Также женщины больше, чем мужчины, стали потреблять пищевые добавки для повышения иммунитета** ($r = 0,13$, $p < 0,05$).

Корреляционный анализ данных вопросника изменений в пищевом поведении и опросника отношения к эпидемиологической угрозе показал ожидаемые взаимосвязи. Среди тех, кто больше обеспокоен распространением инфекции COVID-19, значительно больше отметивших возросший стресс и тревогу ($r = 0,29$, $p < 0,001$), выразивших заинтересованность в получении советов по здоровому питанию ($r = 0,22$, $p < 0,01$) и отметивших поддержку здорового питания со стороны семьи и друзей во время пандемии ($r = 0,14$, $p < 0,05$). Среди тех, у кого выше была степень согласия с утверждениями *«Только железная дисциплина может спасти общество от серьезной эпидемии»* и *«Причиной эпидемий является низкая образованность и несоблюдение правил гигиены»*, оказалось больше тех, кто стал потреблять продукты, повышающие иммунитет во время пандемии (при $p < 0,05$).

Респонденты, выразившие большую готовность жертвовать деньги на борьбу с пандемией и/или выступающие за серьезные наказания нарушающих карантин, также проявили большую заинтересованность в получении советов по здоровому питанию из СМИ ($r = 0,17$, $p < 0,05$), **стали больше потреблять повышающих иммунитет продуктов** ($r = 0,17$, $p < 0,05$) и пищевых добавок ($r = 0,13$, $p < 0,05$). Таким образом, представления о регламентации поведения во время эпидемиологической обстановки коррелируют с установками, касающимися правильного пищевого поведения.

Для выявления адаптационных стратегий поведения в рамках пищевого поведения на фоне пандемии был проведен кластерный анализ методом k-средних, который четко показал два кластера. Различие полученных кластеров изучалось с помощью однофакторного дисперсионного анализа ANOVA. В таблице 8.2 приведены переменные, по которым были выявлены достоверные различия в стратегиях адаптации к эпидемиологической обстановке.

Таблица 8.2

Результаты дисперсионного анализа данных вопросника изменения пищевого поведения

№ утверждения	Вопрос	F	p
2	Насколько изменилась Ваша привычка перекусывать между приемами пищи во время пандемии COVID-19?	18,67	0,00002
3	Насколько изменилось Ваше количество / порции еды и перекусов во время пандемии COVID-19?	66,64	< 0,000001
4	Насколько изменилось Ваше ежедневное потребление фруктов и овощей во время пандемии COVID-19?	11,20	0,00085
5	Насколько Ваше потребление сбалансированной диеты (включая полезные ингредиенты, такие как цельнозерновая пшеница, бобовые, яйца, орехи, фрукты и овощи) изменились во время пандемии COVID-19?	10,72	0,00110
6	Насколько изменилось потребление нездоровой пищи (фаст-фуда и жареной пищи) во время пандемии COVID-19?	491,19	< 0,000001
7	Насколько изменилось потребление сахаросодержащих напитков (газированные безалкогольные напитки, соки с сахаром) во время пандемии COVID-19?	611,27	< 0,000001
8	Как изменилось потребление сладостей (конфет) шоколада во время пандемии COVID-19?	276,83	< 0,000001
10	Насколько изменилось ваше потребление нездоровой пищи, когда вам скучно, вы в стрессе или расстроены во время пандемии COVID-19?	229,10	< 0,000001
21	Как изменилось Ваше потребление алкогольных напитков во время пандемии COVID-19?	140,65	< 0,000001

Примечание. Приведены только те пункты вопросника, по которым получены достоверные различия между группами.

Респонденты, ответы которых сформировали первый кластер (82% объема выборки), практически не изменили своего пищевого поведения в сторону укрепления здоровья и профилактики болезни при отмеченном ими возросшем уровне стресса и увеличении времени нахождения перед экраном монитора (ТВ) во время пандемии COVID-19. Можно назвать эту группу респондентов группой с неадаптивной стратегией пищевого поведения.

Второй кластер (18 % случаев) представлен ответами респондентов, у которых уменьшились проявления привычки перекусывать между приемами пищи. Количество (порции) еды, и, главное – употребление нездоровой пищи, в частности сахаросодержащих напитков, сладостей и алкоголя во время пандемии и самоизоляции. При этом у данной группы респондентов значительно увеличилось в рационе количество продуктов и пищевых добавок, повышающих иммунитет (лимон, имбирь, куркума, чеснок, цитрусовые и зеленые листовые овощи, специальные витаминные добавки). Также возросла поддержка здорового питания со стороны семьи и друзей, участие в отдыхе и домашних делах. Что касается длительности нахождения перед экраном монитора (ТВ), то и во второй группе она возросла.

Поскольку изменения в поведенческой стратегии респондентов данного кластера носят позитивный характер, который проявляется, как в снижении потребления фаст-фуда, джанк-фуда, уменьшении количества перекусов, снижении употребления алкоголя, увеличении потребления полезных веществ и пищевых добавок для повышения иммунитета, их можно назвать группой с адаптивной стратегией пищевого поведения.

Выявлено значимое различие по отношению респондентов с двумя разными стратегиями пищевого поведения к требованиям самоизоляции ($U = 42831$ при $p = 0,001$). Респонденты с адаптивной стратегией пищевого поведения достоверно лучше относятся к требованиям самоизоляции.

Сравнение данных респондентов двух групп по опроснику отношения к эпидемиологической угрозе (табл. 8.3) показало, что респонденты с изменившейся, адаптивной стратегией пищевого поведения видят спасение от эпидемии в железной дисциплине граждан, моральной

сознательности и ответственности каждого. Среди них больше тех, кто готов жертвовать деньги на помощь заболевшим во время эпидемии пожилым людям. Они опасаются приходить на прием в поликлинику, чтобы не заразиться, и осуждают тех, кто не соблюдает правила гигиены. Наконец, респонденты из группы с адаптивной стратегией чаще приписывали ответственность за создание вируса и вспышку эпидемии людям (а не природным мутациям), рассматривая вирусы, подобные COVID-19, как результат чьей-то ошибки или искусственно созданное с какой-то целью явление, или даже оружие одних против других. В согласии с конспирологическими трактовками происхождения вируса можно видеть, в частности и ожидание ответственности и самоконтроля от других, а не только от себя. Таким образом, респонденты, реализующие адаптивную стратегию пищевого поведения, более ответственно относятся к сложившейся ситуации в мире и социуме, чем респонденты, у которых стратегия поведения не изменилась.

Таблица 8.3

*Результаты дисперсионного анализа данных опросника
эпидемиологической угрозы*

№	Утверждения	U Манна-Уитни	P
1	Вирусы, подобные COVID-19, создаются искусственно с какой-то целью	45488,000*	,025
2	Вспышка эпидемии – это, как правило, результат чьей-то ошибки	45054,000*	,014
7	Эпидемии – это оружие, используемое одними людьми против других	42580,500**	,001
8	Только железная дисциплина может спасти общество от серьезной эпидемии	41735,000**	,000
9	Причиной эпидемий является низкая образованность и несоблюдение правил гигиены	46153,500*	,044
14	Единственное спасение от эпидемии – в моральной сознательности и ответственности каждого	38808,500**	,000
31	Я готов жертвовать деньги на помощь пожилым людям, заболевшим во время эпидемии	45179,000*	,018
33	Я опасаясь приходить на прием в поликлинику, чтобы не заразиться	45830,000*	,033

Примечание. Достоверность различий между группами обозначена: * при $p < 0,05$; ** при $p < 0,01$.

В сравниваемых группах также были выявлены различия во временных аттитюдах. В группе с адаптивной стратегией оказалось более позитивное отношение к своему прошлому. Оно оценивалось достоверно чаще как более насыщенное событиями ($U = 45972,5$ при $p = 0,04$), успешное ($U = 45095,5$ при $p = 0,016$), интересное ($U = 44303$ при $p = 0,007$), светлое ($U = 44926,5$ при $p = 0,014$), осмысленное ($U = 42400,5$ при $p = 0,001$), активное ($U = 41713$ при $p < 0,0001$) и свое ($U = 43601,5$ при $p = 0,003$).

Отношения к непростому настоящему в группе с адаптивной стратегией оказалось достоверно выше по дескриптору «осмысленное/бессмысленное», т.е. было более осмысленным ($U = 45120$ при $p = 0,018$).

В отношении к будущему также были выявлены достоверные различия. В группе респондентов с адаптивной стратегией оно более успешное ($U = 46022$ при $p = 0,042$), интересное ($U = 45758$ при $p = 0,034$), исполненное надежд ($U = 46033,5$ при $p = 0,043$), значительное ($U = 45990$ при $p = 0,041$), светлое ($U = 45774$ при $p = 0,034$), осмысленное ($U = 43627,5$ при $p = 0,003$), активное ($U = 44272,5$ при $p = 0,007$) и свое ($U = 46179$ при $p = 0,049$).

Таким образом, респонденты с изменившейся в пользу здорового образа жизни стратегией поведения относятся более позитивно к своему прошлому и будущему, а к настоящему – более осмысленно. Кроме того, они позитивнее и конструктивнее подходят к требованиям самоизоляции, в частности, стараясь снизить угрозы ситуации на уровне пищевого поведения, что, в свою очередь, способствует большей эмоциональной устойчивости.

Выполненное эмпирическое исследование опиралось на ситуативный подход в исследовании пищевого поведения в условиях эпидемиологической обстановки. Оно не было направлено на изучение пищевых девиаций (Михайлова, Штрахова, 2019), дезадаптивных форм (Жунисова и др., 2015) и типов нарушений пищевых привычек у больных людей (Torres, Nowson, 2007). Задача исследования состояла в обнаружении сдвигов в пищевых привычках с целью повышения иммунитета и психологического комфорта у россиян на фоне второй волны пандемии.

Выделенная с помощью кластерного анализа данных вопросника изменений пищевого поведения адаптивная стратегия была обнаружена только у 18 % респондентов. В условиях стресса и тревоги, вызванных

ситуаций с заболеваемостью коронавирусной инфекцией, изменением стиля жизни и в ряде случаев переживанием экономических проблем у респондентов, выбравших адаптивную стратегию, усиливалась установка на здоровое питание и профилактические меры в сфере пищевого поведения и двигательной активности.

Переживание трудной ситуации часто способствует формированию негативного образа будущего (Pultz, Hviid, 2016). Носители адаптивной стратегии, напротив, дали оптимистичную оценку будущему, продемонстрировали позитивный тон и акцент на активности в оценке своего прошлого, охарактеризовали как более осмысленное свое настоящее. Таким образом, самоконтроль, который предполагает адаптивная стратегия пищевого поведения на фоне пандемии, способствует более благоприятной картине временных аттитюдов личности. Более активное, интернальное, ориентированное на перспективу поведение окрашивает персональное будущее позитивными, оптимистичными красками.

Анализ структурных связей по данным вопросника изменения пищевого поведения на фоне пандемии показал, что поисковая активность, участие в приготовлении пищи, установки на здоровое питание и образ жизни совместно с близкими людьми, самообразование способствуют адаптивной стратегии в питании, что подтверждается и рекомендациями специалистов (Мешкова, 2018).

На фоне усиления стресса и длительности пребывания за монитором большая часть респондентов (82 %) существенно не меняла свои пищевые привычки. Поскольку у женщин присутствует более выраженная связь между стрессом и едой (Wansink et al, 2003), то полученные результаты исследования, согласно которым женщины больше, чем мужчины, переживали стресс и стали больше потреблять пищевых добавок для повышения иммунитета во время пандемии COVID-19, объяснимы. Ежедневное потребление фруктов и овощей, а также других продуктов сбалансированной диеты во время пандемии COVID-19 выросло у респондентов с более высокими доходами и у более религиозных людей.

9. РОДИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ЦИФРОВИЗАЦИИ ШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СИТУАЦИИ ВЫНУЖДЕННОГО ПЕРЕХОДА К ДИСТАНЦИОННОМУ ОБУЧЕНИЮ

Цифровизация любой отрасли, в том числе и цифровизация системы образования обнаруживает как правовые, так и организационные барьеры (Южаков, Еферемов, 2018), а также ставит вопрос о необходимости этического регулирования (Беляева, 2018). Ситуация осложнилась пандемией COVID-19, нарушившей ход повседневности, вынудившей свыше 40 млн детей по всему миру упустить старт получения дошкольного образования⁶⁸.

Размещенный 4 июля 2020 года в социальной сети «ВКонтакте» экспресс-опрос «Как Вы относитесь к дистанционному образованию?»⁶⁹ портала «Госуслуги» собрал на 25 июля 2020 года, не претендуя на репрезентативность, отклики 35 148 человек. Вариант ответа «Поддерживаю, за онлайн-обучением будущее, без этого никак» получил менее 3 % голосов (2,26 %) респондентов, за вариант ответа «В сложившейся ситуации это необходимость» проголосовало 4,39 % опрошенных. В пользу ответа «Онлайн-обучение – это хорошо, но нужно совмещать виды обучения» склонилось менее десятой части родителей (8,86 %). Большинство респондентов выбрали вариант «Мне не нравится, дети должны ходить в школу» (84,67 %). Такое протестное единодушие не может оставаться без внимания, поскольку представляет собой критический разрыв в восприятии требований общественности (прежде всего такой важной целевой аудитории, как родительское сообщество) и государства в формировании личности молодого человека, социализированной к современным условиям цифрового развития. В связи с этим вопрос об условиях продуктивного

⁶⁸ Концептуальная записка: образование в эпоху COVID-19 и в последующий период: Доклад ООН. 2020. Август. URL: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_-_education_during_covid-19_and_beyond_russian.pdf (дата обращения: 10.11.2023).

⁶⁹ Экспресс-опрос «Как Вы относитесь к дистанционному образованию?» (URL: https://vk.com/feed?section=likes&w=wall-195855333_119) проводился в официальной группе «Госуслуги для родителей» (<https://vk.com/gosuslugiforparents>) с числом подписчиков 132 054 человек.

применения цифровых технологий в образовательном процессе порождает его активное обсуждение и требует пристального внимательного исследования с последующим изучением родительских представлений и мнения экспертов о цифровизации школьного образования, разработки принципов цифровизации школьного образования, а также социальных технологий, обеспечивающих эффективное протекание процесса обучения с учетом восприятия родителей диджитализации школьной среды.

Изучение родительских представлений интересно исследователям с точки зрения формирования детско-родительских представлений (Колодина, 2016), а также в контексте образовательных траекторий и символическом будущем детей (Свешникова, 2010). Выводы Н. Н. Толстых (Толстых, 2012) свидетельствуют о решающем влиянии родителей на своих детей в формировании их ценностных ориентаций, жизненных целей и карьерных притязаний. В работе И. В. Вачкова, С. Н. Вачковой, М. В. Воропаева (Вачков и др., 2019) показано, что представления родителей о качестве образования в мегаполисе связано с их желанием контролировать учебу детей.

Проблема цифровизации образования находится в фокусе многих российских и зарубежных ученых. Так, Н. Б. Стрекалова (Стрекалова, 2019) определяет цифровизацию образования как перевод в цифровой формат всех учебно-методических материалов и создание на их основе общедоступных баз знаний, максимальный перенос учебного процесса в глобальную сеть и использования для организации обучения мобильных и облачных технологий, привлечение к управлению учебным процессом технологий Web 3.0 и интеллектуальных систем, широкое применение массовых открытых образовательных курсов.

Проведенный екатеринбургскими исследователями (Виндекер, 2017) в 2017 году опрос на выборке студентов и преподавателей Уральского федерального университета показал неоднозначное отношение педагогической общественности разного статуса и возраста к перспективе распространения электронного обучения в системе высшего образования. По мнению авторов исследования, основными барьерами являются социокультурные и дидактические барьеры. Так, молодым техно-оптимистам сравнительно легко осваивать новые знания в уже

привычном дистанционном формате, тогда как консерваторы инерционно считают, что электронный формат вредит качеству образования, при этом последним также нравится возможность обучаться вне стен вуза.

Л. М. Андрюхина с коллегами (Андрюхина, 2020) выделяют главное условие снижения рисков цифровизации в образовании: примат педагога и педагогики, а не технологии в образовательном процессе. Основываясь на авторском исследовании готовности педагогов к цифровизации образования (опросом было охвачено 187 педагогов Свердловской области), они установили, что 74,8 % респондентов не готовы вводить новые нетрадиционные формы обучения (например, создать свой онлайн-проект в социальном сетевом сообществе), ссылаясь на недостаточный уровень своей компьютерной грамотности и нехватку времени. 36 % опрошенных признали, что затрудняются утверждать о своей готовности к реализации приоритетного проекта «Современная цифровая образовательная среда в России», а 23 % искренне признались в своей неготовности.

Авторы отмечают излишнюю гиперболизацию негативных изменений, которые происходят в несовершенстве процессов коммуникации в информационной среде, цифровой беспризорности, а также в самоустраненности педагогов и отсутствии у них позитивного настроения. Так, на вопрос: «Испытываете ли Вы воодушевление при мысли, что будете работать в электронной информационной среде?» – только 5 % ответили утвердительно. Проведенное авторами исследование развивает представления о сущности и содержании цифровой дидактики, способствует формированию оптимальных условий цифровизации образования. Между тем в настоящее время существует нехватка современных социально-психологических исследований влияния цифрового перехода на всех участников образовательного процесса, а что самое главное – практически отсутствуют исследования родительских представлений о цифровизации школьного образования с детальным анализом фобий и предложений по оптимальной траектории их преодоления.

В этой связи авторами предприняты попытки анализа родительских представлений о цифровизации школьного образования в 2-х временных точках:

1 временная точка – 2018 год, до вынужденного перехода к дистанционному обучению, характеризуется эволюционным дрейфом с дифференцированной степенью интенсивности проявления интереса к цифровым технологиям у различных аудиторий, массовым подключением к сети Интернет, освоением населением гаджетов, сенсорных устройств, нарастанием цифрового неравенства, имеющего прежде всего возрастной критерий. Основным достижением к этому рубежу стала серия выстроенных и закреплённых коммуникаций со школой, учительским и родительским сообществами (сайтом, группами в социальных сетях и родительскими чатами в мессенджерах), органами власти, институтом репетиторов, разветвленным общением между учащимися, аттестационными процедурами (ЕГЭ, ОГЭ и т. д.). В целом для этого этапа характерны компьютеризация и информатизация с диспропорцией в освоении цифровых инструментов и продуктов.

2 временная точка – с марта по май 2020 года, период вынужденного перехода к дистанционному обучению, при которой осуществлялось дистанционное общение между учителями и учениками с эмоциональной окраской в силу экстремальной смены формата процесса обучения, который игнорировал подготовительный методологический этап и создание цифрового контента на фоне недостаточно высокой цифровой культуры учителей. Родительское сообщество восприняло дистанционное обучение как цифровую коммуникацию, заключающуюся в постановке задач с выдачей заданий для самообразования учащихся школ и рекомендаций наиболее популярных просветительских ресурсов.

Под родительскими представлениями цифровизации школьного образования мы понимаем когнитивное и эмоциональное восприятие родителями школьной среды, их осведомленность о процессах интеллектуального и социального развития ребенка, целях обучения и наиболее предпочитаемых способах организации среды обучения. Родительские представления можно классифицировать по нескольким основаниям. Принципиальным в рамках нашей проблемы является типологизация представлений родителей о школе и процессе обучения, которые являются продуктом их собственного опыта, а также опыта, которого не было в школьном обучении родителей и основанного на опыте их детей. Представления родителей о цифровизации школьного

обучения относятся, как правило, к представлениям, основанным на опыте их детей, поскольку подавляющее большинство родителей родились в прошлом веке и получили аналоговое (нецифровое) школьное образование.

Таким образом, главный исследовательский вопрос состоит в анализе тех изменений в родительских представлениях о цифровизации образования, которые были зафиксированы нашими исследованиями в двух временных точках, учитывая ситуацию вынужденного перехода к дистанционному обучению.

Методики и описание выборов. В первом исследовании, осуществленном в апреле 2018 года Фондом «Национальные ресурсы образования» совместно с активом Российского общества «Знание», был проведен опрос 1 276 родителей детей до 18 лет, посвященный изучению влияния цифровизации образования на качество образовательного процесса. Выборка состояла из 87,5 % проживающих в городе, более 2/3 женщины, при этом возраст 74,9 % респондентов – до 42 лет. 49,8 % имеют одного несовершеннолетнего ребенка, 38,6 % – двоих детей, 9,9 % – троих несовершеннолетних детей и более. 10,3 % сообщили, что живут крайне экономно, 47,1 % сообщили, что в целом обеспечены, почти 40 % опрошенным хватает не только на еду, но и на одежду.

Вторым онлайн-опросом (апрель-май 2020 года) было охвачено 100 респондентов среднего города типичной глубинки (г. Кострома). С помощью рассылки через социальную сеть «ВКонтакте» на анкету, размещенную на ресурсе webanketa.com, были получены ответы родителей, чьи дети посещали более 30 различных школ Костромской области (79 % – школы города Костромы).

Пандемия коронавируса ускорила процесс перехода образовательных учреждений, в том числе школ в формат дистанционной коммуникации, поэтому задачей исследования было выявление основных трудностей, возникших в процессе дистанционного обучения у учащихся образовательных учреждений города Костромы и Костромской области; привлечение наибольшего количества всех участников к обсуждению проблем, возникших в процессе дистанционного обучения; коррекция организационного процесса дистанционного обучения для удобства учащихся в ближайшем будущем. В качестве инструментария использовалась

модифицированная анкета Международного центра социологических исследований НИУ БелГУ (И. С. Шаповалова).

Результаты исследования. На вопрос об использовании гаджетов в образовательных целях первого общероссийского исследования были получены следующие ответы: 78,8 % ответивших используют компьютер/ноутбук в образовательных целях, 61,8 % – мобильный телефон, 46,8 % – планшет, 32,3 % – телевизор, а 12,9 % – электронную книгу. Исследование экспертов факультета психологии МГУ им. М. В. Ломоносова показало, что более 90 % учеников начальной школы имеют какой-нибудь гаджет, а каждый третий младшеклассник пользуется социальными сетями⁷⁰.

Родители по-разному оценивают перспективные возможности, открывающиеся перед их детьми посредством цифровизации. Так, 61,2 % опрошенных считают, что цифровизация открывает школе доступ к современным технологиям, 34,9 % – способствует развитию способностей учащихся, 33,7 % – обеспечивает индивидуализацию процесса обучения, 18,7 % – лишь создает видимость внедрения современных технологий, а 13,7 % считают, что она замедляет развитие их детей. Опрос ВЦИОМ⁷¹ показал, что большинство россиян (83 %) считают, что личные телефоны и смартфоны мешают школьникам учиться. Три четверти опрошенных поддерживают идею о запрете использования смартфонов и других гаджетов во время занятий. Более двух третей наших сограждан считают, что благодаря подобным ограничениям использования электронных гаджетов в школах дети станут лучше учиться, полагая, что данный запрет должен распространяться на школьников всех возрастов.

В среднем подростки с гаджетами проводят 3,5 часа в день, при этом большинство родителей считают, что их дети уделяют слишком много времени развлечениям с использованием цифровых устройств. Эксперты отмечают также негативные последствия влияния цифровых

⁷⁰ Новая эпоха. Как гаджеты помогают школьнику в учебе // Аргументы и факты. 2020. 20 авг. URL: https://vrg.aif.ru/society/family/novaya_epoha_kak_gadzhety_pomogayut_shkolniku_v_uchebe (дата обращения: 10.11.2023).

⁷¹ Смартфоны в школах: запретить нельзя оставить? Россияне поддерживают идею о запрете использования смартфонов и других гаджетов в школьных классах // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9320> (дата обращения: 10.11.2023).

технологий на ребенка (кибер-социализация) (Айсина, Нестерова, 2019), среди которых: ухудшение зрения и сна (Благополучие детей в цифровую эпоху, 2019), нарушение осанки, моторики, головные боли, а также нарастающие проблемы социализации детей (Войскунский, 2015) и подростков (Дмитриев, 2013), клиповость мышления (Амирьянова, 2019), при которой теряется способность и желание самостоятельно занимать себя, творчески играть без готовых зрительных образов (Марарица, 2013).

На вопрос анкеты «Влияет ли, по Вашему мнению, количество времени, проведенное ребенком с электронными устройствами (компьютер, планшет, смартфон) на его настроение и самочувствие?» были получены такие ответы: 37,5 % ответили, что «скорее влияет, бывают перепады в настроении, но они несущественные», 34,8 % – «определенно бывают, у ребенка существенно портится настроение», 22,3 % – «скорее не влияет, крайне трудно установить причину изменения в настроении, так как много различных факторов могут влиять на ребенка», 5,4 % – «определенно не влияет, настроение ребенка никак не зависит от использования гаджетов».

Респондентов общероссийского исследования просили оценить уровень цифровизации школ в России (рис. 21). Больше половины опрошенных высказались в пользу недостаточной оснащенности российских школ необходимыми цифровыми ресурсами.

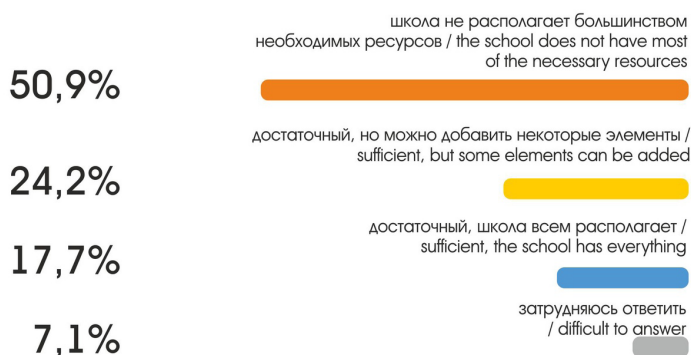


Рис. 21. Оценка уровня цифровизации российских школ

Для того чтобы ликвидировать этот пробел и иметь достаточный уровень для достижения современных требований к образованию, по мнению родителей, недостает: компьютеров (72,9 %), высокоскоростного интернета (69,9 %), объектов 3-D моделирования/печати (46,3 %). Оценку уровня цифровизации российских школ проиллюстрируем ответами на вопрос о переходе учащихся на дистанционное обучение, собранными в рамках регионального исследования 2020 года. Так, более двух третей (68 %) респондентов, принявших участие во 2-м исследовании (2020 год), волновались о снижении эффективности образовательного процесса, 21 % восприняли спокойно, как временную меру, 4 % обрадовались возможности детей побыть дома и заниматься в свободном режиме, 7 % беспокоились о технических возможностях реализации такого формата. На уточняющий вопрос об организации обучения в школе в период пандемии 65 % опрошенных ответили, что все занятия переведены в дистанционный формат, 17 % – часть занятий была переведена в дистанционный формат, а часто отменена/перенесена, 5 % – все занятия были отменены.

Вопрос о возможности перенесения в перспективе всех школьных дисциплин полностью в онлайн-формат показал, что больше половины родителей (58 %) считают, что это невозможно по техническим причинам, еще четверть (25 %) полагают, что это невозможно в силу привычки очно присутствовать в образовательном процессе, лишь 4 % считают, что это возможно без потери качества. Таким образом, родители оценивают уровень цифровизации школьного обучения как недостаточный и неадекватный.

Ответы на вопрос о том, что можно исключить из образовательного процесса без снижения результата, представлены на рисунке 22.

Из рисунка 22 видно, что опрошенные категорически против отказа от тетрадей для письма (83 %), уроков труда (технологии) – 82 %, исследовательской лаборатории – 81 %. Можно обойтись, по мнению родителей, без тренажеров и очков виртуальной реальности, а также без электронных учебников и бумажного журнала.

На вопрос об ингибиторах цифровизации в сфере образования опрошенные смогли выделить неэффективное использование выделяемых средств (63,1 %), а также низкую квалификацию педагогов (36,4 %).

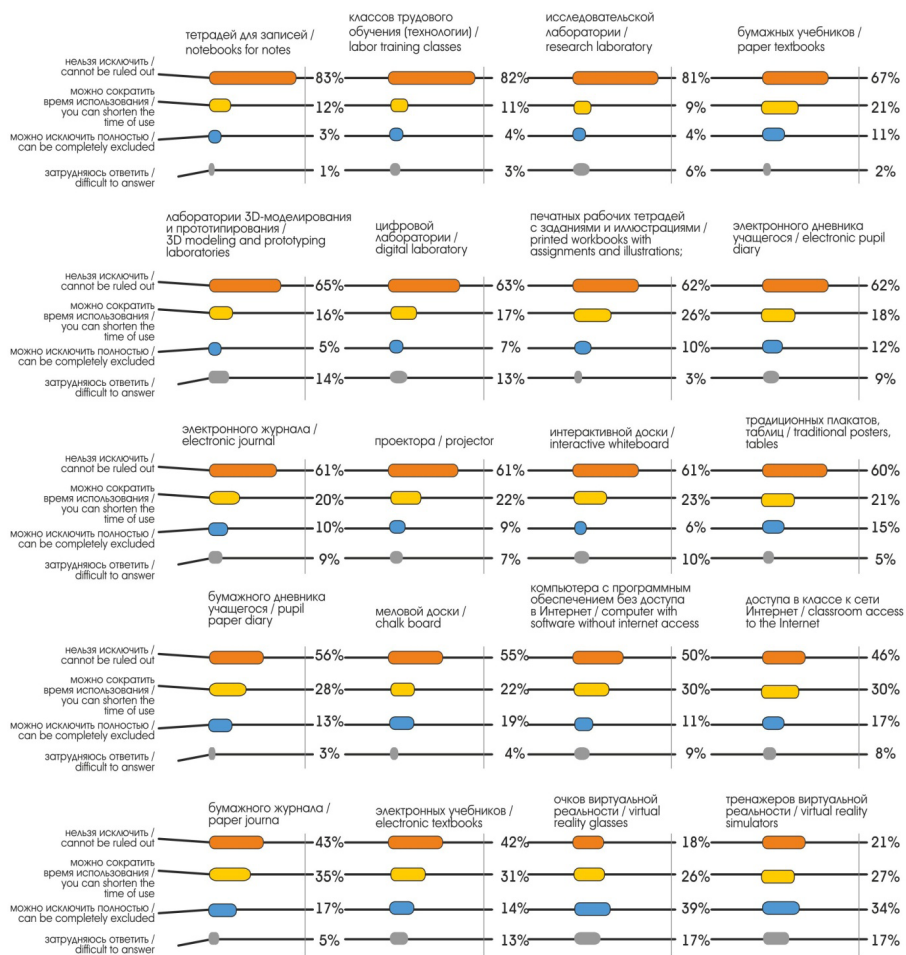


Рис. 22. Оценка респондентами возможности исключить из образовательного процесса тех или иных образовательных технологий

В то же время родители сообщили, что наибольшая востребованность цифровизации образования находится в сфере работы с детьми с ограниченными возможностями (рис. 23), а также обучения исследованиям и проектированию, подготовке в ЕГЭ, ОГЭ. Не подходит цифровизация, по мнению опрошенных, применительно к смысловому чтению, а также к творческим дисциплинам.

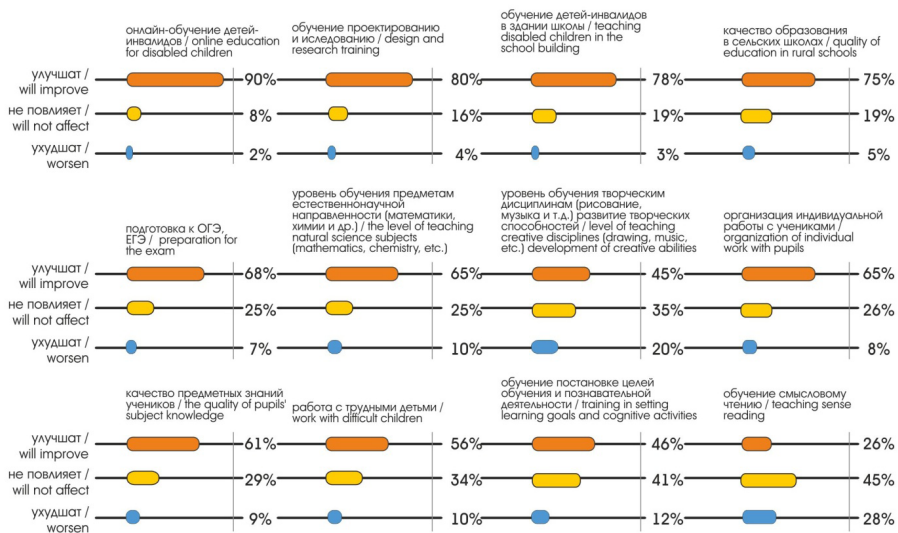


Рис. 23. Первоочередные сферы цифровизации образования, по мнению опрошенных

На рисунке 24 обобщены данные об итогах 20-летней информатизации образовательного процесса, собранные на основе мнения родителей. Отрицательно ее оценивают лишь 12,3 % респондентов, еще 15,6 % затруднились ответить. В целом положительно оценивают результаты информатизации более 2/3 опрошенных, из них половина считают, что цифровизация открыла дополнительные возможности, но не решила проблем, связанных с обучением детей, актуальных и сегодня.

Вопросы регионального исследования показали, что только 11 % респондентов полностью понимают, как организовано обучение их детей, только 51 % утвердительно ответили, что знают, куда обратиться за информацией об обучении в дистанционном формате.

Опрос зафиксировал то, что обучение ни в одной школе не прекращалось, занятия перенесены не были. Согласно данным опроса, занятия школьников в дистанционном формате по различным дисциплинам проходили в следующем режиме. По 2/3 школьным предметам были разосланы темы уроков для самостоятельного изучения с выполнением

проверочных заданий, в 70 % случаев были рекомендованы уроки на онлайн-ресурсах: Youtube, Постнаука, Арзамас или в социальных сетях других педагогов для закрепления материала.

положительно, цифровизация открыла дополнительные возможности, но не решила ряда проблем, связанных с обучением детей, актуальных и сегодня / positively, digitalization has opened up additional opportunities, but has not solved a number of problems related to the education of children, which are still relevant today;



положительно, есть позитивные эффекты, при условии решения имеющихся проблем равного доступа, цифровизацию можно рассматривать как фактор повышения качества обучения / positively, there are positive effects, provided that the existing problems of equal access are solved, digitalization can be considered as a factor in improving the quality of education



положительно, цифровизация способствовала значительному развитию школьного образования в России / positively, digitalization has contributed to the significant development of school education in Russia



затрудняюсь ответить, так как не располагаю достаточной информацией по данному вопросу / it difficult to answer, since I do not have sufficient information on this issue



отрицательно, цифровизация не решила фундаментальных проблем образования, а привела к его деградации / negatively, digitalization did not solve the fundamental problems of education, but led to its degradation



отрицательно, почти ничего ценного не сделано в рамках проекта, а все что имеется приводит к разрушению образовательного пространства / negatively, almost nothing of value has been done within the framework of the project, and everything that is available leads to the destruction of the educational space



отрицательно, цифровизация способствовала усилению неравенства образовательных возможностей / negatively, digitalization has contributed to increasing inequality of educational opportunities



Рис. 24. 20-летние итоги информатизации российского образования, по мнению опрошенных

Доступность учителей в период дистанционного обучения представлено на рисунке 25, из анализа данных которого можно сделать вывод, что особых сложностей с коммуникацией между учеником и учителем не возникало.

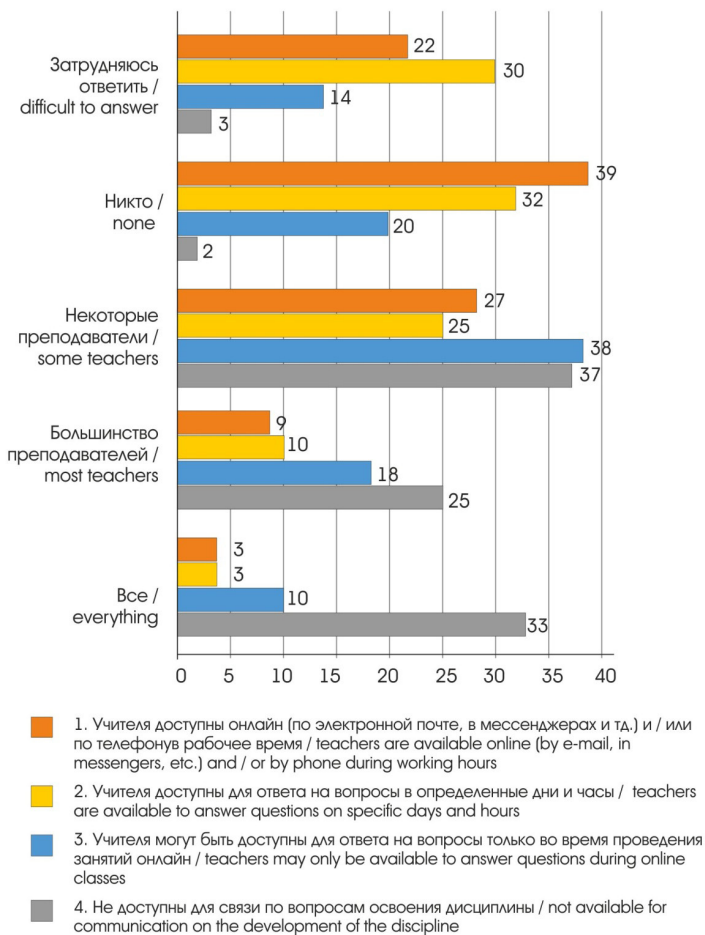


Рис. 25. Распределение ответов респондентов на вопрос: «На сколько доступны преподаватели для связи и ответа на вопросы по дисциплине в условиях дистанционного формата обучения?»

Наибольшее количество сложностей у участников дистанционного образовательного процесса возникло из-за того, что ребенку не хватает очного общения с учителем – 66 %; ребенку не хватает общения с одноклассниками – 63 %; сложно учиться в домашней обстановке – 56 %; возникают технические проблемы и перебои с интернетом – 53 %; ребенку

сложно сосредоточиться при самостоятельном изучении материала – 52 %; ребенку сложно задавать вопросы учителю при отсутствии очных занятий – 47 %; возникают проблемы с доступом к образовательным платформам – 44 %; ребенок чувствует себя более одиноким, изолированным при дистанционном формате обучения – 41 %; ребенок не может обсудить с одноклассниками изучаемый материал – 40 %; ребенку сложно удерживать внимание при просмотре видеурока – 35 %; ребенку сложно отвечать на вопросы учителя и уточнять то, что ему непонятно в онлайн-формате – 32 %; ребенку сложно разобраться с интерфейсом онлайн-курсов и программ, используемых для дистанционного формата обучения – 28 %.

Данные рисунка 26 свидетельствуют о том, насколько имеющаяся домашняя техника отвечает достаточному уровню организации дистанционного формата.

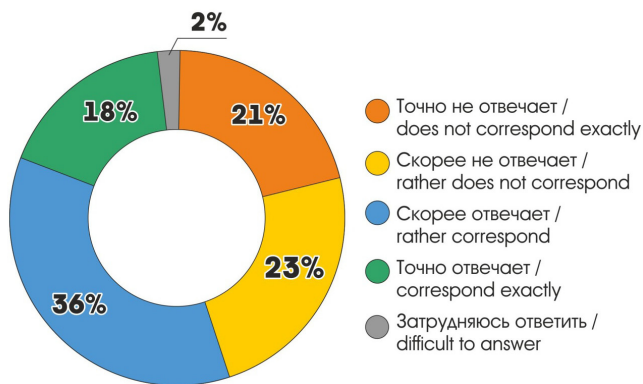


Рис. 26. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если говорить о переходе на дистанционный формат обучения, отвечает ли техника, доступная вашему ребенку в данный момент, всем функциональным требованиям для обучения?»

Изучение мнений родителей о готовности школ, педагогов и учеников к экстренному переходу на дистанционный формат обучения показало, что, всего 12 % опрошенных считают, что школы оказались «скорее готовы», 46 % считают, что «совершенно не готовы»; о готовности педагогов к новому формату обучения положительно отозвались 27 %

опрошенных, почти столько же (26 %) считают учителей «совершенно не готовыми», при этом ученики, по мнению опрошенных демонстрируют еще более низкую готовность к дистанционному формату обучения: 34 % считают их «совершенно не готовыми», лишь 17 % сочли учащихся «скорее готовыми» (рис. 27).

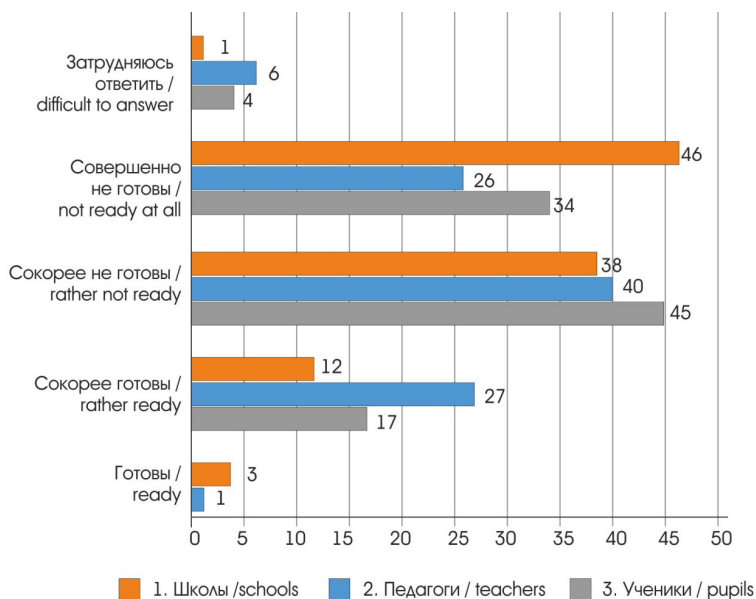


Рис. 27. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как вы считаете, насколько школы, педагоги и ученики оказались готовы к экстренному переходу на дистанционный формат обучения?»

С этими данными коррелируют результаты опроса о степени удовлетворённости тем, как было организовано обучение в дистанционном формате в школе в марте-апреле 2020 года, которая оказалась очень низкой. 39 % респондентов на вопрос; «Насколько вы удовлетворены тем, как было организовано обучение в дистанционном формате в школе сейчас (март-апрель 2020 года)?» – ответили, что «скорее не удовлетворен(а)», 26 % – «совершенно не удовлетворен(а)», 25 % – «скорее удовлетворен(а)» и только 4 % – «полностью удовлетворен(а)» (рис. 28).

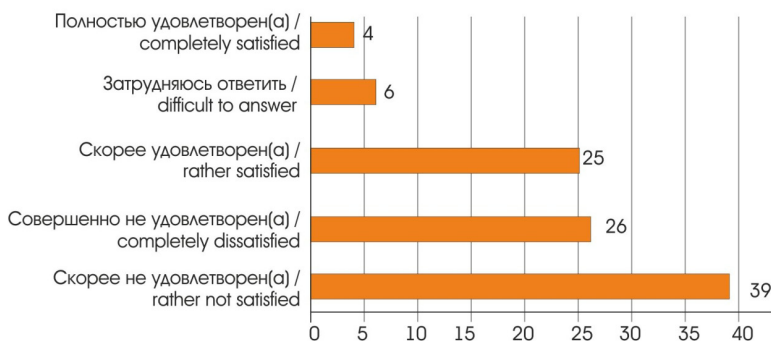


Рис. 28. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько вы удовлетворены тем, как было организовано обучение в дистанционном формате в школе сейчас (март-апрель 2020 года)?»

Вопрос о ранее используемых учителями цифровых практиках (рис. 29) прояснил причины неудовлетворенности родительского сообщества и невысокую успешность перехода на дистанционный формат.

Данные, представленные на рисунке 29, показывают, что учителя используют онлайн-среду как средство коммуникации со школьниками, при этом отсутствие собственного контента и низкий уровень коммуникации с родителями учеников являются явными упущениями.

Родительские представления о цифровизации школьного образования – это не продукт их собственного прошлого опыта, они конструируются из опыта общения с детьми в процессе подготовки домашних заданий и общения на тему обучения в школе. В связи с этим к процессу цифровизации школьного образования родители относятся настороженно, имея как свои собственные усвоенные стереотипы, так и фобии, транслируемые через родительские мессенджеры и социальные сети.

Негативное отношение родителей к вынужденному переходу на дистанционное обучение во многом обусловлено невысоким уровнем наличия обратной связи и предоставления исчерпывающей справочной информации. Учителя используют онлайн-среду как средство коммуникации со школьниками, при этом зачастую у них отсутствует собственный контент, и они не могут обеспечить достаточный уровень коммуникаций с родителями учеников.

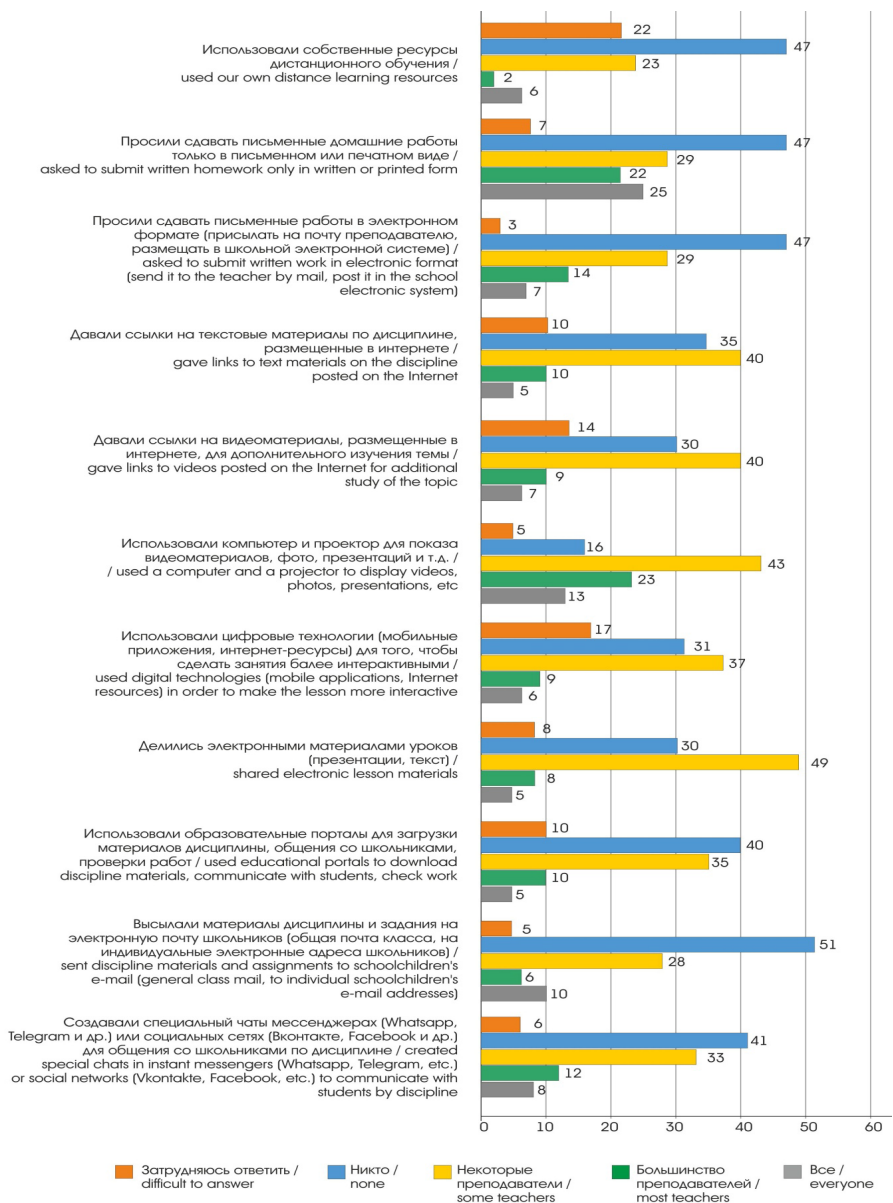


Рис. 29. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Укажите, как много учителей ваших детей раньше использовали перечисленные ниже практики в процессе обучения»

Ограничения в использовании гаджетов связаны с лимитированием длительности пребывания в виртуальной сети, с необходимостью контроля процесса кибер-социализации, уменьшения времени, посвящаемого виртуальным развлечениям. В то же время более половины родителей считают, что российские школы недостаточно оснащены цифровыми ресурсами (особенно в части наличия компьютеров и высокоскоростного интернета). При этом домашние условия в ситуации вынужденного перехода на дистанционное обучение весной 2020 года не отвечали всем функциональным требованиям, по мнению почти половины респондентов.

Родители наиболее категоричны в желании оставить в образовательном формате тетради для письма, уроки труда, занятия по смысловому чтению, творческие дисциплины и исследовательские лаборатории, считая, что эти занятия невозможно перевести в онлайн-формат.

В качестве барьеров цифровизации образования родители называют наряду с неэффективным использованием выделяемых средств низкую квалификацию педагогов. В то же время большой потенциал цифровизации образования родители видят в работе с детьми с ограниченными возможностями, а также в подготовке к итоговому тестированию (ЕГЭ и ОГЭ).

10. ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ И ТЕНДЕНЦИИ ОТНОШЕНИЯ К ПАНДЕМИИ, ВЫЗВАННОЙ COVID-19

Проблема психологического воздействия пандемии, карантина и изоляции на состояние общества привлекает повышенное внимание специалистов. Негативные психологические реакции людей на угрозы здоровью, жизни, благополучию и стабильности в обществе усиливались «инфodemией». Учеными фиксируется обострение экономических и экологических проблем, в частности, снижение уверенности в завтрашнем дне (Jia et al, 2021), **паническое покупательское поведение** (Naeem, Ozuem, 2021). В некоторых исследованиях были выявлены не только негативные (Liu et al, 2021), **но и позитивные** эффекты коммуникации в социальных сетях (Mohamad, 2020) и изменения в обществе. Необходимость психологического мониторинга состояния общества на фоне эпидемиологической ситуации очевидна.

Результаты эмпирических исследований состояния российского общества и его адаптации к пандемии, вызванной COVID-19, в научной и публицистической литературе освещались с марта 2020 года. Так, например, Е. В. Федосенко (Федосенко, 2020) приводит результаты исследования психологических ресурсов человека в период вынужденной изоляции. Выделены самые распространенные реакции респондентов (N = 784 человек) на эпидемическую ситуацию. Страх (47,3 %), апатия (22,2 %), ступор (14,5 %) сформировали тройку самых распространенных реакций на вынужденную изоляцию. Также зафиксированы такие психологические «эффекты» эпидемий и связанных с ними карантинных, как гнев, раздражение, депрессия, эмоциональное истощение, симптомы посттравматического стресса. Автор охарактеризовала эпидемическую ситуацию как чрезвычайную в связи с теми «психологическими эффектами», которые она провоцирует.

С целью выявить наиболее распространенные установки и типы ответов россиян на эпидемию COVID-19 с учетом их вовлеченности в социальные сети, критического мышления и выраженности психопатологических симптомов нами было проведено исследование,

данные для которого собирались через сервис Toloka.Yandex.ru в течение двух недель (с 31 мая по 10 июня 2020 года, с наибольшим количеством ответов 2 и 9 июня). Поскольку исследование было проведено в период спада первой волны пандемии COVID-19, ожидания были связаны с накоплением некоторого опыта адаптации к эпидемиологической ситуации в России.

Выборка. В исследовании приняли участие 986 человек (56,9 % мужчины, 43,1 % женщины) в возрасте от 18 до 76 лет ($M = 36,63$; $SD = 10,2$). География опроса охватывала разные регионы России и включала жителей Москвы – 9,8%, городов-миллионников (за исключением Москвы) – 34,5%, областных центров регионов (с населением менее 1 млн чел.) – 27,2 % и районных центров – 25,2%.

Инструментарий. В качестве основного инструмента исследования использовалась сокращенная версия анкеты, разработанной Т. Нестиком для измерения аттитудов к пандемии и оценки доверия к представителям различных социальных групп (Nestik, 2020), которая включала 34 утверждения, оцениваемых по пятибалльной шкалой ответов Р. Лайкерта.

Дополнительно применялись симптоматический метод SCL-90-R, Опросник критического мышления (Epstein, 2001) в адаптации Ениколопова и Лебедева (Ениколопов, Лебедев, 2004), Шкала аддикции к социальным медиа (Karadag et al, 2015) из 10 утверждений с пятибалльной шкалой (надежность опросника подтверждена коэффициентом α -Кронбаха = 0,864). Также опрос предполагал заполнение демографической справки.

Обработка данных включала эксплораторный факторный анализ с вращением Varimax и нормализацией Кайзера и корреляционный анализ с использованием коэффициента Спирмена. Вычисление описательных статистик, корреляционный и факторный анализы выполнялись с помощью статистического пакета SPSS 20.0.

Факторизация данных анкеты аттитудов к пандемии дала восемь факторов (табл. 10.1), из которых 4 последних представлены невысокими факторными весами, но могут рассматриваться в контексте общего разнообразия типичных установок и представлений, возникших в ответ на эпидемическую ситуацию.

Таблица 10.1

*Факторная структура и описательные статистики данных опросника
 attitudes к пандемии (N = 986)*

Утверждения	Факторная нагрузка	M(SD)
Фактор конспирологических теорий о коронавирусе (доля объяснимой дисперсии 15,9 %)		
1. Вирусы, подобные COVID-19, создаются искусственно с какой-то целью	0,779	2,88(1,27)
7. Эпидемии – это оружие, используемое одними людьми против других	0,726	2,65 (1,25)
4. С помощью эпидемий богатые регулируют численность бедных	0,645	2,28 (1,23)
2. Вспышка эпидемии – это, как правило, результат чьей-то ошибки	0,485	3,24 (1,16)
6. Возникновение новых инфекционных заболеваний – это естественный процесс мутации, происходящий в природе без участия людей	-0,766	3,42 (1,17)
5. Возникновение новых возбудителей болезней – чистая случайность	-0,762	2,89 (1,15)
Фактор ковид-диссидентства (доля объяснимой дисперсии 12,0 %)		
19. Опасность эпидемий, подобных COVID-19, явно преувеличена	0,738	3,03(1,22)
29. Бессмысленно надевать маску или отсиживаться дома – если суждено заболеть, то этого не избежать	0,687	2,40 (1,32)
20. Шумиха в СМИ по поводу COVID-19 используется для отвлечения внимания общества от более важных проблем	0,657	3,20 (1,26)
21. Эпидемии представляют опасность только для людей с ослабленным здоровьем	0,620	2,79 (1,25)
28. Прививки от гриппа могут нанести больше вреда, чем пользы	0,437	2,79 (1,27)
27. Прививки часто вызывают побочные эффекты	0,423	3,16 (1,21)
Фактор ковид-оптимизма (доля объяснимой дисперсии 8,1 %)		
25. Руководство нашей страны предпринимает достаточные усилия для сдерживания пандемии	0,812	2,79 (1,28)
24. Уровень развития медицины в России достаточен, чтобы спасти большинство заболевших от эпидемии	0,793	2,83 (1,24)
26. В случае глобальной эпидемии врачи смогут создать необходимое лекарство	0,670	3,34 (1,03)

Продолжение табл. 10.1

Утверждения	Факторная нагрузка	M(SD)
30. Если я заболею в ходе эпидемии, то смогу надеяться только на себя и своих близких	-0,488	3,33 (1,30)
Фактор доверия и ответственности в обществе (доля объяснимой дисперсии 6,3 %)		
10. Во время эпидемии информация о количестве зараженных будет намеренно искажаться, чтобы не сеять панику	0,594	3,65 (1,08)
11. В случае эпидемии большинство людей не станут сообщать о том, что они заболели, чтобы не оказаться на карантине	0,582	3,52 (1,05)
14. Единственное спасение от эпидемии – в моральной сознательности и ответственности каждого	0,534	3,95 (1,07)
9. Причиной эпидемий является низкая образованность и несоблюдение правил гигиены	0,519	3,17 (1,27)
12. Большинство россиян не станут верить официальной информации о числе заболевших и умерших во время эпидемии.	0,516	3,68 (1,03)
Фактор страха инфицирования и мизофобии (доля объяснимой дисперсии 4,6 %)		
33. Я опасуюсь приходить на прием в поликлинику, чтобы не заразиться	0,845	3,25 (1,35)
32. Я боюсь пользоваться общественным транспортом, так как там легко заразиться	0,806	3,11 (1,35)
Фактор тревоги, покаяния и благотворительности (доля объяснимой дисперсии 3,5%)		
22. Меня очень тревожат новости об эпидемиологических угрозах	0,661	2,95 (1,18)
23. Я опасуюсь новых и более опасных эпидемий	0,605	3,25 (1,22)
31. Я готов жертвовать деньги на помощь пожилым людям, заболевшим во время эпидемии	0,598	2,81 (1,15)
3. Эпидемии – это кара Господня	0,533	1,68 (1,02)
Фактор прогнозного пессимизма (доля объяснимой дисперсии 3,3 %)		
17. Вполне вероятно, что в ближайшие 50 лет возникнет эпидемия, от которой умрут все люди	0,661	2,27 (1,15)
18. В ближайшие 20 лет эпидемии, подобные COVID-19, будут повторяться	0,605	3,63 (0,92)
27. Прививки часто вызывают побочные эффекты	0,575	3,16 (1,21)

Утверждения	Факторная нагрузка	M(SD)
28. Прививки от гриппа могут нанести больше вреда, чем пользы	0,574	2,79 (1,27)
Фактор предпочтения строгих ограничительных мер (доля объяснимой дисперсии 3,0 %)		
13. За нарушение карантина нужно наказывать тюремными сроками	0,771	2,08 (1,19)
15. Нужно раскрывать информацию об истории передвижений и контактах заболевших, даже если это нарушает их право на неприкосновенность частной жизни	0,757	2,87 (1,36)
8. Только железная дисциплина может спасти общество от серьезной эпидемии	0,413	3,50 (1,23)
16. Чтобы не допустить паники, нужно пресекать распространение новостей, отличающихся от официальной информации и рекомендаций ВОЗ	0,392	3,06 (1,33)

Первый фактор был назван «*фактором конспирологических теорий о коронавирусе*». На долю данного фактора приходится 15,9 % объясненной дисперсии. Он содержит противопоставление представления о возбудителе пандемии как рукотворном, искусственно созданном неким «врагом», как биологическом оружии или, напротив, природном, естественном явлении.

Второй фактор «*ковид-диссидентство*» (12,0 % дисперсии) включает в себя игнорирование опасности инфицирования в сочетании с фаталистическим подходом к опасности (вероятности) заболеть. С меньшими вкладами в него вошли проявления негативного отношения к прививкам, что подтверждает факт того, что среди ковид-диссидентов больше тех, кого называют «анитипрививочники».

Третий фактор «*ковид-оптимизм*» сформирован доверием руководству страны на фоне пандемии, верой в отечественную медицину и мировую науку, а с противоположным знаком (с небольшой факторной нагрузкой) в фактор вошла надежда только на себя и своих близких в случае инфицирования.

Четвертый фактор «*доверие и ответственность в обществе*» воплощает осознание проблем, связанных с ответственностью или безответственностью членов общества на фоне пандемии и доверия/

недоверия в системах «гражданин – государство» и «гражданин – общество».

Пятый фактор, названный *«страх инфицирования и мизофобия»*, сформирован страхом заразиться вирусом COVID-19 в общественных местах (в транспорте или на приеме в поликлинике) и отказом от их посещения. На фоне пандемии проявления мизофобии (желания минимизировать необходимость взаимодействия с посторонними людьми и избегания прикосновения к различным вещам из-за боязни микробов) были спровоцированы эпидемической ситуацией, т. е. речь идет о ситуативной тревоге и осторожном (иногда избыточно) поведении.

Страхи, тревога, панические настроения в разных формах нашли воплощение еще в двух факторах. Так, в шестом факторе, или *«факторе страха, покаяния и благотворительности»*, страх новых эпидемиологических угроз и более опасных эпидемий в будущем сочетается с интерпретацией пандемии как наказания за грехи и с готовностью жертвовать деньги пожилым людям, заболевшим во время эпидемии.

Седьмой фактор *«прогнозный пессимизм»* воплощает обреченность, апокалиптические настроения («вполне вероятно, что в ближайшие 50 лет возникнет эпидемия, от которой умрут все люди»), ожидание новых эпидемических угроз, сомнения по поводу пользы и безопасности прививок. Восьмой фактор *«предпочтения строгих ограничительных мер»* объединил одобрение/неодобрение наказаний тюремными сроками за нарушение карантина, требование прозрачности передвижений и контактов заболевших даже в ущерб прайвеси, регламентирование жизни граждан железной дисциплиной для спасения от эпидемии.

Таким образом, полученная факторная структура данных опроса отражает спектр довольно противоречивых установок ковид-сознания россиян.

Как показывает анализ описательных статистик (табл.10.1), среди респондентов доминирует убеждение в том, что возникновение новых инфекционных заболеваний – это естественный процесс мутации, происходящий в природе без участия людей, либо результат чьей-то ошибки. Конспирологические объяснения появления новой инфекции,

называемой COVID-19, оказались не популярными среди россиян в первой декаде июня 2020 года. Еще менее популярным оказалось объяснение пандемии как кары Господней ($M = 1,68$, $SD = 1,02$).

Наибольшую степень согласия у россиян, участвующих в опросе, получили утверждения из четвертого фактора, отражающего доверие и ответственность в обществе. Большинство респондентов солидарны с мнением, что единственное спасение от эпидемии – в моральной сознательности и ответственности каждого ($M = 3,95$, $SD = 1,07$). При этом граждане склонны не доверять как официальной информации о количестве зараженных ковид ($M = 3,68$, $SD = 1,03$), так и информации от сограждан, которые «будут утаивать факт заражения вирусом» ($M = 3,52$, $SD = 1,05$).

По степени выраженности доверие мировой науке, которая обеспечит создание лекарства от коварного вируса, и доверие только себе и ближнему кругу людей в случае заболевания оказались практически одинаковы. Следует учитывать, что исследование было выполнено до создания вакцины Sputnik V.

Демографические особенности аттитюдов к пандемии.

Несмотря на статистически значимое преобладание с возрастом прогнозной тревоги по поводу эпидемиологических угроз ($p < 0,01$) и конкретно повторений эпидемий в ближайшие годы ($p < 0,001$), а также опасений побочных эффектов прививок ($p < 0,01$), представители старшего поколения проявили больше доверия руководству страны в связи с его усилиями для сдерживания пандемии ($p < 0,001$). Та же возрастная группа в большей степени выразила доверие возможностям медицины и науки для спасения большинства заболевших ($p < 0,01$). Косвенно данные свидетельствуют и о более высоком доверии Всемирной организации здравоохранения, что проявилось в меньшем согласии ($p < 0,001$) с регламентирующими информационный поток мерами («чтобы не допустить паники, нужно пресекать распространение новостей, отличающихся от официальной информации и рекомендаций ВОЗ»).

Кроме того, фактор возраста (который может свидетельствовать о большей зрелости личности) проявился в большей доверии согражданам в ситуации пандемии. Чем старше были респонденты, тем меньше они демонстрировали согласие с тем, что «в случае эпидемии большинство

людей не станут сообщать о том, что они заболели, чтобы не оказаться на карантине» ($p < 0,001$), что «большинство россиян не станут верить официальной информации о числе заболевших и умерших во время пандемии» ($p < 0,01$). При этом среди людей старшего поколения оказалось больше тех, кто считает, что безопасность важнее, чем право на закрытость частной жизни (контакты и перемещения), или прайвеси (при $p < 0,001$).

В то же время, результаты исследования показали, что чем старше были респонденты, тем больше среди них было сторонников конспирологических и фаталистических теорий происхождения пандемии («вирусы, подобные COVID-19, создаются искусственно с какой-то целью» ($p < 0,001$), «эпидемии – это кара Господня» ($p < 0,001$), «с помощью эпидемий богатые регулируют численность бедных» ($p < 0,01$)). Соответственно, меньше оказалось тех, кто полагал, что пандемия вызвана случайностью или естественным процессом мутаций ($p < 0,01$).

Согласно полученным данным, женщины больше верят в теории заговора и чаще соглашаются с тем, что «вирусы создаются искусственно с какой-либо целью» ($p < 0,05$), а также что «вспышка эпидемии – это результат чьей-либо ошибки» ($p < 0,05$). Среди мужчин оказалось больше скептиков, которые согласны с тем, что «во время эпидемий информация о количестве зараженных будет намеренно искажаться, чтобы не сеять панику» ($p < 0,05$) и что «шумиха в СМИ по поводу COVID-19 используется для отвлечения внимания общества от более важных проблем» ($p < 0,05$). Мужчины чаще соглашались с тем, что «фармацевтические компании специально задерживают выпуск некоторых лекарств, чтобы в дальнейшем они стоили дороже» ($p < 0,05$).

Женщины в большей степени, чем мужчины, склонны проявлять фобии, значимо чаще соглашаясь с тем, что они больше опасаются новых более опасных эпидемий ($p < 0,05$), а также больше боятся пользоваться общественным транспортом ($p < 0,05$) и приходиться на прием в поликлинику ($p < 0,05$), опасаясь заразиться вирусом.

Аттитюды к пандемии и психопатологические тенденции. Корреляционный анализ данных анкеты отношения к пандемии и опросника выраженности психопатологической симптоматики SCL-90-R показал, что у персон с высокими показателями по шкале тревожности выше

опасения по поводу новых и более опасных эпидемий» ($p < 0,001$) и ожидания негативных новостей об эпидемиологических угрозах. Чем выше показатели по шкале депрессии и шкале фобической тревожности, тем выше проявления мизофобии ($p < 0,001$), меньше доверия окружающим людям и больше подозрений об их несоблюдении эпидемиологических правил ($p < 0,001$). Лица с высокими показателями по шкале враждебности выступают за наказания тюремными сроками тех, кто нарушает карантин ($p < 0,001$).

Аттитюды к пандемии и критичность мышления.

Данные по опроснику критического мышления (СТИ) по всем шкалам располагались в зоне нормативов. На фоне послаблений режима самоизоляции в начале июня 2020 года немного усилились проявления категоричного и личностно-суеверного мышления.

Корреляционный анализ данных анкеты отношения к пандемии и СТИ показали, что новости об эпидемиологических угрозах вызывают меньше тревоги у персон с высокими показателями по шкале эмоционального совладания ($r = -0.237$, $p < 0,001$) и общей шкале конструктивного мышления (GCTI). Чем выше показатели по GCTI, тем ниже приверженность конспирологическим теориям происхождения пандемии, подозрительность, недоверие окружающим людям и социальным институтам, страх отдаленных угроз и проявления мизофобии.

За железную дисциплину на фоне пандемии выступили лица с высокими показателями по шкалам эмоционального ($r = 0.279$, $p < 0,01$) и поведенческого совладания ($r = 0.217$, $p < 0,01$).

Носители эзотерического мышления считают, что эпидемии – это оружие, используемое одними людьми против других ($r = 0.371$, $p < 0,001$), и не согласны с тем, что возникновение новых инфекционных заболеваний – это естественный процесс мутации, происходящий в природе без участия людей ($r = -0.260$, $p < 0,001$). У людей с более высокими показателями по шкалам категоричного и личностно-суеверного мышления оказалось ниже доверие СМИ и окружающим людям.

Аттитюды к пандемии и вовлеченность в социальные сети.

Результаты корреляционного анализа показывают, что среди тех, кто предпочитает социальные сети официальной информации (телевидение, радио, печать), статистически значимо больше респондентов,

характеризующихся низким социальным и институциональным доверием. У них больше выражено негативное отношение к руководству страны, они не считают достаточными усилия, которые предпринимаются властью для сдерживания пандемии ($r = -0,230, p < 0,001$), не верят в возможности отечественной медицины ($r = -0,200, p < 0,001$), а также не надеются на себя и своих близких в ситуации заболевания ($r = -0,190, p < 0,001$). Кроме того, среди них больше тех, кто не только не доверяет официальной информации об эпидемической ситуации ($r = 0,140, p < 0,001$), но также не доверяет согражданам, приписывая им возможные факты сокрытия информации о болезни из-за боязни оказаться на карантине ($r = 0,130, p < 0,001$), и проецируют свое недоверие официальной статистике по заболеваемости на большинство россиян ($r = 0,180, p < 0,001$).

Результаты исследования показали спектр довольно противоречивых установок ковид-сознания россиян (*fans / opponents of the “conspiracy theory”; responsible / irresponsible, covid-dissidents, covid-optimists, misophobes, anti-vaccinators*).

Более адаптивными в оценке эпидемической ситуации проявили себя личности с конструктивным критическим мышлением и эмоциональным совладанием.

Старшее поколение проявляет больше доверия к институтам власти и окружающим людям на фоне пандемии. У женщин больше, чем у мужчин выражена тревога и склонность к мизофобии.

Среди тех граждан, которые черпают информацию в основном из социальных сетей, оказалось меньше доверяющих как властным структурам, так и согражданам, а также скепсис в отношении медицины и вакцинации.

11. ДИНАМИКА ОТНОШЕНИЯ РОССИЯН К ПАНДЕМИИ COVID-19 И РЕЖИМУ САМОИЗОЛЯЦИИ В ПЕРИОД 1-Й И 2-Й ВОЛН

Несмотря на то что вторая волна COVID-19 в России и Европе в 2020 году оказалась по показателям распространения заболеваемости и смертности значительно более сильной и стремительной, чем первая⁷², интенсивность упоминания в СМИ темы коронавируса с апреля 2020 году неуклонно снижалась⁷³. Между тем человек адаптировался к реальности и воспринимает в настоящее время смертельную угрозу как часть реальности. При этом эксперты сообщают о снижении панических атак или вытеснении тревожности как отрицанию происходящего (Одарушенко и др., 2020) у россиян, но о полной утилизации рефлексивной COVID-тревожности дискутировать явно преждевременно. Рассмотрим особенности динамики отношения россиян к эпидемиологической угрозе в исследованиях коллег и сравним полученные ими результаты с выводами авторских опросов, реализованных в 2020 году.

В статье Ч. Мина и ее коллег (Min et al, 2020) описаны результаты опроса 3000 респондентов старше 18 с помощью онлайн-сервиса Diaoyanba (<http://www.diaoyanba.com>) в период с 2 по 23 марта 2020 года (52,3 % мужчины), 3/4 опрошенных состояли в браке. В статье оценивались официальные рекомендации (рекомендуемые меры – ношение масок и мытье рук) по 4-балльной шкале, где 1 – никогда, 4 – всегда. В качестве превентивных мер в опросник были включены утверждения про витаминные добавки и фитотерапию. Уровень доверия детализировался в доверии к федеральному правительству и местным властям и оценивался по 5-балльной шкале Р. Лайкерта. Знания о коронавирусе оценивались с помощью 4-х утверждений: «употребление алкоголя снижает риск коронавируса», «вирусы более опасны в холодную

⁷² Вторая волна оказалась сильнее первой. В Европе растет заболеваемость коронавирусом // ТАСС. 2020. 5 октяб. URL: <https://tass.ru/obschestvo/9630971> (дата обращения: 10.11.2023).

⁷³ Бочарова С., Иванов М. СМИ все меньше замечают коронавирус // Ведомости. 2020. 19 октяб. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2020/10/19/843826-zamechayut-koronavirus> (дата обращения: 10.11.2023).

и влажную погоду, поэтому обогреватели свыше 30 градусов помогают бороться с ковидом», «вирус дольше живет на гладкой поверхности, поэтому выживает на металлической поверхности чаще, чем на свитере», «употребление кусочков имбиря за пределами дома помогает предотвратить коронавирус». Негативные эмоции оценивались на основе опросника Юнга и Фунга (Yeung, Fung, 2007) в отношении SARS-2, измеряя уровень «печаль», «страх», «гнев», «шок» при встрече с COVID-19 по 5-балльной шкале Р. Лайкерта. В целом было выявлено, что доверие респондентов к политическим институтам очень высокое ($M = 4,08$, $SD = 0,82$). Уровень доверия к центральному правительству ($M = 4,21$, $SD = 0,90$) намного выше, чем к местному самоуправлению ($M = 3,94$, $SD = 0,96$). Что касается знаний о ковиде, то только 7,5 % респондентов ($N = 225$) правильно ответили на все вопросы. 62,7 % респондентов согласны или полностью согласны с тем, что испытали шок в отношении COVID-19, более половины «печаль» (56,2 %) и «страх» (52,3 %) и чуть меньше половины «гнев» (49,4 %). Ношение масок было более частым ($M = 3,28$, $SD = 0,89$), чем мытье рук водой с мылом ($M = 3,13$, $SD = 0,91$). Ожидаемо доверие к правительству стало значимым предиктором рекомендованного и превентивного поведения. Авторы обнаружили также взаимосвязь, при которой рекомендуемые меры будут действенными при высоком уровне доверия к правительству и низком уровне негативных эмоций. При этом высокий уровень отрицательных эмоций и высокое доверие к правительству ассоциировались с более высокой вероятностью превентивного поведения. Кроме того, более богатые, семейные и более образованные респонденты склонны чаще принимать рекомендованные профилактические меры. При этом молодые одинокие мужчины менее склонны к превентивному поведению.

В статье С. Триберти (Triberti et al, 2021) и коллег в обзоре источников показано, что женщины демонстрируют более динамичные изменения в познании и смене настроения в период вспышки COVID-19, высказывают большую озабоченность рисками и вопросами безопасности, больше склонны соблюдать правила и законы, больше проявляют эмпатию, социально ожидаемое и просоциально ориентированное поведение. Авторы выявили корреляционные взаимосвязи между темными чертами характера и поведением во время карантина COVID-19 (макиавеллизм:

$r = -0,207$, $p < 0,01$; психопатия: $r = -0,166$, $p < 0,01$; нарциссизм: $r = -0,121$, $p < 0,01$) с поведением, гарантирующим гигиену и проявление заботы о другом (например, мытье рук: $r = 0,141$, $p < 0,01$, воздержание от касаний глаз, носа и рта: $r = -0,133$, $p < 0,01$) или прикрытия рта во время чихания: $r = -0,253$, $p < 0,01$). Кроме того, люди с преобладанием черт макиавеллизма менее ориентированы на уменьшение своего социального взаимодействия ($r = -0,119$, $p < 0,01$), избегания контактов с людьми ($r = -0,210$, $p < 0,01$), даже в тех случаях, когда люди страдают острыми респираторными инфекциями ($r = -0,150$, $p < 0,01$). Они продолжают жить своей жизнью, не принимая специальных мер предосторожностей ($r = 0,140$, $p < 0,01$). Точно так же люди с психопатическими чертами менее ориентированы на поведение, способствующее личной гигиене, например, мытье рук ($r = -0,138$, $p < 0,01$) или дезинфекция своего жилища ($r = -0,119$, $p < 0,01$). **Несмотря на пандемию, психопаты обычно продолжают жить, не принимая особых мер предосторожностей** ($r = -0,203$, $p < 0,01$), не избегая потенциально инфицированных людей ($r = -0,094$, $p < 0,05$), не прикрывая рот во время чихания ($r = -0,136$, $p < 0,01$). Кроме того, нарциссы менее ориентированы на принятие правила личной гигиены, такие как влажная дезинфекционная уборка дома ($r = -0,098$, $p < 0,05$), прикрытия рта во время чихания ($r = -0,116$, $p < 0,05$) или избегание прикосновения к глазам, носу и рту руками ($r = -0,151$, $p < 0,01$). Также анализ показал, что мужчины набирали больше баллов, чем женщины по таким личностным чертам, как макиавеллизм, психопатия и нарциссизм ($p < 0,01$; $p < 0,01$; $p < 0,01$). Кроме того, женщины более склонны к здоровому образу жизни в карантине, чем мужчины ($p < 0,01$). Схожие данные были получены авторами публикации Hardin B. S., Smith C. V., Jordan L. N. (2021) «Is the COVID-19 pandemic even darker for some? Examining dark personality and affective, cognitive, and behavioral responses to the COVID-19 pandemic»⁷⁴.

В статье Дж. Иоаннидиса (Ioannidis et al, 2021) и коллег сравнивались доли смертей от COVID-19 в 14 странах в разных возрастных группах

⁷⁴ Hardin B. S., Smith C. V., Jordan L. N. (2021). Is the COVID-19 pandemic even darker for some? Examining dark personality and affective, cognitive, and behavioral responses to the COVID-19 pandemic. *Personality and individual differences*, vol. 171, N 110504. URL: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110504>.

между первой и второй волнами коронавируса. Доля молодых смертей (младше 50 лет) была ниже во второй волне по сравнению с первой. Доля смертей у людей младше 70 лет существенно не различалась между волнами. Однако различия в смертности между первой и второй волнами (11 стран для сравнения) в домах престарелых была неоднородной. Так, в 8 странах она осталась существенно и значительно снизилась, при этом осталась на том же уровне в Дании и Норвегии и заметно увеличилась в Австралии.

Аспектам низкой организационной приверженности и профессиональному выгоранию на фоне второй волны COVID-19 посвящена статья Л. Сокала и его коллег (Sokal et al, 2021). Авторы задались следующими двумя исследовательскими вопросами: Как переменные лидерства и выгорания связаны с уровнем организационной приверженности учителей во время пандемии COVID-19? Как они связаны с намерениями учителей покинуть школу и намерениями учителей оставить профессию? Использовался 22-пунктный «Опросник выгорания К. Маслач для преподавателей» (MBI-ES) (Maslach, Jackson, 1981), **измеряющий характеристики выгорания**, включая истощение, цинизм и личные достижения. Организационная приверженность была измерена с использованием шкалы из трех пунктов (Collie et al, 2016). Кроме того, использовались анкета субъективного благополучия учителя (Renshaw, 2020), а также шкала лидерства (Crosby, 2015) для определения, как учителя понимают лидерство в образовании. В результате анализа данных было обнаружено, что такой ресурс как сильное лидерство в школе является защитным фактором от выгорания учителей и намерения уволиться. При этом стресс во время пандемии рассматривается некоторыми учителями как выходящий за рамки ответственности директоров. То есть, директивы правительственных департаментов здравоохранения и образования в совокупности сделали усилия директоров менее значимыми в рамках этой задачи. Очевидно, что намерения учителей оставить профессию были продекларированы более широким политическим контекстом.

В статье М. Грухола и М. Славек-Чохра (Gruchola, Sławek-Czochra, 2021) изучалось общественное мнение жителей Евросоюза в отношении восприятия пандемии COVID-19 на основе еженедельных отчетов Евробарометра за период март – июль 2020 года и было показано, что

отсутствие ощущения безопасности в 3-х ключевых сферах (здоровье, экономика и общество) у жителей Евросоюза было результатом не их личного опыта, а культивировалось средствами массовой информации, создавая культуру страха.

В статье сингапурских исследователей (Koh, Liew, 2020) показано, как люди говорят об одиночестве в социальных сетях. В период с 1 мая по 1 июля 2020 года на основе 4492 сообщения социальной сети «Твиттер» были проанализированы фразы, найденные с помощью ключевых слов «одиночество» и «COVID-19». География сообщений была следующей: Северная Америка (32,9 %), Европа (24,5 %), Азия (5,2 %), Африка (3,9 %), Австралия (2,3 %), Южная Америка (0,9 %), неопределенного месторасположения (30,4 %). Всего было выбрано 33 темы, которые авторы сгруппировали в три: первая тема обсуждалась в 41,3 % случаев и включала такие слова, как *смерть*, *дом*, *работа* и *надежда*. О второй теме говорили 30,9 % респондентов, рассуждая об *изоляции*, *социальной дистанции*, *карантинных ограничениях* и *о различиях между социальным дистанцированием и социальной изоляцией*. В этой же теме обсуждалась и проблема контраста отношений до и после локдауна, близости и комфорта. Третья тема упоминалась в 27,8 % сообщений и вбирала в себя такие слова как *здоровье*, *беспокойство*, *депрессия* и *поддержка*. Авторы оценили значимые различия в педалировании вышеперечисленных тем топикстартеров (авторов тем) в зависимости от влиятельности авторов (количества подписчиков). Так, первая тема – «влияние одиночества на общество во время COVID-19» – поддерживалась как влиятельными, так и не влиятельными авторами, тогда как вторая тема – «социальное дистанцирование во время COVID-19 и его последствия для одиночества» – чаще публиковалась менее влиятельными пользователями ($p < 0,001$), а третью тему – «влияние одиночества на ментальное здоровье во время COVID-19» – чаще поднимали авторы, имеющие большое число подписчиков ($p < 0,001$).

Проведенное нами исследование было направлено на установление *различия в рассматриваемых периодах первой и второй волн*⁷⁵. Сходство изучаемых периодов заключается в осознании правительства-

⁷⁵ Южнокорейские исследователи выделяют три волны коронавируса: март – май 2020 года, август – сентябрь 2020 года и ноябрь – декабрь 2020 года [см.: Seong et al, 2021].

ми большинства стран реальной угрозы для человечества и введении режима ограничительных мер, связанных с самоизоляцией граждан и переформатирования способа коммуникаций в сфере образования, здравоохранении и трудовых отношений. Основные отличия состоят в том, что, во-первых, для многих провинциальных городов России «вторая волна» эпидемии стала первой. Во-вторых, темпы распространения заболевания во время осенней волны COVID-19 можно считать более быстрыми (цунами-образными). В-третьих, большинство россиян столкнулись во вторую волну с угрозой коронавируса более плотно (они или их родственники/знакомые испытали характер протекания заболевания). В-четвертых, во второй половине 2020 года региональная власть была больше наделена самостоятельностью в процессе принятия решений по смягчению режима самоизоляции. В-пятых, весенние настроения по здоровьесбережению населения сменились осенними настроениями по сбережению экономики России и рядом активных выступлений предпринимательского сообщества по снятию некоторых ограничительных мер, связанных с пандемией.

Схема проведения исследования. Данные собирались в течение двух недель через сервис Toloka.Yandex.ru, где была обозначена география – Россия). Для повышения достоверности результатов было выставлено ограничение с целью отсекания анкет, которые заполнялись слишком быстро (менее 40 минут) и, таким образом, некачественно. К 1-й волне опроса относился период с 31 мая по 10 июня 2020 года с наибольшим количеством ответов 02 и 09 июня 2020 года. 2 волна опроса проходила в декабре 2020 года (с 15 по 18 декабря 2020 года).

Выборка исследования. Первую выборку составили 986 человек (56,9 % мужчины, 43,1 % женщины) в возрасте от 18 до 76 лет ($M = 36,63$; $SD = 10,2$). Во вторую выборку вошли 827 респондентов (53,9 % мужчины, 46,1 % женщины) в возрасте от 18 до 75 лет ($M = 37,31$; $SD = 10,3$). География опроса: Москва – 9,8 %, города-миллионники (за исключением Москвы) – 34,5 %, областные центры регионов (с населением менее 1 млн чел) – 27,2 %, районные центры – 25,2 %. Таким образом, можно заключить, что выборки обладают схожестью в количественном и структурном соотношении и справедливо говорить об их сопоставимости.

Методы исследования. В качестве основного инструмента использовалась сокращенная версия опросника Т. А. Нестика для измерения отношения к пандемии и оценки доверия к представителям различных социальных групп (Нестик, 2020). Кроме того, использовалась методика оценки зависимости от социальных сетей.

Блоки вопросов включали в себя следующие опросники:

- Опросник на аддикцию от социальных сетей (Karadağ E., 2015);
- Опросник Т. А. Нестика, 2020 (на отношении к пандемии и оценку уровня доверия к различным группам людей);
- Социальный паспорт, включающий вопросы на уровень образования, субъективный уровень дохода, степень религиозности и семейное положение.

Результаты исследования показали значимые различия в уровне доверия и зависимости от социальных сетей на фоне 1 и 2 волн пандемии (табл. 11.1).

Таблица 11.1

Значимые различия в уровне доверия и зависимости от социальных сетей

Утверждения	1-я волна (986)		2-я волна (827)		Z	p
	Среднее	Стд. откл.	Среднее	Стд. откл.		
Я предпочитаю использовать социальные сети, а не смотреть телевизор	3,08	1,44	3,43	1,32	-5,093	0,001
Доверяю российским медработникам	3,34	1,05	3,18	1,10	-3,072	0,002
Доверяю средствам массовой информации	2,22	1,07	2,08	1,03	-2,734	0,006

Данные таблицы 11.1 показывают, что россияне стали меньше доверять средствам массовой информации, однако среди них возросла зависимость от социальных сетей, это может свидетельствовать о том, что потребители информации, получая противоречивые сведения, стараются перепроверить их, осуществляя поиск в альтернативных источниках, которые нередко наводнены фейками.

Кроме того, россияне стали меньше доверять российским медицинским работникам. Невысокий уровень доверия российскому здравоохранению

фиксировался и до пандемии. Так, в 2019 году, по результатам опроса ВЦИОМ⁷⁶, более 40 % россиян заявляли о недоверии врачам. При этом доверие у людей старшего поколения к медицине выше (73 %). Разнится уровень доверия и в зависимости от степени урбанизации. В городах-миллионниках перепроверять диагноз или назначенные лекарства за последние 3–5 лет приходилось большему количеству респондентов (48 %), чем россиянам из крупных городов численностью 500–950 тыс. жителей (39 %). Это может свидетельствовать о том, что жители мегаполисов более требовательны к системе здравоохранения в отношении своего здоровья, ориентированы на более высокие стандарты качества и скорости в получении медицинских услуг.

Значимые различия в отношении россиян к эпидемиологической угрозе представлены в таблице 11.2.

Таблица 11.2

Значимые различия в отношении россиян к эпидемиологической угрозе

Утверждения	1-я волна (986)		2-я волна (827)		Z	p
	Среднее	Стд. откл.	Среднее	Стд. откл.		
13. За нарушение карантина нужно наказывать тюремными сроками	2,08	1,19	1,88	1,07	-3,409	0,001
15. Нужно раскрывать информацию об истории передвижений и контактах заболевших, даже если это нарушает их право на неприкосновенность частной жизни	2,87	1,36	2,69	1,34	-2,914	0,004
19. Опасность эпидемий, подобных COVID-19, явно преувеличена	3,03	1,22	2,83	1,20	-3,585	0
24. Уровень развития медицины в России достаточен, чтобы спасти большинство заболевших от эпидемии	2,83	1,24	2,64	1,26	-3,224	0,001
25. Руководство нашей страны предпринимает достаточные усилия для сдерживания пандемии	2,79	1,28	2,57	1,23	-3,578	0

⁷⁶ *Губернаторов Е.* Более 40 % россиян заявили о недоверии врачам // РБК. 2019. 11 декабря. URL:<https://www.rbc.ru/society/11/12/2019/5df089c29a79479c2d976fb1> (дата обращения: 10.11.2023).

Окончание таблица 11.2

Утверждения	1-я волна (986)		2-я волна (827)		Z	p
	Сред- нее	Стд. откл.	Сред- нее	Стд. откл.		
27. Прививки часто вызывают побочные эффекты	3,16	1,21	3,41	1,13	-4,325	0
30. Если я заболею в ходе эпидемии, то смогу надеяться только на себя и своих близких	3,33	1,30	3,68	1,12	-5,504	0
32. Я боюсь пользоваться общественным транспортом, так как там легко заразиться	3,11	1,35	2,90	1,37	-3,269	0,001

В таблице 11.2 представлена довольно противоречивая динамика в установках россиян, произошедшая на фоне пандемии. Очевидным является то, что россияне недооценивали угрозу пандемии весной 2020 года, посчитав изначально, что она преувеличена. При этом в ходе второй волны коронавируса они испытывают меньше опасений в отношении использования общественного транспорта, полагаются только на себя и своих близких, выражая определенный скепсис в отношении прививок.

Изучение отношения россиян к вакцинации⁷⁷ в октябре 2020 года показало, что не готовы к вакцинации 73% россиян. В январе 2021 года всероссийский онлайн-опрос⁷⁸ выявил, что однозначно готовы к вакцинации от коронавируса только 16 % россиян, еще 24 % – скорее готовы, чем нет. Мужчин, однозначно или скорее готовых к вакцинации, больше, чем женщин: 48 и 30 % соответственно. Россиян старше 45 лет, согласных привиться, чуть меньше половины (46 %). Однозначно против вакцинации 40 % опрошенных, а 20 % не столь уверены в своем нежелании – они скорее «против», чем «за». Существенно ниже в период второй волны россияне оценивают необходимость призывов к социально ответственному поведению сограждан и введения жестких санкций в отношении нарушителей карантина.

⁷⁷ Более 70% россиян не хотят делать прививку от коронавируса // РИА новости. URL: <https://ria.ru/20201005/privivka-1578199577.html> (дата обращения: 10 .11.2023)..

⁷⁸ Хотят вакцинироваться 40% россиян // Медвестник. 2021. 15 января. URL: <https://medvestnik.ru/content/news/Hotyat-vakcinirovatsya-ot-koronavirusa-40-rossiyan.html> (дата обращения: 10 .11.2023)..

12. ОТНОШЕНИЕ МЕДИЦИНСКИХ СЕСТЕР К ПРИВИВОЧНОЙ КАМПАНИИ В РОССИИ И ПЕРСПЕКТИВАМ РАЗВИТИЯ ПАНДЕМИИ ОТ КОРОНАВИРУСА

По сообщению Вице-премьера Правительства России Татьяны Голиковой, в стране на 14 января 2022 года⁷⁹ было вакцинировано от COVID-19 76,7 млн россиян, что составило 53 % от всего населения⁸⁰. При этом в средствах массовой информации и особенно в сети Интернет довольно много информации о случаях, когда у человека есть сертификат о вакцинации, но прививку от COVID-19 он не делал. С целью выявления истинной картины охвата прививочной кампанией против COVID-19 населения России были опрошены медицинские сестры (младший медицинский персонал). Многие из них работают в красных зонах, на передовой в борьбе с коронавирусом, стоят буквально в авангарде этого противостояния, что называется между холодильником с замороженными флаконами прививочного материала и плечом наших сограждан. Прививочная кампания, по которой отчитывается довольно много звеньев в медицинской бюрократической иерархии, пройти мимо них точно не может. Они не только активные участники процесса массовой вакцинации, но и свидетели всей драматургии разворачивающегося процесса по обсуждению, согласию и уклонению от вакцинирования. Кроме того, их аргументация и суждения их коллег в том числе и против российской вакцины существенно обуславливают темпы вакцинации по всей стране. В этой связи их мнение отличается незабюрократизированностью и представляет не просто научный интерес, но и может служить обратной связью по темпам и охвату вакцинацией, достижению массового иммунитета, который, по мнению Минздрава России, должен составить не менее 80 %⁸¹. В связи с этим крайне любопытно выяснить, какие факторы влияют на снижение мотивации у населения получить вакцину против COVID-19.

⁷⁹ Брифинг Татьяны Голиковой, министра здравоохранения Михаила Мурашко и руководителя Роспотребнадзора Анны Поповой. URL: <http://government.ru/news/44336> (дата обращения: 10 .11.2023).

⁸⁰ Принимая в расчет изначальную информацию, согласно которой в России, по данным Росстат РФ на 01.01.2020 года, проживает 144,5 млн человек.

⁸¹ *Солдатов А.* Вакцинация от коронавируса в России: год спустя // ТАСС. 2022. 18 янв. URL: <https://tass.ru/spec/vaccine> (дата обращения: 10 .11.2023).

Мартовский онлайн опрос 2020 года французских исследователей (Detoc et al, 2020) на выборке в 3259 человек (67,4 % женщины) с ключевым вопросом о желании вакцинироваться против COVID-19 показал, что 77,6 % наверняка согласились бы пройти такую вакцинацию. Среди людей более старшего возраста, мужчин, медиков больше тех, кто считал, что прививка необходима. Чувство страха перед коронавирусом и осознание рисков были также положительно связаны с решением сделать прививку против COVID-19. При этом 47,6 % опрошенных наверняка или вероятно согласились бы принять участие в клинических испытаниях вакцины против COVID-19.

В статье Х. Кучукали и его коллег (Küçükali et al, 2022) проанализирован антипрививочный контент Турции в Твиттере за период с 9 декабря 2020 года по 8 декабря 2021 года, содержащий твиты, связанные с вакцинами (1041). В результате проведенного анализа было выяснено, что антипрививочные настроения (22 % всех твитов, посвященных теме вакцинации) были связаны с темами: «плохие научные процессы» (21,7 %), «конспирологические теории» (16,4 %), «подозрения в отношении индустрии» (15,5 %).

В статье Е. Ортиза-Санчеса и коллег (Ortiz-Sánchez et al, 2020) произведен анализ аргументов против вакцинации методом Systematic Review статей, опубликованных за последние 10 лет и содержащих слова «вакцина и социальные сети» в базах PubMed, Scopus, CINAHL и CUIDEN. В финальной выборке из 12 публикаций было обнаружено, что наиболее частые аргументы антиваксеров сводились к следующему: экономическая выгода от фармацевтических препаратов в интересах продвижения вакцины населению без использования надежного или основанного на фактических данных контента.

В Австралийском исследовании (Edwards et al, 2021) на выборке в 3000 респондентов было выяснено, что 59 % определенно получили бы вакцину, 29 % имели низкий уровень нерешительности, 7 % имели высокий уровень нерешительности и 6 % были устойчивы. С большей вероятностью проявляли нерешительность или сопротивление вакцинации: женщины, живущие в неблагополучных районах; те из опрошенных, кто сообщил, что риск заражения COVID-19 был завышен, у кого были более популистские взгляды и более высокий уровень религиозности.

В то же время респонденты, у которых был более высокий уровень дохода домохозяйства, кто имел более высокий уровень социального дистанцирования, загружал приложение COVID-Safe, а также те, кто больше доверяли правительству своего штата или территории, здравоохранению, поддерживали миграцию, с большей вероятностью намеревались сделать прививку.

В другом исследовании авторы (Khubchandani et al, 2021) попытались выяснить, что думают американцы об иммунизации против COVID-19. Онлайн-опрос через социальную сеть mTurk охватом в 1878 человек (52 % женщины, 77 % опрошенных имели степень бакалавра и выше) показал, что по степени вероятности получения прививки от COVID-19 исследуемая выборка была неоднородной: 52% весьма вероятно сделали бы прививку от COVID-19, скорее вероятно (27 %), маловероятно (15 %) и определенно нет (7 %). Лица с более низким уровнем образования, дохода или предполагаемой угрозы заражения сообщили, что они определенно не собираются прививаться. Также недоверие к вакцине было выше у афроамериканцев, жителей села и северо-востока США, а также тех, кто идентифицировал себя как республиканцы.

Для изучения нерешительности в вопросах вакцинации против COVID-19 в Южной Африке С. Купер с коллегами (Cooper et al, 2021) рассмотрели результаты опросов, проведенных с февраля 2020 года по март 2021 года, в ходе которых изучалось принятие вакцины⁸².

В ноябре 2020 года Дж. Троиано и А. Нарди (Troiano, Nardi, 2021) провели поиск оригинальных рецензируемых статей в электронной базе данных PubMed (Medline) по ключевым словам «нерешительность в отношении вакцинации» и «COVID-19», которых обнаружилось 15 шт. Процент принятия вакцины против COVID-19 был невысоким (до 86,1 % студентов и 77,6 % населения в целом); для вакцины против гриппа максимальный процент составил 69 %. На принятие или отказ влияли несколько факторов (этническая принадлежность, рабочий статус, религиозность, политика, пол, возраст, образование, доход и т. д.). Наиболее часто приводимые причины для отказа от вакцины были следующими:

⁸² Обзор раскрывает социальную природу нерешительности в отношении вакцины против COVID-19 в Южной Африке, на которую потенциально влияют возраст, раса, образование, политика, географическое положение и занятость.

выступление против вакцин в целом, опасения по поводу ее безопасности (вакцина, произведенная в спешке), бесполезность вакцины в связи с безвредной природой COVID-19, сомнения в эффективности вакцины, сомнения в происхождении вакцины.

Наиболее частая риторика, формируемая в социальных сетях, была связана, по мнению американских исследователей (Hughes et al, 2021), с нарративом в отношении коррумпированных элит, а также к уязвимости детей.

Исследования З. Голдберга и С. Ричей (Goldberg, Richey, 2020) показали, что антивакцинальные убеждения являются частью психологической предрасположенности верить в заговоры и отрицательно коррелируют с политическим доверием, политическими знаниями и уровнем образования, а также положительно взаимосвязаны с авторитаризмом.

В статье бразильских коллег (Ebeling et al, 2021) приведены результаты исследования с подтверждением того, что антиваксерские настроения и настроения в поддержку вакцины против COVID-19 обусловлены политической поляризацией населения за левых и правых соответственно.

Французские исследователи (Montagni et al, 2021) на выборке в 1647 респондентов обнаружили, что распознавание фейковых новостей и показатели грамотности в вопросах здоровья были связаны с намерением пройти вакцинацию против SARS-CoV-2 ($p < 0,01$). Риск стать антипрививочником (или нерешительным в отношении прививки) был выше среди лиц, обладающих слабыми навыками распознавания фейковых новостей. Риск оказаться затрудняющимся в решении на вакцинацию был выше среди лиц с низким показателем грамотности в вопросах здоровья. При этом никакой взаимосвязи между навыками обнаружения фейковых новостей и грамотностью в вопросах здоровья обнаружено не было.

К. Вонг с коллегами (Wang et al, 2020) опросили 806 медицинских сестер в Гонконге об их согласии на вакцинацию от гриппа (26 февраля 2020 года) и на вакцинацию от гриппа и COVID-19 (31 марта 2020 года). Больше респондентов изменили свое отношение с отказа сделать прививку на согласие или нерешительность в отношении вакцинации нежели те, кто сменил свое мнение с согласия на вакцинацию к нерешительности или отказу от вакцинации (15,5 % против 6,8 %). 40,0 % участников

намеревались пройти вакцинацию против COVID-19. Значимо чаще выражали согласие сделать прививку против COVID-19 медицинские сестры с хроническими заболеваниями, работающие с пациентами, столкнувшимися с подозрением на COVID-19 или с пациентами с подтвержденным диагнозом COVID-19, а также прививавшиеся от гриппа в 2019 году. Причины отказа и колебаний в отношении вакцинации против COVID-19 содержали следующую аргументацию: «есть подозрения в эффективности, действенности и безопасности вакцины», «считаю это ненужным» и «нет времени делать это».

П. Рейтер с коллегами (Reiter et al, 2020) в мае 2020 года провели онлайн-опрос взрослых в возрасте от 18 лет и старше в Соединенных Штатах (N = 2006). Согласно полученным ими данным, 69 % респондентов были готовы получить вакцину от COVID-19. Участники с большей вероятностью были готовы пройти вакцинацию, при условии, что их лечащий врач порекомендует вакцинацию. Также с большей вероятностью были готовы вакцинироваться те, чьи политические взгляды были в диапазоне от умеренных до либеральных. Участники опроса большей степени выражали готовность пройти вакцинацию, если они сообщали о более высоких уровнях предполагаемой вероятности заражения COVID-19 в будущем, предполагаемой тяжести инфекции COVID-19. Участники с меньшей вероятностью были готовы пройти вакцинацию, если они были чернокожими, латиноамериканцами или сообщали о более высоком уровне воспринимаемого потенциального вреда от вакцины.

Т. Лак с коллегами (Luk et al, 2021) провели телефонный опрос (на стационарные и мобильные телефоны) по случайной выборке в 1501 респондент среди жителей Гонконга в возрасте 18 лет и старше (53,6 % женщины) в апреле 2020 года. Их интересовали данные о намерении пройти вакцинацию против SARS-CoV-2, когда она станет доступной. В анкете также были вопросы на знания и представления о COVID-19, курение, употребление алкоголя и социально-демографические параметры. В целом 45,3 % участников намеревались вакцинироваться против SARS-CoV-2, когда она станет доступной, при этом 29,2 % не определились, а 25,5 % не имели намерения. Наиболее распространенной причиной нерешительности в отношении вакцины были соображения безопасности (56,5 %). Анализ полученных данных показал, что более

высокая нерешительность в отношении вакцинации у мужчин молодого возраста, не имеющих хронических заболеваний, чаще непьющих курильщиков.

Нидерландские исследователи (Mouter et al, 2022) на онлайн-выборке из 895 респондентов в период с 4 по 10 ноября 2020 года попытались узнать о желающих привиться против COVID-19. Прогнозируемое использование вакцины с оптимальным сочетанием характеристик составило 87 %, из которых 55 % респондентов предпочли бы принимать вакцину после периода ожидания. Эта последняя группа, как правило, имеет более низкий уровень образования. Пожилые респонденты придавали большее значение эффективности вакцины, чем более молодые респонденты. Таким образом, результаты исследования продемонстрировали, что готовность пройти вакцинацию против COVID-19 высока среди взрослых в Нидерландах, но значительная часть предпочитает отложить свое решение о вакцинации до тех пор, пока не станет известен опыт других.

С. Юань и Х. Чу (Yuan, Chu 2022) в онлайн-эксперименте (N = 702) попытались изучить влияние сообщений о продвижении вакцины против COVID-19 с акцентом на пользу на индивидуальном уровне, уровне общества и страны. Основываясь на культурной теории рисков, авторы исследовали, как оценка людьми индивидуализма по сравнению с коллективизмом и иерархической социальной структуры по сравнению с эгалитарной влияет на их реакцию о сообщениях о вакцинах. Был проведен онлайн-эксперимент с четырьмя условиями видеосообщения (индивидуальное, общественное, страновое и отсутствие сообщения). Участников спрашивали об их культурном мировоззрении, а затем случайным образом предъявляли для просмотра одно сообщение. Участники также сообщили о своей готовности получить вакцины от COVID-19 и о поддержке паспорта на вакцинацию. Респонденты, которые ценят индивидуализм, с большей вероятностью положительно отреагируют на сообщения, ориентированные на человека, но те, кто больше верит в ценность коммунитаризма, с меньшей вероятностью оценят подобное сообщение. Таким образом, результаты указывают на важность понимания мировоззрения аудитории, что люди мотивированы избирательно реагировать на определенные утверждения, которые

согласуются с их мировоззрением, поэтому по-разному реагируют на преимущества вакцинации.

В онлайн-опросе французских коллег (Schwarzinger et al, 2021) в июле 2020 года приняли участие проживающие во Франции, без истории болезни SARS-CoV-2. 1942 респонденты в возрасте 18–64 лет, из которых 560 (28,8 %) отказались от вакцинации во всех восьми заданиях (полный отказ от прививки) и 1382 (71,2 %) не сделали этого. Участников попросили высказать свое мнение относительно принятия вакцинации или отказа от нее в зависимости от гипотетической эффективности вакцины (эффективность – 50 %, 80 %, 90 % или 100 %; риск серьезных побочных эффектов – 1 на 10 000 или 1 на 100 000; место изготовления – ЕС, США или Китай; место введения – врач общей практики, местная аптека или центр массовой вакцинации). В модели авторов полный отказ от вакцины и недоверие к вакцинам были в значительной степени связаны с полом (женщины чаще выражали недоверие), возрастом (с перевернутой U-образной зависимостью), более низким образовательным уровнем, плохим соблюдением рекомендуемых прививок в прошлом, отсутствием отчетов о конкретных хронических состояниях или отсутствием таковых, кроме гипертонии. Прогнозируемая нерешительность была самой высокой для вакцин, произведенных в Китае, с эффективностью 50 % и риском 1 на 10 000: принятие вакцины составило 27,4 %. Самый низкий показатель для вакцины, произведенной в ЕС, с эффективностью 90 % и риском серьезных побочных эффектов 1 на 100 000: принятие вакцины 61,3 %.

Американские исследователи (Ruskman et al, 2021) на основании данных о планировке всех тюрем штата Калифорния, социально-демографических параметрах, характеристиках здоровья резидентов в периоде с 1 января 2020 года по 15 мая 2021 года разработали трансмиссионно-динамическое стохастическое микро моделирование в отношении сценариев развития распространения инфекции с учетом пяти типов тюрем, различающихся планировкой жилых помещений и демографическими данными, а также предполагаемыми исходами с повторными заражениями и без таковых в течение 200 дней. Также варьировались сценарии по охвату инфекцией, исходному иммунитету (0 %, 25 % или 50 %) и использованию вакцинации с разной степенью эффективности.

Моделирование сценариев развития событий с учетом возрастной структуры местных жителей, а также приезжающих туристов и моделей контактов выглядит у исследователей из Гонконга (Leung et al, 2021) следующим образом: при эффективности вакцины 0,80 в снижении восприимчивости к инфекции SARS-CoV-2, 0,50 в снижении SARS-CoV-2 инфекционности и 0,95 в снижении симптоматических заболеваний COVID-19 охват вакцинацией должен составлять 100 % для всех лиц в возрасте 30 лет и старше, чтобы избежать вспышки. Тестирование и карантин не менее 5 дней должны быть сохранены для прибывающих путешественников, чтобы свести к минимуму риск повторного возникновения локальной вспышки до тех пор, пока не будет достигнут высокий уровень охвата вакцинацией на местном уровне и за рубежом в большинстве стран.

Европейские исследователи (Mills, Rüttenauer, 2022) разработали сравнительную модель, сопоставив шесть стран (Дания, Израиль, Италия, Франция, Германия и Швейцария), которые ввели сертификацию (апрель – август 2021 года), с девятнадцатью контрольными странами. Используя ежедневные данные о летальных исходах, прививках и информации по конкретной стране, они попытались понять, что могло бы произойти в аналогичных обстоятельствах, если бы сертификаты о вакцинации не были введены. Сертификация COVID-19 привела к увеличению числа прививок за 20 дней до ожидания их внедрения и со стойким эффектом в течение 40 дней после внедрения. Страны, уровень охвата которых до вмешательства был ниже среднего, имели более выраженное увеличение ежедневных прививок по сравнению с теми, где охват уже был средним или высоким. Увеличение охвата было самым высоким для людей моложе 30 лет после введения сертификации.

Исследователи Великобритании (Freeman et al, 2021) **опросили население** соединенного королевства (выборка в 15 014 была квотной и репрезентативной), разделенные по уровню принятия вакцины (желание, сомнение или сильное колебание). Участникам предъявлялась информация, взятая с веб-сайта Национальной службы здравоохранения Великобритании, а также их попросили заполнить Оксфордский тест на недоверие к вакцине против COVID-19 и Оксфордский тест уверенности в вакцинах и самоуспокоенности. У тех, кто сильно сомневались

и проявляли нерешительность в отношении вакцины против COVID-19, нерешительность была снижена по сравнению с контрольным состоянием благодаря информации о личной пользе. Для тех, кто сильно колеблется, предоставление информации о личной выгоде уменьшило нерешительность в большей степени, чем предоставление информации о коллективной пользе от отсутствия передачи вируса.

Дж. Лазарус с коллегами (Lazarus et al, 2021) в июне 2020 года опросили 13 426 человек в 19 странах, чтобы определить потенциальные показатели приемлемости и факторы, влияющие на принятие вакцины против COVID-19. Более двух третей опрошенных (71,5 %) сообщили, что они с большой вероятностью готовы сделать прививку от COVID-19, а 48,1 % сообщили, что примут рекомендацию своего работодателя. Различия в показателях приема варьировались от 90 % (в Китае) до 55 % (в России). Респонденты, сообщившие о более высоком уровне доверия к информации из государственных источников, с большей вероятностью примут вакцину и прислушаются к совету своего работодателя.

Исследование отношения медицинских сестер к прививочной кампании в России было проведено в период с 20 по 30 января 2022 года. В ходе исследования (Приложение 2) нами было опрошено 376 медицинских сестер, из них 95,5 % женщины. Средний возраст респондентов – 43 года (в диапазоне от 20 до 69 лет, $M = 9,68$). География опроса: регионы России с помощью онлайн-панели anketolog.ru (98 респондентов, при заявленных 826 потенциальных респондентов из требуемой аудитории) и с помощью размещения поста об опросе в группе «Российская ассоциация медицинских сестер» (численностью 42,4 тыс. подписчиков; <https://vk.com/medsestre>).

Некоторые вопросы можно было сравнить с данными всероссийского опроса, который был проведен нами в период с 23 октября 2021 года по 12 ноября 2021 года, в ходе этого исследования было опрошено 1214 человека (54,7 % женщины, 45,3 % мужчины), средний возраст опрошенных 29,68 лет с диапазоном от 12 до 90 лет (сред. откл. – 9,71). География респондентов включала представителей следующих городов: 8,9 % – жители столицы России, 22,7 % – жители мегаполисов, 32,6 % – граждане областных центров Российской Федерации, 35,8 % – живут в районных центрах России.

Результаты исследования.

Среднее значение в оценках медицинских сестер охвата вакцинацией от COVID-19 россиян составило 42,18 % с довольно большим разбросом (M = 11,22). В сравнении с заявленными 53 %, это на 10,82 % меньшая величина (табл. 12.1). Кроме того, это чуть больше половины от целевого показателя, при котором работает массовый иммунитет (80 %).

Таблица 12.1

Средние значения в степени согласия с утверждениями, касающимися вакцинации российских медицинских сестер

Утверждение	Медицинские сестры		Население России		Уровень достоверности
	M	SD	M	SD	p
Необходима массовая вакцинация россиян от COVID-19	3,37*	1,33	2,98*	1,34	0,001
Я доверяю вакцинам против COVID-19	3,33	1,29	–	–	–
Большинство окружающих меня людей не верят в безопасность вакцинации от COVID-19	3,32	1,11	3,49	1,16	–
Материальные доплаты медикам, работающим в красных зонах, возвращают их и склоняют к злоупотреблениям	2,45	1,38	–	–	–
Я не верю в эффективность вакцин от COVID-19	2,55	1,31	–	–	–
Вирусы, подобные COVID-19, создаются искусственно с какой-то целью	3,57*	1,08	2,95*	1,23	0,001
С помощью эпидемий богатые регулируют численность бедных	2,89*	1,24	2,43*	1,22	0,001
Опасность эпидемий, подобных COVID-19, явно преувеличена	2,80	1,25	2,81	1,15	–
Меня раздражает, что ВОЗ все еще не признала (зарегистрировала) качественную отечественную вакцину Sputnik V	3,29*	1,13	3,08*	1,19	0,01

Данные таблицы 12.1 свидетельствуют, что младший медицинский персонал значимо более уверенно выражает позицию обязательной массовой вакцинации населения. Также медики в большей степени переживают за то, что качественная отечественная вакцина Sputnik V

не признана ВОЗ. При этом они значимо больше, чем население России, подвержены конспирологическим теориям: верят, что «с помощью эпидемий богатые регулируют численность бедных» и «вирусы, подобные COVID-19, создаются искусственно с какой-то целью».

Вопрос «Кому из тех, кто убеждает в необходимости сделать прививку от COVID-19, Вы больше доверяете?», заданный младшему медицинскому персоналу, а также в группах населения разных возрастных категорий, выявил следующие результаты, представленные в таблице 12.2. Респонденты, опрошенные 4 февраля 2022 года через сервис Toloka. Yandex (388 человек, из них 53,4 % женщины, средний возраст 42,16 года), география – вся Россия (Москва – 10,8 %, мегаполисы – 26,3 %, областные центры – 33,2 %, районные центры – 29,6 %), оценивают прививочную достижимость в 37,84 % (SD = 13,30).

Таблица 12.2

Степень доверия к разным группам влияния, убеждающим в необходимости делать прививку (по мнению младшего медицинского персонала и населения России)

Группа влияния	Население до 45 (медики)	Население до 45 (население)	Население 45+ (медики)	Население 45+ (население)
Представителям государственных медицинских организаций	43,4	41,0	77,1	64,2
Представителям органов региональной власти	1,3	4,4	4,0	6,4
Представителям органов федеральной власти	2,7	3,6	14,1	20,9
Блогерам (лицам, имеющим много подписчиков в социальных сетях)	52,7	51,0	4,8	8,5

Данные таблицы 12.2 показывают, что у молодежи особенная структура доверия, сформированная медиа-потреблением посредством социальных сетей. Они ожидаемо в большей степени доверяют блогерам, при этом степень доверия представителям государственных медицинских организаций у молодежи почти вдвое ниже, чем у людей в возрасте 45+. Это коррелирует с данными других авторов об участии селебритис в социальной рекламе для продвижения вакцинации (Song et al, 2020). Представителям региональных органов власти не доверяют в равной

степени, как старшее, так и молодое поколение. На вопрос «Как Вы считаете, когда закончится эпидемия, вызванная COVID-19?» были получены следующие распределения ответов: 2022 год (13,3 %), 2023 год (16,5 %), 2024 год (13,6 %), COVID-19 не уйдет (56,6 %). На вопрос «Как Вы считаете, когда закончится инфодемия (паника в социальных сетях и СМИ вокруг эпидемии, вызванной COVID-19)?» были получены следующие распределения ответов: в 2022 году – 16,0 %, в 2023 году – 13,6 %, в 2024 году – 8,8 %, панику в СМИ будут поддерживать и эту тему уже не отпустят, так как она выгодна и властям и фармацевтическим компаниям – 61,7 %. Корреляционный анализ выявил следующие взаимосвязи. Чем меньше доход респондентов, тем у них больше уверенности, что пандемия быстро не закончится ($p < 0,001$). Кроме того, чем больше согласие с утверждением «Меня раздражает, что ВОЗ все еще не признала (зарегистрировала) качественную отечественную вакцину Sputnik V», тем также больше степень согласия с утверждениями «Необходима массовая вакцинация россиян от COVID-19» ($p < 0,001$) и «Я доверяю вакцинам против COVID-19» ($p < 0,001$). Чем больше опрошенные согласились с утверждением «Материальные доплаты медикам, работающим в красных зонах, возвращают их и склоняют к злоупотреблениям», тем больше они уверены, что «опасность эпидемий, подобных COVID-19, явно преувеличена» ($p < 0,001$).

В результате факторного анализа было выделено 2 фактора: первый фактор – «Вера в эффективность вакцинации и необходимость ее массового распространения» – (3,18) противопоставляется второму фактору (1,25) – «Вера в конспирологические теории и нагнетание паники и чрезмерной истерии вокруг COVID-19 и связанные с этим злоупотребления с материальными доплатами и злоупотреблениями в красных зонах».

Таким образом, в ходе всероссийского опроса младшего медицинского персонала нам удалось сделать приблизительную оценку уровня вакцинации населения России, которая расходится с официальной на величину около 10 %. Этого показателя не хватает как минимум вдвое до достижения коллективного иммунитета от COVID-19. Вполне ожидаемо, что опрошенные медицинские сестры более уверенно выступают за массовую вакцинацию, чем население в целом, также они больше обеспокоены тем, что отечественная вакцина Sputnik V не признается

ВОЗ. Однако крайне удивительным выглядит их большая вера в теории заговоров и другие конспирологические теории, чем у россиян. По мнению большинства медиков, COVID-19 никогда не уйдет (56,6 %) от человека, а паника в СМИ будет поддерживаться, потому как она выгодна и властям, и фармацевтическим компаниям (61,7 %). Преувеличенная опасность от COVID-19 оказалась тесно взаимосвязана с пониманием того, что доплаты за работу в красных зонах склоняют медицинский персонал к злоупотреблениям. По словам медицинских сестер, молодежь больше доверяет блогерам, а степень доверия представителям государственных медицинских организаций у молодежи почти вдвое ниже, чем у населения старше 45 лет. Представителям региональных органов власти не доверяют в равной степени, как старшее, так и молодое поколение.

13. ОТНОШЕНИЕ РОССИЯН К ВАКЦИНАЦИИ В ПЕРИОД 3-Й ВОЛНЫ ПАНДЕМИИ

Актуальность исследования вопроса отношения россиян к вакцинации может быть продиктована запросами не только практического здравоохранения как поиском ответов на рациональную организацию вакцинопрофилактики, но и необходимостью изучения триггеров протестного сознания и поиска оптимальных условий для выстраивания эффективного диалога между государством и гражданским сообществом.

Нидерландские коллеги (ten Kate et al, 2022) на основе 31 глубинного интервью с родителями скептически настроенных к вакцинации детей, показали, что их отношение было спровоцировано событием, связанным с их здоровьем или здоровьем ребенка в прошлом, а также с их ценностями как потребителей информации и их интерпретацией. Это противоречит позиции, которая обозначает скептицизм в отношении вакцинации как результат потребления неверной информации. Таким образом, отношение к вакцинации определяется особенностями медиапотребления, заключающимися в интерпретации строго сегрегированной информации, которая отбирается читателями с учетом их ценностных предпочтений.

Американские коллеги выдвинули более смелую гипотезу, предположив, что вакциноскептицизм отражает основные когнитивные различия в оценках частоты событий, связанных со смертностью (La Cour, Davis, 2020). Согласно их мнению, ошибочные оценки могут исказить предполагаемые риски вакцинации. В исследовании авторов изучалось, как скептицизм в отношении вакцин связан с точностью обработки частоты событий. В первом исследовании 158 респондентов оценивали частоту нескольких показателей естественного движения населения (например, «Сколько человек умирают в год в США от эмфиземы?»). Более высокий уровень скептицизма в отношении вакцин был связан с более низкой точностью оценки частоты и переоценкой редких событий. Во втором исследовании со 109 опрошенными, авторы обнаружили, что скептицизм в отношении вакцин связан с переоценкой негативных явлений (потери переоцениваются, в отличие от приобретений). Кроме того, авторы не обнаружили значимых различий, обусловленных полом

и возрастом, однако им удалось зафиксировать различия, связанные с уровнем образования респондентов, а также с принадлежностью к расе (у европейских участников уровень скепсиса в отношении вакцины был меньше, чем у неевропейцев). Таким образом, результаты их исследования свидетельствуют о том, что скептицизм в отношении вакцин может возникать из-за основных индивидуальных различий в обработке событий, связанных со смертностью или переоценкой негативных последствий.

В статье итальянских коллег (Caserotti et al, 2022) в фокусе внимания оказались в январе-феврале 2021 года сомневающиеся в вакцинации итальянцы (свыше 5000 респондентов) на фоне 2-х релевантных контекстуальных факторов: увеличении числа инфицированных COVID-19, а также набирающей скорость вакцинации населения. Авторы предположили, что уже заразившиеся коронавирусом люди будут недооценивать важность вакцинации (пост-положительное нежелание). Кроме того, с ростом вакцинированных возрастает также и группа безбилетников, то есть тех, кто колеблется в своем решении вакцинироваться, желая воспользоваться косвенной защитой – популяционным иммунитетом, обеспеченным прививками других сограждан. В этой связи нерешительность людей в отношении вакцинации становится все более критической по мере продолжения прививочной кампании, и именно категория сомнеющихся является самой интересной для исследователей. По результатам опроса стало очевидно, что у более молодых респондентов преимущественно женского пола в ситуации пост-положительного нежелания увеличивалась нерешительность в отношении вакцинации, в то время более высокий уровень образования снижал стремление быть безбилетником.

Сомнение в вакцинации связано с негативными аффективными состояниями, приверженностью к защитному поведению, верой висточники, предоставляющие информацию о здоровье. Напротив, повышенная нерешительность в отношении вакцинации связана с высокой верой в конспирологические теории.

В статье А. Хонора и его коллег (Honora et al, 2022) исследовалось влияние информационной перегрузки о вакцине от COVID-19 на намерение отдельных лиц вакцинироваться. Вторая цель исследования состояла

в проверке влияния участия знаменитостей (селебритис) в пропаганде вакцинации, в том числе сравнении эффективности социальной рекламы со знаменитостями с эффективностью социальной рекламы с участием других общественных деятелей (государственный служащий или медицинский эксперт). В основу модели принятия решения о вакцинации авторы положили теорию дуального процесса когнитивного психолога Дж. Эванса (Evans, 2008), согласно которому поведение людей определяется двумя типами обработки информации: аффективным (то есть эмоциональным) и когнитивным (то есть рациональным). В качестве второго (когнитивного) элемента в модели выступает воспринимаемый риск от вакцинации, тогда как в качестве первого (аффективного) – информационная перегрузка, или киберхондрия. Авторы поясняют это понятие как тревогу о здоровье, которая формируется от чрезмерного поиска медицинской информации в сети Интернет (Zheng et al, 2021). Чрезмерно большое количество информации в социальных сетях о вакцине против COVID-19 затрудняет пользователям оценку достоверности этой информации (Morahan-Martin, 2004). **Вместо получения релевантных ответов в социальных сетях люди еще больше погружаются в поток нефилтрованной противоречивой информации, особенно если они находят противоречивую информацию, поскольку такая информация просто заставляет их проводить дальнейшие поиски более конкретных доказательств.** Таким образом, информационная перегрузка повышает тревожность пользователей и приводит к киберхондрии (Laato et al, 2020). В качестве основного предположения авторы выдвинули следующую гипотезу для проверки: киберхондрия опосредует связь между информационной перегрузкой, связанной с поиском информации о вакцине, и вакциноскептицизмом.

М. Каминский с коллегами (Kaminski et al, 2020) ранее показали, что знаменитости эффективнее привлекают внимание аудитории и внушают ей свои послылы, чем правительственные чиновники и медицинские эксперты. Одним из аргументов является то, что знаменитости считаются третьими лицами, которые могут деполитизировать важные сообщения о серьезных медицинских и/или социальных проблемах (Jackson, Darrow, 2005). Поэтому второй важной гипотезой исследования было предположение, что более эффективным оказалось бы включение знаменитости

для распространения ключевых сообщений о поддержке вакцинной программы.

В феврале 2021 года было отправлено приглашение участвовать в опросе 1000 пользователям социальной сети Твиттер из Индонезии, тем, кто разместил пост с информацией о вакцине против COVID-19. В результате отозвалось к участию в опросе 310 человек (54,2 % женщины), 44,84 % из которых использовали социальные сети более 3-х часов в день.

Авторы адаптировали опросники для измерения информационной перегрузки (Laato et al, 2020), киберхондрии (Jokic-Begic et al, 2020), воспринимаемого риска вакцины (Szymkowiak et al, 2020), вакциноскептицизма (Johnson et al, 2019), а также намерения сделать прививку (Jozkowski, Geshnizjani, 2014) и участия селебритис в социальной рекламе для продвижения вакцинации (Song et al, 2020).

Результаты исследования продемонстрировали, что информационная перегрузка имеет значительное и негативное влияние на намерение вакцинироваться посредством переменных «киберхондрии» и «воспринимаемый риск вакцины».

Получение чрезмерной информации о вакцинах под воздействием киберхондрии и воспринимаемого риска от вакцины в последствии увеличивает скептицизм в отношении вакцин.

Это исследование показало, что киберхондрия является аффективным элементом в авторской модели, а воспринимаемый риск вакцины выступает когнитивным элементом, вместе они играют опосредующую роль в отношениях между информационной перегрузкой и вакциноскептицизмом.

Кроме того, результаты показали, что одобрение знаменитостями вакцины ослабляет негативное влияние вакциноскептицизма на намерение о вакцинации. Чем выше уровень доверия к той или иной знаменитости, тем ниже негативное влияние вакциноскептицизма на намерение о вакцинации.

В этой связи в период с 23 октября по 12 ноября 2021 года был проведен всероссийский онлайн опрос, в ходе которого было опрошено 1214 человека (54,7 % женщины, 45,3 % мужчины), средний возраст опрошенных 29,68 лет с диапазоном от 12 до 90 лет (SD = 9,71). География

респондентов включала представителей следующих городов: 8,9 % – жители столицы России, 22,7 % – жители мегаполисов, 32,6 % – граждане областных центров Российской Федерации, 35,8 % – живут в районных центрах России.

На вопрос «До какой степени существующая пандемия COVID-19 влияет на Вашу жизнь?» 11,0 % опрошенных ответили, что «пандемия COVID-19 влияет на мою жизнь очень сильно»; 33,7 % – «пандемия COVID-19 влияет на мою жизнь довольно сильно»; 45,1 % – «пандемия COVID-19 не особо влияет на мою жизнь»; 8,0 % – «пандемия COVID-19 совсем не влияет на мою жизнь», затруднились ответить 2,1 %. Этот вопрос сильно взаимосвязан со степенью урбанизации: на проживающих в глубинке пандемия не сильно повлияла, тогда как на жителей столицы и мегаполисов пандемия повлияла значительно сильнее.

В ответах на вопрос «До какой степени Вы обеспокоены распространением COVID-19?» более трети респондентов выразили очень сильную или сильную обеспокоенность, 42,5 % опрошенных признались, что обеспокоены в средней степени и лишь пятая часть респондентов не слишком обеспокоены или совсем не обеспокоены распространением COVID-19. При этом женщины значительно сильнее обеспокоены распространением COVID-19, чем мужчины. Также степень обеспокоенности оказалась положительно взаимосвязана с религиозностью.

В отношении требования ношения масок мнения россиян следующие: почти две трети респондентов относятся положительно к ношению масок (35,1 % + 32,0 %), затруднились ответить 4,7 %, при этом отрицательно относятся около четверти ответивших (17,6 % + 10,6 %). Ожидаемо высоко значимая положительная корреляционная связь в ответах у респондентов, доверяющих правительству нашей страны и ВОЗ и отношению к ношению масок.

Планы на ближайшие 2 месяца в отношении прививки от коронавируса у ответивших следующие: точно сделают прививку – 5,8 %; скорее сделают – 8,6 %; скорее не станут делать – 7,6 %; точно не станут делать – 12,0 %. Уже сделали прививку – 37,8 %; уже переболели – 11,9 %. При этом есть противопоказания у 7,8 %, а 8,5 % затруднились с ответом.

На вопрос «Из каких источников Вы предпочитаете получать информацию/новости о вакцинации и вакцинах против коронавируса?»⁸³ респонденты чаще всего выбрали вариант «Интернет-СМИ» (57 %), далее – «знакомые врачи и врачи в больнице» (38 %), на третьем месте – «традиционные СМИ» (37 %), «окружающие люди (близкие, знакомые, друзья)» (35 %), завершает пятерку источников, из которых россияне черпают информацию о вакцинации «официальные сайты российских и международных медицинских организаций (в том числе созданные для борьбы с пандемией)» (33 %).

Отношение опрошенных россиян к теме вакцинации и источникам информации о ней представлено в таблице 13.1.

Таблица 13.1

Отношение россиян к вакцинации

Утверждение о вакцинации	Среднее значение	Стандартное отклонение
Необходима массовая вакцинация россиян от COVID-19	2,98	1,34
Вакцинация от COVID-19 позволит работать и жить полной жизнью, а не болеть или сидеть на карантине	2,97	1,32
Прививка – это единственный способ защитить себя от COVID-19	2,68	1,29
Я опасюсь побочных последствий вакцинации от COVID-19	3,56	1,27
Я не доверяю вакцинам против COVID-19, так как они были разработаны в спешке	3,32	1,31
COVID-19 – все еще мало изученное заболевание с неизвестными последствиями	3,78	1,09
Я не верю в эффективность вакцин от COVID-19	3,04	1,29
Большинство моих знакомых планируют сделать прививку от COVID-19	3,21	1,16
Мои близкие считают, что я должен(-на) сделать прививку от коронавируса	2,88	1,32
Большинство окружающих меня людей не верят в безопасность вакцинации от COVID-19	3,49	1,16
Большинство людей в моем городе не станут в ближайшие месяцы по собственной воле вакцинироваться от коронавируса	3,22	1,11
Для отдельных отраслей и категорий сотрудников вакцинация от COVID-19 должна быть обязательной (если нет противопоказаний)	3,17	1,32

⁸³ Респондентам было предложено выбрать до 3-х вариантов ответов.

Окончание табл. 13.1

Утверждение о вакцинации	Среднее значение	Стандартное отклонение
Каждый человек должен иметь право самостоятельно решать, делать ему прививку или нет	3,96	1,22
Я испытываю чувство безнадежности, когда пытаюсь понять, какая информация истинная, а какая ложная	2,89	1,19
Бессмысленно разбираться, какая информация истинная, а какая ложная, так как вся она вызывает одну лишь путаницу	3,27	1,21
Мои попытки разобраться, где истина, а где ложь в этих сообщениях ни к чему не приводят	3,14	1,21
Количество информации настолько ошеломляющее, что я уже и не пытаюсь разбираться, что в ней истина, а что ложь	3,31	1,26

Результаты таблицы 13.1 свидетельствуют, что опрошенные выразили наибольшее согласие с утверждением «Каждый человек должен иметь право самостоятельно решать, делать ему прививку или нет» (3,96), а наименьшее – с утверждением «Прививка – это единственный способ защитить себя от COVID-19» (2,68). Утверждения, с которыми у респондентов наибольшая степень согласия: «COVID-19 – все еще мало изученное заболевание с неизвестными последствиями» (3,78) и «Я опасаясь побочных последствий вакцинации от COVID-19» (3,56).

Обратимся к результатам факторного анализа для определения взаимосвязей между утверждениями для понимания психосемантического пространства вокруг понятия «вакцинация». Факторная матрица представлена в таблице 13.2.

Таблица 13.2

Факторная матрица «Вакцинация и источники информации о ней»

Утверждение	Компонента		
	Вакцина, дарующая свободу и защиту	Риск побочных эффектов от вакцины	Антиваксерный протест
Необходима массовая вакцинация россиян от COVID-19	,835	–,253	–,096
Вакцинация от COVID-19 позволит работать и жить полной жизнью, а не болеть или сидеть на карантине	,840	–,253	–,133

Утверждение	Компонента		
	Вакцина, дарующая свободу и защиту	Риск побочных эффектов от вакцины	Антиваксерный протест
Прививка – это единственный способ защитить себя от COVID-19	,779	–,321	–,034
Я опасуюсь побочных последствий вакцинации от COVID-19	–,267	,701	,158
Я не доверяю вакцинам против COVID-19, так как они были разработаны в спешке	–,461	,659	,255
COVID-19 - все еще мало изученное заболевание с неизвестными последствиями	–,005	,754	,154
Я не верю в эффективность вакцин от COVID-19	–,505	,548	,270
Большинство моих знакомых планируют сделать прививку от COVID-19	,389	,182	–,711
Мои близкие считают, что я должен(-на) сделать прививку от коронавируса	,568	–,071	–,439
Большинство окружающих меня людей не верят в безопасность вакцинации от COVID-19	–,083	,429	,630
Большинство людей в моем городе не станут в ближайшие месяцы по собственной воле вакцинироваться от коронавируса	,031	,269	,705
Для отдельных отраслей и категорий сотрудников вакцинация от COVID-19 должна быть обязательной (если нет противопоказаний)	,770	–,110	–,089
Каждый человек должен иметь право самостоятельно решать, делать ему прививку или нет	–,334	,634	–,064
	5,61	1,45	1,23

Первый фактор «Вакцина, дарующая свободу и защиту» (5,61) включил в себя следующие утверждения: «Вакцинация от COVID-19 позволит работать и жить полной жизнью, а не болеть или сидеть на карантине» (0,840), «Необходима массовая вакцинация россиян от COVID-19» (0,835), «Прививка – это единственный способ защитить

себя от COVID-19» (0,779), «Для отдельных отраслей и категорий сотрудников вакцинация от COVID-19 должна быть обязательной (если нет противопоказаний)» (0,770), «Мои близкие считают, что я должен(а) сделать прививку от коронавируса» (0,568) – с положительным знаком; «Я не верю в эффективность вакцин от COVID-19» (–0,505) – с отрицательным знаком

Второй фактор «Риск побочных эффектов от вакцины» (1,45) включил такие утверждения, как «COVID-19 – все еще мало изученное заболевание с неизвестными последствиями» (0,754), «Я опасаюсь побочных последствий вакцинации от COVID-19 (0,701), «Я не доверяю вакцинам против COVID-19, так как они были разработаны в спешке» (0,659), «Каждый человек должен иметь право самостоятельно решать, делать ему прививку или нет» (0,634).

Третий фактор «Антиваксерный протест» (1,23) вобрал следующие утверждения: «Большинство моих знакомых планируют сделать прививку от COVID-19» (–0,711) – с отрицательным знаком, «Большинство людей в моем городе не станут в ближайшие месяцы по собственной воле вакцинироваться от коронавируса» (0,705), «Большинство окружающих меня людей не верят в безопасность вакцинации от COVID-19» (0,630)

Следующий блок вопросов был посвящен политическому аспекту коронавируса. В таблице 13.3 отражены средние значения и стандартные отклонения.

Таблица 13.3

Средние значения по утверждениям, относящимся к политическому аспекту пандемии

Утверждение	Среднее значение	Стандартное отклонение
1. Различные заявления властей о ситуации с пандемией у нас в стране часто противоречат друг другу	3,52	1,11
2. Мне не нравится, что эксперты высказывают диаметрально противоположные мнения по поводу вакцинации	3,59	1,07
3. Я общаюсь только с теми врачами, которые советуют вакцинацию	2,44	1,09
4. По сравнению с другими странами Россия хорошо справляется с COVID-19	2,70	1,11

Утверждение	Среднее значение	Стандартное отклонение
5. Я уверен(а), что COVID-19 уже не представляет глобальной угрозы	2,82	1,19
6. Прививку от COVID-19 необходимо сочетать с сезонной прививкой от гриппа	2,64	1,15
7. Я систематически принимаю комплекс витаминов для поддержания иммунитета	3,29	1,39
8. Я уверен(а), что ажиотаж вокруг коронавируса выгоден мировому правительству	3,15	1,23
9. Использование темы коронавируса в политических целях многими государствами со временем только возрастает	3,46	1,07
10. Тема коронавируса удачно используется правительством многих стран для ограничения прав человека	3,38	1,21
11. Коронавирус стал удобным инструментом экономической борьбы многих стран	3,42	1,16
12. Без социальных сетей коронавирус не имел бы такоговлияния на сознание людей	3,38	1,20
13. Коронавирус заставил меня пересмотреть долгосрочные планы и ориентироваться только на перспективу ближайшего года	3,28	1,26
14. Меня раздражает, что ВОЗ все еще не признала (зарегистрировала) качественную отечественную вакцину Sputnik V	3,08	1,19

Данные таблицы 13.3 показывают, что наибольшее согласие опрошенные выражают со следующими утверждениями: «Мне не нравится, что эксперты высказывают диаметрально противоположные мнения по поводу вакцинации» (3,59), «Различные заявления властей о ситуации с пандемией у нас в стране часто противоречат друг другу» (3,52), «Коронавирус стал удобным инструментом экономической борьбы многих стран» (3,48). При этом наименьшую степень согласия респонденты высказали в отношении следующих суждений: «Я общаюсь только с теми врачами, которые советуют вакцинацию» (2,44), «Прививку от COVID-19 необходимо сочетать с сезонной прививкой от гриппа» (2,64), «Я уверен(а), что COVID-19 уже не представляет глобальной угрозы» (2,88).

В третью волну всероссийского исследования был традиционно включен опросник Т. А. Нестика. Только по 9 утверждениям опросника наблюдалась значимая однонаправленная устойчивая динамика (табл. 13.4).

Таблица 13.4

Значимая устойчивая динамика в показателях от первой к третьей волне коронавируса (по опроснику Т. А. Нестика)

№	Утверждение	1-я волна (апрель – май 2020)		2-я волна (декабрь 2020)		3-я волна (октябрь – ноябрь 2021)	
3	Эпидемия – это кара Господня	1,68	1,02	1,74	1,07	1,83	1,03
4	С помощью эпидемий богатые регулируют численность бедных	2,29	1,23	2,36	1,24	2,43	1,22
7	Эпидемии – это оружие, используемое одними людьми против других	2,65	1,26	2,68	1,22	2,75	1,19
15	Нужно раскрывать информацию об истории передвижений и контактах заболевших, даже если это нарушает их право на неприкосновенность частной жизни	2,87	1,36	2,69	1,34	2,64	1,29
17	Вполне вероятно, что в ближайшие 50 лет возникнет эпидемия, от которой умрут все люди	2,27	1,15	2,35	1,08	2,38	1,08
22	Меня очень тревожат новости об эпидемиологических угрозах	2,95	1,18	3,00	1,20	3,07	1,14
27	Прививки часто вызывают побочные эффекты	3,16	1,21	3,41	1,13	3,48	1,12
32.	Я боюсь пользоваться общественным транспортом, так как там легко заразиться	3,11	1,35	2,90	1,37	2,82	1,32
33	Я опасаясь приходить на прием в поликлинику, чтобы не заразиться	3,25	1,35	3,22	1,35	2,92	1,33

Данные, представленные в таблице 13.4, свидетельствуют, что у россиян стал значимо ниже страх перед вирусом: они перестали бояться походов в поликлинику и передвижения с помощью общественного транспорта. При этом среди населения повысились опасения, что прививки довольно часто вызывают побочные эффекты, возросла тревожность, обусловленная новостной повесткой об эпидемиологических угрозах. Наряду с этим у соотечественников снизилась уверенность, что необходимо раскрывать персональную и личную информацию о передвижениях заболевших, нарушающую их право на неприкосновенность частной жизни. На этом фоне респондентов увеличилась вера в конспирологические теории, возросла фатальность и эзотеричность

сознания (отмечается рост согласия с утверждениями «Эпидемия – это кара Господня», «С помощью эпидемий богатые регулируют численность бедных», «Эпидемии – это оружие, используемое одними людьми против других»).

Женщины больше, нежели мужчины, опасаются последствий вакцинации ($p < 0,001$), они чаще, чем мужчины, соглашаются с утверждением «COVID-19 – все еще мало изученное заболевание с неизвестными последствиями». Кроме того, женщины в большей степени испытывают чувство безнадежности, когда пытаются понять, какая информация истинная, а какая ложная ($p < 0,001$). Эти закономерности совпадают с ранее полученными нами результатами (Духанина и др., 2021).

Также женщины чаще, чем мужчины, соглашаются с утверждением «Придется надолго изменить привычный образ жизни (карантины, изменения в режиме работы школ, транспорта, поликлиник, кафе и т.п.)» ($p < 0,001$) и «Произойдет серьезный спад в экономике, который скажется на всех, снизится уровень жизни» ($p < 0,001$).

Представительницы слабого пола, судя по их ответам, смогли кардинальнее перестроиться за период пандемии: они более системно принимают комплекс витаминов для поддержания иммунитета ($p < 0,001$) и пересмотрели свои долгосрочные планы ($p < 0,001$). Также женщины чаще мужчин носили маску в общественном транспорте, магазинах и других общественных местах ($p < 0,001$), чаще использовали дезинфекторы, мыли руки по сравнению с доковидной эпохой ($p < 0,001$).

Обнаружились также и возрастные взаимосвязи: более молодые респонденты больше доверяют информации от ВОЗ, а также значимо реже, чем старшее поколение, соглашались с утверждением «Коронавирус стал удобным инструментом экономической борьбы многих стран».

Те, кто чаще соглашался с утверждением «Я предпочитаю использовать социальные сети, а не смотреть телевизор», более молодые, идентифицирующие себя как нерелигиозные и одинокие люди ($p < 0,001$). Они чаще согласны с утверждением, что не доверяют вакцинации, потому что в социальных сетях много информации против прививок ($p < 0,001$).

Респонденты, согласные с утверждением «Мои попытки разобраться, где истина, а где ложь в этих сообщениях ни к чему не приводят», чаще соглашались с утверждением «Я не доверяю вакцинации, потому что в социальных сетях много информации против прививок» ($p < 0,001$).

Респонденты, положительно относящиеся к требованиям ношения масок (более законопослушные), значимо чаще соглашались со следующими утверждениями: «В ближайшие 3–4 года уровень коррупции в нашей стране снизится» ($p < 0,001$), «Наши дети будут жить лучше нас» ($p < 0,001$), «Российское общество сможет решить большинство проблем, которые сегодня волнуют жителей нашей страны» ($p < 0,001$), «Я уверен(а), что россияне смогут изменить жизнь в стране к лучшему» ($p < 0,001$).

Схожая взаимосвязь обнаружена и с ответом на вопрос «Если Вы попадете в категорию лиц, для которых будет введена обязательная вакцинация, сделаете ли Вы прививку?». Те респонденты, кто положительно относится к условиям обязательного вакцинирования (проявляет общественную солидарность), чаще соглашались с утверждениями «Наши дети будут жить лучше нас» ($p < 0,001$), «Российское общество сможет решить большинство проблем, которые сегодня волнуют жителей нашей страны» ($p < 0,001$), «Я уверен(а), что россияне смогут изменить жизнь в стране к лучшему» ($p < 0,001$).

14. ОТНОШЕНИЕ РОССИЯН К ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ ГОСУДАРСТВА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Государственную информационную политику (ГИП) большинство исследователей рассматривают как «способность и возможность субъектов политики воздействовать на сознание, психику людей, их поведение и деятельность с помощью информации в интересах государства и гражданского общества» (Попов, 2001). В условиях конвергенции источников политической коммуникации (традиционных и новых, или цифровых, средств массовой информации), а также кризиса мировой политики (Лиллекер, 2010), информационно-психологических конфликтов «высокой интенсивности и социальной опасности» (Манойло и др., 2003) информационное пространство общества является сложным динамическим объектом управления ГИП с не всегда прогнозируемой реакцией на управляющие воздействия.

Некоторые авторы обвиняют государство в отсутствии концепции государственной информационной политики и единого научного подхода к определению сущности самого понятия, выделяя основные принципы и направления ГИП (Маслов, 2020).

Важность теоретико-методологических разработок в сфере ГИП очевидна, но не менее важно опираться на регулярные эмпирические исследования общественного сознания.

Отношение граждан к информационной политике (результаты всероссийского опроса)

В период с 20 по 21 декабря 2021 года нами было проведено всероссийское исследование отношения к информационной политике страны.

Процедура и методы опроса. Данные были собраны с использованием авторских методик. Применялись: 1) опросник «Отношение к информационной политике», состоящий из 24 утверждений с 7-балльной шкалой ответов (с которыми респондентов просили выразить степень согласия/несогласия по шкале от 1 до 7, где 1 – совершенно не согласен, а 7 – абсолютно согласен); 2) опросник «Доверие социально-политическим институтам», состоящий из перечисления 13 ведущих институтов России, к которым требовалось выразить степень доверия (шкала от 1

до 7, где 1 – низкая степень доверия, а 7 – высокая степень доверия); 3) кроме того, в опросную анкету были добавлены 2 блока вопросов об отношении к вакцинации, а также 3 вопроса об удовлетворенности жизнью («Насколько Вы довольны своей жизнью?», «Насколько оптимистичным Вам видится Ваше будущее?», «Как часто Вы испытываете положительные эмоции?»).

Опросник был размещен на платформе Яндекс-форм (<https://forms.yandex.ru/u/61c085f0829873bc21519628>) и собирал ответы у подписчиков сервиса Toloka.Yandex. Фильтры задания сервиса были настроены таким образом, что не допускали прохождение опроса вторично одними и теми же респондентами. Все опрошенные проживают в России, пользуются как стационарной, так и мобильной версиями Toloka.Yandex.

Выборка онлайн-опроса: было опрошено 1250 человек, из них 47 % женщины, 53 % мужчины от 16 до 77 лет (средний возраст – 35,76 лет).

По степени урбанизации изучаемая выборка вполне отвечает все-российским квотам: 11,5 % респондентов проживают в Москве, 25 % опрошенных живут в мегаполисах, чуть меньше трети россиян проживают в областных центрах и также около трети принявших участие в опросе проживают в райцентрах России.

Субъективный уровень дохода. Около 6 % респондентов оценивают свои доходы как «высокие» и «очень высокие», средними свои доходы считают 46 % ответивших, 37 % участников опроса обозначили уровень дохода как низкий, около 10 % респондентов «сводят концы с концами».

Семейное положение. Чуть более половины (51,7 %) опрошенных состоят в браке или проживают совместно, 12,1 % ответили, что разведены, 31 % – «никогда не состояли в браке», около 3 % вдовы/вдовцы, остальные состоят в браке, но живут раздельно.

Религиозными считают себя 30,7 % россиян (5,0 % при этом обозначили себя как «очень религиозные»), не очень религиозных – 40,2 %, при этом совсем не религиозных – 29,0 %.

Образование. Среднее образование у 36,2 % опрошенных, неполное высшее – у 13,7 %, высшее образование (бакалавр, специалист, магистр) – у 48,8 % респондентов, 1,5 % имеют ученую степень.

Результаты опроса. Описательные статистики данных опроса приведены в таблице 14.1. Остановимся на тех показателях, которые выше

середины шкалы. Респонденты скорее критично относятся к современной информационной политике государства. Больше половины респондентов предпочитают получать информацию из социальных сетей. СМИ граждане воспринимают как навязывающие свои ценности, а политику государства в Интернете – как не учитывающую интересы общества. С одной стороны, респонденты в большинстве своем выступают за абсолютную свободу слова, с другой стороны, они соглашаются, что пропаганда – это обязательный элемент информационной политики и что государство обязано осуществлять образовательно-воспитательную функцию в отношении населения. Другое противоречие общественного сознания состоит в предпочтении независимых СМИ государственным, при этом обнаружено доминирование мнения, что независимых СМИ не существует в наше время. Интересом со стороны потребителей новостной информации пользуются комментарии к новостям и статьям в Интернете.

Таблица 14.1

*Описательные статистики данных по опроснику
«Информационная политика в России»*

Утверждение	Среднее значение	Стандартное отклонение
1. Я доверяю официальной политической информации	3,46	1,70
2. СМИ в основном справляются с функцией передачи политических взглядов в обществе	3,61	1,73
3. Я убежден(а), что СМИ выполняют функцию контроля ответственности политических деятелей за свои действия	3,56	1,74
4. СМИ навязывают свои ценности и искажают политическую информацию	4,71	1,74
5. Политика в настоящее время находится в состоянии кризиса во всем мире	4,73	1,67
6. Я считаю наше общество достаточно демократическим	3,82	1,65
7. Я получаю общественно-политическую информацию в основной из социальных сетей	4,36	1,85
8. Я слежу за политикой из выступлений первых лиц (президента, премьер-министра)	3,88	1,91
9. Политика меня абсолютно не интересует	3,63	1,81
10. Пропаганда – обязательный элемент информационной политики	4,51	1,79

Окончание табл. 14.1

Утверждение	Среднее значение	Стандартное отклонение
11. Государство как институт обязано осуществлять образовательно-воспитательную функцию в отношении населения	4,87	1,69
12. Я выступаю за усиление контроля Интернета и блогосферы в связи с повышением террористических и экстремистских угроз	4,08	1,99
13. Государство имеет право на легитимное (законное) насилие	3,12	1,89
14. Я считаю, что социальные сети и СМИ не нарушают права граждан	4,01	1,72
15. Законы информационной политики в России в основном не нарушают права СМИ	3,86	1,64
16. Государство должно иметь доступ к конфиденциальной информации граждан, чтобы обеспечить безопасность общества	3,26	1,84
17. Политика государства в Интернете не учитывает интересы общества	4,49	1,67
18. Я считаю, что свобода слова не должна быть ограничена абсолютно ничем	4,66	1,74
19. Я скорее доверяю информации из независимых СМИ, чем из государственных	4,43	1,74
20. Политики в нашем государстве предоставляют о себе достоверную информацию	3,14	1,73
21. На мнение людей можно повлиять через обсуждение в социальных сетях	4,77	1,57
22. Я комментирую различные новости и события в Интернете, в т.ч. в социальных сетях	3,03	1,88
23. Я убежден, что независимых СМИ не существует	4,44	1,75
24. Мне интересно читать комментарии к новостям и статьям в Интернете	4,42	1,78

Результаты оценки доверия институтам государства и общества приведены в таблице 14.2.

Таблица 14.2

Доверие социально-политическим институтам

Утверждение	Рейтинг доверия	Среднее значение	Стандартное отклонение
Правоохранительные органы	4/5	3,41	1,73
Армия	1	4,06	1,86
Органы налоговой службы	4/5	3,41	1,71
Парламент (Гос Дума и Совет Федерации)	10	3,04	1,75

Окончание табл. 14.2

Утверждение	Рейтинг доверия	Среднее значение	Стандартное отклонение
Губернаторы	12	2,90	1,68
Министерства	7	3,13	1,71
Социальные службы	3	3,60	1,63
Президент РФ	2	3,85	2,11
Политические партии	9	3,06	1,69
Профсоюзы	8	3,07	1,75
СМИ	6	3,19	1,63
Региональные общественные палаты	11	2,95	1,67

Примечание. Использовалась 7-балльная шкала доверия, рейтинги выставлены на основе средних.

Из данных таблицы 14.2 следует, что в рейтинге доверия социально-политическим институтам на *первом* месте находится армия, на *втором* – Президент РФ (весной 2021 года этот институт был на 8-м месте на фоне проекта «Навальный» на сходной выборке из 1330 респондентов). Менее всего респонденты доверяют губернаторам (12-е, последнее место) и региональным общественным палатам, несколько выше, но тоже в конце списка, рейтинг Государственной Думы и Совета Федерации РФ (10-е место), политических партий (9-е место).

Результаты корреляционного и факторного анализа данных опросника «Отношение к информационной политике» показали четкую структуру данных из 5-ти факторов (табл. 14.3).

Таблица 14.3

Факторная матрица данных по опроснику «Информационная политика»

Утверждение	Факторная структура				
	Фактор доверия ГИП	Фактор оценки качества пропаганды	Фактор «свободы слова»	Фактор гос. контроля Интернета	Фактор политического абсентеизма
1. Я доверяю официальной политической информации	,863	,003	-,044	,026	-,064
2. СМИ в основном справляются с функцией передачи политических взглядов в обществе	,836	,043	,041	-,070	-,059

Продолжение табл. 14.3

Утверждение	Факторная структура				
	Фактор доверия ГИП	Фактор оценки качества пропаганды	Фактор «свободы слова»	Фактор гос. контроля Интернета	Фактор политического абсентеизма
3. Я убежден(а), что СМИ выполняют функцию контроля ответственности политических деятелей за свои действия	,796	-,053	,163	-,058	-,041
4.СМИ навязывают свои ценности и искажают политическую информацию	-,176	,562	,338	,070	,028
5. Политика в настоящее время находится в состоянии кризиса во всем мире	,094	,592	,242	-,144	-,079
6. Я считаю наше общество достаточно демократическим	,754	,136	-,057	,076	-,016
7. Я получаю общественно-политическую информацию в основном из социальных сетей	,174	,039	,608	-,065	-,047
8. Я слежу за политикой из выступлений первых лиц (президента, премьер-министра)	,515	,238	-,057	,167	-,486
9. Политика меня абсолютно не интересует	,151	,088	,181	,046	,816
10. Пропаганда – обязательный элемент информационной политики	,181	,676	,017	,058	,077
11. Государство как институт обязано осуществлять образовательно-воспитательную функцию в отношении населения	,338	,631	,041	-,178	-,107
12. Я выступаю за усиление контроля Интернета и блогосферы в связи с повышением террористических и экстремистских угроз	,603	,342	-,240	-,010	-,037

Продолжение табл. 14.3

Утверждение	Факторная структура				
	Фактор доверия ГИП	Фактор оценки качества пропаганды	Фактор «свободы слова»	Фактор гос. контроля Интернета	Фактор политического абсентеизма
13. Государство имеет право на легитимное (законное) насилие	,455	,216	-,316	,502	,116
14. Я считаю, что социальные сети и СМИ не нарушают права граждан	,428	,039	,342	,243	,195
15. Законы информационной политики в России в основном не нарушают права СМИ	,691	,236	-,081	,168	,079
16. Государство должно иметь доступ к конфиденциальной информации граждан, чтобы обеспечить безопасность общества	,653	,056	-,129	,376	,077
17. Политика государства в Интернете не учитывает интересы общества	-,206	,465	,396	,201	,122
18. Я считаю, что свобода слова не должна быть ограничена абсолютно ничем	-,116	,198	,687	,008	,118
19. Я скорее доверяю информации из независимых СМИ, чем из государственных	-,209	,179	,716	,176	,051
20. Политики в нашем государстве предоставляют о себе достоверную информацию	,736	-,104	,011	,306	,061
21. На мнение людей можно повлиять через обсуждение в социальных сетях	,125	,600	,188	,044	-,137
22. Я комментирую различные новости и события в Интернете, в т.ч. в социальных сетях	,224	-,041	,231	,741	-,109

Утверждение	Факторная структура				
	Фактор доверия ГИП	Фактор оценки качества пропаганды	Фактор «свободы слова»	Фактор гос. контроля Интернета	Фактор политического абсентеизма
23. Я убежден, что независимых СМИ не существует	-,031	,613	-,174	,302	,103
24. Мне интересно читать комментарии к новостям и статьям в Интернете	,118	,292	,332	,420	-,463
Вклад дисперсии, %	60,11	13,36	10,69	10,27	10,21

Первый фактор «*Доверие информационной политике*» (описывает 60,11 % дисперсии) объединил степени согласия с утверждениями: «Я доверяю официальной политической информации» (0,863), «СМИ в основном справляются с функцией передачи политических взглядов в обществе» (0,836), «Я убежден(а), что СМИ выполняют функцию контроля ответственности политических деятелей за свои действия» (0,796), «Политики в нашем государстве предоставляют о себе достоверную информацию» (0,736), «Я считаю наше общество достаточно демократическим» (0,754), «Законы информационной политики в России в основном не нарушают права СМИ» (0,691), «Государство должно иметь доступ к конфиденциальной информации граждан, чтобы обеспечить безопасность общества» (0,653), «Я слежу за политикой из выступлений первых лиц (президента, премьер-министра)» (0,515).

Второй по весу фактор «*Отношение к пропаганде*» включил в качестве признаков согласие/несогласие с утверждениями: «Пропаганда – обязательный элемент информационной политики» (0,676), «Государство как институт обязано осуществлять образовательно-воспитательную функцию в отношении населения» (0,631), «Я убежден, что независимых СМИ не существует» (0,613), «На мнение людей можно повлиять через обсуждение в социальных сетях» (0,600), «Политика в настоящее время находится в состоянии кризиса во всем мире» (0,592), «СМИ навязывают свои ценности и искажают политическую информацию» (0,562).

Третий фактор «Свобода слова» объединил согласие с такими утверждениями: «Я скорее доверяю информации из независимых СМИ, чем из государственных» (0,716), «Я считаю, что свобода слова не должна быть ограничена абсолютно ничем» (0,687), «Я получаю общественно-политическую информацию в основном из социальных сетей» (0,608). Факторный анализ, подкрепленный корреляционным анализом, показывает, что ориентация на полную свободу слова произрастает из цифровых СМИ, дистанцируясь от традиционных.

Четвертый фактор «Активность в Интернете с учетом государственного контроля» включил согласие/несогласие с такими утверждениями как «Я комментирую различные новости и события в Интернете, в том числе в социальных сетях» (0,741) и с меньшим вкладом «Мне интересно читать комментарии к новостям и статьям в Интернете» (0,420), а также «Государство имеет право на легитимное(законное) насилие» (0,502) и с меньшим вкладом «Государство должно иметь доступ к конфиденциальной информации граждан, чтобы обеспечить безопасность общества» (0,376). Такое наполнение фактора свидетельствует о субъективно предполагаемом контроле со стороны государства информационного пространства активности граждан.

Пятый фактор «Политический абсентеизм» включил с наибольшей нагрузкой дисперсию признака «Политика меня абсолютно не интересует» (0,816) и с отрицательным знаком дисперсии степени согласия с утверждениями «Я слежу за политикой из выступлений первых лиц (президента, премьер-министра)» (-0,483) и «Мне интересно читать комментарии к новостям и статьям в Интернете» (-0,463).

Некоторые авторы считают, что политический абсентеизм представляет серьезную проблему для нашего общества (Русских, Сумина, 2018) и особенно высок среди молодежи.

Дополнительный блок методик касался эмоционального состояния обследованных граждан и их отношения к массовой вакцинации в период пандемии COVID-19.

Средние значения разброс ответов на вопросы «Насколько Вы довольны своей жизнью?», «Насколько оптимистичным Вам видится Ваше будущее?» и «Как часто Вы испытываете положительные эмоции?» представлены в таблицах 14.4, 14.5 и 14.6 соответственно.

Таблица 14.4

*Средние значения ответов на вопрос
«Насколько Вы довольны своей жизнью?»*

Варианты ответов	Частота	Процент
Совсем не доволен	109	8,7
Скорее не доволен	317	25,4
Затрудняюсь ответить	240	19,2
Скорее доволен	498	39,8
Полностью доволен	86	6,9

Таблица 14.5

*Средние значения ответов на вопрос
«Насколько оптимистичным Вам видится Ваше будущее?»*

Варианты ответов	Частота	Процент
Вовсе нет	154	12,3
Немного	248	19,8
Умеренно	586	46,9
Значительно	230	18,4
Чрезмерно	32	2,6

Таблица 14.6

*Средние значения ответов на вопрос
«Как часто Вы испытываете положительные эмоции?»*

Варианты ответов	Частота	Процент
Никогда	24	1,9
Редко	410	32,8
Затрудняюсь ответить	226	18,1
Часто	522	41,8
Постоянно	68	5,4

Удовлетворенность жизнью и такое важное для работоспособности, самореализации и стратегической направленности личности психическое состояние как оптимизм (Plutchik, 1980), а также позитивный эмоциональный фон показали корреляции с отношением к информационной политике российского государства (табл. 14.7).

Таблица 14.7

Взаимосвязь позитивного настроения и оценки информационной политики России

Утверждения	Удовлетворенность жизнью	Оптимистичный настрой на будущее	Частота получения положительных эмоций
1. Я доверяю официальной политической информации	0,33	0,35	0,23
2. СМИ в основном справляются с функцией передачи политических взглядов в обществе	0,27	0,29	0,21
3. Я убежден(а), что СМИ выполняют функцию контроля ответственности политических деятелей за свои действия	0,26	0,30	0,21
6. Я считаю наше общество достаточно демократическим	0,29	0,33	0,22
8. Я слежу за политикой из выступлений первых лиц (президента, премьер-министра)	0,12	0,12	–
11. Государство как институт обязано осуществлять образовательно-воспитательную функцию в отношении населения	0,10	–	–
12. Я выступаю за усиление контроля Интернета и блогосферы в связи с повышением террористических и экстремистских угроз	0,16	0,17	0,12
13. Государство имеет право на легитимное(законное) насилие	0,11	0,12	–
14. Я считаю, что социальные сети и СМИ не нарушают права граждан	0,12	0,12	0,13
15. Законы информационной политики в России в основном не нарушают права СМИ	0,19	0,18	0,14
16. Государство должно иметь доступ к конфиденциальной информации граждан, чтобы обеспечить безопасность общества	0,18	0,19	0,10
20. Политики в нашем государстве предоставляют о себе достоверную информацию	–	0,26	0,17

Средние значения и разброс ответов на вопросы «Массовая вакцинация россиян от COVID-19 необходима?», «Вакцинация от COVID-19 должна быть обязательной только для отдельных отраслей и категорий сотрудников (если нет противопоказаний)», «Каждый человек должен иметь право самостоятельно решать, делать ему прививку или нет» приведены в таблицах 14.8, 14.9 и 14.10 соответственно.

Таблица 14.8

*Средние значения ответов на вопрос
«Необходима ли массовая вакцинация россиян от COVID-19?»*

Варианты ответов	Частота	Процент
Полностью не согласен	327	26,2
Скорее не согласен	239	19,1
Затрудняюсь ответить	288	23,0
Скорее согласен	229	18,3
Полностью согласен	167	13,4

Таблица 14.9

*Средние значения ответов на вопрос
«Для отдельных категорий сотрудников вакцинация от COVID-19
должна быть обязательной (если нет противопоказаний)»*

Варианты ответов	Частота	Процент
Полностью не согласен	272	21,8
Скорее не согласен	215	17,2
Затрудняюсь ответить	222	17,8
Скорее согласен	296	23,7
Полностью согласен	245	19,6

Таблица 14.10

*Средние значения ответов на вопрос
«Каждый человек должен иметь право самостоятельно решать,
делать ему прививку или нет»*

Варианты ответов	Частота	Процент
Полностью не согласен	67	5,4
Скорее не согласен	150	12,0
Затрудняюсь ответить	163	13,0
Скорее согласен	245	19,6
Полностью согласен	623	49,8

Отношение к вакцинации от COVID-19 как к массовой и необходимой на фоне пандемии также показало корреляции с отношением к ГИП и власти и, в частности, с доверием к ней. Высоко значимые связи (прир < 0,0001) оказались со степенью согласия с утверждениями: «Я доверяю официальной политической информации» ($r = 0,29$), «Я считаю наше общество достаточно демократическим» ($r = 0,26$), «Я слежу за политикой из выступлений первых лиц (президента, премьер-министра)» ($r = 0,25$), «Государство имеет право на легитимное(законное) насилие» ($r = 0,25$), «Законы информационной политики в России в основном не нарушают права СМИ» ($r = 0,25$), «Государство должно иметь доступ к конфиденциальной информации граждан, чтобы обеспечить безопасность общества» ($r = 0,26$), «Политики в нашем государстве предоставляют о себе достоверную информацию» ($r = 0,21$).

Таким образом, исследование показало, что более доверительное отношение к государству, его институтам, информационной политике способствует более законопослушному поведению и социальному здравомыслию граждан, в частности, в ситуации ковид кризиса.

Отношение к политической пропаганде и к государственному контролю информационного поля: межпоколенческое сравнение

В исследовании, выполненном нами весной 2021 года, учитывался межпоколенческий аспект отношения к информационной политике и медийные предпочтения респондентов. Выборка состояла из двух групп: молодежь в возрасте 21–25 лет ($N = 152$) и взрослые люди от 40 до 55 лет ($N = 146$), всего 298 респондентов.

Таблица 14.11

Сравнительный анализ двух возрастных групп по Опроснику отношения к государственному контролю в контексте информационной безопасности

Отношение к информационной политике					
Параметры (краткая формулировка)	21–25 лет		40–55 лет		p
	M	SD	M	SD	
Необходимость государственной пропаганды	3,43	1,78	4,54	1,81	,000
Усиление контроля в Интернете в связи с терроризмом	3,41	1,97	4,47	1,83	,000
Легитимность насилия со стороны государства	2,24	1,611	3,82	2,01	,000
Несоответствие политики государства интересам общества	4,91	1,57	4,09	1,51	,000

Отношение к информационной политике					
Параметры (краткая формулировка)	21–25 лет		40–55 лет		p
	M	SD	M	SD	
Доступ государства к конфиденциальной информации	2,78	1,65	3,53	1,80	,000
Абсолютная и неограниченная свобода слова	5,26	1,65	4,48	1,78	,000
Длительное времяпровождение в социальных сетях	4,59	1,94	3,06	1,86	,000
Доверие первым лицам государства	2,77	1,61	3,62	1,80	,000
Ощущение угрозы благополучию страны	3,20	1,62	4,28	1,72	,000
Свободное распространение идей, в том числе террористических и экстремистских	3,12	1,65	2,41	1,73	,000
Жесткое государственное регулирование использования персональных данных	4,34	1,80	5,20	1,59	,000
Согласие на сбор информации о себе ради безопасности	3,28	1,60	3,76	1,79	,008
Необходимость контрпропаганды	2,93	1,64	4,13	1,75	,000
Отсутствие этических ограничений для рекламы	2,89	1,80	2,22	1,60	0,000

Сравнительный анализ данных, полученных в двух возрастных группах с помощью Опросника отношения к государственному контролю в контексте информационной безопасности, показал высоко статистически значимые различия (табл. 14.11). Для старшего поколения характерна большая степень согласия с утверждениями из блока, сформировавшего *«фактор доверия государственной информационной политике»*. Оценка несоответствия государственной политики интересам общества у обоих поколений превышает среднее значение по шкале, но у молодого поколения статистически достоверно выше. Также младшая возрастная группа дает более высокую оценку параметрам из *«фактора неограниченной информационной свободы»*.

Следует учитывать, что информационное поле (особенно осознанно выбранные СМИ) является важным фактором социализации и адаптации личности в обществе и связано с картиной мира и субъективным мировоззрением (Крайнюков, 2019). Через призму медийных предпочтений оценивается все происходящее вокруг и формируется система отношений к миру.

Медийные предпочтения существенно различались в зависимости от возраста респондентов. Молодое поколение чаще всего узнает новости из социальных сетей, таких как ВКонтакте (79,71 %), Instagram (60,96 %), TikTok (38,36 %), видеохостинг YouTube (65,07 %), а также около половины опрошенной молодежи (49,32 %) использует новостной агрегатор Яндекс.Новости. Несмотря на то, что старшее поколение в качестве источников информации предпочитает телевизионные каналы, например, Первый канал (36,99 %), Россия-1 (36,99 %), Россия-24 (32,8 %), наибольшей популярностью у 61,64 % респондентов пользуется интернет-ресурс Яндекс.Новости. Также к самым предпочитаемым старшим поколением источникам информации относится и веб-сайт YouTube (28,08 %). Таким образом, молодежь для поиска информации использует преимущественно современными СМИ, тогда как взрослые люди объединяют их с традиционными телевизионными медиа.

При этом, согласно нашим данным, средние значения параметров Бергенской шкалы *зависимости от социальных сетей* достоверно выше у молодого поколения, а поглощенность социальными сетями и их влияние на настроение у молодежи превышают середину шкалы.

Полученные нами результаты не противоречат данным других исследователей. Согласно опросу населения ФОМ за январь 2021 года, молодые люди до 30 лет преимущественно используют новостные агрегаторы и социальные сети, респонденты в возрасте 31–45 лет читают новости и в Интернете и смотрят их по телевидению, а у поколения старше 45 лет наблюдается заметное предпочтение в использовании для поиска информации телевидения (75 %).

Сходные данные предоставил ВЦИОМ в начале 2021 года. Более 53 % россиян отвечали, что для получения информации они используют одновременно и Интернет, и ТВ. Стоит отметить, что использование обоих каналов информации особенно выражено у возрастной группы 35–44 года (61 %) и 49–55 лет (64 %). Тогда как для молодежи 18–24 лет свойственно отдавать предпочтения Интернету как основному источнику (69 %), поколение 25–34 года разделилось почти поровну на любителей Интернета (48 %) и совмещающих телевидение и Интернет (50 %). И предпочтения старшего поколения (60 и более лет)

предсказуемо разделились на исключительно ТВ (45 %) и совмещение ТВ с Интернетом (47 %) (рис. 30).



Рис. 30. Возрастной срез медиа-активности (по данным ФОМ)

Данные ФОМ за текущий год говорят, что 42 % опрошенных россиян испытывают большее доверие к телевидению по сравнению с другими СМИ, тогда как новостным сайтам доверяют 23 % респондентов, а социальным сетям и блогам – 13 %. При этом более половины населения (58 %) считают, что новости необходимо узнавать из разнообразных источников информации.

Кроме того, очевидна привлекательность новых СМИ в связи с тем, что они выделяют коммуникационную парадигму «многие-многим», в которой все участники процесса коммуникации участвуют в распространении информации (Crosbie, 2007). Отечественные ученые также отмечают, что интерактивность современных медиа превращает пользователей из пассивных читателей и зрителей в модераторов и интерпретаторов получаемой информации. Речь идет о доступе к комментированию и обсуждению публикации, что может повлиять на мнение других пользователей и мнение автора новости (Шамаев, 2016). Сфера комментариев, по нашему мнению, может быть зоной воздействия специалистов на массовое сознание.

Социально-психологические и ситуативные факторы, влияющие на отношение к социальным институтам и к власти

Доверие в обществе – это маркер благополучия и стабильности. С усилением кризиса в обществе снижается уровень доверия, причем на

всех уровнях: глобальном, страны (нации), организации (фирмы), межличностном уровне, доверие к себе и миру. Острота проблемы доверия на фоне пандемии COVID-19 усилилась из-за инфодемии (появления в информационном пространстве большого количества вредоносных материалов, в частности конспирологических теорий, слухов, сплетен), что в конечном итоге сказалось на здоровье, духовном и материальном благополучии общества.

В своей работе: «Власть доверия и доверие власти» Е. Я. Дугин отмечал необходимость создания атмосферы доверия для эффективной работы социальной системы: «Эксперты утверждают, что мировой опыт выхода экономики из состояния стагнации показывает, что здесь необходимы не столько инвестиционные вложения в инфраструктуру, сколько создание атмосферы доверия в обществе: граждан – друг к другу, населения – государству. Доверие во многом достигается благодаря хорошо налаженной системе социальной защиты различных групп населения, устойчивости законов, транспарентной деятельности институтов власти и управления, открытости информации» (Дугин, 2018).

Основными детерминантами доверия в управлении, согласно работам Мишеля Кроазье, являются: 1) прозрачность, открытость; 2) обратная связь; 3) перспективность, долговременность отношений; 4) рациональность, целесообразность, выгодность отношений; 5) сопряженная мотивация и эмоциональная связь. Все эти компоненты доверия переносимы на отношения в системе «гражданин – государство» (Crozier, 2000).

На фоне русофобии и демонизации России, а также застарелого сформированного еще в 1990-е годы комплекса неполноценности у части населения, инерционно идеализирующего коллективный Запад, следует обоснованно и постепенно усиливать вклад 5-го компонента, а именно: эмоции успеха нации способствуют ее солидаризации, увеличивают идентификацию с ней.

В государственной информационной политике важно работать с доверием не только на вертикальном контуре («гражданин – государство»), но и горизонтальном (между социальными группами). Одной из самых актуальных и сложных задач государственной политики является координация интересов разных групп населения. В рамках этой проблемы целесообразно искать механизмы смягчения поляризации граждан.

Избирательность восприятия политической информации

Избирательность отбора и восприятия информации закрепляет поляризацию населения. Остановимся на некоторых факторах этого феномена.

Во-первых, избирательность восприятия политической информации обусловлена возрастом граждан. Поскольку среди молодежи больше тех, кто предпочитает получать информацию из социальных сетей, следует учитывать, что посредством сетей значительно сложнее реализовывать управляемое пропагандистско-образовательное воздействие на граждан в интересах общества и государства.

Тенденция снижения популярности традиционных СМИ тревожит многих ученых, например, Т. Такешита считает, что это может сместить интерес с *национальных проблем на локальные* и стать причиной социальных расколов (Takeshita, 2005). К. Санштейн для данного явления использует понятие «кибербалканизация», отражающее состояние общества при использовании для общения исключительно Интернета, который позволяет игнорировать иные точки зрения (см.: Дзялошинский, 2015).

Во-вторых, различиям в так называемых субъективных фильтрах, через которые пропускает человек информацию, способствуют личностные особенности граждан, потребляющих информацию. Так, например, в нашем исследовании, посвященном межпоколенческому различиям в отношении к информационной политике, были получены еще и личностные корреляты, в частности с факторами данных опросника отношения к информационной политике государства. Рассмотрим корреляции для четырех факторов, объясняющих наибольший процент дисперсии.

Доверие к государственной информационной политике было выше у тех респондентов, у которых оказались выше показатели настойчивости и дисциплинированности ($r = 0,178$, $p < 0,01$), экстраверсии ($r = 0,149$, $p < 0,01$), а также эзотерического мышления ($r = 0,31$, $p < 0,01$) и наивного оптимизма ($r = 0,282$, $p < 0,01$).

Приверженность идее неограниченной свободы слова больше выражена у молодежи и связана с различными показателями зависимости от социальных сетей, например, вовлеченностью ($r = 0,194$, $p < 0,01$), растущей толерантностью ($r = 0,15$, $p < 0,01$), влиянием на настроение ($r = 0,194$, $p < 0,01$).

Незаконопослушное поведение в Интернете связано с плохо развитым конструктивным мышлением ($r = -0,126, p < 0,01$), отсутствием потребности во взаимодействии с другими ($r = -0,217, p < 0,01$), а также нежеланием идти на компромисс, раздражительностью ($r = -0,215, p < 0,01$).

Высокая *активность в Интернете* предсказуемо связана со всеми показателями теста зависимости от социальных сетей. Выявлена также положительная связь активности в Интернете с категорическим ($r = 0,204, p < 0,01$) и личностно-суеверным мышлением ($r = 0,227, p < 0,01$), отрицательная – с общей конструктивностью мышления ($r = -0,157, p < 0,01$), эмоциональным совладанием ($r = -0,212, p < 0,01$) и эмоциональной стабильностью ($r = -0,186, p < 0,01$).

В другом представленном выше эмпирическом исследовании, выполненном нами на выборке студенческой молодежи, были выявлены корреляции с ценностями и качествами личностного профиля по тесту «Большая пятерка». Так, обследуемые с высокой выраженностью по шкале «Экстраверсия» более лояльно относятся к государству и действиям правительства в тех аспектах информационной политики, которые касаются безопасности, конфиденциальности и необходимых ограничений свободы слова. Респонденты с высокой выраженностью по шкале «Самосознание» считают, что государство должно усилить контроль конфиденциальности личных данных, и проявляют лояльность к акции памяти ветеранов Великой Отечественной Войны, не считают, что они проводят много времени в социальных сетях. Участники исследования с высокими показателями по шкале «Готовность к сотрудничеству» выступают за усиление контроля Интернета, считают, что государство должно иметь доступ к конфиденциальным данным граждан, и согласны на сбор собственных данных ради безопасности. Также они считают, что государству стоит улучшать образ России в мире и проявляют положительное отношение к акции «Бессмертный полк». Такие респонденты скорее несогласны с утверждением о том, что свобода слова должна быть неограниченной.

В-третьих, следует учитывать информационную культуру граждан, которая включает в себя не только информационную грамотность, но и «информационное мировоззрение» (систему взглядов на мир информации и место человека в нем, включая ценности, убеждения, идеалы и т. д.). В зависимости от того, насколько развита личностная зрелость,

а также сформирована его информационная грамотность и медиакомпетентность, потребитель информации сможет сопротивляться провокативным манипуляциям коммерческого и политического характера, таргетированию не только рекламой, но и новостной повесткой и подстроившимися под него политическими оценками.

Последствия персонификации медиаконтента являются актуальной современной проблемой (Жижина, 2020), которую интернет-активист Илай Парайзер называет «пузырь фильтров» (Pariser, 2011), а американский ученый Касс Санштейн – «эхо-камерой» (Sunstein, 2001). Под данными понятиями подразумеваются негативные последствия укрепления собственных взглядов за счет того, что интернет-ресурсы автоматически отсеивают информацию, которую их алгоритмы сочтут нерелевантной (Moller et al, 2019). **В то же время последние исследования ученых доказывают, что опасность персонификации контента преувеличена (Haim et al, 2018), и более важную роль в процессе создания «эхо-камеры» играют способы поиска информации (Diakopoulos, Koliska, 2017). В 2019 году ученые из Германии доказали, что использование посредников в виде социальных сетей и поисковых систем положительно сказывается на разнообразии потребляемой в Интернете информации в отличие от самостоятельного поиска новостей или использования одних и тех же источников информации (Scharkow et al, 2020). К примеру, недавнее исследование показало, что пользователи, зарегистрированные в социальных сетях, за неделю потребляли в два раза больше разнообразной новостной информации, чем незарегистрированные (Fletcher, Nielsen, 2018).**

Также способ поиска информации связан и с предпочтениями медиаконтента. С. Гиирс в исследовании 2020 года выделила 4 различных новостных репертуара, состоящих из онлайн и офлайн-источников, институализированных и неинституализированных. Под репертуаром подразумевается комбинированное использование различных медиаплатформ для потребления новостей в медиaprостранстве с большим разнообразием. Так, С. Гиирс выделяет 4 репертуара потребления новостей для нидерландской молодежи: минималисты, «всеядные», традиционалисты и потребители исключительно онлайн-контента. На рисунке 31 показано, как распределились их медийные предпочтения в зависимости от репертуара. Традиционалисты отдают предпочтение

телевидению, радио, новостным веб-сайтам и приложениям, а также Instagram*, YouTube и Google. У онлайн-пользователей предсказуемо доминируют социальные сети и поисковики (при этом новостные сайты им значительно уступают), а «всеядные» потребители отдают предпочтения и традиционным СМИ (ТВ, радио), и социальным сетям (Geers, 2020). Согласно параллельным исследованиям, более взрослые интернет-пользователи из Нидерландов для поиска информации предпочитают определенные новостные веб-сайты и сразу же переходят на них, минуя поисковые системы и социальные сети (Vermeer et al, 2020).

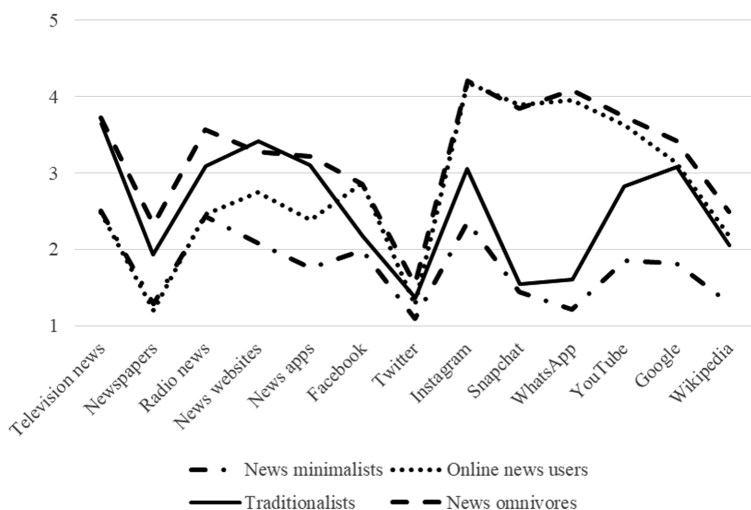


Рис. 31. Типология потребителей новостей у нидерландской молодежи (по: Geers, 2020)

Тема медийных предпочтений активно изучается в последнем десятилетии. Некоторые исследователи отмечают, что у людей с высшим образованием отличаются паттерны поиска информации от таковых у людей со средним образованием. Уровень образования положительно коррелирует с предпочтением Интернета как источника развития человеческого капитала, в том числе для поиска новостей и политической информации (Манойло, 2003). Однако последние исследования связь между образованием и медиапотреблением не подтвердили (Дзялошинский, 2015).

* Запрещена на территории РФ.

По нашему мнению, таргетирование и персонализация политической информации, получаемой из Интернета, в сочетании с когнитивными искажениями *усугубляет поляризацию в обществе.*

На фоне развивающихся социальных сетей и усиления политической и экономической конкуренции, потребителям информации будет все сложнее сопротивляться *эффекту обратного действия (backfire effect)*, который называют новой психологической теорией, основанной на достижениях нейробиологии. Эффект обратного действия объясняет стремление личности подтверждать информацию, которая соответствует ее убеждениям. Не вызывает сомнения ценность для практики эффекта обратного действия, сформулированного на основерезультата четырех экспериментов, в которых испытуемые читали фальшивые новостные статьи, включающие либо вводящие в заблуждение утверждения политика, либо вводящие в заблуждение утверждения и их исправление. Полученные результаты свидетельствовали о том, что коррективы часто не позволяют уменьшить количество неверных представлений среди целевой идеологической группы. Более того, выявлены случаи эффекта обратного действия, когда исправления фактически укрепили неверные политические представления и установки в рассматриваемой группе (Nyhan, Reifler, 2006). **Позднее нейробиологические исследования с помощью МРТ у испытуемых с глубокими политическими убеждениями (Kaplan et al, 2016) подтвердили, что охрана своих политических убеждений и верований мозговыми структурами так же сильна, как и защита своей физической безопасности.**

Только формирование и развитие информационной культуры с элементами психолого-политической грамотности смягчит эффекты поляризации.

Информационную культуру можно рассматривать как фильтр, позволяющий предохранить личность от негативного информационного воздействия. У студентов следует формировать способность противостоять манипуляции, деструктивным технологиям влияния. Знание о когнитивных искажениях и иррациональных эффектах от манипулятивных воздействий в определенной степени может смягчить последствия манипуляции. Так, например, знания об «эффекте малых выборок» или «эффекте наглядности» стимулируют потребителя

информации проверить ее достоверность, сравнивая ее подачу в разных источниках, вместо того, чтобы доверяться ярким «стоперам». Знание об «эффекте ореола» также стимулирует поисковую активность, несмотря на авторитет источника информации. В процессе обучения техникам аргументации, благодаря участию в дискуссиях и работе с примерами когнитивного диссонанса можно расширить диапазон мыслительной гибкости и снять неконструктивные защиты мышления. Такого рода работа со студентами может способствовать развитию важнейших компонентов информационной культуры и повысить коммуникативную и политико-психологическую грамотность.

Предъявляя претензии к качеству ГИП, участники всех трех замеров в большинстве своем считали, что реализация образовательно-воспитательной функции государства в отношении населения необходима и что пропаганда является обязательным элементом информационной политики. Таким образом, результаты показали: большинство граждан не против пропаганды, но предъявляют претензии к ее качеству и ее идеологии.

В характеристиках отношения студенческой молодежи к информационной политике России существует дисбаланс в сторону свободы распространения информации в ущерб безопасности общества и осознанию угроз. Полученный результат позволяет рекомендовать психологически грамотно доносить информацию студентам о современных угрозах информационной безопасности не только на уровне личности, но и на уровне социума и государства. Важно учитывать специфику такой социальной группы как студенческая молодежь для построения информационной политики государства с учетом ее интересов.

Несмотря на все очевидные признаки демократизации нашего общества, только половина обследованных граждан разделяет мнение о том, что Россия – демократическая страна. Слишком сильно, особенно среди молодежи, влияние жупелов и навешенных политических ярлыков как в зарубежных, так и оппозиционных СМИ и социальных медиа, которые всячески поддерживают недоверие власти. В социальных медиа и блогосфере с опорой на механизм социального сравнения целесообразно ненавязчиво, на простых примерах обсуждать дефекты «идеализированной демократии» Запада.

У молодежи, которая в основном потребляет информацию из Интернета, важно повышать не только информационную грамотность,

но и информационную культуру, которая включает информационное мировоззрение и этический аспект ИКТ, а для сферы политической информации предполагает еще и общественно-политическую и начальную психолого-политическую грамотность.

Учитывая склонность молодежи к короткой и яркой информации (тенденция фрагментарности мышления) целесообразно вводить психологически и политически оправданные разъяснения, например, в зону комментариев к новостям и политической информации.

Учитывая персонафикацию, таргетирование потребления медиаконтента, а также влияние «эффекта обратного действия» и других когнитивных иррациональных искажений, способствующих «психологической жесткости», устойчивости системы политических и медийных предпочтений граждан полярных взглядов, целесообразно увеличивать число сторонников политики за счет зоны носителей нейтральных взглядов («золотое сечение» в коллективе), закрепляя позитивный вектор правильности избранного руководством политического курса.

Поскольку волевое состояние «оптимизм» и удовлетворенность жизнью значимо коррелируют у граждан с позитивной оценкой информационной политики РФ, потенциал повышения политического оптимизма можно искать в создании «эмоций успеха» нации.

Влияние негативного ситуативного фактора на отношение к власти и государственным институтам следует и/или предвидеть, и/или быстро купировать. Как показали наши исследования, общественное сознание очень чувствительно к простым (и даже примитивным) наглядным манипулятивным материалам, особенно у молодежи (на примере рейтинга института «Президент» на фоне провокационного ролика А. Навального, в данном случае ситуационный фактор удалось купировать).

Политическую коммуникацию следует удерживать на уже достигнутом уровне, так как потеря контакта в системе «гражданин – государство» усиливает недоверие и побуждает искать негативные объяснения «затишья» в коммуникации, привлекать различные провокативные объяснения непонятым событиям и явлениям. В этом контексте традиционные открытые акции общения Президента с журналистами и населением с психолого-политической точки зрения абсолютно оправданы и эффективны.

15. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ УСТАНОВКИ РОССИЯН НА ФОНЕ ПАНДЕМИИ COVID-19

Пандемия COVID-19 и инфодемия, возникшая в Интернет-СМИ и социальных сетях оказала весьма значительное влияние на потребительские населения во всем мире. Согласно Т. Герлинг и др. (Gärbling et al, 2009), при сообщении в СМИ о негативных экономических событиях реципиенты этой информации становятся более пессимистичными в отношении своего финансового положения, а также национальной и международной экономики. При этом показано, что люди более оптимистично относятся к своей финансовой ситуации, чем к международной и национальной. При том, что на доверие населения к международной и национальной экономике влияют СМИ, уверенность в собственном финансовом положении больше зависит от личного опыта, например, от изменений доходов и возможностей трудоустройства.

Т. Герлинг с соавторами утверждают, что в экономических процессах имеет место «негативная спираль». Пессимистично настроенные потребители тратят меньше денег, особенно на товары длительного пользования. Они больше сберегают и более склонны к погашению долгов. Снижение потребительских расходов приводит к снижению корпоративных продаж. Это, в свою очередь, ведет к дальнейшему экономическому спаду и вызывает у потребителей пессимизм. Было выявлено, что демонстрация свидетельств положительного экономического роста важна для восстановления доверия потребителей.

Во время пандемии поведение потребителей в Греции и Швеции характеризовалось дополнительными (избыточными) покупками и тенденцией к накоплению, однако причины этого, согласно исследованию Е. Анастасиаду, в этих странах различались (Anastasiadou, 2020). В отличие от Греции, в Швеции, в которой карантин не был введен, у потребителей не было ограничений на посещение супермаркетов, однако из-за влияний СМИ шведы восприняли эпидемию как кризис и вели себя соответственно. Греческие потребители оценивали ситуацию как неопределенную, поэтому при помощи покупок они старались приобрести чувство контроля над ситуацией.

Исследование датских и британских потребителей показало, что в период пандемии экстраверсия, нейротизм и низкая открытость опыту связаны с большим количеством дополнительных покупок и паническими приобретениями (Dammeyer, 2020). Также была обнаружена связь между дополнительными покупками и убеждением, что действия правительства в связи с пандемией были слишком незначительными. Чем серьезнее оценивался кризис, тем более вероятны были дополнительные покупки.

Во время пандемии COVID-19 люди с высоким показателем доброжелательности, то есть те, кто дружелюбен, готов прийти на помощь, тактичен и великодушен, могут не захотеть летать на самолетах, потому что считают, что подвергают опасности третьих лиц (Lamb, 2020).

Страх перед COVID-19 и неуверенность, которую он приносит, связаны с желанием заботиться об окружающей среде, что, в свою очередь, связано с доверием к зеленым брендам (Jian, 2020).

В период пандемии в США снизились расходы на питание, но выросли расходы на онлайн-покупки (Ellison, 2021). При этом исследование, проведенное на китайской выборке, показало, что те, кто рассматривает онлайн-доставку как риск заразиться, с меньшей вероятностью будут покупать продукты в Интернете (Gao, 2020).

Кризис COVID-19 оказал значительное влияние на потребительскую мотивацию жителей Испании (Vázquez-Martínez et al, 2021): увеличился спрос на товары первой необходимости (продукты питания и безалкогольные напитки, предметы домашнего обихода, средства личной гигиены, фармацевтические препараты), и сократились расходы на развлечения, транспортные услуги и крупные товары, что большинство респондентов связало с режимом изоляции, страхом заразиться и наблюдением за поведением других людей.

В контексте COVID-19 авторы предлагают рассматривать новый тип мотивации потребителей (наряду с утилитарной, гедонистической и социальной): мотивацию неотложной потребности. Она проявляется только в период кризиса и связана с восприятием кризиса. Мотивация неотложной необходимости направлена на покрытие основных потребностей за счет определенных продуктов с превышением первоначального функционального назначения этих конкретных продуктов.

Исследование Т. В. Фоломеевой и Е. А. Слободкиной (Фоломеева, Слободкина, 2022) показало, что когда в Москве в ответ на пандемию COVID-19 был введен карантин, среди москвичей увеличился спрос на продукты питания, средства индивидуальной защиты и бытовую технику. Отмечен также избыточный спрос на недефицитные или не имеющие большой значимости продукты, что объясняется паникой, возникающей на фоне ранее незнакомых ситуаций. Во время пандемии коронавируса мотивы безопасности выходят на первый план и, безусловно, отражаются на потребительских стратегиях. После того, как нерациональные покупки прекратились, потребительское поведение жителей России, наоборот, было представлено в виде снижения повседневных трат.

С марта по май 2021 г. многие респонденты сообщали об увеличении своих сбережений. Однако следует отметить, что данные глубинных интервью не дают полной картины, а результаты, свидетельствующие об увеличении сбережений, могут относиться не ко всем гражданам. Так, с середины апреля по конец мая об ухудшении материального положения сообщали около 42 % респондентов, а в июле этот показатель снизился до 26 %. Тем не менее, рост накоплений можно объяснить рядом причин. Во-первых, режим самоизоляции позволил естественным образом снизить финансовые затраты на задачи, которые трудно или невозможно выполнить удаленно, такие как отдых, развлечения, путешествия, посещение тренажерных залов, салонов красоты. Респонденты предпочитали откладывать средства, которые были «освобождены» от этих затрат.

Еще одним фактором увеличения сбережений выступили перенос даты ранее запланированных трат или вовсе отказ от них. Например, некоторые респонденты сообщили об отмене путешествий, а также нереализованных планах, связанных с покупкой одежды, что помогло им накопить освободившиеся средства. Респонденты также отметили, что пандемия и период самоизоляции помогли им переоценить отдельные категории расходов. Так, они отметили, что одежда перестала играть важную роль, зато вырос интерес к товарам для дома. Наконец, еще одной важной причиной увеличения сбережений респондентов является мотивация иметь «подушку безопасности», которую можно использовать в непредвиденных ситуациях.

Указанные выше результаты в большинстве своем не являются специфическими для граждан России. Исследование с американской выборкой также показало рост частных сбережений, изменения в финансовых планах и отсрочки покупок. Респонденты не заметили изменений в своем инвестиционном или кредитном поведении на фоне пандемии. Женщины, в отличие от мужчин, имели искаженное представление о кредитных продуктах. Упоминание кредита вызывало у девушек негативные ассоциации.

Освободившиеся во время эпидемии средства женщины и мужчины распределяли по-разному. Женщины воспользовались этой возможностью, чтобы перенаправить свои финансовые ресурсы на другие категории, которые ранее были слишком дорогими или не были в рассмотрении. Им также удалось улучшить качество приобретаемых продуктов и услуг. Мужчины, напротив, были более склонны откладывать средства на будущее. Мужчины также чаще, чем женщины, говорили о важности планирования будущих расходов и детального анализа того, что они уже потратили.

Под потребительскими установками понимается осознаваемая готовность индивида потреблять и/или покупать предлагаемые ему товары и услуги в типичных ситуациях, а также рефлексия личностного смысла и значения потребления как социального процесса (Цыбикова, 2010).

Как указывает автор, для большинства (2/3) россиян имеет значение выгодное соотношение цены и качества товаров и услуг. Большинство россиян готовы посетить другие магазины в поисках лучшего соотношения цен, а также переплачивать за относительно качественную продукцию и не согласны переплачивать только за бренд. При этом россияне сохраняют высокий уровень лояльности к отечественным (особенно продовольственным) товарам (в том числе сохранившимся с советских времен), хотя потребление импортных товаров постоянно растёт.

Примерно треть россиян чаще проявляет спонтанность в покупках, склонность получать удовольствие от процесса покупок, отличается умением использовать рекламную информацию в своих целях. В основном это молодые, состоятельные и образованные россияне, проживающие в крупных городах.

Среднее поколение россиян не склонно верить рекламе, производителям и продавцам из-за советского потребительского опыта. Представители

среднего возраста в первую очередь используют бренды для выражения своего социального статуса.

Во время мирового экономического кризиса 2008 г. среднее поколение россиян, с одной стороны, сокращало расходы, увеличивало накопления, а с другой, использовало стратегии 1991 и 1998 гг.: акцент на потребление в противовес накоплению, а также опора только на собственные силы и семью, готовность к нисходящей социальной и профессиональной мобильности и пр.

А. В. Степанова указывает, что ориентация на потребление может быть как терминальной ценностью, так и инструментальной (Степанова, 2007). Когда актуальной ценностью является терминальная, люди положительно относятся к владению материальными ценностями, оно вызывает у них чувство удовлетворения жизнью, положительные эмоции, связанные с высоким статусом, доставляет радость, дает ощущение счастья и благополучия. Когда на первом плане находится инструментальная ценность, положительные эмоции вызывают все этапы потребления: обдумывание будущей покупки, мысленный выбор среди различных вариантов, сам процесс покупки, трата денег, владение материальными ценностями и деньгами. Показано, что молодые люди в меньшей степени воспринимают ориентацию на потребление как способ достижения гармонии в межличностных отношениях, счастья, как источник эстетических переживаний.

Согласно О. С. Дейнека и О. Ю. Бушуйкиной, потребительское поведение целесообразно рассматривать как поведение, в основе которого лежит не только рациональный выбор, но и психологические факторы, в частности, личностные особенности (Дейнека, Бушуйкина, 1996; Дейнека, 2000). Более целеустремленные люди уделяли больше времени не второстепенным признакам товара, например, упаковке, а содержательным, то есть качеству и функциональным признакам. Для более настойчивых характерны поисковая активность (поиск информации о товаре, оценка его свойств), последовательность и избегание влияния ситуативных авторитетов. Такие качества, как решительность и самообладание, оказались связаны с риском, стремлением к новизне, эти люди не боятся покупать неопробованные товары. Люди с ярко выраженной аффилиативной потребностью во многом опираются на рекламу

и мнение других людей, для них не так важны объективные качества товара, как добрые отношения с продавцом. Человек, чувствительный к отвержению, менее тщателен в изучении характеристик товара, поскольку боится быть неудобным для окружающих.

Методы и материалы исследования.

Целью исследования являлось изучение установок российских потребителей в период экономического кризиса, вызванного пандемией и актуальной политико-экономической ситуацией. В соответствии с целью исследования были разработаны и выбраны следующий инструментарий.

Первый блок методик был посвящен психологии потребителя, поведению и установкам потребителя в кризисный период и включал: опросник потребителя, методику ранжирования мотивов потребителя. Второй блок методик включал: экспресс опросник финансовой тревожности О. С. Медяник (Медяник, 2020); экспресс опросник гражданской лояльности О. С. Дейнека (Дейнека, 2015); шкалу толерантности к неопределенности С. Баднера (в адаптации А. Г. Солдатовой (Солдатова, 2008)); шкалу удовлетворенности жизнью Э. Динера (в адаптации Д. А. Леонтьева и Е. Н. Осина (Осин, Леонтьев, 2008)).

Дополнительно была получена информация для демографической справки о респондентах (пол, возраст, субъективный уровень дохода, фактор урбанизации, уровень образования).

Опросник потребителя был разработан по алгоритму создания многофакторных опросников (Дейнека, 2013). На первом этапе были сформулированы концептуальные опоры, позволившие раскрыть изучаемые тенденции поведения и установок потребителя в условиях кризиса. Блок утверждений, связанный с услугами доставки (утверждения 5, 6, 7) был разработан с опорой на опросник А. Бурля-Скиопойу и др. (Burlea-Schiopoiu, Puiu, Dinu, 2021). Опросник потребителя состоит из 24-х утверждений (Приложение 6), по каждому из которых испытуемым предлагается выразить степень согласия/несогласия по 7-балльной шкале, где «7» соответствовало максимальному согласию, а «1» абсолютному несогласию. Для обеспечения надежности методики соблюдались принципы простоты и четкости формулировок, использовалось сочетание так называемых «открытых», т.е. непосредственно обращенных к испытуемому, и «закрытых», безличных, не включающих

в себя местоимения «я/меня/мне» утверждений. Кроме того, производилось психологическое «выравнивание» текста опросника с использованием формулировок утверждений с опорой на триаду из когнитивных, аффективных и конативных вариантов.

Описание шкалы удовлетворенности жизнью Э. Динера

Шкала удовлетворенности жизнью Э. Динера разработана в 1985 году, адаптирована Д. А. Леонтьевым и Е. Н. Осиным (Осин, Леонтьев, 2008). Включает в себя 5 утверждений, степень согласия с которыми необходимо выразить по 7-балльной шкале. Шкала измеряет когнитивную оценку соответствия жизненных обстоятельств ожиданиям индивида.

Описание шкалы толерантности к неопределенности С. Барднера

Шкала толерантности к неопределенности С. Барднера разработана в 1982 году. В России шкалу адаптировала Г.У. Солдатова (Солдатова, 2008). Методика позволяет выявить, в какой степени человек может чувствовать себя относительно комфортно в неопределенной ситуации, способен ли он продуктивно действовать и брать на себя ответственность в незнакомой обстановке, воспринимает ли он новые ситуации с недостатком информации как угрозу.

Методика состоит из 16 утверждений, степень согласия с которыми необходимо выразить по 7-балльной шкале. В методике выделено также 3 субшкалы, позволяющие выделить основной источник интолерантности к неопределенности: новизну, сложность или неразрешимость проблемы.

Дополнительно использовались 2 экспресс опросника, направленных на измерение финансовой тревожности (Медяник, 2020) и гражданской лояльности (Дейнека, 2015). Финансовая тревожность оценивалась степенью безопасности своей текущей финансовой ситуации и, напротив, финансовой уверенностью в завтрашнем дне. Гражданской лояльность измерялась с помощью проявления гордости за нее, наличия образа будущего своей страны и модальности образа современной России. Всего 5 утверждений с 7-ми балльной шкалой.

Выборка основного исследования

В основной части эмпирического исследования приняли участие 232 респондента, 107 мужчин и 125 женщин в возрасте от 16 до 69 лет ($M = 36,20$, $SD = 10,91$). 9,05% респондентов проживают в Москве, 28,02 % – в мегаполисах, 53,45 % – в городах областного значения,

9,05 % – в городах районного значения, 1 испытуемый не указал населенный пункт. 34,48 % респондентов имеют только среднее образование, 15,52 % – неполное высшее образование, 10,34 % – базовое высшее образование (бакалавр), 27,59 % – полное высшее образование (специалист), 11,21 % — полное высшее образование (магистр); 0,86 % закончили аспирантуру или имеют ученую степень. 34,05 % респондентов официально женаты (замужем), 15,09 % живут в незарегистрированном браке, 9,05 % разведены, 0,86 % состоят в браке, но живут одни, 39,22 % никогда не состояли в браке, 1,72 % вдовцы (вдовы). 0,86% респондентов имеют очень высокий субъективный доход, 0,86 % – высокий, 50 % – средний, 34,05 % – низкий, 14,22 % указали, что сводят концы с концами.

Методы математической обработки данных

Математическая обработка полученных в ходе исследования данных производилась по программе SPSS 19.0 и проводилась с использованием непараметрической статистики. Уровневый анализ включал описательные статистики. Структурный анализ проводился с помощью эксплораторного факторного анализа методом главных компонент с применением Варимакс вращения. Для обнаружения корреляционных взаимосвязей использовался коэффициент Ч. Спирмена.

Результаты исследования

В таблице 15.1 приведены описательные статистики данных базового опросника, направленного на изучение установок потребителя на фоне экономического кризиса трансформаций.

Таблица 15.1

Описательные статистики данных Опросника потребителя

Утверждение	М	σ
1. Я болезненно воспринимаю рост цен на товары и услуги	5,46	1,59
2. Я не осуждаю представителей бизнеса, которые повышают цены ради прибыли во время экономического кризиса	3,35	1,82
3. В последнее время мне кажется, что все хотят нажиться на мне	3,97	1,94
4. Я предпочитаю всегда сохранять чеки после покупки	4,23	2,10
5. При выборе товара я отдаю предпочтение организациям, которые осуществляют доставку на дом	2,73	1,76
6. Из-за моды на услуги доставки люди тратят больше денег	4,56	1,85
7. Я предпочитаю делать покупки в магазинах и супермаркетах, чтобы все можно было посмотреть и потрогать	5,52	1,63

Утверждение	М	σ
8. Я часто выбрасываю пищу и косметику, которую не сумел(а) использовать	2,91	1,83
9. Я часто покупаю продукты и вещи «про запас»	3,97	1,75
10. Для меня предпочтительнее потратить деньги на текущие нужды, чем отложить их на будущее	4,32	1,58
11. Из-за пандемии я стал(а) больше откладывать на «черный день»	3,41	1,80
12. Людям точно не стоит брать кредит во время пандемии или экономического кризиса	5,18	1,83
13. Стоит приобретать в кредит вещи, которые показывают высокий социальный статус (автомобиль, новый iPad и пр.)	2,10	1,54
14. Я готов(а) оформить кредит на приобретение тех или иных товаров в магазине	2,50	1,97
15. Я стараюсь покупать товары российского производства, если они решают мои проблемы	4,52	1,78
16. Меня беспокоит возможный дефицит брендовых вещей	2,28	1,74
17. Я почти не ориентируюсь на рекламу при выборе продуктов питания и других бытовых товаров	5,02	1,94
18. Сейчас не лучшее время для путешествий за границу, даже если соблюдаются все меры предосторожности	5,38	1,90
19. Даже на фоне пандемии я не менял(а) своих привычек потребления товаров и услуг	4,91	1,74
20. Я готов(а) отказать себе в каких-то вещах и продуктах ради более высоких целей	4,95	1,75
21. Я уважительно отношусь к благотворительности и волонтерству во время экономического кризиса	5,45	1,60
22. Я выступаю за отдельный сбор мусора	5,03	1,81
23. Я не обращаю внимание на информацию о том, что продукты произведены без нарушения экологии	4,69	1,84
24. Для меня качество товара важнее, чем красивая упаковка	6,24	1,23
25. Я стараюсь покупать «здоровые» продукты и слежу за их составом	4,73	1,62

Описательные статистики показывают, что в период экономического кризиса люди болезненно воспринимают рост цен ($M = 5,46$, $\sigma = 1,59$), предпочитают делать покупки в магазинах, а не онлайн ($M = 5,52$, $\sigma = ,63$), избегают кредитов ($M = 5,18$, $\sigma = 1,83$), стараются не обращать внимание на рекламу ($M = 5,02$, $\sigma = 1,94$), не планируют путешествовать ($M = 5,38$, $\sigma = 1,90$). При этом они уважительно относятся к благотворительности и волонтерству ($M = 5,45$, $\sigma = 1,60$) и поддерживают идею отдельного

сбора мусора ($M = 5,03$, $\sigma = 1,81$). Для большинства респондентов качество товара оказалось важнее, чем красивая упаковка ($M = 6,24$, $\sigma = 1,23$).

Результаты факторного анализа.

Факторный анализ данных Опросника потребителя позволил выделить 5 факторов. Они оказались близки к тем, которые были получены в пилотном исследовании, и зафиксировали тенденции «кризисного» потребления (табл. 15.2).

Таблица 15.2

Фактор рационального потребителя

Факторный вес 8,2		
Я не осуждаю представителей бизнеса, которые повышают цены ради прибыли во время экономического кризиса. (-0,410)	При выборе товара я отдаю предпочтение организациям, которые осуществляют доставку на дом. (-0,483)	Из-за моды на услуги доставки люди тратят больше денег. (0,466)
Я предпочитаю делать покупки в магазинах и супермаркетах, чтобы все можно было посмотреть и потрогать. (0,633)	Меня беспокоит возможный дефицит брендовых вещей. (-0,418)	Я почти не ориентируюсь на рекламу при выборе продуктов питания и других бытовых товаров. (0,541)
Сейчас не лучшее время для путешествий за границу, даже если соблюдаются все меры предосторожности. (0,457)	Для меня качество товара важнее, чем красивая упаковка. (0,590)	

Первый и наиболее весомый фактор объединяет установки рационального потребителя, который предпочитает делать покупки в магазинах и не тратить деньги на доставку; обращать внимание на качество товара, а не на упаковку; не ориентироваться на рекламу; отказываться на время кризиса от путешествий за границу; не переживать из-за дефицита брендовых вещей.

Второй фактор содержит эмоционально окрашенные компоненты, среди которых болезненное восприятие роста цен на товары и услуги, подозрения в отношении производителей и продавцов, готовность изменить привычки и отказать себе в чем-либо ради более высоких целей (табл. 15.3).

Таблица 15.3

Фактор потребительской обиды

Факторный вес 5,6		
Я болезненно воспринимаю рост цен на товары и услуги. (0,529)	В последнее время мне кажется, что все хотят нажиться на мне. (0,585)	Я предпочитаю всегда сохранять чеки после покупки. (0,449)
Даже на фоне пандемии я не менял(а) своих привычек потребления товаров и услуг. (-0,619)	Я готов(а) отказать себе в каких-то вещах и продуктах ради более высоких целей. (-0,434)	

Третий фактор или фактор просоциальных установок потребителя включает проявление таких установок, как отдельный сбор мусора, ориентацию на здоровые продукты с указанным составом и внимание к экологии при их производстве, уважительное отношение к благотворительности и волонтерству во время экономического кризиса (табл. 15.4).

Таблица 15.4

Фактор просоциальных установок потребителя

Факторный вес 5,2	
Я уважительно отношусь к благотворительности и волонтерству во время экономического кризиса. (0,465)	Я выступаю за отдельный сбор мусора. (0,674)
Я не обращаю внимание на информацию о том, что продукты произведены без нарушения экологии. (-0,430)	Я стараюсь покупать «здоровые» продукты и слежу за их составом. (0,670)

Четвертый фактор, который был назван фактором иррациональных потребительских установок, по сути сформирован проявлениями расточительно-гедонистических установок, с готовностью рисковать, вовлекаясь в потребительские кредиты, несмотря на кризис (табл. 15.5).

В качестве признаков в фактор вошли установка откладывать на «черный день», делать закупки «про запас» и стремление покупать товары российского производства. Таким образом, фактор воплощает консервативное поведение со стремлением подстраховаться в условиях кризиса (табл. 15.6).

Таблица 15.5

Фактор иррациональных потребительских установок

Факторный вес 6,6		
Я часто выбрасываю пищу и косметику, которую не сумел(а) использовать. (0,456)	Для меня предпочтительнее потратить деньги на текущие нужды, чем отложить их на будущее. (0,532)	Людам точно не стоит брать кредит во время пандемии или экономического кризиса. (-0,597)
Стоит приобретать в кредит вещи, которые показывают высокий социальный статус (автомобиль, новый iPad и пр.). (0,541)	Я готов(а) оформить кредит на приобретение тех или иных товаров в магазине. (0,712)	

Таблица 15.6

Фактор сберегающего потребительского поведения

Факторный вес 4,5		
Я часто покупаю продукты и вещи «про запас». (0,608)	Из-за пандемии я стал(а) больше откладывать на «черный день». (0,719)	Я стараюсь покупать товары российского производства, если они решают мои проблемы. (0,493)

Следует отметить, что и первый, и второй фактор содержат запрос на моральное поведение сферы торговли в условиях кризиса, на который указывает Базерман (см: Дейнека, 2004).

Результаты корреляционного анализа разных методик.

Связь потребительских установок и мотивов потребления.

Вначале обратимся к описательным статистикам данных, полученных с помощью методики ранжирования мотивов потребления.

Таблица 15.7

Описательные статистики методики ранжирования мотивов потребителя

Мотив	Ранг	М	σ
экономия	1	2,85	1,66
безопасность	2	2,91	1,70
комфорт	3	3,15	1,50
привязанность	4	3,40	1,30
новизна	5	4,22	1,60
престиж	6	4,31	1,71

Как видно из таблицы 15.7, в условиях кризиса для потребителей ведущими мотивами являются экономия и безопасность, последнее место занимают мотивы новизны и престижа.

Как указывает О. С. Дейнека, что мотив *безопасности* связан со стремлением к спокойствию, которое может принести качественный товар или услуга; мотив *комфорта* — со стремлением к удобству; мотив *привязанности* — со стремлением сохранить связь с вещью или человеком, в частности, с желанием быть лояльным товару; мотив *новизны* связан с потребностью в переменах и новых ощущениях; мотив *престижа (гордости)* связан со стремлением потребителя выделиться на фоне других (Дейнека, 2000). Опираясь на этот подход и полученные статистики, можно отметить, что россияне в условиях экономического кризиса скорее стремятся сэкономить и приобрести более качественный товар (услугу) и меньше ориентированы на новый потребительский опыт и статусные приобретения.

Согласно данным корреляционного анализа, те респонденты, у которых больше выражен мотив *экономии*, в большей степени согласны с тем, что болезненно воспринимают рост цен на товары и услуги ($r = -0,17^{84}$, $p < 0,01$), предпочитают сохранять чеки после покупки ($r = -0,17$, $p < 0,05$) и не пользоваться услугами доставки ($r = 0,16$, $p < 0,01$), а также опасаются кредитов ($r = -0,15$, $p < 0,05$).

Те, для кого в период экономического кризиса при потреблении важна *безопасность*, предпочитают отказываться от трат на текущие нужды и откладывать деньги на будущее ($r = 0,14$, $p < 0,05$), уважительно относятся к благотворительности и волонтерству ($r = -0,17$, $p < 0,01$).

Те, для кого важен *комфорт*, реже пользуются услугами доставки ($r = 0,15$, $p < 0,05$). Вероятно, это можно объяснить широтой понимания комфорта; сам процесс приобретения (шopping) может быть источником комфорта.

Респонденты с выраженным мотивом *привязанности* (в частности, лояльные к бренду) чаще не сохраняют чеки после покупки ($r = 0,13$, $p < 0,05$), не откладывают на «черный день» ($r = -0,13$, $p < 0,05$) и считают, что стоит брать кредиты на «статусные» товары ($r = -0,14$, $p < 0,05$).

⁸⁴ Корреляции с мотивами потребления ввиду особенностей составления бланков следует анализировать с противоположным знаком r .

Респонденты с выраженным мотивом *новизны* отметили, что рост цен для них не болезнен ($r = 0,17, p < 0,01$). Они чаще не сохраняют чеки после покупки ($r = 0,18, p < 0,01$), и готовы оформить кредит в магазине ($r = -0,14, p < 0,05$).

Обнаружена высоко значимая корреляция мотива *престижа* с утверждениями о предпочтении доставки ($r = -0,18, p < 0,01$), об избавлении от неиспользованных пищи и косметики ($R = -0,20, p < 0,01$), об откладывании на «черный день» ($r = -0,17, p < 0,01$), о беспокойстве из-за возможного дефицита брендовых вещей ($r = -0,18, p < 0,01$) и о большей значимости упаковки товара, чем его качества ($r = 0,18, p < 0,01$). Также респонденты, у которых выражен мотив престижа, отмечают, что не воспринимают рост цен болезненно ($r = 0,15, p < 0,05$), не сохраняют чеки после покупки ($r = 0,15, p < 0,05$), и готовы оформить кредит на товары в магазине ($r = -0,15, p < 0,05$).

Связь потребительских установок и мотивов потребления с данными других методик.

Прежде, чем перейти к результатам поиска связей установок потребителя в кризисный период и других исследуемых параметров, обратимся к описательным статистикам данных дополнительных методик (таблицы 15.8–15.11).

Таблица 15.8

Описательные статистики экспресс опросника финансовой тревожности

Утверждение	М	σ
Я чувствую себя в безопасности в моей текущей финансовой ситуации	3,27	1,68
Мне не хватает финансовой уверенности в завтрашнем дне	5,04	1,86

Таблица 15.9

Описательные статистики экспресс опросника гражданской лояльности

Утверждение	М	σ
Образ современной России у меня скорее позитивный	4,38	1,91
У меня есть образ будущего нашей страны	4,35	1,99
Я горжусь тем, что я гражданин России	5,65	1,81

Из таблицы 15.8 видно, что респонденты испытывают финансовую тревожность. Несмотря на это, они в большинстве своем гордятся тем, являются гражданами России (табл. 15.9). Что касается образа своей

страны, то он скорее позитивный, чем негативный, но со значительным разбросом. То же наблюдается в образе будущего страны.

В таблице 15.10 приведен диагноз толерантности к неопределенности исследуемого коллективного субъекта. Сравнение с нормативными показателями, полученными Г. У. Солдатовой (Солдатова, 2008) свидетельствует о том, что показатели новизны, сложности, неразрешимости, а также общий показатель имеют более узкий диапазон и смещены в сторону усиления интолерантности.

Таблица 15.10

Описательные статистики шкалы толерантности к неопределенности

Показатель	М	σ
Новизна	19,09	3,82
Сложность	33,70	5,04
Неразрешимость	13,95	2,67
Общий показатель	66,74	7,27

Корреляционный анализ показал многоплановую картину связей потребительских установок. Составлены диаграммы: связей данных других методик с общей интолерантностью к неопределенности, с интолерантностью к новизне, сложности и неразрешимости, связей показателей удовлетворенности жизнью с потребительскими установками и мотивами потребления, связей финансовой тревожности с данными других методик, связей демографических показателей с данными других методик.

В условиях экономического кризиса респонденты, имеющие высокий общий показатель интолерантности к неопределенности, предпочитают ходить в магазины, чем пользоваться доставкой; не берут кредиты на статусные товары и не беспокоятся о дефиците брендовых вещей. У них доминирует мотив безопасности – чем больше человек стремится к безопасности, тем менее склонен он будет идти навстречу неопределенности. Чем выше общий показатель интолерантности к неопределенности, тем выше показатели гражданской лояльности и тем больше человек склонен покупать товары отечественных производителей и отказываться от путешествий за границу.

Обращаясь к другим показателям шкалы С. Баднера, можно отметить, что интолерантность к новизне и интолерантность к неразрешимости

высоко значимо положительно связаны с показателями гражданской лояльности, с предпочтением отечественных товаров и отсутствием беспокойства из-за дефицита брендовых вещей. Интолерантность к сложности высоко значимо положительно коррелирует с мотивами безопасности и комфорта и отрицательно – с поддержкой идеи раздельного сбора мусора. Вероятно, это связано с тем, что раздельный сбор мусора требует изменения образа жизни и дополнительных усилий, что приведет к уменьшению комфорта. Интолерантные к новизне имеют, в том числе, просоциальные установки (уважение к благотворительности и волонтерству, стремление покупать «здоровые» продукты), а также отдают предпочтение качеству товара, а не упаковке. Интолерантные к неразрешимости за время пандемии COVID-19 не меняли свои потребительские привычки; эти люди показывают высокие показатели удовлетворенностью жизнью. Вероятно, такие люди не только положительно оценивают свою текущую жизненную ситуацию, но и не стремятся ее улучшить из-за нежелания встречаться с трудностями.

Среди тех респондентов, у которых высокие показатели удовлетворенности жизнью больше тех, кто предпочитает доставку, чем посещение магазинов; для них не болезнен рост цен, они не думают, что на них хотят нажать, они не сохраняют чеки после покупки, у них не выражен мотив экономии. Если обратиться к демографическим показателям, можно увидеть, что это люди с высоким субъективным доходом. Кроме этого, они считают возможными путешествия за границу. Таким образом, финансовый достаток связан с низкими потребительской обидой и недоверием торговле, а также с низкой выраженностью мотива экономии.

У людей, чувствующих себя в безопасности в их текущей финансовой ситуации, с одной стороны, не выражено ограничительное поведение (они, например, не отказываются от путешествий за границу в отличие от тех, кто не уверен в завтрашнем дне; предпочитают доставку; не меняли своих потребительских привычек за время пандемии; красивая упаковка для них часто важнее качества товара), они не воспринимают рост цен болезненно, у них не выражен мотив экономии, однако они избегают кредитов и откладывают на «черный день». Вероятно, люди, демонстрирующие низкую финансовую тревожность, прилагают усилия, чтобы ее обеспечить.

Данные гражданской лояльности не отражены в отдельной диаграмме. Респонденты, имеющие образ будущего России (1), имеющие позитивный образ современной России (2), а также респонденты с высокой гражданской гордостью (3) не поменяли свои потребительские привычки за время пандемии ($r = 0,29, p < 0,001$; $r = 0,23, p < 0,001$; $r = 0,31, p < 0,001$), уважительно относятся к благотворительности и волонтерству ($r = 0,22, p < 0,01$; $r = 0,23, p < 0,001$; $r = 0,26, p < 0,001$). (2) и (3) не воспринимают рост цен болезненно ($r = -0,20, p < 0,01$; $r = -0,20, p < 0,01$) и отказываются от путешествий за границу ($r = 0,20, p < 0,01$; $r = 0,20, p < 0,01$). (3) редко покупают товары «про запас» ($r = -0,20, p < 0,01$), стараются покупать товары российского производства ($r = 0,19, p < 0,01$). Высоко значимых корреляций этих показателей с мотивами потребления не выявлено.

Наконец, можно сделать несколько наблюдений, связанных с демографическими показателями. Мужчины в большей степени чувствуют себя в финансовой безопасности и меньше тратят на услуги доставки, женщины же больше уверены в завтрашнем дне. Чем человек старше, тем более выражено рациональное потребление (предпочитает ходить в магазины, а не пользоваться доставкой, для него важнее качество товара, а не упаковка, считает, что сейчас не лучшее время путешествовать за границу), тем более выражен мотив безопасности и тем больше интолерантность к новизне. Чем больше возраст, тем выше показатели гражданской лояльности, тем более предпочтительны отечественные товары. У людей с низким субъективным уровнем дохода выражен мотив экономии (что иллюстрируется тем, что они болезненно воспринимают рост цен, реже пользуются доставкой, поменяли свою потребительские привычки с начала пандемии). У них выше интолерантность к неразрешимости, что может говорить о том, что неразрешимые ситуации избегаются из-за риска потерять «последнее». Это подтверждается тем, что у такие люди демонстрируют высокую финансовую тревожность. У людей с низким субъективным уровнем дохода низкие показатели гражданской лояльности при том, что показатели удовлетворенности также низкие, что может быть связано с внешним локусом контроля, однако в данном исследовании локус контроля не оценивался. Чем человек старше и чем ниже субъективный уровень дохода, тем выше потребительская обида и недоверие торговле. Данные о городах респондентов

(фактор урбанизации) не дали значимых корреляций с другими данными (кроме демографических). Можно предположить, что величина населенного пункта не связана с количеством и качеством изменений в потребительском поведении.

Обсуждение полученных результатов.

Полученные нами результаты соотносимы с данными других отечественных и зарубежных авторов, которые затрагивали проблемы поведения потребителя на фоне кризиса. С одной стороны, потребители, согласно нашим данным, стали более осторожны и предпочитают не рисковать, приобретая в долг и, особенно, займы с долгосрочной перспективой (кредиты). С другой стороны, поскольку кризис имеет свои особенности и связан с санкциями, респонденты проявляли готовность делать запасы.

Больше половины респондентов в нашей выборке оказались готовы отказать себе в каких-то вещах и продуктах ради более высоких целей. Согласно данным других авторов (напр., Gärling, 2009), в кризисе многие люди не готовы к финансовым трудностям и не имеют достаточного количества сбережений, чтобы справиться с неблагоприятными экономическими изменениями. Им часто трудно сократить расходы и изменить образ жизни, а иногда даже представляется невозможным изменить привычки к определенному образу жизни и уровню расходов.

В условиях социально-экономического кризиса снижается как доверие властям и институтам (Дейнека, 2009; Макушева, Нестик, 2020), так и потребительское доверие (Сухов, 2018). В проведенном нами исследовании показатели потребительской обиды и недоверия торговле оказались близкими к средним, но связанными с субъективным уровнем доходов, финансовой уверенностью/тревожностью и с удовлетворенностью жизнью. Более удовлетворенные жизнью и уверенные в своем материальном положении проявляют больше потребительского доверия. Согласно нашим данным, чувствующие себя в безопасности в текущей финансовой ситуации и респонденты с более высоким субъективным уровнем дохода, не меняли свои привычки.

Потребительское недоверие может быть спровоцировано нарушением справедливости на рынке товаров и услуг. Так, О. С. Дейнека указывает, что чувство несправедливости у потребителя, связанное с намеренным

повышением цен предпринимателями в условиях кризиса или катастроф в будущем может привести к потерям для бизнеса из-за обиды потребителей (см.: Психология..., 2004). Результаты нашего исследования выявили демографические группы потребителей, которые в настоящее время имеют потребительскую обиду, и мы можем ожидать, что в будущем это приведет к потере лояльности к тем брендам, которые вызвали эту обиду.

Как и следовало ожидать, мотив экономии на фоне криза оказался в большей степени выражен у тех, у кого ниже субъективный уровень дохода. Чем старше были респонденты, тем больше выражен мотив безопасности. Полученный результат совпадает с выявленной за рубежом тенденцией (Voinea, Filip, 2011), согласно которой наибольшую склонность к экономии проявили малообеспеченные потребители, люди среднего возраста, женщины. В нашем исследовании половые различия не подтвердились.

Результаты исследования показали, что большинство респондентов не обращают внимание на информацию о том, что продукты произведены без нарушения экологии. Этот результат согласуется с выявленной ранее тенденцией снижения зеленого и этичного потребления, включая спрос на экологически чистые продукты (Flatters, Willmott, 2009).

Еще одной обнаруженной тенденцией является снижение демонстративного поведения и ориентации в мотивации, которая обозначена в нашем исследовании как мотив престижа. Умеренная демонстративность, согласно О.С. Посыпановой, связана с желанием подчеркнуть свою индивидуальность, а также качество и дороговизну потребляемых товаров, поскольку это может помочь человеку в карьере, работе, личной жизни, а также с высоким уровнем достатка, высокой финансовой мотивацией (Посыпанова, 2013). В нашем исследовании такая мотивация также не была связана с субъективным уровнем дохода, но положительно связана с финансовой уверенностью. Кроме того, были выявлены связи с предпочтением доставки товаров, расточительством, беспокойством из-за возможного дефицита брендовых вещей, значимостью упаковки товара.

16. ОТНОШЕНИЕ РОССИЯН К ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКЕ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ, ВЫЗВАННОЙ COVID-19

Денежно-кредитную политику (ДКП) определяют как «совокупность мероприятий центрального банка в области денежного обращения и кредита по воздействию на макроэкономический процесс» (Соколинский, 1997, с. 65).

Будучи составной частью всего комплекса экономической политики, денежно-кредитные меры являются инструментом государственного влияния на народное хозяйство. Механизм этих мер включен в обеспечение равновесного и устойчивого развития национальной экономики. *Финансовое доверие* (Аликперова, Ярашева, 2015; Медина, 2019) является фактором национальной безопасности и влияет на образ страны во внешнем и внутреннем медийном пространстве.

В силу динамичности экономико-политических процессов и потребности соответствующих институтов в обратной связи от граждан, целесообразно проводить мониторинг *аттитюдов населения* к субъектам, решениям и действиям в области ДКП.

В отечественной политической и экономической психологии существует дефицит оперативных исследований *отношения граждан* к экономической политике и ее отдельным видам. Выполненные нами исследования ее *образа* у россиян на фоне кризиса (Дейнека, 2009), отношения к государству Беларуси в разные периоды экономического кризиса (Deyneka, Dauksha, 2014), а также сравнительные межстрановые исследования (Дейнека, Минина, 2011; Дейнека, Матемулане, 2012) показали, что обыденное сознание очень чувствительно к изменениям в экономике и финансах страны.

Изучение отношения населения и специалистов к денежно-кредитной политике в последние десятилетия стало обычной практикой для Национальных банков мировых экономик (Bank of England..., 2020; Bank of Nigeria..., 2016; Kirkham, 2014; Oppong, 2014). Так, например, Банк Англии регулярно проводит социологические исследования отношения общественности к монетарной политике в стране. Изучается

степень удовлетворенности тем, как банк устанавливает ключевую процентную ставку и контролирует инфляцию.

Исследователи проверяют, поддерживает ли общественность режим ДКП, выбранный Банком, и как на отношение к ДКП влияет изменение инфляции.

Кроме того, в рамках этих исследований Банк Англии изучает ожидания общественности по поводу результатов ДКП в будущем. Ежеквартальные бюллетени предоставляют информацию о результатах такого рода исследований (Benford, 2008; Kirkham, 2014; Barnett et al, 2010, с. 115–123).

Многие центральные банки оценивают *аттитюд к инфляции* как наиболее важный *компонент отношения* к денежно-кредитной политике в целом, что представляется оправданным в связи с современной «модой» инфляционного таргетирования для обеспечения ценовой стабильности (Williams, 2008).

Дж.Л. Броз с соавторами (Broz et al, 2007) исследовали отношение к такому элементу ДКП как валютный курс. Авторы эмпирически подтвердили желание фирм с международной ориентацией придерживаться его фиксированных форм. Более того, такие компании выразили предпочтение работать по относительно устаревшим обменным курсам.

Для политических психологов представляет ценность опыт исследования отношения граждан США к экономической политике в своей стране, в котором, в частности, изучалось соответствие взглядов респондентов основным направлениям научной мысли в этой области – *кейнсианству* и *неоклассическому направлению* (Fazzari et al, 2013). Авторы исследовали некоторые представления американских граждан о том, что должно быть реализовано в краткосрочной перспективе для побуждения к экономическому росту в период рецессии. При этом исследователи отмечали, что часть вопросов были трудны для многих респондентов, потому что они формировались не на языке экономических представлений, свойственных обыденному сознанию, а на профессиональном языке научной теории. Исследование показало, что в целом у американцев доминируют *неоклассические*

взгляды. Большая часть респондентов придерживается взглядов, схожих либо с кейнсианской, либо с неоклассической парадигмой, и лишь немногие придерживаются взглядов, которые совмещают кейнсианские и неоклассические позиции. Авторы получили также результаты, различающие респондентов как представителей электората по их предпочтениям одной из двух основных американских политических партий.

Проводились также исследования отношения к разным аспектам экономической политики в связи с вступлением стран в экономические союзы, прежде всего, в Европейский Союз (Gabel, 1998; Hayo, 1999; Kalthenthaler, Anderson, 2001; Valev, 2006). С. Бигет (Buigut, 2010) изучал отношение граждан африканских стран к потере автономии ДКП и другим сторонам объединения в такие союзы, рассматривая вступление в Восточно-Африканский союз.

Исследование показало, что его поддержка заметно снижается, если появляются ожидания значительной потери автономии ДКП своей страны. И, напротив, в государстве, которое, как предполагалось, станет лидером союза, была выявлена наибольшая поддержка его формирования. Мнение о том, что равноправное объединение является предпочтительным для стран, у которых примерно равноценный уровень экономического авторитета, и в которых существенную роль играет общественное голосование, представлено и у других авторов (см.: Gabel, 1998).

Следует отметить, что в основном проблемы денежно-кредитной политики исследуются экономистами и социологами. При этом существует дефицит психологических исследований отражения ДКП как части экономической политики в сознании граждан, несмотря на очевидную практическую значимость такого рода работ. Так, политико-психологические исследования отражения ДКП российскими гражданами позволили бы, *во-первых*, более детально определить, насколько глубоко люди стремятся формировать свои представления о монетарной политике страны. *Во-вторых*, такого рода исследования предназначены для формирования психологически таргетированной информационной политики относительно денежно-кредитного механизма регулирования экономики. С их помощью можно было

бы выявить уровни и области поддержки и, напротив, негативного отношения к ДКП разных социальных групп и типов личности, а также степень важности разных частей ДКП для них. Такие опросы могли бы представлять ценность для подачи информации (ограничение канала значимой информации, помехи) с учетом характеристик ее реципиентов (стратификации общества, осведомленности о влиянии ДКП на экономику и т. д.). *В-третьих*, отношение граждан к ДКП на фоне кризиса (сначала санкций, а затем эпидемии COVID-19) является одним из потенциальных индикаторов политической стабильности.

Цель эмпирического исследования состояла в выявлении характеристик отношения к денежно-кредитной политике и ее субъектам на фоне ситуации распространения коронавирусной инфекции COVID-19.

На начальном этапе исследования дополнительно решалась методическая задача проверки авторского опросника отношения к ДКП на валидность и надежность.

Методы исследования.

Методологически исследование опиралось на концепцию психологических отношений (Позняков, 2018). Для исследования отношения к денежно-кредитной политике был разработан шкальный многофакторный опросник по нашему алгоритму (Дейнека, 2013), состоявший из 42 утверждений, с которыми требовалось выразить согласие или несогласие по 7-ми бальной шкале. Содержание опросника затрагивает характеристики отношения граждан к политике ЦБ РФ; к деятельности институтов государства в области ДКП; к национальной валюте; а также локус контроля личности в финансовой сфере.

В мае 2020 г. на фоне экономического кризиса в ситуации распространения коронавирусной инфекции COVID-19 был выполнен еще один, четвертый замер (113 респондентов, средний возраст 37 лет, 51 % мужчин и 49 % женщин).

Результаты и их обсуждение.

Исследование отношения ДКП было выполнено в мае 2020 г. на фоне оперативных экономических решений и действий Президента и Правительства РФ по поддержке населения в период так называемого «ковид-кризиса». Данные этой работы показали более целостную, чем в предыдущие годы, структуру отношения к ДКП (Дейнека и др., 2020).

Результаты эксплораторного факторного анализа представлены тремя факторами (табл. 16.1).

Таблица 16.1
Факторная структура данных опросника ОДКП 2020 г. (N=113).

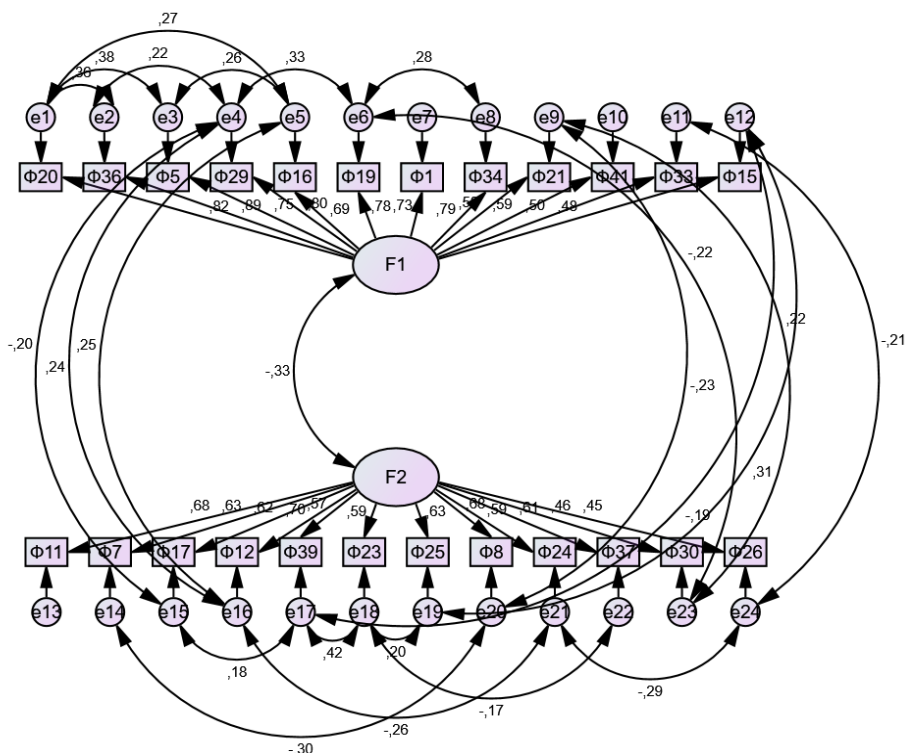
Факторы и признаки факторов	Факторная нагрузка
Фактор оценки деятельности ЦБ РФ (доля объяснимой дисперсии 17,3 %)	
20. Я одобряю действия Центробанка по оздоровлению банковской сферы	0,917
36. Я считаю, что Центробанк помогает справиться с кризисными ситуациями в экономике	0,880
5. Я считаю, что действия Центробанка благотворно влияют на экономику в стране	0,818
29. Законы в нашей стране поддерживают укрепление национальной валюты и снижение инфляции.	0,737
16. Центробанк предоставляет гражданам всю необходимую информацию о его действиях	0,724
19. Я убежден, что государственная власть своими действиями способствует развитию бизнеса и производства в нашей стране	0,705
1. Я одобряю денежно-кредитную политику государства	0,701
34. Я абсолютно доверяю российской банковской системе	0,700
21. Я ожидаю укрепления курса рубля в ближайший год	0,608
41. Развитие экономики в кризисные времена важнее, чем финансовая поддержка нуждающихся слоев населения	0,554
33. Я воспринимаю современный кризис как хороший стимул для собственного развития	0,444
15. Я полагаю, что государственные долги перед населением в кризисной ситуации – это нормально	0,416
Фактор финансовой безопасности граждан (доля объяснимой дисперсии 13,1 %)	
11. Текущий рост цен в нашей стране неприемлемо высок	0,655
7. Я всегда замечаю, когда цены на товары растут	0,647
17. Информация о действиях государственной власти важна для формирования сбережений, совершении инвестиций, принятия решений о покупке валют	0,635

Факторы и признаки факторов	Факторная нагрузка
12. Государство должно обеспечить мою финансовую безопасность в современных условиях	0,624
39. Я верю, что «Агентство по страхованию вкладов» всегда вернет мне деньги в случае банкротства банка	0,620
23. Я уверен, что государство должно обеспечить более дешевые потребительские кредиты и ипотеку	0,614
25. Законы поддерживают укрепление национальной валюты и снижение инфляции	0,590
8. Следует сокращать неравномерность распределения доходов в стране в условиях экономического кризиса	0,590
24. Я всегда слежу за курсом рубля по отношению к другим валютам	0,561
37. Я боюсь потерять свои сбережения в современных условиях	0,549
30. Я уверен(а), что курс рубля должен стать независимым от цен на нефть	0,501
26. Я одобряю запрет микро финансовых организаций	0,409
Фактор оценки финансовой политики государства (доля объяснимой дисперсии 5,4 %)	
13. Я считаю, что государственная власть в нашей стране способна контролировать инфляцию	0,549
27. Правительство способно эффективно реагировать на финансовый кризис в экономике страны	0,482
28. Центробанк и Правительство РФ не зависят от иностранного влияния в своей экономической политике	0,467
38. Я думаю, что налоговая нагрузка на население и бизнес в нашей стране низкая	0,411

Примечания: рядом с параметрами (признаками фактора, в нашем случае – формулировками утверждений) приведены факторные нагрузки.

Как видно из таблицы 16.1, факторная структура четко закрепила роли субъектов и объектов ДКП в кризисе, а именно: Центробанка, государственной власти и правительства (первый и третий факторы) и граждан страны (второй фактор).

Конфирматорный факторный анализ с использованием программы моделирования структурными уравнениями IBM SPSS AMOS 22 (Вурне, 2010; Наследов, 2013) позволил выделить два укрупненных фактора в структуре опросника, отрицательно взаимосвязанных друг с другом (рис. 32).



CMIN=287,972; df=228; $p=,004$; CFI=,955; RMSEA=,048; GFI=,843; Pclose=,546

Рис. 32. Структура данных по опроснику отношения к денежно-кредитной политике

Как видно из рисунка, полученная модель хорошо соответствует исходным данным по показателям индексов согласия: $p = 0,004$; $GFI = 0,843$; $CFI = 0,955$; $RMSEA = 0,048$, $P_{close} = 0,546$. Правда, соотношение $CMIN = 287,972$ и $df = 288$ меньше 2, однако, можно предположить, что это значение возрастет с увеличением выборки. Все оцениваемые параметры модели статистически достоверны (табл. 16.2): регрессионные коэффициенты ($p \leq 0,001$), дисперсии латентных переменных (шкал) ($p \leq 0,001$) и ковариаций (корреляций) между ошибками ($p \leq 0,01$).

Корреляции между факторами статистически достоверны ($p \leq 0,01$).

Таблица 16.2

*Регрессионные коэффициенты модели отношения
к денежно-кредитной политике*

			Estimate	S.E.	C.R.	P
Ф20	< -----	F1	1,000			***
Ф36	< -----	F1	1,040	0,075	13,953	***
Ф5	< -----	F1	0,898	0,081	11,050	***
Ф29	< -----	F1	1,016	0,104	9,774	***
Ф16	< -----	F1	0,865	0,093	9,331	***
Ф19	< -----	F1	0,988	0,105	9,450	***
Ф1	< -----	F1	0,947	0,111	8,531	***
Ф34	< -----	F1	0,980	0,104	9,447	***
Ф21	< -----	F1	0,814	0,122	6,675	***
Ф41	< -----	F1	0,850	0,129	6,573	***
Ф33	< -----	F1	0,689	0,124	5,547	***
Ф15	< -----	F1	0,602	0,110	5,493	***
Ф26	< -----	F2	1,000			
Ф30	< -----	F2	1,024	0,277	3,696	***
Ф37	< -----	F2	1,420	0,336	4,227	***
Ф24	< -----	F2	1,308	0,356	3,671	***
Ф8	< -----	F2	1,337	0,300	4,448	***
Ф25	< -----	F2	1,376	0,318	4,327	***
Ф23	< -----	F2	1,063	0,257	4,141	***
Ф39	< -----	F2	1,120	0,272	4,112	***
Ф12	< -----	F2	1,329	0,293	4,533	***
Ф17	< -----	F2	0,211	0,283	4,286	***
Ф7	< -----	F2	0,962	0,224	4,291	***
Ф11	< -----	F2	1,338	0,301	4,443	***

Первый фактор объединил дисперсии следующих утверждений опросника (с положительными знаками):

20. Я убежден, что государственная власть своими действиями способствует развитию бизнеса и производства в нашей стране.

36. Я считаю правильным повышение экономической нагрузки на крупный бизнес в связи с социальной ответственностью в современных кризисных условиях.

5. В настоящее время государство должно тратить больше денег из резервного фонда.

29. Центробанк и Правительство РФ не зависят от иностранного влияния в своей экономической политике.

16. Я полагаю, что государственные долги перед населением в кризисной ситуации – это нормально.

19. Я сам(а) несу ответственность за свою финансовую ситуацию.

1. Я одобряю денежно-кредитную политику государства.

34. Я воспринимаю современный кризис как хороший стимул для собственного развития.

21. Я одобряю действия Центробанка по оздоровлению банковской сферы.

41. Развитие экономики в кризисные времена важнее, чем финансовая поддержка нуждающихся слоев населения.

33. Я готов смириться с падением курса рубля, если это скажется положительно на экономике в долгосрочной перспективе.

15. Я на стороне тех, кто выступает за свободный (рыночный) курс рубля.

Можно заключить, что данный фактор в целом отражает степень поддержки денежно-кредитной политики государства (лояльное отношение и доверие к ней) в сочетании с защитой интересов государственной экономики, оптимизмом и интернальным экономическим локусом контроля.

Второй фактор образован совокупностью следующих утверждений:

17. Центробанк предоставляет гражданам всю необходимую информацию о его действиях

11. Ради стабильности национальной валюты можно пренебречь принципами свободного рынка.

7. Целесообразно направлять больше денег на развитие промышленности и технологий.

12. Текущий рост цен в нашей стране неприемлемо высок.

39. Я думаю, что налоговая нагрузка на население и бизнес в нашей стране низкая.

23. Современная мировая экономическая ситуация влияет на нашу экономику больше, чем действия Центробанка и правительства РФ.

25. Я всегда слежу за курсом рубля по отношению к другим валютам.

8. Я всегда замечаю, когда цены на товары растут.

24. Я уверен, что государство должно обеспечить более дешевые потребительские кредиты и ипотеку.

37. Я считаю, что Центробанк помогает справиться с кризисными ситуациями в экономике.

30. Законы в нашей стране поддерживают укрепление национальной валюты и снижение инфляции.

26. Государство недостаточно поддерживает бизнес дешевыми кредитами.

Можно отметить, что данный фактор более противоречив по своему психологическому наполнению, чем первый. В нем содержится установка на внимательное (тревожное) поведение в отношении финансов и в целом неодобрительное отношение к финансовому хозяйству и денежно-кредитной политике государства (недовольство распределением денег в государстве, уровнем цен, финансовой поддержкой бизнеса), хотя некоторые утверждения констатируют позитивные моменты (с меньшими нагрузками): «Я считаю, что Центробанк помогает справиться с кризисными ситуациями в экономике», «Законы в нашей стране поддерживают укрепление национальной валюты и снижение инфляции», «Центробанк предоставляет гражданам всю необходимую информацию о его действиях». В отличие от первого фактора, во втором факторе зафиксированы претензии к ДКП и ее субъектам, ответственность за свою финансовую ситуацию переносится вовне (на государство и его институты, на процессы мировой экономики), а не закрепляется за гражданином.

Таблица 16.3

*Корреляции субъективного уровня дохода с данными ОДКП
(N = 113)*

Утверждение	r	p
Я ожидаю укрепления курса рубля в ближайший год	0,33***	≤0,001
Я убежден, что государственная власть своими действиями способствует развитию бизнеса и производства в нашей стране	0,32***	≤0,001
Центробанк и Правительство РФ не зависят от иностранного влияния в своей экономической политике	0,29***	≤0,01
Законы в нашей стране поддерживают укрепление национальной валюты и снижение инфляции	0,33***	≤0,001
Я абсолютно доверяю российской банковской системе	0,30***	≤0,001

Утверждение	г	р
Я считаю, что Центробанк помогает справиться с кризисными ситуациями в экономике	0,32***	≤0,001
Я верю, что «Агентство по страхованию вкладов» всегда вернет мне деньги в случае банкротства банка	0,33***	≤0,001
Я воспринимаю современный кризис как хороший стимул для собственного развития	0,28***	≤0,01
Я вношу свой определенный вклад в разрешение сложившегося финансового кризиса в стране	0,32***	≤0,001
Государство должно обеспечить мою финансовую безопасность в современных условиях	-0,29***	≤0,01
Я боюсь потерять свои сбережения в современных условиях	-0,33***	≤0,001

Примечания: приведены только высоко значимы корреляции (при $p \leq 0,01$ и $p \leq 0,001$).

Результаты корреляционного анализа показали, что те граждане, которые выше оценивают свой доход, больше доверяют финансовым институтам (ЦБ, банкам, Агентству по страхованию вкладов) и государственной власти (табл. 16.3).

Также они продемонстрировали более высокий уровень финансового контроля (воспринимают современный кризис как стимул для собственного развития, вносят определенный вклад в разрешение ситуации, не боятся потерять сбережения, не делегируют государству ответственность за свою финансовую безопасность), что согласуется с концепцией экономического локуса контроля (Coleman, De Leire, 2003; Sakalaki et al, 2005; Salamanca et al, 2013; Cobb-Clark et al, 2013).

Чем старше респонденты, тем меньше они выступают за свободный (рыночный) курс рубля ($r = 0,26$ при $p \leq 0,01$) и больше ратуют за вложения в развитие промышленности и технологий. Также среди них больше тех, кто следит за курсом рубля, за событиями в экономической политике и берет на себя ответственность за свою финансовую ситуацию (при $p \leq 0,05$).

Если обратиться к описательным статистикам по данным исследования отношения к ДКП на фоне кризиса, связанного с эпидемией COVID-19, то можно констатировать, что в целом общие тенденции слабого доверия к институтам ДКП сохранились, а изменения в основном затронули проблемы повышения финансовой безопасности граждан.

Выполненное исследование показало психологически обоснованную структуру отношения к денежно-кредитной политике в нашей стране и подтвердило высокую надежность измерительного инструмента (опросника ОДКП), что позволяет использовать его в дальнейшем на более объемной выборке.

В исследовании отношения к денежно-кредитной политике были выявлены такие проблемные зоны как слабое доверие институтам этой политики, которым, очевидно, следует укреплять свой имидж. Основные претензии респондентов предъявлялись к низкой степени прозрачности политики Центробанка и к ее зависимости от иностранного влияния, а также недостаточной поддержки предпринимательства.

17. ПОСТ-КОВИДНЫЙ МИР И ДВОЙНОЕ ЗРЕНИЕ НОВОГО ЧЕЛОВЕКА (ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ)

Воплощенный исследовательский экскурс в проблематику инфодемии, вызванную новой коронавирусной инфекцией COVID-19, за последние 4 года охватившую мир, позволил сформулировать следующий вызов, поставленный всему экспертному сообществу и заключающийся в выборе между добром и злом: в продуктивной ориентации на биофилию или склонность к разрушению и деструкции.

Инфодемические настроения посредством современных интернет-платформ и социальных сетей способны задавать у сограждан панические настроения, приводящие к повышению тревожности, чувству страха, психическим и психосоматическим расстройствам.

Основные уроки инфодемии, вызванной пандемией COVID-19, заключаются в осознании того, что в современной реальности, постоянно сопряженной с геополитическими рисками, угроза применения биологического оружия оценивается россиянами как вполне реальная и в списке глобальных угроз, по мнению опрошенных, является самой актуальной после угрозы атомной войны (Дейнека, Максименко, 2022).

Продуцируемые угрозы с нарастанием стресса и перманентной тревоги у человека затрудняют большинство познавательных психических процессов: восприятия, внимания, мышления, памяти и т.д., укорачивая временную перспективу и демобилизуя волю, снижая агентность и повышая возможность манипуляции. В таком алармистском состоянии люди, в том числе как руководители государственных служб (в том числе и системы здравоохранения) вынуждены совершать большое число ошибок, подвергаясь манипуляциям.

Это стало очевидно из многих исследований коллег, резюмирующих, что среди пользователей сети Интернет доля тех, кто считает, что ситуация освещается необъективно (а именно преувеличивается), больше, чем среди тех, кто потребляет новостной контент из традиционных СМИ. Результаты исследований продемонстрировали, что использование новых средств массовой информации (в отличие от традиционных СМИ) значительно связано с более негативным влиянием (депрессией,

тревогой, стрессом). Также как и просмотр более стрессового контента (серьезность распространения вируса, сообщения клиник) вызывает депрессию и негативные эмоции. В то же время выступления экспертов, информация о героических поступках медиков и населения вызывают позитивные переживания и меньше число депрессий. Ученые смогли выделить различные стратегии преодоления стресса во время инфодемии.

Ситуация пандемии резко сократила жизненные планы людей, и в этой связи она выступает антиподом научно-технологического прогресса, создавшего нового человека с широким горизонтом социального проектирования и смелыми победоносными планами по отношению к внешней среде и преодолению препятствий.

Официальная дефиниция и таксономия вируса может бессознательно подпитывать инфодемию, а также стигматизировать определенные отрасли или регионы; паттерны взаимодействия в сочетании с особенностью аудитории конкретной платформы играют ключевую роль в распространении достоверной и фейковой информации, которая способствует возрастанию апатии, цинизма и экстремизма, а также может представлять угрозу демократии и гражданам. В этой связи производство и распространение фейковой информации должно быть признано социально-опасным продуктом и ответственность должны нести все сопричастные к этому: блогеры, пользователи и владельцы социальных сетей, и конечно средства массовой информации.

Полученные нами результаты исследований позволяют предположить, что аддикция к социальным сетям усугубляет проявления киберхондрии. Вероятно, информация, содержащаяся в социальных сетях, в том числе фоновая, стимулирует запросы для посещения соответствующих сайтов, создавая благоприятную почву для усиления киберхондрии. Данные результаты находят подтверждение в более ранних исследованиях связи киберхондрии и интернет-аддикций. В этих условиях важно активизировать просветительскую работу, прежде всего на электронных ресурсах, чтобы усилить осведомленность граждан о потенциальных рисках использования медицинских платформ для самодиагностики и лечения, оградить их, насколько это возможно, на фоне инфодемии (в частности, законодательно) от действий киберпреступников, предлагающих некачественные медицинские препараты и услуги.

Исследователями на основе моделирования процесса распространения слухов показано, как уровень заражения, скорость распространения и уровень иммунизации влияют на распространение слухов. Кроме того, наиболее важными свойствами, способствующими распространению слухов, по мнению ученых, являются: максимальное значение устойчивого состояния; точка снижения; жизненный цикл слухов. В связи с этим необходимо уточнить, как уровень инфицирования, скорость передачи и уровень иммунизации влияют на вышеуказанные свойства распространения слухов путем дальнейшего моделирования.

С усложнением в 2022 году геополитической обстановки и усилением противостояния между странами коллективного Запада и странами мирового большинства, сломом однополярного мира, появились в поле общественно-политического⁸⁵ и научного⁸⁶ обсуждения версии об искусственном создании COVID-19 и различных аргументов с подтверждением коронавируса как биологического оружия. В связи с этим вопрос о происхождении коронавируса COVID-19 остается открытым, и авторы не берут на себя смелость соглашаться с этим объяснением происхождения коронавирусной инфекции.

Исследователями предпринята попытка классификации фейков, связанных с новой коронавирусной инфекцией COVID-19, *по следующим критериям: недостоверная информация о происхождении вируса, о реальности вируса (болезни) и о лекарствах от вируса.*

Полученные нами данные свидетельствуют о снижении критического мышления, обращение к эзотерике и религии в период самоизоляции. Результаты структурного моделирования указывают на то, что в этих процессах важную роль играет тревога по поводу пандемии. Известно,

⁸⁵ Напр.: Кириллов: учения в 2019 году указывают на причастность США к возникновению COVID-19 // Известия. 2023. 30 января. – URL: <https://iz.ru/1462541/2023-01-30/kirillov-ucheniia-v-2019-godu-ukazyvaut-na-prichastnost-ssha-k-vozniknoveniiu-covid-19> (дата обращения: 10.11.2023).

⁸⁶ Напр.: Егоров О.Н., Киселёв А.И. COVID-19: Естественно возникшая инфекция или биологическое оружие XXI века? // Вестник Челябинского государственного университета. Образование и здравоохранение. 2022. № 3 (19). С. 42–46; Дорофейчук В. Г., Шер С. А. Концепция возникновения новой коронавирусной инфекции // Педиатрическая фармакология. 2020. № 17 (6). С. 547–551.

что приверженность конспирологическим теориям растет в условиях тревоги, дистресса и чувства уязвимости.

Одним из важных выводов является то, что вовлеченность в сетевые коммуникации сама по себе не усиливает веру в конспирологические теории COVID-19, но повышает тревогу, для совладания с которой при низком доверии к социальным институтам используется поиск врага и объяснительные схемы, продиктованные социальным цинизмом. Нами обнаружена связь конспирологических убеждений с верой в справедливый мир, низкой самооэффективностью, ориентацией на моральные основания лояльности к своей группе и уважения к авторитетам, низким институциональным доверием и социальным цинизмом.

Ситуация, вызванная пандемией COVID-19, может рассматриваться как кризисная и вызывать изменение отдельных компонентов психологического времени, в том числе отношения ко времени. Было показано, что пандемия разрушила линейность времени. В восприятии личности есть отдельное «прошлое/будущее» и отдельное «настоящее», съехавшее на «временную обочину» в сторону от временного континуума. В этой связи личность вынуждена не проживать настоящее, а переживать (переживая за себя, за своих родных и близких и за всех оказавшихся под ударом пандемии). «Жестоким» во время пандемии стало не «прекрасное далеко» или отдаленное прошлое, а настоящее, в которой личность «застрыла». Стараясь выпрыгнуть из «настоящего» в «будущее», личность выпрыгивает из «настоящего» в «новое настоящее», умножая связующие звенья между структурами реальности и увеличивая травмирующий эффект.

Оценка ситуации, вызванной коронавирусом, как опасной, повышенная тревога по поводу пандемии связана с более негативным восприятием происходящих событий в целом. И наоборот, оптимистичная оценка событий настоящего связана с более низким уровнем тревоги относительно сложившейся ситуации. Те респонденты, которые в меньшей степени тревожатся по поводу сложившейся ситуации и не считают ее опасной, эмоционально воспринимают события настоящего более позитивно (как светлые, радостные, интересные, легкие, безопасные и т.д.). Те респонденты, которые полагают, что их жизнь значительно изменилась с наступлением пандемии, более негативно относятся не только к настоящему, но и к будущему.

Отношение к вакцинации от COVID-19 как к массовой и необходимой на фоне пандемии также показало корреляции с отношением к государственной информационной политике и власти и, в частности, с доверием к ней. Предъявляя претензии к качеству государственной информационной политики, респонденты в большинстве своем считали, что реализация образовательно-воспитательной функции государства в отношении населения необходима и что пропаганда является обязательным элементом информационной политики, то есть большинство граждан не против пропаганды, но предъявляют претензии к ее качеству и ее идеологии.

Авторы настоящей монографии не пребывают в самонадеянной уверенности, что запечатленные и выявленные тенденции адекватно отображены в столь довольно сжатые сроки экспресс-анализа, позволяющего практически в режиме реального времени осуществлять замеры и интерпретации психологического состояния различных целевых аудиторий посредством как оригинального исследования, так и многочисленных исследований, реализованных отечественными и зарубежными авторами. Убеждены, что необходим временной лаг для более вдумчивой рефлексии по влиянию пандемии на психоэмоциональное состояние людей.

Поэтому промежуточные итоги нам бы хотелось сделать метафоричными, содержащими надежду и оптимизм. В седьмой книге диалога «Государство» Платон приводит притчу о пещере, которая является метафорой мира, где живут люди. Узники пещеры не видят реальных предметов, а могут замечать лишь тени и призраки, поскольку обладают естественным зрением. Согласно мысли древнегреческого философа, увидеть истинную действительность могут лишь те из людей, которые постоянно ставят вопросы и находятся в поисках ответа, а также те, кого коснулся ангел смерти. У таких людей появляется двойное зрение, им становится доступна возможность увидеть реальные предметы.

Постковидный мир, как нам хотелось бы верить и надеяться, позволит людям оторваться от иллюзий повседневного восприятия, обрести в результате перезагрузки, но не в ущерб снижения доверия, разумную социальную дистанцию, двойное зрение, умение задавать вопросы, находить на них ответы, большую эмпатию и сочувствие к ближним.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Айсина Р.М., Нестерова А.А. Киберсоциализация молодежи в информационно-коммуникационном пространстве современного мира: эффекты и риски // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10. № 4. С. 42–57. <https://doi.org/10.17759/sps.2019100404>.

Аликперова Н.В., Ярашева А.В. Доверие населения – фундамент стабильности функционирования финансовых институтов // Управление экономическими системами. 2015. № 8(80). URL: <http://uecs.ru/uecs-80-802015> (дата обращения: 05.06.2020).

Аллахвердов В.М. Сознание как парадокс. Экспериментальная психология. СПб.: ДНК, 2000. 528 с.

Амиржанова А.Ш., Скрипникова Е.В. Проблема клипового восприятия студентов начальных курсов факультета искусств // Современные проблемы науки и образования. 2019. № 2. С. 62.

Андрюхина Л.М., Садовника Н.О., Уткина С.Н., Мирзаахмедов А.М. Цифровизация профессионального образования: перспективы и незримые барьеры // Образование и наука. 2020. Т. 22, № 3. С. 116–147.

Банк России. Пресс релиз. 24 апреля 2020 г. URL: http://www.cbr.ru/press/pr/?file=24042020_133000key.htm (дата обращения: 01.06.2020).

Бауман З. Спор о постмодернизме // Социологический журнал. 1994. № 4. С. 70–79.

Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. М.: Изд-во «Весь мир», 2004. 188 с.

Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 1999. 944 с.

Беляева Е.В. Цифровое общество и возможности его этического регулирования // Освоение ойкумены прикладной этики: эскалация амбиций или критика утопичности. Ведомости прикладной этики. Вып. 52 / под ред. В. И. Бакштановского. Тюмень, 2018. С. 74–82.

Благополучие детей в цифровую эпоху: докл. к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / А.А. Бочавер, С.В. Докука, М.А. Новикова и др. М.: Изд. дом «Высшая школа экономики», 2019. .

Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. 387 с.

Быховец Ю.В., Коган-Лернер Л.Б. Пандемия COVID-19 как многофакторная психотравмирующая ситуация // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2020. Т. 5, № 2(18). С. 115–153.

Вачков И.В., Вачкова С.Н., Воропаев М.В. Представления родителей о качестве образования детей в мегаполисе и их установки в отношении родительского контроля // Психологическая наука и образование. 2019. Т. 24, № 3. С. 19–31. <https://doi.org/10.17759/pse.2019240302>.

Вельш В. Постмодерн. Генеалогия и значение одного спорного понятия // Путь. 1992. № 1. С. 109–136.

Виндекер О.С., Голендухина Е.А., Клименских М.В., Корепина Н.А., Шека А.С. К вопросу об эффективности дистанционного обучения: исследование представлений // Педагогическое образование в России. 2017. № 10. С. 41–47.

Влияние пандемии на личность и общество: психологические механизмы и последствия / отв. ред. Т.А. Нестик, А.Л. Журавлев, А.Е. Воробьева. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2021. 572 с. https://doi.org/10.38098/fund_21_0442.

Войскунский А.Е. Концепции зависимости и присутствия применительно к поведению в Интернете // Медицинская психология в России: электронный научный журнал. 2015. № 4 (33). С. 6.

Впервые в Банке России произошел общероссийский день открытых дверей // Банк России. Интернет-приемная. 1 октября 2016 г. URL: <https://old.cbr.ru/press/event/?id=627> (дата обращения: 15.07.2017).

Герасимова Е. Вербализация сексуальности: разговоры о сексе с партнерами // Биографический метод в изучении постсоциалистических обществ / отв. ред. В. Воронков, Е. Здравомыслова. СПб., 1997. С. 104–110. (Тр. ЦНСИ; № 5).

Годси К. Почему у женщин при социализме секс лучше? Аргументы в пользу экономической независимости. М.: Альпина нон-фикшн, 2000. 218 с.

Горшков М.К., Тихонова Н.Е. Мечты россиян и реальность демоскопии // Полис. Политические исследования. 2013. № 5. С. 7–26.

Грибакин А.В. Жизненный путь как социально-историческое утверждение человека. Иркутск: Изд-во Иркутского ГУ, 1985. 200 с.

Дейнека О.С., Максименко А.А., Забелина Е.В., Гаркуша С.А. Результаты адаптации короткой версии методики выраженности киберхондрии на российской выборке // Психологический журнал. 2023. Т. 44, № 1. С. 101–112. <https://doi.org/10.31857/S020595920024365-7>.

Дейнека О.С., Матемулане Ж.З.С. Отношение к финансово-бюджетной политике государственных менеджеров в республике Мозамбик // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 3. URL: <https://scienceeducation.ru/ru/article/view?id=6124> (дата обращения: 07.06.2020).

Дейнека О.С., Минина З.П. Образ современной экономической политики у менеджеров в России и Германии // Материалы международной научно-практической конференции «Экономическая психология: прошлое, настоящее, будущее». СНЦ РАН, Саратов, 12–13 октября. Саратов: СГСЭУ, 2011. С. 291–296.

Дейнека О.С. Динамика образа российской экономической политики в период кризиса // Актуальные проблемы политического современной политической психологии. М.: РИОР. 2010. С. 198–204.

Дейнека О.С. Многофакторный опросник в диагностике социально-экономического сознания // Психология. Экономика. Право. 2013. № 2. С. 23–26.

Дейнека О.С. Опыт эмпирических исследований политического и экономического сознания // Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология. 2015. № 3. С. 13–26.

Дейнека О.С. Экономическая психология: учеб. пособие. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2000. 160 с.

Дейнека О.С., Бушуйкина О.Ю. Личностные корреляты характеристик выбора в экономическом и политическом поведении // Психология: итоги и перспективы / под ред. А.А. Крылова, 1996. 311 с.

Дейнека О.С., Духанина Л.Н., Максименко А.А. Фейки и особенности их распространения в СМИ и социальных сетях в период инфодемии, вызванной COVID-19 // European Scientific Conference: сб. статей XX Междунар. науч.-практ. конф. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2020. С. 326–341.

Дейнека О.С., Духанина Л.Н., Максименко А.А., Мельник Г.С. Психологическое состояние общества в условиях пандемии (тезисы конференции) //

Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования: сб. статей VI Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. Г.Ю. Гуляев. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2020. С. 194–197.

Дейнека О.С., Забелина Е.В., Виноградов Ю.В. Отношение россиян к денежно-кредитной политике до кризиса COVID-19 и на его фоне // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2020. Т. 5, № 2(18). С. 189–220. <https://doi.org/10.38098/iptan.sep.2020.18.2.006>.

Дейнека О.С., Максименко А.А. Оценка психологического состояния общества в условиях инфодемии посредством анализа социальных сетей: обзор зарубежных публикаций // Общество. Среда. Развитие. 2020. № 2. С. 28–39.

День открытых дверей Банка России в регионах // Центральный Банк Российской Федерации. Интернет приемная. Архив. 27.03.2020. URL: <https://old.cbr.ru/openday/regions/> (дата обращения: 02.06.2020).

Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. М.: Аспект Пресс, 2015. 312 с.

Дмитриев К.Г. Взаимосвязь между показателем коммуникативной толерантности и уровнем интернет-зависимости // Вестник ПСТГУ. Педагогика и психология. Серия 4. 2013. Вып. 1 (28). С. 99–102.

Дугин Е.Я. Власть доверия и доверие власти // Коммуникация и общество. 2018. № 8. С. 60–66.

Духанина Л.Н., Дейнека О.С., Максименко А.А., Лушников Д.А., Шаповалова И.С. Интернет просветительство в сфере медицины и отношение россиян к своему здоровью и вакцинации // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2021. Т. 27, № 2. С. 33–41.

Духанина Л.Н., Максименко А.А. Вынужденная цифровизация школьного образования в России: родительская рефлексия // Научный результат. Серия: Социология и управление. 2021. Т. 7, № 2. С. 116–131. <https://doi.org/10.18413/2408-9338-2021-7-2-0-9>.

Ениколопов С.Н., Бойко О.М., Медведева Т.И., Воронцова О.Ю., Казьмина О.Ю. Динамика психологических реакций на начальном этапе пандемии COVID-19 // Психолого-педагогические исследования. 2020. Т. 12, № 2. С. 108–126. <https://doi.org/10.17759/psyedu.2020120207>.

Ениколопов С.Н., Лебедев С.В. Адаптация методик исследования пост-травматических стрессовых расстройств // Психологическая диагностика. 2004. № 3. С. 19–38.

Жижина М.В. Направления и задачи медиапсихологии в контексте пандемии COVID-19 // Вопросы образования и психологии: монография / гл. ред. Ж.В. Мурзина. Чебоксары: ИД «Среда», 2020. С. 146–161.

Жунисова М.Б., Шалхарова Ж.С., Шалхарова Ж.Н., Нускабаева Г.О., Садыкова К.Ж., Маденбай К.М., Гржибовский А.М. Психоземotionalный стресс как предиктор типа пищевого поведения в Казахстане // Экология человека. 2015. Т. 22, № 5. С. 36–45. <https://doi.org/10.17816/humeco17024>.

Журавлев А.Л., Китова Д.А. Анализ интереса населения к информации о пандемии коронавируса (на примере пользователей поисковых систем интернет) // Психологический журнал. 2021. Т. 41, №4. С. 5–18. <https://doi.org/10.31857/S020595920010383-7>.

Ильин И. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. М.: Интрада, 1996. 256 с.

Карцев И. Жиль Делез: Введение в постмодернизм. М.: ОГНИ ТД, 2005. 232 с.

Ковалева Ю.В., Журавлев А.Л. Общественное настроение и субъектность сетевого сообщества в период пандемии COVID-19: на примере социальной сети Твиттер // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2020. Т. 5, № 2(18). С. 154–188. <https://doi.org/10.38098/ipran.sep.2020.18.2.005>.

Колодина А.В. Представления родителя о ребенке как фактор детско-родительских отношений // Вестник Омского университета. Серия «Психология». 2016. № 2. С. 69–77.

Крайнюков С.В. Влияние современных информационных технологий на картину мира человека // Социальная психология и общество. № 4. 2019. С. 23–41.

Крюкова Т.Л. Оптимизм/пессимизм в совладающем поведении субъекта: межпоколенческий аспект // Сб. материалов II Сибирского психологического форума (30 ноября – 1 декабря 2007 г.). Томск: Томский государственный университет, 2007. С. 236–242.

Кубрак Т.А., Латынов В.В. Возможности и ограничения информационно-психологического воздействия в ситуации пандемии коронавируса //

Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2020. Т. 5, № 2(18). С. 84–114. <https://doi.org/10.38098/igran.sep.2020.18.2.003>.

Кунц Д. Глаза тьмы. М.: Эксмо, 2008. 352 с.

Кьеркегор С. Болезнь к смерти. М.: Академический проект, 2014. 160 с.

Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / под ред. О.С. Дейнека. Харьков: Гуманитарный центр, 2010. 300 с.

Лиотар Ж.Ф. Состояние постмодерна. СПб.: Алетейя, 1998. 160 с.

Максименко А.А., Дейнека О.С., Духанина Л.Н., Сапоровская М.В. Фаббинг: особенности аддиктивного поведения молодежи // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2021. № 4. С. 345–362. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.4.1822>.

Максименко А.А., Дейнека О.С., Мортикова И.А. Инфодемический думскроллинг и его влияние на психологическое благополучие россиян // Общество: социология, психология, педагогика. 2022. № 4. С. 129–136. <https://doi.org/10.24158/spp.2022.12.20>.

Макушева М.О., Нестик Т.А. Социально-психологические предпосылки и эффекты доверия социальным институтам в условиях пандемии // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 427–447. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1770>.

Мальшиева Г.А. Социально-политические аспекты пандемии в обществе цифровой сетевизации: российский опыт // Вестник Московского государственного областного университета. 2020. № 3. С. 60–74.

Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях: монография. М.: МИФИ, 2003. 388 с.

Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. М.: Горячая линия – Телеком, 2003. 541 с.

Маньковская Н.Б. Эстетика постмодернизма. СПб.: Алетейя, 2000. 347 с.

Маньковская Н.Б. Париж со змеями: Введение в эстетику постмодернизма. М.: РАН: Ин-т философии, 1994. 271 с.

Марарица Л.В., Антонова Н.А., Ерицян К.Ю. Общение в интернете: потенциальная угроза или ресурс для личности // Петербургский психологический журнал. 2013. № 5. С. 1–15.

Маркс К. Капитал. Критика политической экономии Т. 3. М.: Эксмо, 2011. 1200 с.

Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / пер. с англ., послесл., примеч. А.А. Юдина; сост., предисл. В.Ю. Кузнецова. М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. 526 с.

Маслов А.С. Государственная информационная политика: проблемы формирования и реализации // Известия Саратовского ун-та. Сер. Филология. Журналистика. 2020. Т. 20. Вып. 3. С. 349–353. <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2020-20-3-349-353>.

Матяш Д.В. Жизнь и смерть: от сакральной символической обратимости к постсакральной бинарности (социально-философский анализ): дис. ... докт. философ. наук. Ростов н/Д., 2003. 306 с.

Медина Е.В. Доверие на финансовом рынке // Банк России. 2019.

Медяник О.В. Влияние финансовой тревожности на страховое поведение россиян в условиях пандемии COVID-19 // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. Т. 13, №. 4. С. 354–373.

Мешкова Т.А. Пища, стресс и здоровье // Человек Работающий. Междисциплинарный подход в психологии здоровья. М.: Изд-во «Перо», 2018. С. 154–193.

Михайлова А.П., Штрахова А.В. Пищевое поведение в норме, в условиях стресса и при патологии: библиографический обзор // Психология. Психофизиология. 2019. Т. 11, № 3. С. 80–95. <https://doi.org/10.14529/psy180310>.

Муздыбаев К. Переживание времени в период кризисов // Психологический журнал. 2000. Т. 21, № 4. С. 5–21.

Наследов А.Д. IBM SPSS 20 и AMOS: профессиональный статистический анализ данных. СПб.: Питер, 2013. 416 с.

Наумова Н.Ф. Время человека // Социологический журнал. 1997. № 3. С. 159–176.

Нестик Т.А. Влияние пандемии COVID-19 на общество: социально-психологический анализ // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2020. Т. 5, № 2(18). С. 47–82. <https://doi.org/10.38098/ipran.sep.2020.18.2.002>.

Нестик Т.А., Дейнека О.С., Максименко А.А. Социально-психологические предпосылки веры в конспирологические теории происхождения COVID-19 и вовлеченность в сетевые коммуникации // Социальная психология и общество. 2020. Т. 11, № 4. С. 87–104. <https://doi.org/10.17759/sps.20201100407>.

Нестик Т.А., Журавлев А.Л. Психология глобальных рисков. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018. 402 с.

Нуркова В.В., Василевская К.Н. Автобиографическая память в трудной жизненной ситуации // Вопросы психологии. 2003. №5. С. 93–102.

Нюттен Ж. Мотивация, действие и перспектива будущего. М.: Смысл. 2004. 608 с.

Одаруценко О.И., Кузюкова А.А., Еремушкина С.М. Сравнительный анализ уровня ситуативной и личностной тревожности медицинских работников и других групп населения в условиях пандемии новой коронавирусной инфекции – COVID-19 // Вестник восстановительной медицины. 2020. № 3 (97). С. 110–116.

Осин Е.Н., Леонтьев Д.А. Апробация русскоязычных версий двух шкал экспресс-оценки субъективного благополучия // Материалы III Всероссийского социологического конгресса. М.: Институт социологии РАН, Российское общество социологов. 2008.

Пахно И.В. Переживание времени в кризисных ситуациях: дис. ... канд. психол. наук. Хабаровск, 2004. 215 с. .

Позняков В.П. Психологические отношения индивидуальных и групповых субъектов совместной экономической деятельности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018. 529 с.

Попов В.Д. Информациология и информационная политика. М.: Изд-во РАГС, 2001. 116 с.

Посытанова О.С. Особенности мотивации демонстративного потребления провинциальной молодежи // Социальная психология и общество. 2013. №. 3. С. 116-129.

Психодиагностика толерантности личности / под ред. Г.У. Солдатовой, Л.А. Шайгеровой. М.: Смысл, 2008. 172 с.

Психология менеджмента: учебник для студентов и преподавателей факультетов психологии университетов / под ред. Г.С. Никифорова. СПб: Питер, 2004. С. 429–441.

Пушкарева Н.Л. Сексуальность в частной жизни русской женщины (X–XX вв.): влияние православного и этакратического гендерных порядков // *Женщина в российском обществе*. 2008. № 2. С. 3–17.

Рассказова Е.И., Леонтьев Д.А., Лебедева А.А. Пандемия как вызов субъективному благополучию: тревога и совладание // *Консультативная психология и психотерапия*. 2020. Т. 28, № 2. С. 90–108. <https://doi.org/10.17759/cpp.2020280205>.

Русских Л.В., Сумина А.А. Абсентеизм как модель политического поведения // *Вестник Южно-Уральского государственного университета*. Сер. «Социально-гуманитарные науки». 2018. Т. 18, № 4. С. 90–94.

Свешникова О.С. Представление родителей о символическом будущем детей // *Мониторинг общественного мнения*. 2010. № 3 (97). С. 169–181.

Сергеева А.С., Кириллов Б.А., Джумагулова А.Ф. Перевод и адаптация краткого пятифакторного опросника личности (TIPI-RU): оценка конвергентной валидности, внутренней согласованности и тест-ретестовой надежности // *Экспериментальная психология*. 2016. Т. 9. № 3. С. 138–154. <https://doi.org/10.17759/exppsy.2016090311>.

Соколинский В.М. Государство и экономика. М.: Финансы и статистика. 1997. 816 с.

Солдатова Г.У., Шайгерова Л.А., Прокофьева Т.Ю., Кравцова О.А. Психодиагностика толерантности личности. М.: Смысл, 2008. 172 с.

Старовойтов В.В. Психоанализ и общество: психоаналитическое учение Эриха Фромма о поведении // *История философии*. 2009. № 14. С. 143–156.

Степанова А.В. Ориентация на потребление как элемент ценностной структуры личности: дис... канд. психол. наук. М., 2005. 204 с.

Стрекалова Н.Б. Риски внедрения цифровых технологий в образовании // *Вестник Самарского университета*. История, педагогика, филология. 2019. Т. 25, № 2. С. 84–88.

Сухов А.Н. Социально-экономический кризис: теоретический аспект // *Человеческий капитал*. 2018. № 2. С. 94–99.

Толстых Н.Н. Подростки и их родители: что ценят и чего хотят сегодня? // *Психологическая наука и образование*. 2012. № 4. С. 70–78.

Тхостов А.Ш., Рассказова Е.И. Психологическое содержание тревоги и профилактики в ситуации инфодемии: защита от коронавируса или

«порочный круг» тревоги? // Консультативная психология и психотерапия. 2020. Т. 28, № 2. С. 70–89. <https://doi.org/10.17759/cpp.2020280204>.

Ушаков Д.В., Юревич А.В., Юревич М.А. Социально-психологический контекст распространения коронавирусной инфекции // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2020. Т. 5, № 2(18). С. 115–153.

Федосенко Е.В. Жизнь после карантина: психология смыслов и коронавирус COVID-19 // Психологические проблемы смысла и акме. 2020. № 1. С. 34–47.

Флоренский П.А. Философия культа // Богословские труды. М.: Изд-во Московской патриархии, 1977.

Фоломеева Т.В., Слободкина Е.А. Особенности финансового поведения москвичей в период пандемии COVID-19 // Влияние пандемии на личность и общество. 2022. С. 474.

Фрейд З. Толкование сновидений. М.: Прогресс, 1975. 301 с.

Хайдеггер М. Бытие и время. М.: Ad Marginem, 1997. 452 с.

ЦБ рекомендовал банкам до 30 сентября не выселять должников из квартир // ТАСС. 17 апр. 2020 г. URL: <https://tass.ru/ekonomika/8269915> (дата обращения: 02.06.2020).

Цыбикова Д.Г. Потребительские установки населения современной России: социальная гетерогенность: дис. ... канд. социолог. наук. М., 2010. 156 с.

Шамаев И.Н. Трансформация моделей медиа потребления в социальных медиа рунета // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 8: Литературоведения. Журналистика. 2016. № 1(15). С. 76–79.

Шевеленкова Т.Д., Фесенко Т.П. Психологическое благополучие личности // Психологическая диагностика. 2005. № 3. С. 95–121.

Шестов Л. На весах Иова // Сочинения: в 2 т. Т. 2. М.: Наука, 1993. 560 с.

Шубин С.Б. Психологические особенности цифровой активности подростков на примере социальных сетей: обзор иностранных исследований // Педагогика и психология образования. 2020. № 3. С. 173–191. <https://doi.org/10.31862/2500-297X-2020-3-173-191>.

Южаков В.Н., Ефремов А.А. Правовые и организационные барьеры для цифровизации образования в российской федерации // Российское право: образование, практика, наука. 2018. № 6(108). С. 18–24.

Юнг К.Г. Психологические типы. СПб.: «Ювента»; М.: «Прогресс-Универс», 1995. 716 с.

Юнг К.Г. Тавистокские лекции // Аналитическая психология. СПб.: МЦНК и Т «Кентавр», 1994. 218 с.

Юрьев А.И. Системное описание политической психологии: докт. доклад. СПб., 1997.

Юрьев А.И., Ханнанова Э.И. Роль СМИ в обеспечении политической стабильности в современной России // Общество: политика, экономика, право. 2016. № 2. С. 22–27.

Abbas A.M., Fathy S.K., Khamees A.A., Salem A.S., Ahmed L. (2020). A focused review on the genital and sexual affection of COVID-19 patients. *Journal of Gynecology Obstetrics and Human Reproduction*. 49(8): 101848. <https://doi.org/10.1016/j.jogoh.2020.101848>.

Adeyemi D. H., Odetayo A. F., Hamed M. A., Akhigbe R. E. (2022). Impact of COVID 19 on erectile function. *The Aging Male*. 25(1): 202–216. <https://doi.org/10.1080/13685538.2022.2104833>.

Aguilar-Gallegos N., Romero-García L., Martínez-González E., García S., Edgar I., Jorge A. (2020). Dataset on dynamics of Coronavirus on Twitter. *Data in Brief*. 30: 105684. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2020.105684>.

Ahmeda M. Z., Ahmedb O., Aibaoa Zh., Hanbina S., Siyuc L., Ahmadd A. (2020). Epidemic of COVID-19 in China and associated Psychological Problems. *Asian Journal of Psychiatry*. 51: 102092. <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2020.102092>.

Allcott H., Gentzkow M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*. 31(2): 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>.

Allington D., Duffy B., Wessely S., Dhavan N., Rubin J. (2020). Health-protective behaviour, social media usage and conspiracy belief during the COVID-19 public health emergency. *Psychological Medicine*. 1–7. <https://doi.org/10.1017/S003329172000224X>.

Almeida J. D., Berry D. M., Cunningham C. H., Hamre D., Hofstad M. S., Mallucci L., McIntosh K., Tyrrell D.A.J. (1968). Virology: Coronaviruses. *Nature*. 220: 650–650. <https://doi.org/10.1038/220650b0>.

Aper S., Bayrak F., Yilmaz O. (2020). Psychological correlates of COVID-19 conspiracy beliefs and preventive measures: Evidence from Turkey. *Current*

psychology (New Brunswick, N.J.). 1–10. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00903-0>.

Anastasiadou E., Chrissos Anestis M., Karantza I., Vlachakis S. (2020). The coronavirus' effects on consumer behavior and supermarket activities: insights from Greece and Sweden. *International Journal of Sociology and Social Policy*. 40, 893–907. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-07-2020-0275>.

Andrade J.M.G.S., Arsenio A.M. (2020). Epidemic spreading over social networks using large-scale biosensors: a Survey. *Procedia Technology*. 5: 922–931. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2012.09.102>.

Antonovsky A. (1984). The Sense of Coherence as a Determinant of Health. *Advances, Institute for Advancement of Health*. 1(3): 37–50.

Antonovsky A., Bernstein J. (1986). Pathogenesis and Salutogenesis in War and Other Crises: Who Studies the Successful Coper? // Stress and coping in time of war: generalizations from the Israeli experience / Ed. N.A. Milgram. N.Y.: Brunner / Mazel. 52–65.

Asmundson G.J.G., Carleton R.N., Bovell C.V., Taylor S. (2008). Comparison of unitary and multidimensional models of the Whiteley Index in a nonclinical sample: Implications for understanding and assessing health anxiety. *Journal of Cognitive Psychotherapy*. 22(2): 87–96. <https://doi.org/10.1891/0889-8391.22.2.87>.

Bank of England inflation attitudes Survey. URL: <http://www.bankofengland.co.uk/publications/Pages/other/nor.aspx> (дата обращения: 30.08.2019).

Bank of Nigeria Inflation Attitudes Survey. (2016). URL: http://www.cbn.gov.ng/out/2016/sd/2016%20q1%20ias%20report_final.pdf (дата обращения: 01.06.2020).

Bao Y., Yi Ch., Xue Y., Dong Y. (2015). Precise Modeling Rumor Propagation and Control Strategy on Social Networks / P. Kazienko and N. Chawla (eds.), Applications of Social Media and Social Network Analysis, Lecture Notes in Social Networks. Springer International Publishing.

Barke A., Bleichhardt G., Rief W., Doering B.K. (2016). The cyberchondria severity scale (CSS): German validation and development of a short form. *International Journal of Behavioral Medicine*. 23(5). 595–605. <https://doi.org/10.1007/s12529-016-9549-8>.

Barnett A., Macallan C., Pezzini S. (2010). Public attitudes to inflation and monetary policy. *Bank of England*. 50 (2): 115–123.

Bartholomew K., Horowitz L.M. (1991). Attachment styles among young adults: A test of a four-category model. *Journal of Personality and Social Psychology*. 61(226). <https://doi.org/10.1037//0022-3514.61.2.226>.

Barua Z., Barua S., Aktar S., Kabir N., Li M. (2020). Effects of misinformation on COVID-19 individual responses and recommendations for resilience of disastrous consequences of misinformation. *Progress in Disaster Science*. <https://doi.org/10.1016/j.pdisas.2020.100119>.

Bastani P., Bahrami M. A. (2020). COVID-19 related misinformation on social media: A qualitative study from Iran. *Journal of Medical Internet Research*. <https://doi.org/10.2196/18932>.

Battle-Bayer L., Aldaco R., Bala A., Puig R., Laso J., Margallo M., Vázquez-Rowe I., Antó J.M., Fullana-i-Palmer P. (2020). Environmental and nutritional impacts of dietary changes in Spain during the COVID-19 lockdown. *Science of The Total Environment*. 748: 141410. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.141410>.

Baudrillard J. (1999). La Photographie ou l'Écriture de la Lumière: L'Échange Impossible. Paris: Galilée. 175–184.

Benford J. (2008). Public attitudes to inflation and interest rates. *Bank of England Quarterly Bulletin*. URL: <https://www.bankofengland.co.uk/-/media/boe/files/quarterly-bulletin/2008/quarterlybulletin-2008-q2.pdf> (дата обращения: 05.05.2018).

Bengtsson S., Johansson S. (2020). A Phenomenology of News: Understanding News in Digital Culture. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884919901194>.

Bessi A., Coletto M., Davidescu G. A., Scala A., Caldarelli G., Quattrociochi W. (2015). Science vs conspiracy: Collective narratives in the age of misinformation. *PloS one*, 10(2): e0118093. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0118093>.

Bessière K., Pressman S., Kiesler S., Kraut R. (2010). Effects of internet use on health and depression: a longitudinal study. *Journal of Medical Internet Research*. 12(1). e6. <https://doi.org/10.2196/jmir.1149>.

Bhat M., Qadri M., Beg N., Kundroo M., Ahanger N., Agarwal B. (2020). Sentiment analysis of social media response on the Covid-19 outbreak. *Brain, Behavior, and Immunity*. 87: 136–137. <https://doi.org/10.1016/j.bbi.2020.05.006>.

Bostock L., Sheikh A.I., Barton S. (2009). Posttraumatic growth and optimism in health-related trauma: a systematic review. *Journal of Clinical*

Psychology Medical Settings. 16(4): 281–296. <https://doi.org/10.1007/s10880-009-9175-6>.

Boysan M., Eşkisü M., Çam Z. (2022). Relationships between fear of COVID-19, cyberchondria, intolerance of uncertainty, and obsessional probabilistic inferences: A structural equation model. *Scandinavian Journal of Psychology*. <https://doi.org/10.1111/sjop.12822>.

Braunack-Mayer A., Toohar R., Collins J. E. Understanding the school community's response to school closures during the H1N1 2009 influenza pandemic. *BMC Public Health*. 2013. 15; 13: 344. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-13-344>.

Brindha D., Jayaseelan R., Kades waran (2020). Social Media Reigned by Information or Misinformation about COVID-19: A Phenomenological Study. *Alochana Chakra Journal*. 9(4): 585–602. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3596058>.

Brown S., Opitz M. C., Peebles A. I., Sharpe H., Duffy F., Newman E. (2021). A qualitative exploration of the impact of COVID-19 on individuals with eating disorders in the UK. *Appetite*. 156: 104977. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104977>.

Broz J.L., Frieden J., Weymouth S. Exchange-Rate Policy Attitudes: Direct Evidence from Survey Data / 8th Jacques Polak Annual Research Conference Hosted by the International Monetary Fund. 2007. November 15-16. Washington, DC. URL: <https://www.imf.org/external/np/res/seminars/2007/arc/pdf/lbjfsw1.pdf> (дата обращения: 02.06.2020).

Bruder M., Haffke P., Neave N., Nouripanah N., Imhoff R. (2013). Measuring individual differences in generic beliefs in conspiracy theories across cultures: conspiracy Mentality Questionnaire. *Frontiers In Psychology*. 4. 225. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2013.00225>.

Buchanan K., Akinin L.B., Lotun S., Sandstrom G.M. (2021). Brief exposure to social media during the COVID-19 pandemic: Doomscrolling has negative emotional consequences, but kindness-scrolling does not. *PLoS one*. 16(10). e0257728. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0257728>.

Buigut S. (2010). Loss of Monetary Policy Autonomy and Public Attitude toward Monetary Union. *American University in Dubai Journal of International and Global Economic Studies*. 2(2): 61–76. <https://doi.org/10.1111/saje.12258>.

Burlea-Schiopoiu A., Puiu S., Dinu A. (2022). The impact of food delivery applications on Romanian consumers' behaviour during the COVID-19 pandemic. *Socio-Economic Planning Sciences*. Aug; 82. 101220. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2021.101220>.

Byrne B.M. (2010). *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming* (2nd ed.). New York: Taylor & Francis Group.

Caleo G., Duncombe J., Jephcott F., Lokuge K., Mills C., Looijen E., Theoharaki F., Kremer R., Kleijer K., Squire J., Lamin M., Stringer B., Weiss H.A., Culli D., Di Tanna G.L., Greig J. (2018). The factors affecting household transmission dynamics and community compliance with Ebola control measures: a mixed-methods study in a rural village in Sierra Leone. *BMC Public Health*. 18(1): 248. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-5158-6>.

Campagnaro R., Collet G. O., Andrade M. P. (2020). COVID-19 pandemic and pediatric dentistry: Fear, eating habits and parent's oral health perceptions. *Children and Youth Services Review*. 118: 105469. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105469>.

Caserotti M., Gavaruzzi T., Girardi P., Tasso A., Buizza Ch., Candini V., Zarbo Cr., Chiarotti F., Brescianini S., Calamandrei G., Starace F., de Girolamo G., Lotto L. (2022). Who is likely to vacillate in their COVID-19 vaccination decision? Free-riding intention and post-positive reluctance. *Preventive Medicine*. 154. 106885. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2021.106885>.

Castellano C., Vilone D., Vespignani A. (2003). Incomplete ordering of the voter model on small networks. *Europhysics Letters*. 63(1): 15–27. <https://doi.org/10.1209/epl/i2003-00490-0>.

Chao M., Xue D., Liu T., Yang H., Hall B. (2020). Media use and acute psychological outcomes during COVID-19 outbreak in China. *Journal of Anxiety Disorders*. 74:102248. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2020.102248>.

Chou W.S., Gaysynsky A., Vanderpool R.C. (2021). The COVID-19 misinformation: Moving beyond fact-checking. *Health Education & Behavior*. 48(1): 9–13. <https://doi.org/10.1177/1090198120980675>.

Cinelli M., Quattrocioni W., Galeazzi A., Valensise C. M., Brugnoli E., Schmidt A. C., Zola P., Zollo F., Scala A. (2020). The COVID-19 Social Media Infodemic. *Scientific Reports*. 6; 10(1): 16598. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5>.

Cobb-Clark D.A., Kassenboehmer S., Sinning M.G. (2013). Locus of control and savings. *IZA Discussion Paper*. University of Bonn. 7837. URL: <http://ftp.iza.org/dp7837.pdf> (дата обращения: 02.06.2020).

Coleman M., De Leire T. (2003). An economic model of locus of control and the human capital investment decision. *Journal of Human Resources*. 38(3): 701–721.

Collie R. J., Shapka J. D., Perry N. E., Martin A. J. (2016). Teachers' psychological functioning in the workplace: Exploring the roles of contextual beliefs, need satisfaction, and personal characteristics. *Journal of Educational Psychology*. 108(6): 788–799. <https://doi.org/10.1037/edu0000088>.

Cooper E.B., Fenigstein A., Fauber R.L. (2014). The Faking Orgasm Scale for Women: Psychometric properties. *Archives of Sexual Behavior*. 43: 423–435. <https://doi.org/10.1007/s10508-013-0212-z>.

Cooper S., van Rooyen H., Wiysonge C.S. (2021). COVID-19 vaccine hesitancy in South Africa: how can we maximize uptake of COVID-19 vaccines? *Expert Rev Vaccines*. 20(8): 921–933. <https://doi.org/10.1080/14760584.2021.1949291>.

Crosbie V. (2007). What is new media? Corante. URL: rebuildingmedia.corante.com/archives/2006_04.php.

Crosby K.S. (2015). The relationship between administrative support and burnout In turnaround schools. 355.

Crozier M. (2000). A quoi sert la sociologie des organisations? I. Théorie, culture et société; II. Vers un nouveau raisonnement pour l'action. Paris: Ed. Seli Arslan.

Daley D.J., Kendall D.G. (1964). Epidemics and rumours. *Nature*. 204 (4963): 1118.

Dammeyer J. (2020). An explorative study of the individual differences associated with consumer stockpiling during the early stages of the 2020 Coronavirus outbreak in Europe. *Personality and Individual Differences*. 167: 110263. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110263>.

Datta R., Yadav A.K., Singh A., Datta K., Bansal A. (2020). The infodemics of COVID-19 amongst healthcare professionals in India. *Medical Journal Armed Forces India*. <https://doi.org/10.1016/j.mjafi.2020.05.009>.

Davenport T., Beck C. (2001). *The Attention Economy*. Boston: Harvard Business Press.

Depoux A., Martin S, Karafillakis E., Preet R. Wilder-Smith A., Larson H. (2020). The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. *Journal of Travel Medicine*. 27(3). <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa031/5775501>.

Desclaux A., Badji D., Ndione A. G. (2017). Accepted monitoring or endured quarantine? Ebola contacts' perceptions in Senegal. *Social Science and Medicine*. 178: 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2017.02.009>.

Detoc M., Bruel S., Frappe P., Tardy B., Botelho-Nevers E., Gagneux-Brunon A. (2020). Intention to participate in a COVID-19 vaccine clinical trial and to get vaccinated against COVID-19 in France during the pandemic. *Vaccine*. 38(45): 7002–7006. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2020.09.041>.

Deyneka O., Dauksha V. (2014). The image of the Belarusian State in students' consciousness during the recent financial crisis. *Psychology Applications & Development*. Lisbon: inScience Press: 272–281.

Diakopoulos N., Koliska M. (2017). Algorithmic transparency in the news media. *Digital Journalism*. 5: 809–828. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1208053>.

Dodd R. H., Cvejic E., Bonner C., Pickles K., McCaffery K. J. (2020). Sydney Health Literacy Lab C-g, Willingness to vaccinate against COVID-19 in Australia. *The Lancet Infectious Diseases*. [https://doi.org/10.1016/S1473-3099\(20\)30559-4](https://doi.org/10.1016/S1473-3099(20)30559-4) [Epub a head of print].

Doherty-Torstrick E.R., Walton K.E., Fallon B.A. (2016). Cyberchondria: Parsing health anxiety from online behavior. *Psychosomatics*. 57 (4): 390–400. <https://doi.org/10.1016/j.psych.2016.02.002>.

Dubey S., Biswas P., Ghosh R., Chatterjee S., Dubey M., Chatterjee S., Lahiri D., Lavie C. (2020). Psychosocial impact of COVID-19. *Diabetes and Metabolic Syndrome Clinical Research and Reviews*. 14: 779–788. <https://doi.org/10.1016/j.dsx.2020.05.035>.

Duncombe J., Marsden D. (1996). Whose Orgasm is This Anyway? Sex Work in Long-term Couple Relationships. In *Sexual Cultures*, edited by J. Weeks, and J. Holland: 220–238. Basingstoke: Macmillan.

Duplaga M. (2020). The determinants of conspiracy beliefs related to the COVID-19 pandemic in a nationally representative sample of internet users. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 17(21): 7818. <https://doi.org/10.3390/ijerph17217818>.

Durodolu O. O., Ibenne S. K. (2020). The fake news infodemic vs information literacy. *Library Hi Tech News*. 37(7): 13–14. <https://doi.org/10.1108/LHTN-03-2020-0020>.

Ebeling R., C'ordovaS'aenz C.A., Nobre J., Becker K. (2021). The effect of political polarization on social distance stances in the Brazilian COVID-19 scenario. *Journal of Information and Data Management*. 12(1). July. <https://doi.org/0.5753/jidm.2021.1889>.

Edgerly S. (2021). The Head and Heart of News Avoidance: How Attitudes About the News Media Relate to Levels of News Consumption. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/14648849211012922>.

Edwards B., Biddle N., Gray M., Sollis K. (2021). COVID-19 vaccine hesitancy and resistance: Correlates in a nationally representative longitudinal survey of the Australian population. *PLoS One*. 16(3): e0248892. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248892>.

Ellison B., McFadden B., Rickard B.J., Wilson N.L.W. (2021). Examining food purchase behavior and food values during the COVID-19 pandemic. *Applied Economic Perspectives and Policy*. 43(1): 58–72. <https://doi.org/10.1002/aapp.13118>.

Elosua R., Marrugat J., Molina L., Pons S., Pujol E. (1994). Validation of the Minnesota Leisure Time Physical Activity Questionnaire in Spanish men. The marathominvestigators. *American Journal of Epidemiology*. 139(12): 1197–1209. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.aje.a116966>.

Epstein S. (2001). CTI: Constructive Thinking Inventory: professional manual. Lutz, FL: Psychological Assessment Resources.

Erku D.A., Belachew S.A., AbrhaS, Sinnollareddy M., Thomasc J., Steadmana K.J., Tesfaye W.H. (2020). When fear and misinformation go viral: Pharmacists' role in deterring medication misinformation during the infodemic surrounding COVID-19. *Research in Social and Administrative Pharmacy*; S1551-7411(20)30455-1. <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2020.04.032>.

Evans J.S.B.T. (2008). Dual-processing accounts of reasoning, judgment, and social cognition. *Annual Review of Psychology*. 59(1): 255–278. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.59.103006.093629>.

Fazzari S.M., Feldman S., Kam C.D., Smith S.S. (2013). Public attitudes about macroeconomic policy in the U.S *Annual meeting of the Midwest Political Science Association*. Chicago. 11–14.

Fehring R. J., Miller J. F., Shaw C. (1997). Spiritual well-being, Religiosity, Hope, Depression, and Other Mood States in Elderly People Coping With Cancer. *Oncol Nurs Forum*. 24(4): 663–671. PMID: 9159782.

Fergus T. (2015). Anxiety sensitivity and intolerance of uncertainty as potential risk factors for cyberchondria: a replication and extension examining dimensions of each construct. *Journal of Affective Disorders*. 184: 305–309. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2015.06.017>.

Fergus T., Russell L. (2016). Does cyberchondria overlap with health anxiety and obsessive-compulsive symptoms? An examination of latent structure and scale interrelations. *Journal of Anxiety Disorders*. 38: 88–94. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2016.01.009>.

Fergus T.A. (2014). The Cyberchondria Severity Scale (CSS): an examination of structure and relations with health anxiety in a community sample. *Journal of Anxiety Disorders*. 28: 504–510. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2014.05.006>.

Flatters P., Willmott M. (2009). Understanding the post-recession consumer. *Harvard Business Review*. 87(7/8): 106–112. URL: <https://hbr.org/2009/07/understanding-the-postrecession-consumer>.

Fletcher R., Nielsen R.K. (2018). Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis. *New Media & Society*. 20(7): 2450–2468. <https://doi.org/10.1177/1461444817724170>.

Foa E.B., Street G.P. (2001). Women and traumatic events. *Journal of Clinical Psychiatry*. 62 (Suppl. 17): 29–34. PMID: 11495093.

Freeman D., Loe B. Sh., Yu L-M., Freeman J., Chadwick A., Vaccari C., Shanyinde M., Harris V., Waite F., Rosebrock L., Petit A., Vanderslott S., Lewandowsky S., Larkin M., Innocenti S., Pollard A.J., McShane H., Lambe S. (2021). Effects of different types of written vaccination information on COVID-19 vaccine hesitancy in the UK (OCEANS-III): a single-blind, parallel-group, randomised controlled trial. *Lancet Public Health*. 6: e416–27. Published Online May 12. [https://doi.org/10.1016/S2468-2667\(21\)00096-7](https://doi.org/10.1016/S2468-2667(21)00096-7).

Furedi F. (2018). *How Fear Works: Culture of Fear in the Twenty-First Century*. Bloomsbury Continuum.

Gabel M. (1998). Public Support for European Integration: An Empirical Test of Five Theories. *The Journal of Politics*. 60 (02): May, 333–354.

Gao X., Shi X., Guo H., Liu Y. (2020). To buy or not buy food online: The impact of the COVID-19 epidemic on the adoption of e-commerce in China. *PLoS ONE*. 15(8): e0237900. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0237900>.

Garcia-Navarro L. (2020, July 19). Your “doomscrolling” breeds anxiety. Here’s how to stop the cycle. National Public Radio. <https://www.npr.org/2020/07/19/892728595/your-doomscrolling-breeds-anxiety-here-s-howto-stop-the-cycle>.

Gärbling T., Kirchler E., Lewis A., van Raaij F. (2009). Psychology, Financial Decision Making, and Financial Crises. *Psychological Science in the Public Interest*. 10(1): 1–47. <https://doi.org/10.1177/1529100610378437>.

Gazendam A., Ekhtiari S., Wong E., Madden K., Naji L., Phillips M., Bhandari M. (2020). The “Infodemic” of journal publication associated with the novel coronavirus disease. *Journal of bone and Joint Surgery*. 102(13). e64. PMID: 32618912.

Geers S. (2020). News Consumption across Media Platforms and Content: A Typology of Young News Users. *Public Opinion Quarterly*. 84(S1): 332–354. <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa010>.

Glassner B. (2005). *The Culture of Fear*. Basic Books.

Goffman W., Newill V. A. (1964). Generalization of epidemic theory: an application to the transmission of ideas. *Nature*. 204(4955): 225–228. <https://doi.org/10.1038/204225a0>.

Goldberg Z.J., Richey S. (2020). Anti-Vaccination Beliefs and Unrelated Conspiracy Theories. *World Affairs*. 183(2): 105–124. <https://doi.org/10.1177/0043820020920554>.

Goldhaber M.H. (1997). The Attention Economy and the Net. *First Monday*. 2. n. pag.

Gómez A., Padrós M., Ríos O., Liviú-Catalin M., Pukepuke T. (2019). Reaching social impact through communicative methodology. Researching with rather than on vulnerable populations: The Roma case. *Frontiers in Education*. 4: 9.

Goreis A., Voracek M. (2019). A Systematic Review and Meta-Analysis of Psychological Research on Conspiracy Beliefs: Field Characteristics, Measurement Instruments, and Associations With Personality Traits. *Frontiers in Psychology*. 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00205>.

Gruchola M., Sławek-Czochra M. (2021). “The culture of fear” of inhabitants of EU countries in their reaction to the COVID-19 pandemic – A study

based on the reports of the Eurobarometer. *Safety Science*. 135: 105–140. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.105140>.

Grupp S. (2002). *Political Implications of A Discourse of Fear*. New York University.

Guarino S., Pierri F., Di Giovanni M., Celestini A. (2021). Information disorders during the COVID-19 infodemic: The case of Italian Facebook. *Online Social Networks and Media*. 22: 100124.

Haavio-Mannila E., Kontula O. (1997). Correlates of Increased Sexual Satisfaction. *Archives of Sexual Behavior*. 26 (4): 399–419. <https://doi.org/10.1023/a:1024591318836>.

Haim M., Graefe A., Brosius H. B. (2018). Burst of the filter bubble? Effects of personalization on the diversity of Google News. *Digital Journalism*. 6: 330–343. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1338145>.

Hamaker E.L., Kuiper R.M., Grasman R.P. (2015). A critique of the cross-lagged panel model. *Psychological Methods*. 20(1): 102. <https://doi.org/10.1037/a0038889>.

Harapan H., Wagner A.L., Yufika A., Winardi W., Anwar S., Gan A.K., Setiawan A. M., Rajamoorthy Y., Sofyan H., Mudatsir M. (2020). Acceptance of a COVID-19 vaccine in southeast Asia: a cross-sectional study in Indonesia. *Front Public Health*. 8: 381. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2020.00381>.

Hayo B. (1999). Knowledge and Attitude Towards European Monetary Union. *Journal of Policy Modeling*. Elsevier. 21(5): 641–651. RePEc:eee:jpo lmo:v:21:y:1999:i:5:p:641-651.

Hendrick S.S. (1988) A generic measure of relationship satisfaction. *Journal of Marriage and Family*. 50: 93. <https://doi.org/10.2307/352430>.

Hermida A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism practice*. 4(3): 297–308. <https://ssrn.com/abstract=1732598>.

Hevesi K., Horvath Z., Sal D., Miklos E., Rowland D.L. (2021). Faking Orgasm: Relationship to Orgasmic Problems and Relationship Type in Heterosexual Women. *Sexual Medicine*. 9(5): 100419. <https://doi.org/10.1016/j.esxm.2021.100419>.

Honora A., Wang K-Y., Chih W-H. (2022). How does information overload about COVID-19 vaccines influence individuals' vaccination intentions? The roles of cyberchondria, perceived risk, and vaccine skepticism. *Computers in Human Behavior*. 130: 107176. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107176>.

Hou Z., Du F., Zhou X., Jiang H., Martin S., Larson H., Lin L. (2020). Cross-country comparison of public awareness, rumors, and behavioral responses to the COVID-19 epidemic: Infodemiology study. *Journal of Medical Internet research*. 22(8): e21143. <https://doi.org/10.2196/21143>.

Howard P. N., Kollanyi B., Bradshaw S., Neudert L. M. (2017). Social media, news and political information during the US election: Was polarizing content concentrated on swing states. The Computational Propaganda Project. <https://www.rea.ru/ru/org/cathedries/Kafedra-Finansovyeryynki/Documents.pdf> (дата обращения 05.06.2020).

Hu Zh., Yang Zh., Li Q., Huang Y. (2020). Infodemiological study on COVID-19 epidemic and COVID-19 infodemic. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-18591/v1>.

Hua J., Shaw R. (2020). Corona Virus (COVID-19) «Infodemic» and Emerging Issues through a Data Lens: The Case of China. *International Journal Environment Research Public Health*. 17: 2309. <https://doi.org/10.3390/ijerph17072309>.

Hughes B., Miller-Idriss C., Piltch-Loeb R., Goldberg B., White K., Criezis M., Savoia E. (2021). Development of a Codebook of Online Anti-Vaccination Rhetoric to Manage COVID-19 Vaccine Misinformation. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 18(14): 7556. <https://doi.org/10.3390/ijerph18147556>.

Imhoff R., Lamberty P. (2016). Too special to be duped: Need for uniqueness motivates conspiracy beliefs. *European Journal of Social Psychology*. in press. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2265>.

Infanti A., Starcevic V., Schimmenti A., Khazaal Y., Karila L., Giardina A., Flayelle M., Hedayatzadeh Razavi S.B., Baggio S., Vögele C., Billieux J. (2023). Predictors of Cyberchondria During the COVID-19 Pandemic: Cross-sectional Study Using Supervised Machine Learning. *JMIR Formative Research*. 7: e42206. <https://doi.org/10.2196/42206>.

Ioannidis J. P. A., Axfors C., Contopoulos-Ioannidis D. J. (2021). Second versus first wave of COVID-19 deaths: Shifts in age distribution and in nursing home fatalities. *Environmental Research*. 195: 110856. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2021.110856>.

Jackson D.J., Darrow T.I.A. (2005). The influence of celebrity endorsements on young adults' political opinions. *Harvard International Journal of Press/Politics*. 10(3): 80–98. <https://doi.org/10.1177/1081180X05279278>.

Jalali R., Mohammadi M. (2020). Rumors and incorrect reports are more deadly than the new coronavirus (SARS-CoV-2). *Antimicrobial Resistance & Infection Control*. 9(1): 68. <https://doi.org/10.1186/s13756-020-00738-1>.

Jia P., Liu L., Xie X., Yuan Ch., Chen H., Guo B., Zhou J., Yang Sh. (2021). Changes in dietary patterns among youths in China during COVID-19 epidemic: The COVID-19 impact on lifestyle change survey (COINLICS). *Appetite*. 158: 105015. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.105015>.

Jia Z., Xu S., Zhang Z., Cheng Zh, Han H., Xu H., Wang M., Zhang H., Zhou Y., Zhou Zh. (2021). Association between mental health and community support in lockdown communities during the COVID-19 pandemic: Evidence from rural China. *Journal of rural studies*. 87–97. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.01.015>.

Jian Y., Yu I.Y., Yang M.X., Zeng K.J. (2020). The Impacts of Fear and Uncertainty of COVID-19 on Environmental Concerns, Brand Trust, and Behavioral Intentions toward Green Hotels. *Sustainability*. 12(20). 8688. <https://doi.org/10.3390/su12208688>.

Johnson D., Limbu Y. B., Jayachandran C., Reddy P. R. (2019). Climbing the down escalator: When customer-to-customer interaction may not be helping service firms. *European Journal of Marketing*. 53(11): 2348–2372. <https://doi.org/10.1108/EJM-03-2018-0164>.

Joki'c-Begi'c N., Korajlija A. L., Mikac U. (2020). Cyberchondria in the age of COVID- 19. *PLoS One*. 15(12). Article e0243704. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0243704>.

Jolley D., Paterson J. L. (2020). Pylons ablaze: Examining the role of 5G COVID-19 conspiracy beliefs and support for violence. *British Journal of Social Psychology*. 59(3): 628–640. <https://doi.org/10.1111/bjso.12394>.

Jozkowski K. N., Geshnizjani A. (2014). Using a reasoned action approach to examine US college women's intention to get the HPV vaccine. *Health Education Journal*. 75(1): 14–26. <https://doi.org/10.1177/0017896914561100>.

Jung E., Walden J., Johnson A., Sundar S.S. (2017). Social networking in the aging context: Why older adults use or avoid Facebook. *Telematics and Informatics*. 34: 1071–1080. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.04.015>.

Kakemam E., Ghoddoosi-Nejad D., Chegini Z., Momeni K., Salehinia H., Hassanipour S., Ameri H., Arab-Zozani M. (2020). Knowledge, attitudes, and practices among the general population during COVID-19 outbreak in Iran:

a national cross-sectional survey. *Front Public Health*. 8:585302. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2020.585302>.

Kalogeropoulos A., Fletcher R., Nielsen R.K. (2020). Initial Surge in News use Around Coronavirus in the UK has Been Followed by Significant Increase in News Avoidance, Third Factsheet. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/initial-surge-news-use-around-coronavirus-uk-has-beenfollowed-significant-increase-news-avoidance>.

Kalthenthaler K.C., Anderson C.J. (2001). Europeans and their money: Explaining public support for the common European currency. *European Journal of Political Research*. 40: 139–170. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.00593>.

Kaminski M., Szymanska C., Nowak J.K. (2020). Whose tweets on COVID-19 gain the most attention: Celebrities, political, or scientific authorities? *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 24(2): 123–128. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0336>.

Kaplan J., Gimbel S. Harris S. (2016). Neural correlates of maintaining one’s political beliefs in the face of counterevidence. *Scientific Reports*. 6: 39589. <https://doi.org/10.1038/srep39589>.

Karadag E., Tosuntas S.B., Erzen E., Duru P., Bostan N., Sahin B. M., Culha I., Babadag B. (2015). Determinants of Phubbing, Which is the Sum of Many Virtual Addictions: A Structural Equation Model. *Journal of Behavioral Addiction*. 4(2): 60–74. <https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.005>.

Kempe D., Kleinberg J., Tardos E. (2015). Maximizing the spread of influence through a social network. *Theory of computing*. 11(4): 105–147.

Kermack W.O., McKendrick A.G. (1927). Contributions of mathematical theory to epidemics. *Proceedings of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*. 115: 700–721. <https://doi.org/10.1098/rspa.1927.0118>.

Kessler R.C., McGonagle K.A., Zhao S., Nelson C., Hughes M., Eshleman S., Wittchen H.-U., Kendler K.S. (1994). Lifetime and 12-month prevalence of DSM-III–R psychiatric disorders in the United States: results from the National Comorbidity Study. *Archives of General Psychiatry*. 51 (1): 8–19. <https://doi.org/10.1001/archpsyc.1994.03950010008002>.

Kessler R. C., Sonnega A., Bromet E., Hughes M., Nelson C. B. (1995). Posttraumatic stress disorder in the national comorbidity survey. *Archives*

of *General Psychiatry*. 52 (12): 1048–1060. <https://doi.org/10.1001/archpsyc.1995.03950240066012>.

Khalifa A. A., Ahmed A. M. (2021). How fast is the peer-review process for orthopaedic publications related to the Covid-19 pandemic? *Journal of Clinical Orthopaedics and Trauma*, 12(1): 9–15. . <https://doi.org/10.1016/j.jcot.2020.09.007>.

Khubchandani J., Sharma S., Price J.H., Wiblishauser M.J., Sharma M., Webb F.J. (2021). COVID-19 Vaccination Hesitancy in the United States: A Rapid National Assessment. *Journal of Community Health*. 46(2): 270–277. <https://doi.org/10.1007/s10900-020-00958-x>.

Kirkham L. (2014). Public attitudes to monetary policy. Bank of England *Quarterly Bulletin*. URL: <http://www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/quarterlybulletin/2014/qb14q205.pdf> (дата обращения: 04.06.2020).

Koh J. X., Liew T. M. (2020). How loneliness is talked about in social media during COVID-19 pandemic: Text mining of 4,492 Twitter feeds. *Journal of Psychiatric Research*. 7. S0022-3956(20)31074-8. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2020.11.015>.

Kouzy R., Abi Jaoude J., Kraitem A., El Alam M. B., Karam B., Adib, E., Badour K. (2020). Coronavirus goes viral: Quantifying the COVID-19 misinformation epidemic on Twitter. *Cureus*. 12(3): e7255. <https://doi.org/10.7759/cureus.7255>.

Kozielecki J. (2006). Psychologianadziei. Wydawnictwo Akademickie.

Krishna R., Kummitha R. (2020). Smart technologies for fighting pandemics: The techno- and human- driven approaches in controlling the virus transmission. *Government Information Quarterly*. 101481. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101481>.

Kroenke K., Spitzer R. L., Williams J. B., Lowe B. (2009). An ultra-brief screening scale for anxiety and depression: The PHQ–4. *Psychosomatics*. 50(6): 613–621. <https://doi.org/10.1176/appi.psy.50.6.613>.

Küçükali H., Ataç Ö., Palteki A.S., Tokaç A.Z., Hayran O. (2022). Vaccine Hesitancy and Anti-Vaccination Attitudes during the Start of COVID-19 Vaccination Program: A Content Analysis on Twitter Data. *Vaccines*. 10: 161. <https://doi.org/10.3390/vaccines10020161>.

Kulkarni P., Prabhu S., Ramraj B. (2020). COVID-19-infodemic overtaking pandemic? Time to disseminate facts over fear. *Indian Journal of Community Health*. 32: 264–268. <https://doi.org/10.47203/IJCH.2020.v32i02SUPP.018>.

Kumari A., Ranjan P., Vikram N.K., Kaur D., Sahu A., Dwivedi S.N., Baitha U., Goel A. (2020). A short questionnaire to assess changes in lifestyle-related behaviour during COVID 19 pandemic. *Diabetes and Metabolic Syndrome: Clinical Research and Reviews*. 14(6): 1697–1701. <https://doi.org/10.1016/j.dsx.2020.08.020>.

Laato S., Islam A. K. M. N., Farooq A., Dhir A. (2020). Unusual purchasing behavior during the early stages of the COVID-19 pandemic: The stimulus-organism-response approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 57: 102224. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102224>.

Laato S., Islam A. K. M. N., Islam M. N., Whelan E. (2020). What drives unverified information sharing and cyberchondria during the COVID-19 pandemic? *European Journal of Information Systems*. 29(3): 288–305. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2020.1770632>.

LaCour M., Davis T. (2020). Vaccine skepticism reflects basic cognitive differences in mortality-related event frequency estimation. *Vaccine*. 38: 3790–3799. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2020.02.052>.

Lamb T.L., Winter S.R., Rice S., Ruskin K.J., Vaughn A. (2020). Factors that predict passengers willingness to fly during and after the COVID-19 pandemic. *Journal of Air Transport Management*. 89. 101897. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2020.101897>.

Lang A., Cooper E.B., Mesko N. (2018). The Relationship Between Dimensions of Adult Attachment and Motivation for Faking Orgasm in Women. *The Journal of Sex Research*. <https://doi.org/10.1080/00224499.2018.1525333>.

Lavie M., Willig C. (2005) ‘I Don’t Feel Like Melting Butter’: An Interpretative Phenomenological Analysis of the Experience of ‘Inorgasmia’. *Psychology & Health*. 20(1): 115–128. <https://doi.org/10.1080/08870440412331296044>.

Lavie-Ajayi M., Joffe H. (2009). Social Representations of Female Orgasm. *Journal of Health Psychology*. 14(1): 98–107. <https://doi.org/10.1177/1359105308097950>.

Lazarus J.V., Ratzan S.C., Palayew A., Gostin L.O., Larson H.J., Rabin K., Kimball S., El-Mohandes A. (2021). A global survey of potential acceptance of a COVID-19 vaccine. *Nature Medicine*. 27(2): 225–228. <https://doi.org/10.1038/s41591-020-1124-9>.

Lazer D. M. J., Baum M. A., Benkler Y., Berinsky A. J., Greenhill K. M., Menczer F., Metzger M. J., Nyhan B., Pennycook G., Rothschild D., Schudson M.,

Slooman S. A., Sunstein C. R., Thorson E. A., Watts D. J., Zittrain J. L. (2018). The science of fake news. *Science*. 359 (6380): 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>.

Le T., Shu K., Molina M. D., Lee D., Sundar S. S., Liu H. (2019). 5 sources of clickbaits you should know! Using synthetic clickbaits to improve prediction and distinguish between bot-generated and human-written headlines. Proceedings of the 2019 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM 2019). <https://doi.org/10.1145/3341161.3342875> .

Leone L., Giacomantonio M., Lauriola M. (2019). Moral foundations, worldviews, moral absolutism and belief in conspiracy theories. *International journal of psychology*. 54(2): 197–204. <https://doi.org/10.1002/ijop.12459>.

Leung K., Wu J. T., Leung G. M. (2021) Effects of adjusting public health, travel, and social measures during the roll-out of COVID-19 vaccination: a modelling study. *Lancet Public Health*. 6. e674–82. Published Online August 10. [https://doi.org/10.1016/S2468-2667\(21\)00167-5](https://doi.org/10.1016/S2468-2667(21)00167-5).

Li R., Suh A. (2015). Factors Influencing Information credibility on Social Media Platforms: Evidence from Facebook Page. *Procedia Computer Science*. 72: 314–328. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.146>.

Li S., Wang Y., Xue J., Zhao N., Zhu T. (2020). The Impact of COVID-19 Epidemic Declaration on Psychological Consequences: A Study on Active Weibo Users. *International Journal Environment Research Public Health*. 17: 2032. <https://doi.org/10.3390/ijerph17062032>.

Li L., Li A., Hao B., Guan Z., Zhu T. (2014). Predicting active users' personality based on micro-blogging behaviors. *PLoS ONE*. 9(5): 1–11. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0084997>.

Lima D. L., Lopes M. A. A. A. M., Brito A. M. (2020). Social media: Friend or foe in the COVID-19 pandemic? *Clinics (Sao Paulo)*. 75. e1953. <https://doi.org/10.6061/clinics/2020/e1953>.

Limaye R. J., Sauer M., Ali J., Bernstein J., Wahl B., Barnhill A., Labrique A. (2020). Building trust while influencing online COVID-19 content in the social media world. *Lancet Digital Health*. [https://doi.org/10.1016/S2589-7500\(20\)30084-4](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(20)30084-4).

Lindau S.T., Jagai J.S., Abramsohn E.M., Fuller Ch. M., Wroblewski K.E., Pinkerton A., Makelarski J.A. (2023). Unwanted sexual activity among

United States women early in the COVID-19 pandemic. *American Journal of Obstetrics and Gynecology*. 228. 209. e1-16. <https://doi.org/10.1016/j.ajog.2022.09.048>.

Linder St. B. (1970). *The Harried Leisure Class*. New York: Columbia University Press.

Liu H., Liu W., Yoganathan V., Osburg V.-S. (2021). COVID-19 information overload and generation Z's social media discontinuance intention during the pandemic lockdown, *Technological Forecasting and Social Change*. 166. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120600>. E.

Liu M., Xue J., Zhao N., Wang X., Jiao D., Zhu T. (2018). Using social media to explore the consequences of domestic violence on mental health. *Journal of Interpersonal Violence*. 2: 1–21. <https://doi.org/10.1177/0886260518757756>.

Lobato E. J., Powell M., Padilla L. M., Holbrook C. (2020). Factors Predicting Willingness to Share COVID-19 Misinformation. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.566108>.

Luk T. T., Zhao S., Weng X., Wong J. Y. H., Wu Y. S., Ho S. Y., Wang M. P. (2020). Exposure to health misinformation about COVID-19 and increased tobacco and alcohol use: A population-based survey in Hong Kong. *Tobacco Control*. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2020-055960>.

Luk T.T., Zhao S.Z., Wu Y.S., Wong J.Y., Wang M.P., Lam T.H. (2021). Prevalence and determinants of SARS-CoV-2 vaccine hesitancy in Hong Kong: A population-based survey. *Vaccine*. 39: 3602–3607. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2021.05.036>.

Madar N., Kalisky T., Cohen R., Avraham D., Havlin S. (2004). Immunization and epidemic dynamics in complex networks. *The European Physical Journal B* 38(2): 269–276. <https://doi.org/10.1140/epjb/e2004-00119-8>.

Malik A. A., McFadden S. M., Elharake J., Omer S. B. (2020). Determinants of COVID-19 vaccine acceptance in the US. *E Clinical Medicine*. 26: 100495.

Malik J., Younus F., Iftikhar I., Usman M. (2021). Love in the time of COVID-19: a scoping review on male sexual health. *Journal of Community Hospital Internal Medicine Perspectives*. 11:4, 496–500. <https://doi.org/10.1080/20009666.2021.1922133>.

Marsh I. C., Chan S. W. Y., MacBeth A. (2018). Self-compassion and Psychological Distress in Adolescents – aMeta-analysis. *Mindfulness*. 9: 1011–1027. <https://doi.org/10.1007/s12671-017-0850-7>.

Martínez-de-Quel Ó., Suárez-Iglesias D., López-Flores M., Pérez C.A. (2020). Physical activity, dietary habits and sleep quality before and during COVID-19 lockdown: A longitudinal study. *Appetite*. 158. 105019. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.105019>.

Maslach C., Jackson S. E. (1981). The measurement of experienced burn-out. *Journal of Occupational Behaviour*, 2: 99–113. <https://doi.org/10.1002/job.4030020205>.

Maslach C., Jackson S. E., Schwab R.L. (1996). Maslach burnout inventory – educators survey (MBI-ES). In C. Maslach, S. E. Jackson, M. P. Leiter (Eds.). *MBI study* (3rd ed.). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.

Mason T. B., Barrington-Trimis J., Leventhal A. M. (2020). Eating to Cope With the COVID-19 Pandemic and Body Weight Change in Young Adults. *Journal of Adolescent Health*. Dec 4: S1054-139X(20)30679-0. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2020.11.011>.

Mathes B. M., Norr A. M., Allan N. P., Albanese B. J., Schmidt N. B. (2018). Cyberchondria: Overlap with health anxiety and unique relations with impairment, quality of life, and service utilization. *Psychiatry Research*. 261: 204–211. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2018.01.002>.

McCrae R. R., & Costa P. T., Jr. (2003). *Personality in adulthood: A five-factor theory perspective* (2nd ed.). Guilford Press. <https://doi.org/10.4324/9780203428412>.

McElroy E., Kearney M., Touhey J., Evans J., Cooke Y., Shevlin M. (2019). The CSS-12: Development and validation of a short-form version of the cyberchondria severity scale. *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking*. 22(5): 330–335. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0624>.

McElroy E., Shevlin M. (2014). The development and initial validation of the cyberchondria severity scale (CSS). *Journal of Anxiety Disorders*. 28: 259–265. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2013.12.007>.

McMullan R. D., Berle D., Arnáez S., Starcevic V. (2019). The relationships between health anxiety, online health information seeking, and cyberchondria: Systematic review and meta-analysis. *Journal of Affective Disorders*. 245:270–278. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2018.11.037>.

Meichenbaum D. (2012). Roadmap to Resilience: A Guide for Military, Trauma Victims and Their Families. *Child & Family Behavior Therapy*. 37. 150716084327001. <https://doi.org/10.1080/07317107.2015.1072000>.

Mendoza M., Poblete B., Castillo C. (2010). Twitter under crisis: Can we trust what we RT? Proceedings of the First Workshop on Social Media Analytics.

Milligan M. J. (2003). Displacement and identity discontinuity: The role of nostalgia in establishing new identity categories. *Symbolic Interaction*. 26: 381–403. <https://doi.org/10.1525/si.2003.26.3.381>.

Mills M. C., Rüttenauer T. (2022). The effect of mandatory COVID-19 certificates on vaccine uptake: synthetic-control modelling of six countries. *Lancet Public Health*. 7: 15–22. Published Online December 13. [https://doi.org/10.1016/S2468-2667\(21\)00273-5](https://doi.org/10.1016/S2468-2667(21)00273-5).

Min Ch., Shen F., Yu W., Chu Y. (2020). The relationship between government trust and preventive behaviors during the COVID-19 pandemic in China: Exploring the roles of knowledge and negative emotion. *Preventive Medicine*. 141. 106288. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2020.106288>.

Min Sh., Xiang Ch., ZHANG X-h. (2020). Impacts of the COVID-19 pandemic on consumers' food safety knowledge and behavior in China. *Journal of Integrative Agriculture*. 19(12): 2926–2936. [https://doi.org/10.1016/S2095-3119\(20\)63388-3](https://doi.org/10.1016/S2095-3119(20)63388-3).

Mohamad S.M. (2020). Creative production of 'covid-19 social distancing' narratives on social media. *Tijdschriftvoor Economischeen Sociale Geografie, Royal Dutch Geographical Society KNAG*. 111(3): 347–359. <https://doi.org/10.1111/TEGS.12430>.

Molina M.D., Sundar S.S. (2018). Fake News: A Concept Explication and Taxonomy of Online News / Conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) Washington, DC. August 6-9.

Möller J., van de Velde R. N., Merten L., Puschmann C. (2019). Explaining Online News Engagement Based on Browsing Behavior: Creatures of Habit? *Social Science Computer Review*. 38(5): 616-632. <https://doi.org/10.1177/0894439319828012>.

Mondiale de la Sant'e, O., World Health Organization (2020). Infodemic management: A key component of the COVID-19 global response. *The Weekly Epidemiological Record*. 95:145–160.

Montagni I., Ouazzani-Touhami K., Mebarki A., Texier N., Schüeck S., Tzourio C. (2021). Acceptance of a Covid-19 vaccine is associated with ability to detect fake news and health literacy. *Journal of Public Health (Oxf)*. 10. 43(4): 695–702. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdab028>.

Morahan-Martin J.M. (2004). How internet users find, evaluate, and use online health information: A cross-cultural review. *CyberPsychology and Behavior*. 7(5): 497–510. <https://doi.org/10.1089/cpb.2004.7.497>.

Mouter N., de Ruijter A., Ardine de Wit G., Lambooij M.S., van Wijhe M., van Exel J., Kessels R. (2022). “Please, you go first!” preferences for a COVID-19 vaccine among adults in the Netherlands. *Social Science and Medicine*. 292: 114626. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114626>.

Muehlenhard C.L., Shippee S.K. (2010). Men’s and Women’s Reports of Pretending Orgasm. *Journal of Sex Research*. 47(6): 552–567. <https://doi.org/10.1080/00224490903171794>.

Muse K., McManus F., Leung C., Meghreblian B., Williams J. M. (2012). Cyber-chondriasis: fact or fiction? A preliminary examination of the relationship between health anxiety and searching for health information on the internet. *Journal of Anxiety Disorders*. 26(1): 189–196. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2011.11.005>.

Naeem M., Ozuem W. (2021). Customers’ social interactions and panic buying behavior: insights from social media practices. *Journal of Consumer Behavior*. <https://doi.org/10.1002/cb.1925>.

Naeem S.B., Bhatti R. (2020). The Covid-19’ infodemic’: A new front for information professionals. *Health Information & Libraries Journal*. 37(3): 233–239. <https://doi.org/10.1111/hir.12311>.

Nelson-Field K. (2020). *The Attention Economy and How Media Works Simple Truths for Marketers*. NY: Palgrave Macmillan, Kindle Edition, 152.

Neto R.P., Nascimento B.C.G., Silva G.C.d.A., Barbosa J.A.B.A., Junior J.B., Teixeira T.A., Srougi M., Nahas W.C., Hallak J., Cury J. (2021). Impact of COVID-19 Pandemic on the Sexual Function of Health Professionals From an Epicenter in Brazil. *Sexual Medicine*. 9(5). 100408. <https://doi.org/10.1016/j.esxm.2021.100408>.

Norem J.K., Chang E.C. (2002). The positive psychology of negative thinking. *Journal of clinical psychology*. 58(9): 993–1001. <https://doi.org/10.1002/jclp.10094>.

Norr A., Albanese B., Oglesby M., Allan N., Schmidt N. (2015). Anxiety sensitivity and intolerance of uncertainty as potential risk factors for cyberchondria. *Journal of Affective Disorders*. 174: 64–69. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2014.11.023>.

Norr A., Capron D., Schmidt N. B. (2014). Medical information seeking: impact on risk for anxiety psychopathology. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*. 45: 402–407. <https://doi.org/10.1016/j.jbtep.2014.04.003>.

Nyhan B., Reifler J. (2006). When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions. *Political Behavior*. 32(2): 303–330. <https://doi.org/10.1007/s11109-010-9112-2>.

Okan O., Bollweg T.M., Berens E.M., Hurrelmann K., Bauer U., Schaeffer D. (2020). Coronavirus-related health literacy: A cross-sectional study in adults during the COVID-19 infodemic in Germany. *International Journal of Environmental Research and public health*. 17(15): 5503. <https://doi.org/10.3390/ijerph17155503>.

Oleksy T., Wnuk A., Gambin M., Lys A. (2021). Dynamic relationships between different types of conspiracy theories about COVID-19 and protective behavior: A four-wave panel study in Poland. *Social Science & Medicine*. 280: 114028.

Oppong S. (2014). Psychology, Economic Policy Design, and Implementation: Contributing to the Understanding of Economic Policy Failures in Africa. *Journal of Social and Political Psychology*. 2(1): 183–196. <https://doi.org/10.5964/jsp.p.v2i1.306>.

Ortiz-Sánchez E., Velando-Soriano A., Pradas-Hernández L., Vargas-Román K., Gómez-Urquiza J. L., La Fuente G.A.C.-D., Albendín-García L. (2020). Analysis of the Anti-Vaccine Movement in Social Networks: A Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 17(15): 5394. <https://doi.org/10.3390/ijerph17155394>.

Pan P.J.D., Chang S.H. (2008). A support group for home-quarantined college students exposed to SARS: learning from practice. *Journal for Specialists in Group Work*.

Pariser E. (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. NY: Penguin Press. 304 p.

Pascoal P.M., Byers E.S., Alvarez M.-J., Santos-Iglesias P., Nobre P.J., Pereira C.R., Laan E. (2017). A Dyadic Approach to Understanding the Link Between Sexual Functioning and Sexual Satisfaction in Heterosexual Couples. *The Journal of Sex Research*. <https://doi.org/10.1080/00224499.2017.1373267>.

Pellecchia U., Crestani R., Decroo T. (2015). Social consequences of Ebola containment measures in Liberia. *PLoS One*.

Peng X-Q, Chen Y., Zhang Y-C, Liu F, He H-Y, Luo T, Dai P-P, Xie W-Z, Luo A-J (2021). The Status and Influencing Factors of Cyberchondria During the COVID-19 Epidemic. A Cross-Sectional Study in Nanyang City of China. *Frontiers in Psychology*. 12: 712703. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.712703>.

Peralta-Amaro A.L., Pecero-García E.I., Valadez-Calderón J.G., Ramírez-Ventura J.C., Coria-Moctezuma L.A., Hernández-Utrera J.E. (2023). Low testosterone levels as an independent risk factor for mortality in male patients with COVID-19: Report of a Single-Center Cohort Study in Mexico. *Revista Internacional de Andrología*. 21(1): 100329. <https://doi.org/10.1016/j.androl.2021.11.001>.

Pian W., Chi J., Ma F. (2021). The causes, impacts and countermeasures of COVID-19 “Infodemic”: A systematic review using narrative synthesis. *Information Processing and Management*. 58. 102713.

Pickles K., Cvejic E., Nickel B., Copp T., Bonner C., Leask J., McCaffery K. J. (2020). COVID-19 misinformation in Australia: Key groups and trends over time in a national longitudinal survey. *Journal of Medical Internet Research*. 23(1). e23805. <https://doi.org/10.1016/j.jmir.2020.11.001>.

Plutchik R. (1980). *Emotion, a psychoevolutionary synthesis*. N.Y. : Harper & Row. 440 p.

Pocheptsov G. (2020). Человек и коронавирус: даже сны изменились. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.19279.84646>.

Poelman M.P., Gillebaart M., Schlinkert C., Dijkstra S.C., Derksen E., Mensink F., Hermans R.C.J., Aardening P., de Ridder D., de Vet E. (2021). Eating behavior and food purchases during the COVID-19 lockdown: A cross-sectional study among adults in the Netherlands. *Appetite*. 157: 105002. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.105002>.

Potgieter J.C., Heyns P.M., Lens W. (2011). The time perspective of the Alzheimer caregiver. *Dementia*. 11(4): 453–471. <https://doi.org/10.1177/147130121142106>.

Pothast M., Gollub T., Hagen M., Stein B. (2018). The Clickbait Challenge 2017: Towards a Regression Model for Clickbait Strength. *ArXiv, abs/1812.10847*.

Pothast M., Kiesel J., Reinartz K., Bevendorff J., Stein B. (2017). A stylometric inquiry into hyperpartisan and fake news. Retrieved from: <https://arxiv.org/abs/1702.05638>.

Price M., Legrand A.C., Brier Z.M.F., van Stolk-Cooke K., Peck K., Dodds P.S., Danforth C.M., Adams Z.W. (2022). Doomscrolling During COVID-19: The Negative Association Between Daily Social and Traditional Media Consumption and Mental Health Symptoms During the COVID-19 Pandemic. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1037/tra0001202>.

Przybylski A. K., Murayama K., DeHaan C. R., Gladwell V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*. 29(4). 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.

Pulido C.M., Villarejo-Carballido B., Redondo-Sama G., Gómez A. (2020). COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information. *International Sociology*. <https://doi.org/10.1177/0268580920914755>.

Pultz S., Hviid P. (2016). Imagining a better future: Young unemployed people and the polyphonic choir. *Culture & Psychology*. 24(1): 3–25. <https://doi.org/10.1177/1354067X16660853>.

Qiu J., Shen B., Zhao M., Wang Z., Xie B., Xu Y. (2020). A nationwide survey of psychological distress among Chinese people in the COVID-19 epidemic: implications and policy recommendations. *General Psychiatry*. 33. e100213. <https://doi.org/10.1136/gpsych-2020-100213>.

Quattrociocchi W. (2017). Western democracy in crisis? *Global Risk Report World Economic Forum*, Part 2: social and political challenges: 2.1.

Raaij W., Eilander G. (1983). Consumer economizing tactics for ten product categories // ACR North American Advances.

Reiter P. L., Pennell M. L., Katz M. L. (2020). Acceptability of a COVID-19 vaccine among adults in the United States: How many people would get vaccinated? *Vaccine*. 38(42): 6500–6507. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2020.08.043>.

Remus S. (2018). On Twitter, false news travels faster than true stories. *EurekAlert*. 8 Mar. – Режим доступа: https://www.eurekalert.org/pub_releases/2018-03/miot-otf030718.php.

Renshaw T.L. (2020). Teacher subjective wellbeing questionnaire (TSWQ): Measure and user guide. Open Science Framework <https://osf.io/6548v>.

Rhodes A., Hoq M., Measey M. A., Danchin M. (2020). Intention to vaccinate against COVID-19 in Australia. *Lancet Infectious Diseases*. [https://doi.org/10.1016/S1473-3099\(20\)30724-6](https://doi.org/10.1016/S1473-3099(20)30724-6) [Epub ahead of print].

Richardson C., Patton M., Phillips S., Paslakis G. (2020). The impact of the COVID-19 pandemic on help-seeking behaviors in individuals suffering from eating disorders and their caregivers. *General Hospital Psychiatry*. 67: 136–140. <https://doi.org/10.1016/j.genhosppsych.2020.10.006>.

Riesman D., Denney R., Glazer N. (1950). *The lonely crowd: A study of the changing American Character*. Yale University press.

Rivas T., Bernabe R., Jimenez M., Berrocal C. (2010). The eating attitudes test (EAT- 26): Reliability and validity in Spanish female samples. *Spanish Journal of Psychology*. 13: 1044–1056. <https://doi.org/10.1017/S113874160000268>.

Roberts C., Kippax S., Waldby C., Crawford J. (1995). Faking it: The Story of ‘Ohh!’ *Women’s Studies International Forum*. 18 (5/6). 523–532.

Robertson M., Duffy F., Newman E., Bravo C.P., Ates H.H., Sharpe H. (2021). Exploring changes in body image, eating and exercise during the COVID-19 lockdown: A UK survey. *Appetite*. 159: 105062.

Robinson E., Boyland E., Chisholm A. (2020). Obesity, eating behavior and physical activity during COVID-19 lockdown: A study of UK adults. *Appetite*. 156. 104853. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104853>.

Roozenbeek J., Schneider C. R., Dryhurst S., Kerr J., Freeman A. L., Recchia G., Van Der Linden S. (2020). Susceptibility to misinformation about COVID-19 around the world. *Royal Society Open Science*. 7(10). Article 201199.

Rozado D., Hughes R., Halberstadt J. (2022) Longitudinal analysis of sentiment and emotion in news media headlines using automated labelling with Transformer language models. *PLoS ONE*. 17(10): e0276367. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0276367>.

Ruddock H. K., Christiansen P., Halford J. C., Hardman C. A. (2017). The development and validation of the addiction-like eating behavior scale. *International Journal of Obesity (Lond)*. 41(11): 1710-1717. <https://doi.org/10.1038/ijo.2017.158>.

Ryckman Th., Chin E. T., Prince L., Leidner D., Long E., Studdert D. M., Salomon J. A., Alarid-Escudero F., Andrews J. R., Goldhaber-Fiebert J. D. (2021). Outbreaks of COVID-19 variants in US prisons: a mathematical modelling analysis of vaccination and reopening policies *Lancet Public Health*. 6: 760–770. [https://doi.org/10.1016/S2468-2667\(21\)00162-6](https://doi.org/10.1016/S2468-2667(21)00162-6).

Safieddine F., Dordevic M., Pourghomi P. (2017). Spread of misinformation online: Simulation impact of social media newsgroups. *Computing Conference, London, 2017*. 899–906.

Sakalaki M., Richardson C., Bastounis M. (2005). Association Of Economic Internality With Saving Behavior And Motives, Financial Confidence, And Attitudes Toward State Intervention. *Journal of Applied Social Psychology*. 35(2): 430–443. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2005.tb02129.x>.

Salamanca N., Grip D.A., Fouarge D., Montizaan R.M. (2013). Locus of control and investment in risky assets. *GSBE Research Memorandum*. 52. URL: <https://cris.maastrichtuniversity.nl/ws/portalfiles/portal/1310159/guid-1be98ca1-8ba6-43a2-9c3b-2c9856855be2-ASSET1.0.pdf> (дата обращения: 04.06.2020).

Salecl R. (2004). *On Anxiety*. L.: Routledge. 184.

Salisbury C.M., Fisher W.A. (2014). “Did you come?” A qualitative exploration of gender differences in beliefs, experiences, and concerns regarding female orgasm occurrence during heterosexual sexual interactions?” *Journal of Sex Research*. 51(6): 616–636. <https://doi.org/10.1080/00224499.2013.838934>.

Salisbury L. (2022): On not being able to read: doomscrolling and anxiety in pandemic times, *Textual Practice*. <https://doi.org/10.1080/0950236X.2022.2056767>.

Sallam M., Dababseh D., Yaseen A., Al-Haidar A., Taim D., Eid H., Mahafzah A. (2020). COVID-19 misinformation: Mere harmless delusions or much more? A knowledge and attitude cross-sectional study among the general public residing in Jordan. *PLoS One*. 15(12). Article e0243264. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0243264>.

Satici S.A., Tekin E.G., Deniz M.E., Satici B. (2022). Doomscrolling Scale: its Association with Personality Traits, Psychological Distress, Social Media Use, and Wellbeing. *Applied Research in Quality of Life*. 19: 1–15. <https://doi.org/10.1007/s11482-022-10110-7>.

Scerri M., Grech V. (2020). COVID-19, its novel vaccination and fake news—what a brew. *Early Human Development*. <https://doi.org/10.1016/j.earlhumdev.2020.105256>.

Scharkow M., Mangold F., Stier S., Breuer J. (2020). How social network sites and other online intermediaries increase exposure to news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 117: 2761–2763. <https://doi.org/10.1073/pnas.1918279117>.

Scheier M.F., Matthews K.A., Owens J.F. (1989). Dispositional optimism and recovery from coronary artery bypass surgery: the beneficial effects

on physical and psychological well-being. *Journal of Personal and Social Psychology*. 57(6): 1024–1040. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.57.6.1024>.

Schüll N.D. (2014). *Addiction by Design: Machine Gambling in Las Vegas*. Princeton university press.

Schwarzinger M., Watson V., Arwidson P., Alla F., Luchini S. (2021). COVID-19 vaccine hesitancy in a representative working-age population in France: a survey experiment based on vaccine characteristics. *Lancet. Public Health*. 6: 210–221. [https://doi.org/10.1016/S2468-2667\(21\)00012-8](https://doi.org/10.1016/S2468-2667(21)00012-8).

Segovia F., Moore J.L., Linnville S.E., Hoyt R.E. (2015). Optimism predicts positive health in repatriated prisoners of war. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*. 7(3): 222–228. <https://doi.org/10.1037/a0037902>.

Seguin L.J., Milhausen R.R., Kukkonen T. (2015). The development and validation of the motives for feigning orgasms scale. *The Canadian Journal of Human Sexuality*. 24: 31–48. <https://doi.org/10.3138/cjhs.2613>.

Selvi I. Y., Turan S.G., Sayin A.A., Boysan M., Kandeger A. (2018). The Cyberchondria Severity Scale (CSS): Validity and Reliability Study of the Turkish Version. *Sleep and Hypnosis. A Journal of Clinical Neuroscience and Psychopathology*. 20(4): 241–246. <https://doi.org/10.5350/Sleep.Hypn.2018.20.0157>.

Seong H., Hyun H.J., Yun J.G., Noh J.Y., Cheong H.J., Kim W.J., Song J.Y. (2021). Comparison of the second and third waves of the COVID-19 pandemic in South Korea: Importance of early public health intervention. *International Journal of Infectious Diseases*. <https://doi.org/10.1016/j.ijid.2021.02.004>.

Sharma B., Lee S.S., Johnson B.K. (2022). The dark at the end of the tunnel: Doomscrolling on social media newsfeeds. *Technology, Mind, and Behavior*. 3(1: Spring 2022). <https://doi.org/10.1037/tmb00 00059>.

Sharma M., Yadav K. D., Yadav N., Ferdinand K. C. (2017). Zika virus pandemic—analysis of Facebook as a social media health information platform. *American Journal of Infection Control*. 45: 301–302. <https://doi.org/10.1016/j.ajic.2016.08.022>.

Shaw R., Kim Y., Hua J. (2020). Governance, technology and citizen behavior in pandemic: Lessons from COVID-19 in East Asia. *Progress in Disaster Science*. 6: 100090. <https://doi.org/10.1016/j.pdisas.2020.100090>.

Sheth J. (2020). Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? *Journal of Business Research*. 117: 280–283. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.059>.

Singh A., Singh Y. N. (2013). Nonlinear spread of rumor and inoculation strategies in the nodes with degree dependent tie strength in complex networks. *Acta Physica Polonica B*. 44(1): 5–28.

Sjostrom M., Ainsworth B., Bauman A., Bull F., Hamilton-Craig C., Sallis J. (2005). Guidelines for data processing analysis of the International Physical Activity Questionnaire (IPAQ)-Short and long forms.

Sokal L., Trudel L.E., Babb J. (2021). I've had it! Factors associated with burnout and low organizational commitment in Canadian teachers during the second wave of the COVID-19 pandemic. *International Journal of Educational Research Open*. 2(2-5): 100023. <https://doi.org/10.1016/j.ijedro.2020.100023>.

Song H., Jung J., Kim Y. (2017). Perceived News Overload and Its Cognitive and Attitudinal Consequences for News Usage in South Korea. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/1077699016679975>.

Song Y., Luximon Y., Luo J. (2020). A moderated mediation analysis of the effect of lettering case and color temperature on trustworthiness perceptions and investment decisions. *International Journal of Bank Marketing*. 38(4). 987–1005. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2019-0315>.

Sorokin M., Kasyanov E., Rukavishnikov G., Makarevich O., Neznanov N., Lutova N., Mazo G. (2020). Structure of anxiety associated with the COVID-19 pandemic in the Russian-speaking sample: results from on-line survey. <https://doi.org/10.1101/2020.04.28.20074302>.

Sripad M.N., Pantoji M., Gowda G. S., Ganjekar S., Reddi V. S. K., Math S. B. (2021). Suicide in the context of COVID-19 diagnosis in India: Insights and implications from online print media reports. *Psychiatry Research*. 298: 113799. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2021.113799>.

Šrol J., Mikušková E.B., Cavojeva V. (2020). When we are worried, what are we thinking? Anxiety, lack of control, and conspiracy beliefs amidst the COVID-19 pandemic. <https://doi.org/10.31234/osf.io/f9e6p>.

Stanford History Education Group (2016). Evaluation of information: The cornerstone of civic online reasoning [PDF document]. Retrieved from <https://sheg.stanford.edu/upload/V3LessonPlans/Executive%20Summary%2011.21.16.pdf>.

Starcevic Vl., Berle D. (2013). Cyberchondria: Towards a better understanding of excessive health-related Internet use. *Expert Review of Neurotherapeutics*. 13(2): 205–213. <https://doi.org/10.1586/ern.12.162>.

Sternisko A., Cichocka A., Cislak A., Van Bavel J. J. (2020, May 21). Collective narcissism predicts the belief and dissemination of conspiracy theories during the COVID-19 pandemic. <https://doi.org/10.31234/osf.io/4c6av>.

Strong P. (1990). Epidemic psychology: a model. *Sociology of Health and Illness*. 12: 249–259. <https://doi.org/10.1111/1467-9566.ep11347150>.

Sullivan D., Landau M.J., Rothschild Z.K. (2010). An existential function of enmity: evidence that people attribute influence to personal and political enemies to compensate for threats to control. *Journal of Personality and Social Psychology*. 98(3): 434–449. <https://doi.org/10.1037/a0017457>.

Sunstein C. R. (2001). *Echo chambers*. Princeton: Princeton University Press. 108 p.

Szuster E., Kostrzewska P., Pawlikowska A., Mandera A., Biernikiewicz M., Kalka D. (2021). Mental and Sexual Health of Polish Women of Reproductive Age During the COVID-19 Pandemic – An Online Survey. *Sexual Medicine*. 9(4): 100367. <https://doi.org/10.1016/j.esxm.2021>.

Szymkowiak A., Gaczek P., Jeganathan K., Kulawik P. (2020). The impact of emotions on shopping behavior during epidemic. What a business can do to protect customers. *Journal of Consumer Behaviour*. 20(1): 48–60. <https://doi.org/10.1002/cb.1853>.

Tagliabue F., Galassi L., Mariani P. (2020). The “pandemic” of disinformation in COVID-19. *SN comprehensive Clinical Medicine*. 2(9): 1287–1289. <https://doi.org/10.1007/s42399-020-00439-1>.

Takeshita T. (2005). Current critical problems in Agenda – setting research. *International Journal of Public Opinion Research*. 3(18): 275–296. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edh104>.

Taylor M. R., Agho K. E., Stevens G. J., Raphael B. (2008). Factors influencing psychological distress during a disease epidemic: data from Australia’s first outbreak of equine influenza. *BMC Public Health*. 3;8: 347. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-8-347>.

te Poel F., Baumgartner S.E., Hartmann T., Tanis M. (2016). The curious case of cyberchondria: A longitudinal study on the reciprocal relationship between health anxiety and online health information seeking. *Journal of Anxiety Disorders*. 43: 32–40. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2016.07.009>.

ten Kate J., de Koster W., van der Waal J. (2022). Becoming skeptical towards vaccines: How health views shape the trajectories following health-related

events. *Social Science & Medicine*. 293: 114668. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114668>.

Tennant R., Fishwick F., Platt S., Joseph S., Stewart-Brown S. (2006). *Monitoring Positive Mental Health in Scotland: Validating the Affectometer 2 Scale and Developing the Warwick-Edinburgh Mental Well-being Scale for the UK*. NHS Health Scotland: Glasgow.

Thorson K., Cotter K., Medeiros M., Pak C. (2021). Algorithmic inference, political interest, and exposure to news and politics on Facebook. *Information, Communication and Society*. 24(2): 183–200. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1642934>.

Tindle H., Belnap B. H., Houck P. R. (2012). Optimism, response to treatment of depression, and rehospitalization after coronary artery bypass graft surgery. *Psychosomatic Medicine*. 74(2): 200–207. <https://doi.org/10.1097/PSY.0b013e318244903f>.

Toldam N.E., Graugaard Ch., Meyer R., Thomsen L., Dreier S., Jannini E.A., Giraldi A. (2022). Sexual Health During COVID-19: A Scoping Review. *Sexual Medicine Review*. 10(4). 714–753. <https://doi.org/10.1016/j.sxmr.2022.06.005>.

Topp C. W., Ostergaard S. D., Sondergaard S., Bech P. (2015). The WHO-5 well-being index: A systematic review of the literature. *Psychotherapy and Psychosomatics*. 84(3). 167–176. <https://doi.org/10.1159/000376585>.

Torres S. J., Nowson C. A. (2007). Relationship between stress, eating behavior, and obesity. *Nutrition*. 23(11-12):887-94. <https://doi.org/10.1016/j.nut.2007.08.008>.

Triberti S., Durosini I., Pravettoni G. (2021). Social distancing is the right thing to do: Dark Triad behavioral correlates in the COVID-19 quarantine. *Personality and Individual Differences*. 170: 110453. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110453>.

Tripathy R. M., Bagchi A., Mehta S. (2010). A study of rumor control strategies on social networks, CIKM'10, Toronto. Ontario, Canada. 1817–1820 (October 26–30).

Troiano G., Nardi A. (2021) Vaccine hesitancy in the era of COVID-19. *Public Health*. 194: 245–251. <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2021.02.025>.

Tutgun-Ünal A., Deniz L. (2015). Development of the Social Media Addiction Scale. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*. 6(21): 51–70. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2015.4.004.x>.

Ullah K.S., Khan M.J., Tahir A., Ahmed H., Harapan (2021). Myths and conspiracy theories on vaccines and COVID-19: Potential effect on global vaccine refusals. *Vacunas*. 22. 3: 131–212 (Septiembre – Diciembre 2021).

Valev N.T. (2006). From currency board to Euro: Public attitudes toward unilateral Euroisation in Bulgaria. *Comparative Economic Studies*. 48: 480-496.

van Prooijen J. W. (2011). Suspicions of Injustice: The Sense-Making Function of Belief in Conspiracy Theories. In: Kals E., Maes J. (eds) *Justice and Conflicts*. Springer, Berlin, Heidelberg. 121–132. https://doi.org/10.1007/978-3-642-19035-3_7.

Vázquez-Martínez U.J., Morales-Mediano J., Leal-Rodríguez A.L. (2021). The impact of the COVID-19 crisis on consumer purchasing motivation and behavior. *European Research on Management and Business Economics*. 27(3): 100166. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100166>.

Vermeer S., Trilling D., Kruikemeier S., de Vreese C. (2020). Online News User Journeys: The Role of Social Media, News Websites, and Topics. *Digital Journalism*. 8(9): 1114–1141. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1767509>.

Vismara M., Varinelli A., Pellegrini L., Enara A., Fineberg N. A. (2022). New challenges in facing New challenges in facing Cyberchondria during the COVID-19 pandemic. *Current Opinion in Behavioral Sciences*. 13. 101156. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2022.101156>.

Vismara M., Vitella D., Biolcati R., Ambrosini F., Pirola V., Dell’Osso B., Truzoli R. (2021). The Impact of COVID-19 Pandemic on Searching for Health-Related Information and Cyberchondria on the General Population in Italy. *Frontiers in psychiatry*. 12; 12: 754870. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.754870>.

Voinea L., Filip A. (2011). Analyzing the main changes in new consumer buying behavior during economic crisis. *International Journal of Economic Practices and Theories*. 1(1): 14–19.

Vosoughi S., Roy D., Aral S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*. 359(6380): 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>.

Wang C., Pan R., Wan X., Tan Y., Xu L., Ho C.S., Ho R.C. (2020). Immediate psychological responses and associated factors during the initial stage of the 2019 Corona Virus Disease (COVID-19) epidemic among the general population in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 17 (5): 1729. <https://doi.org/10.3390/ijerph17051729>.

Wang K., Wong E.L.Y., Ho K. F., Cheung A. W. L., Chan E. Y. Y., Yeoh E. K., Wong S. Y. S. (2020). Intention of nurses to accept coronavirus disease 2019 vaccination and change of intention to accept seasonal influenza vaccination during the coronavirus disease 2019 pandemic: A cross-sectional survey. *Vaccine*. Oct 21. 38(45): 7049–7056. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2020.09.021>.

Wang X., Lee K.M. (2020). The paradox of technology innovativeness and risk perceptions – A profile of Asian smartphone users. *Telematics and Informatics*. 51, 101415. <https://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2020.101415>.

Wang Y., Xu B., Zhao G. (2011). Is quarantine related to immediate negative psychological consequences during the 2009 H1N1 epidemic? *General Hospital Psychiatry*. 33(1):75-77. <https://doi.org/10.1016/j.genhosppsych.2010.11.001>.

Wansink B., Cheney M.M., Chan N. (2003). Exploring comfort food preferences across age and gender. *Physiology & Behavior*. 79: 739–747.

Webster J.G. (2018). The Marketplace of Attention. In *The Marketplace of Attention*. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9892.003.0002>.

White R.W., Horvitz E. (2009). Cyberchondria: Studies of the escalation of medical concerns in web search. *ACM Transaction on Information System*. 27(4): 1–37. <https://doi.org/10.1145/1629096.1629101>.

Willett W., Rockström J., Loken B., Springmann M., Lang T., Vermeulen S., Garnett T., Tilman D., Declerck F., Crona B., Fox E., Bignet V., Troell M., Lindahl T., Singh S., Cornell S.E., Reddy K.S., Narain S., Nishtar S., Murray C.J.L. (2019). The Lancet Commissions Food in the Anthropocene: the EAT – Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. *Lancet Comm*. 6736. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)31788-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)31788-4).

Williams D. (2008). Psychological effects of the UK Recession, 1990-94 (Discussion Papers on Psychology and Society). Working. United Kingdom: Eos Career Services. URL: <http://www.eoslifework.co.uk/pdfs/uk90srecess.pdf> (дата обращения: 04.06.2020).

Williams Kirkpatrick A. (2020). The spread of fake science: Lexical concreteness, proximity, misinformation sharing, and the moderating role of subjective knowledge. *Public Understanding of Science*. 30(1). 55–74. <https://doi.org/10.1177/0963662520966165>.

Woodstock L. (2014). The News-Democracy Narrative and the Unexpected Benefits of Limited News Consumption: The Case of News Resisters. *Journalism*. 15(7). 834–849. <https://doi.org/10.1177/1464884913504260>.

Yeung D. Y. L., Fung H. H. (2007). Age differences in coping and emotional responses toward SARS: a longitudinal study of Hong Kong Chinese. *Aging and Mental Health*. 11 (5). 579–587. <https://doi.org/10.1080/13607860601086355>.

Ytre-Arne B., Moe H. (2021). Doomscrolling, Monitoring and Avoiding: News Use in COVID-19 Pandemic Lockdown. *Journalism Studies*. 22(13): 1739–1755. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1952475>.

Yuan S., Chu H. (2022). Vaccine for yourself, your community, or your country? Examining audiences' response to distance framing of COVID-19 vaccine messages. *Patient Education and Counseling*. 105(2): 284–289. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2021.08.019>.

Zadeh Z., Bhutto Z., McNabney S.M., Kneusel J.A., Rowland D.L. (2021): Cross-Cultural Analysis of Sexual Response and Relationship Satisfaction in Women With and Without Orgasmic Difficulty During Partnered Sex. *International Journal of Sexual Health*. <https://doi.org/10.1080/19317611.2020.1864559>.

Zarocostas J. (2020). How to fight an infodemic. *Lancet*. 395, 676. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X).

Zheng H., Kim H. K., Sin S.-Ch. J., Theng Y.-L. (2021). A theoretical model of cyberchondria development: Antecedents and intermediate processes. *Telematics and Informatics*. 63. 101659. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101659>.

Zheng H., Sin S. C. J., Kim H. K., Theng Y. L. (2021). Cyberchondria: A systematic review. *Internet Research*. 31(2): 677–698. <https://doi.org/10.1108/intr-03-2020-0148>.

Zheng H., Tandoc E. C. (2020). Calling Dr. Internet: Analyzing news coverage of cyberchondria. *Journalism Practice*. 23: 1–17. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1824586>.

Zhou G., Yang W, Nan X. Liu P. (2016). The time course of attentional modulation on emotional conflict processing. *Cognition and Emotion*. 30 (4): 621–637. <https://doi.org/10.1080/02699931.2015.1020051>.

Zollo F., Bessi A., Vicario M. Del, Scala A., Caldarelli G., Shekhtman L., Havlin Sh., Quattrociocchi W. (2017). Debunking in a world of tribes. *PloS one*. 12 (7). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0181821>.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

БЛАНК ДЛЯ ВСЕРОССИЙСКОГО ОПРОСА «ИНФОДЕМИЯ»

Уважаемый друг! Санкт-Петербургский государственный университет проводит **АНОНИМНЫЙ** опрос о ситуации, связанной с эпидемией, вызванной новой коронавирусной инфекцией. Ответы на опрос займут не более 20 минут и будут использованы только в обобщенном виде!

S1. ВАШ ПОЛ: 1 мужской 2 женский

S2. Сколько полных лет Вам исполнилось? _____ лет

S3. Укажите Ваш город _____

Опросник оценки зависимости от социальных сетей

ИНСТРУКЦИЯ. Перед вами 10 утверждений. Прочитайте их внимательно и выберите в каждой строке наиболее подходящий для вас ответ по шкале от 1 до 5, где 1 – совсем не про меня, а 5 – очень верно про меня.

Утверждение	Совершенно не про меня	Лишь отчасти верно про меня	Немного верно про меня	Верно про меня	Очень верно про меня
1. Я проверяю свои социальные сети [например, ВКонтакте, Одноклассники, Facebook*], даже если у меня есть чем заняться.	1	2	3	4	5
2. Я проверяю свои учетные записи в социальных сетях, когда это возможно.	1	2	3	4	5
3. Я делюсь тем, что я сделал, что происходит с жизнью и мгновенными событиями в социальных сетях.	1	2	3	4	5
4. Я слежу за действиями, мгновенными событиями, популярными видео и трендами в социальных сетях	1	2	3	4	5

* Запрещена на территории РФ.

Утверждение	Совершенно про меня	Лишь отчасти верно про меня	Немного верно про меня	Верно про меня	Очень верно про меня
5. Я проверяю аккаунты людей, которых я знаю в социальных сетях.	1	2	3	4	5
6. Я проверяю аккаунты людей, которых я не знаю в социальных сетях.	1	2	3	4	5
7. Я предпочитаю общаться с друзьями через социальные сети, чем непосредственно.	1	2	3	4	5
8. Мне важно, читают ли мои друзья мои посты или нет.	1	2	3	4	5
9. Я слежу за ежедневными событиями и текущими делами, используя социальные сети.	1	2	3	4	5
10. Я предпочитаю использовать социальные сети, а не смотреть телевизор.	1	2	3	4	5

Q2. Каково в целом Ваше собственное отношение к требованиям самоизоляции? (Выберите только один вариант ответа.)

1. Положительное;
2. Скорее положительное;
3. Скорее отрицательное;
4. Отрицательное;
5. Затрудняюсь ответить.

Q3. О чем Вы больше всего беспокоитесь в последнее время в связи с ситуацией самоизоляции? (Выберите не более 2-х вариантов ответа.)

1. Работа / собственный бизнес;
2. Семья и дети;
3. Возрастные родители;
4. Собственное здоровье;
5. Ситуация в стране;
6. Другое (впишите, что именно) _____

Q4. Насколько Вы доверяете людям из перечисленных ниже групп?

Группа людей	Совсем не доверяю	Скорее не доверяю	3/0	Скорее доверяю	Полностью доверяю
Ваша семья	1	2	3	4	5
Ваши соседи	1	2	3	4	5
Люди, которых Вы лично знаете	1	2	3	4	5
Люди, которых Вы встретили впервые	1	2	3	4	5
Люди другого вероисповедания	1	2	3	4	5
Люди другой национальности	1	2	3	4	5
Правительство нашей страны	1	2	3	4	5
Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ)	1	2	3	4	5
Российские медработники	1	2	3	4	5
Средства массовой информации	1	2	3	4	5

Q5. Оцените, пожалуйста, степень Вашего согласия с утверждениями. (Выберете один вариант в каждой строке.)

Утверждение	Совсем не согласен	Скорее не согласен	3/0	Скорее согласен	Полностью согласен
1. Вирусы, подобные COVID-19, создаются искусственно с какой-то целью	1	2	3	4	5
2. Вспышка эпидемии – это, как правило, результат чьей-то ошибки	1	2	3	4	5
3. Эпидемии – это кара Господня	1	2	3	4	5
4. С помощью эпидемий богатые регулируют численность бедных	1	2	3	4	5
5. Возникновение новых возбудителей болезней – чистая случайность	1	2	3	4	5
6. Возникновение новых инфекционных заболеваний – это естественный процесс мутации, происходящий в природе без участия людей	1	2	3	4	5
7. Эпидемии – это оружие, используемое одними людьми против других	1	2	3	4	5
8. Только железная дисциплина может спасти общество от серьезной эпидемии	1	2	3	4	5

Утверждение	Совсем не согласен	Скорее не согласен	3/о	Скорее согласен	Полностью согласен
9. Причиной эпидемий является низкая образованность и несоблюдение правил гигиены	1	2	3	4	5
10. Во время эпидемии информация о количестве зараженных будет намеренно искажаться, чтобы не сеять панику	1	2	3	4	5
11. В случае эпидемии большинство людей не станут сообщать о том, что они заболели, чтобы не оказаться на карантине	1	2	3	4	5
12. Большинство россиян не станут верить официальной информации о числе заболевших и умерших во время эпидемии	1	2	3	4	5
13. За нарушение карантина нужно наказывать тюремными сроками	1	2	3	4	5
14. Единственное спасение от эпидемии – в моральной сознательности и ответственности каждого	1	2	3	4	5
15. Нужно раскрывать информацию об истории передвижений и контактах заболевших, даже если это нарушает их право на неприкосновенность частной жизни	1	2	3	4	5
16. Чтобы не допустить паники, нужно пресекать распространение новостей, отличающихся от официальной информации и рекомендаций ВОЗ	1	2	3	4	5
17. Вполне вероятно, что в ближайшие 50 лет возникнет эпидемия, от которой умрут все люди	1	2	3	4	5
18. В ближайшие 20 лет эпидемии, подобные COVID-19, будут повторяться	1	2	3	4	5
19. Опасность эпидемий, подобных COVID-19, явно преувеличена	1	2	3	4	5
20. Шумиха в СМИ по поводу COVID-19 используется для отвлечения внимания общества от более важных проблем	1	2	3	4	5

Утверждение	Совсем не согласен	Скорее не согласен	3/0	Скорее согласен	Полностью согласен
21. Эпидемии представляют опасность только для людей с ослабленным здоровьем	1	2	3	4	5
22. Меня очень тревожат новости об эпидемиологических угрозах	1	2	3	4	5
23. Я опасюсь новых и более опасных эпидемий	1	2	3	4	5
24. Уровень развития медицины в России достаточен, чтобы спасти большинство заболевших от эпидемии	1	2	3	4	5
25. Руководство нашей страны предпринимает достаточные усилия для сдерживания пандемии	1	2	3	4	5
26. В случае глобальной эпидемии врачи смогут создать необходимое лекарство	1	2	3	4	5
27. Прививки часто вызывают побочные эффекты	1	2	3	4	5
28. Прививки от гриппа могут нанести больше вреда, чем пользы	1	2	3	4	5
29. Бессмысленно надевать маску или отсиживаться дома – если суждено заболеть, то этого не избежать	1	2	3	4	5
30. Если я заболею в ходе эпидемии, то смогу надеяться только на себя и своих близких	1	2	3	4	5
31. Я готов жертвовать деньги на помощь пожилым людям, заболевшим во время эпидемии	1	2	3	4	5
32. Я боюсь пользоваться общественным транспортом, так как там легко заразиться	1	2	3	4	5
33. Я опасюсь приходить на прием в поликлинику, чтобы не заразиться	1	2	3	4	5
34. Фармацевтические компании специально задерживают выпуск некоторых лекарств, чтобы в дальнейшем они стоили дороже	1	2	3	4	5

Q6. Ниже приведен перечень проблем и жалоб, иногда возникающих у людей. Пожалуйста, прочитайте внимательно каждый пункт и выберите тот вариант ответа, который наиболее точно описывает степень вашего дискомфорта или встревоженности в связи с эпидемией коронавируса в течение последних месяцев, включая сегодняшний день. (Выберите только один из номеров в каждой строке, не пропуская ни одного пункта.)

№	Насколько сильно вас тревожили	Совсем нет	Немного	Умеренно	Сильно	Очень сильно
1	Головные боли	1	2	3	4	5
2	Нервозность или внутренняя дрожь	1	2	3	4	5
3	Повторяющиеся неприятные неотвязные мысли	1	2	3	4	5
4	Слабость или головокружение	1	2	3	4	5
5	Потеря сексуального влечения или удовольствия	1	2	3	4	5
6	Чувство недовольства другими	1	2	3	4	5
7	Ощущение, что кто-то другой может управлять вашими мыслями	1	2	3	4	5
8	Ощущение, что почти во всех ваших неприятностях виноваты другие	1	2	3	4	5
9	Проблемы с памятью	1	2	3	4	5
10	Ваша небрежность или неряшливость	1	2	3	4	5
11	Легко возникающая досада или раздражение	1	2	3	4	5
12	Боли в сердце или грудной клетке	1	2	3	4	5
13	Чувство страха в открытых местах или на улице	1	2	3	4	5
14	Упадок сил или заторможенность	1	2	3	4	5
15	Мысли о том, чтобы покончить с собой	1	2	3	4	5
16	То, что вы слышите голоса, которых не слышат другие	1	2	3	4	5
17	Дрожь	1	2	3	4	5
18	Чувство, что большинству людей нельзя доверять	1	2	3	4	5
19	Плохой аппетит	1	2	3	4	5
20	Слезливость	1	2	3	4	5

№	Насколько сильно вас тревожили	Совсем нет	Немного	Умеренно	Сильно	Очень сильно
21	Застенчивость или скованность в общении с лицами другого пола	1	2	3	4	5
22	Ощущение, что вы в западне или пойманы	1	2	3	4	5
23	Неожиданный и беспричинный страх	1	2	3	4	5
24	Вспышки гнева, которые вы не смогли сдержать	1	2	3	4	5
25	Боязнь выйти из дома одному	1	2	3	4	5
26	Чувство, что вы сами во многом виноваты	1	2	3	4	5
27	Боли в пояснице	1	2	3	4	5
28	Ощущение, что кто-то вам мешает сделать что-либо	1	2	3	4	5
29	Чувство одиночества	1	2	3	4	5
30	Подавленное настроение, «хандра»	1	2	3	4	5
31	Чрезмерное беспокойство по разным поводам	1	2	3	4	5
32	Отсутствие интереса к чему бы то ни было	1	2	3	4	5
33	Чувство страха	1	2	3	4	5
34	То, что ваши чувства легко задеть	1	2	3	4	5
35	Ощущение, что другие проникают в ваши мысли	1	2	3	4	5
36	Ощущение, что другие не понимают вас или не сочувствуют вам	1	2	3	4	5
37	Ощущение, что люди не дружелюбны или вы им не нравитесь	1	2	3	4	5
38	Необходимость делать все очень медленно, чтобы не допустить ошибки	1	2	3	4	5
39	Сильное или учащенное сердцебиение	1	2	3	4	5
40	Тошнота или расстройство желудка	1	2	3	4	5
41	Ощущение, что вы хуже других	1	2	3	4	5
42	Боли в мышцах	1	2	3	4	5
43	Ощущение, что другие наблюдают за вами или говорят о вас	1	2	3	4	5
44	То, что вам трудно заснуть	1	2	3	4	5

№	Насколько сильно вас тревожили	Совсем нет	Немного	Умеренно	Сильно	Очень сильно
45	Потребность проверять и перепроверять то, что вы делаете	1	2	3	4	5
46	Трудности в принятии решения	1	2	3	4	5
47	Боязнь ездить в метро, автобусах или поездах	1	2	3	4	5
48	Затрудненное дыхание	1	2	3	4	5
49	Приступы жара или озноба	1	2	3	4	5
50	Необходимость избегать некоторых мест или действий, так как они вас пугают	1	2	3	4	5
51	То, что вы легко теряете мысли	1	2	3	4	5
52	Онемение или покалывание в различных частях тела	1	2	3	4	5
53	Комок в горле	1	2	3	4	5
54	Ощущение, что будущее безнадежно	1	2	3	4	5
55	То, что вам трудно сосредоточиться	1	2	3	4	5
56	Ощущение слабости в различных частях тела	1	2	3	4	5
57	Ощущение напряженности или взвинченности	1	2	3	4	5
58	Тяжесть в конечностях	1	2	3	4	5
59	Мысли о смерти	1	2	3	4	5
60	Переедание	1	2	3	4	5
61	Ощущение неловкости, когда люди наблюдают за вами или говорят о вас	1	2	3	4	5
62	То, что у вас в голове чужие мысли	1	2	3	4	5
63	Импульсы причинять телесные повреждения или вред кому –либо	1	2	3	4	5
64	Бессонница по утрам	1	2	3	4	5
65	Потребность повторять действия: прикасаться, мыться, пересчитывать и т. д.	1	2	3	4	5
66	Беспокойный и тревожный сон	1	2	3	4	5
67	Импульсы ломать или крушить что-нибудь	1	2	3	4	5
68	Наличие у вас идей или верований, которых не разделяют другие	1	2	3	4	5

№	Насколько сильно вас тревожили	Совсем нет	Немного	Умеренно	Сильно	Очень сильно
69	Чрезмерная застенчивость при общении с другими	1	2	3	4	5
70	Чувство неловкости в людных местах (магазинах, кинотеатрах)	1	2	3	4	5
71	Чувство, что все, что бы вы ни делали, требует больших усилий	1	2	3	4	5
72	Приступы ужаса или паники	1	2	3	4	5
73	Чувство неловкости, когда вы едите или пьете на людях	1	2	3	4	5
74	То, что вы часто вступаете в спор	1	2	3	4	5
75	Нервозность, когда вы оставались одни	1	2	3	4	5
76	То, что другие недооценивают ваши достижения	1	2	3	4	5
77	Чувство одиночества, даже когда вы с другими людьми	1	2	3	4	5
78	Такое сильное беспокойство, что вы не могли усидеть на месте	1	2	3	4	5
79	Ощущение собственной никчемности	1	2	3	4	5
80	Ощущение, что с вами произойдет что-то плохое	1	2	3	4	5
81	То, что вы кричите и швыряетесь вещами	1	2	3	4	5
82	Боязнь, что вы упадете в обморок на людях	1	2	3	4	5
83	Ощущение, что люди злоупотребят вашим доверием, если вы им позволите	1	2	3	4	5
84	Нервировавшие вас сексуальные мысли	1	2	3	4	5
85	Мысли, что вы должны быть наказаны за ваши грехи	1	2	3	4	5
86	Кошмарные мысли или видения	1	2	3	4	5
87	Мысли о том, что с вашим телом что-то не в порядке	1	2	3	4	5
88	То, что вы не чувствуете близости ни к кому	1	2	3	4	5
89	Чувство вины	1	2	3	4	5
90	Мысли о том, что с вашим рассудком творится что-то неладное	1	2	3	4	5

Q7. Оцените каждое утверждение в данном опроснике, используя следующую шкалу: 1 – совершенно неверно, 5 – совершенно верно.

Не думайте долго над отдельными утверждениями. Правильных и неправильных ответов не существует (кроме ответов на «глупые» вопросы). Старайтесь отвечать на все вопросы быстро и честно.

№	Утверждение	Совершенно неверно	Скорее неверно	Затрудняюсь ответить	Скорее верно	Совершенно верно
1	Я считаю, что почти все люди в глубине души добрые	1	2	3	4	5
2	Иногда мне кажется, что если я хочу чего-то очень сильно, то именно это мешает произойти желаемому	1	2	3	4	5
3	Когда мне надо выполнить много дел к определенному сроку, я трачу кучу времени, думая об этом, вместо того, чтобы начать их делать	1	2	3	4	5
4	Я верю, что некоторые люди умеют читать мысли других	1	2	3	4	5
5	Когда со мной происходит что-то хорошее, я думаю о том, что теперь случится что-то плохое	1	2	3	4	5
6	Я полагаю, что есть люди, умеющие внушать свои мысли другим	1	2	3	4	5
7	Я предпочитаю делить людей на тех, кто за меня и на тех, кто против	1	2	3	4	5
8	Выполняя малоприятные рутинные задания, я добиваюсь большего, думая о приятном и интересном	1	2	3	4	5
9	Я думаю, что если люди обращаются с вами плохо, вы должны платить им тем же	1	2	3	4	5
10	Когда со мной происходит что-то хорошее, я обычно думаю, что мне просто повезло	1	2	3	4	5

№	Утверждение	Совершенно неверно	Скорее неверно	Затрудняюсь ответить	Скорее верно	Совершенно верно
11	Если меня что-то сильно испугало, мысли об этом еще долго возвращаются ко мне	1	2	3	4	5
12	Я не беспокоюсь по пустякам	1	2	3	4	5
13	Астрология никогда ничего не сможет объяснить	1	2	3	4	5
14	Я не боюсь испытаний и превратностей судьбы, а рассматриваю их как возможность проверить себя и чему-то научиться	1	2	3	4	5
15	Я считаю, что все должны любить своих родителей	1	2	3	4	5
16	Я сильно переживаю неудачу	1	2	3	4	5
17	То, что обо мне думают окружающие, меня сильно беспокоит	1	2	3	4	5
18	Я верю, что можно навредить здоровью другого человека, представляя себе разные ужасы, происходящие с ним	1	2	3	4	5
19	Я провожу намного больше времени, перебирая свои неудачи, чем, вспоминая о своих успехах	1	2	3	4	5
20	Иногда меня раздражают люди, высказывающие неразумные суждения	1	2	3	4	5
21	Я считаю, что почти всегда лучше принять твердое решение, чем пойти на компромисс	1	2	3	4	5
22	Если кто-то из моих знакомых был бы принят на ответственную работу, я бы думал, что он всегда может рассчитывать на хорошее место	1	2	3	4	5
23	Я очень чувствителен к отказам	1	2	3	4	5

№	Утверждение	Совершенно неверно	Скорее неверно	Затрудняюсь ответить	Скорее верно	Совершенно верно
24	Я научился не желать ничего слишком сильно, так как то, чего я желаю, обычно не происходит	1	2	3	4	5
25	Обычно птицы бегают быстрее, чем летают	1	2	3	4	5
26	Я верю в то, что луна и звезды могут влиять на мысли людей	1	2	3	4	5
27	Когда мне нужно выполнить гору работы, я говорю себе, что никогда не сделаю ее и хочу сдать	1	2	3	4	5
28	Когда со мной приключается что-то неприятное, я чувствую, что одной неприятностью дело явно не ограничится	1	2	3	4	5
29	Даже малейшие признаки неодобрения со стороны окружающих расстраивают меня	1	2	3	4	5
30	Я так и не научился читать	1	2	3	4	5
31	Стараться изо всех сил и потерпеть неудачу для меня настолько невыносимо, что я редко выкладываюсь целиком	1	2	3	4	5
32	Я считаю, что большинство людей интересуются только собой	1	2	3	4	5
33	Меня очень беспокоит что обо мне думают другие	1	2	3	4	5
34	Когда я понимаю, что совершил ошибку, я тут же делаю все возможное чтобы исправить ее	1	2	3	4	5
35	Если я не справляюсь с важным тестом, я чувствую полную безысходность и думаю, что в жизни мне уже ничего не светит	1	2	3	4	5

№	Утверждение	Совершенно неверно	Скорее неверно	Затрудняюсь ответить	Скорее верно	Совершенно верно
36	Я уверен, что если чего-то очень сильно желать, оно произойдет	1	2	3	4	5
37	Когда передо мной стоит сложная задача, я стараюсь сам себя приободрить, чтобы справиться с ней	1	2	3	4	5
38	Я уверен, что люди, носящие очки, обычно видят лучше без них	1	2	3	4	5
39	Я полагаю, что некоторые люди, думая обо мне, могут заставить меня думать о них	1	2	3	4	5
40	Мне часто приходят в голову мысли о прошлых неудачах	1	2	3	4	5
41	На любой вопрос всегда есть только два возможных ответа: верный и неверный	1	2	3	4	5
42	Я уверен, что во всем надо стараться увидеть положительную сторону	1	2	3	4	5
43	Если мой знакомый или знакомая справляются с важным тестом, я думаю, что он или она во всем успешны и добьются многого в жизни	1	2	3	4	5
44	Я не беспокоюсь о том, что я не в силах изменить	1	2	3	4	5
45	Если мне предстоит сделать что-то неприятное, я думаю о положительной стороне этого дела и стараюсь справиться наилучшим образом	1	2	3	4	5
46	Если я справляюсь с важным тестом, я думаю, что я вообще молодец и добьюсь в жизни многого	1	2	3	4	5
47	Я верю в приведения	1	2	3	4	5
48	Я очень переживаю, когда не достигаю поставленных целей	1	2	3	4	5

№	Утверждение	Совершенно неверно	Скорее неверно	Затрудняюсь ответить	Скорее верно	Совершенно верно
49	В этой жизни есть два типа людей: победители и неудачники	1	2	3	4	5
50	Если бы я был принят на ответственную работу, я был бы очень рад и думал бы, что всегда могу рассчитывать на хорошее место	1	2	3	4	5
51	Я очень переживаю, если не могу выполнить свою работу идеально	1	2	3	4	5
52	После экзамена мне всегда кажется, что я ответил хуже, чем было на самом деле	1	2	3	4	5
53	Когда со мной происходит что-то хорошее, мне кажется, что скоро произойдут и другие хорошие вещи	1	2	3	4	5
54	Я спокойно отношусь к своим ошибкам, так как это обязательная часть обучения	1	2	3	4	5
55	Когда со мной происходит что-то неприятное, я стараюсь больше не думать об этом	1	2	3	4	5
56	Если бы мне не удалось пройти собеседование на ответственную работу, я был бы очень расстроен и думал бы, что я никогда не могу рассчитывать на хорошее место	1	2	3	4	5
57	Если, делая все от меня зависящее, я все равно неважно справляюсь со своей работой, это меня несколько не тревожит	1	2	3	4	5
58	Обычно я принимаю все близко к сердцу	1	2	3	4	5
59	У меня есть по меньшей мере один амулет на счастье	1	2	3	4	5
60	Я никогда не видел никого с голубыми глазами	1	2	3	4	5

№	Утверждение	Совершенно неверно	Скорее неверно	Затрудняюсь ответить	Скорее верно	Совершенно верно
61	Я не думаю, что мне нужно справляться с работой идеально, чтобы считать себя стоящим человеком	1	2	3	4	5
62	Люди должны стараться выглядеть счастливыми независимо от того, что они чувствуют	1	2	3	4	5
63	Я избегаю испытаний, так как меня очень задевает, когда я не справляюсь	1	2	3	4	5
64	Единственный человек, кому я полностью доверяю, это я сам	1	2	3	4	5
65	Меня совсем не беспокоит, когда люди, знающие меньше меня, командуют и дают мне советы	1	2	3	4	5
66	Я очень чувствителен к насмешкам	1	2	3	4	5
67	Женщины носят штаны не так часто как мужчины	1	2	3	4	5
68	Я замечаю, что стоит мне рассказать кому-то о том, чего я хочу добиться, и мне уже никогда не удаётся сделать это	1	2	3	4	5
69	Если со мной происходит что-то хорошее, то потому, что я заслужил это	1	2	3	4	5
70	Чтобы сделать любое дело есть только один верный путь и много неверных	1	2	3	4	5
71	Я долго думаю над своими ошибками, даже когда я ничего уже не могу изменить	1	2	3	4	5
72	Я люблю успех, но не рассматриваю неудачу как трагедию	1	2	3	4	5

№	Утверждение	Совершенно неверно	Скорее неверно	Затрудняюсь ответить	Скорее верно	Совершенно верно
73	Когда я болен или просто устал, мне хочется лечь спать пораньше	1	2	3	4	5
74	Глупо полностью кому-то доверять, так как в этом случае ты обречен на боль	1	2	3	4	5
75	Когда мне предстоит сделать много важных дел, я пишу план и придерживаюсь его	1	2	3	4	5
76	Когда кто-то, кого я люблю, отвергает меня, я чувствую себя неполноценным, и мне кажется, что в этой жизни мне уже ничего не удастся	1	2	3	4	5
77	Если не есть, можно умереть	1	2	3	4	5
78	Вспоминая свою жизнь, я предпочитаю думать больше о хорошем, чем о плохом	1	2	3	4	5
79	Меня совершенно не беспокоит, когда люди оскорбляют меня без причины	1	2	3	4	5
80	Если мой знакомый любит кого-то и это чувство взаимно, я думаю, что он счастливчик и может добиться всего чего захочет	1	2	3	4	5
81	Я так расстраиваюсь, когда у меня что-то не получается, что начинаю делать это еще хуже	1	2	3	4	5
82	Я принимаю человека таким как есть, не пытаюсь судить его	1	2	3	4	5
83	Когда у меня неприятности, я не позволяю им терзать мою душу	1	2	3	4	5
84	Преступник всегда останется преступником	1	2	3	4	5

№	Утверждение	Совершенно неверно	Скорее неверно	Затрудняюсь ответить	Скорее верно	Совершенно верно
85	Я считаю, что есть люди, которые видят будущее	1	2	3	4	5
86	Я не суеверен	1	2	3	4	5
87	Я не очень расстраиваюсь из-за ошибок других, а стараюсь подходить к ним конструктивно	1	2	3	4	5
88	Когда мне предстоит серьезные испытания, я стараюсь представить себе наилучший результат и не застреваю на возможной неудаче	1	2	3	4	5
89	Я верю, что если творить добро, оно непременно вернется	1	2	3	4	5
90	Летающие тарелки действительно существуют	1	2	3	4	5
91	Делая любое дело, я всегда стараюсь изо всех сил	1	2	3	4	5
92	По опыту скажу: большинству людей нельзя верить	1	2	3	4	5
93	Столкнувшись с новой ситуацией, я все время думаю о ее наихудшем исходе	1	2	3	4	5
94	Сталкиваясь с новыми проблемами, я обычно тщательно продумываю как я буду их решать	1	2	3	4	5
95	Два плюс два равняется четырем	1	2	3	4	5
96	В основном все люди делятся на хороших и плохих	1	2	3	4	5
97	Когда со мной приключается неудача, это напоминает мне обо всем, что мне не удалось в моей жизни, и мне становится еще более горько	1	2	3	4	5

ТЕПЕРЬ НЕСКОЛЬКО ВОПРОСОВ О ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬЕ

D1. Какой наивысший уровень образования Вы получили? (Зачитать, один ответ.)

1. Среднее образование;
2. Неполное высшее образование;
3. Базовое высшее образование (бакалавр);
4. Полное высшее образование (специалист);
5. Полное высшее образование (магистр);
6. Аспирантура, ученая степень.

D2. Каково Ваше семейное положение? (Зачитать, один ответ.)

1. Официально женаты/замужем;
2. Живете в гражданском браке;
3. Разведены;
4. Состоите в браке, но живете один/одна;
5. Никогда не состояли в браке;
6. Вдовец/вдова.

D3. Насколько религиозным Вы себя считаете: очень религиозным; довольно религиозным; не очень религиозным или совсем не религиозным? (Зачитать, один ответ.)

1. Очень религиозным;
2. Довольно религиозным;
3. Не очень религиозным;
4. Совсем не религиозным.

D4. Сколько человек проживает вместе с вами, включая вас?

D5. Оцените, пожалуйста, уровень Вашего дохода

1. Очень высокий;
2. Высокий;
3. Средний;
4. Низкий;
5. Свожу концы с концами.

БЛАНК ДЛЯ ОНЛАЙН ОПРОСА ОТНОШЕНИЕ К ВАКЦИНАЦИИ

Уважаемый друг! Санкт-Петербургский государственный университет проводит **АНОНИМНЫЙ** опрос о ситуации, связанной с эпидемией, вызванной новой коронавирусной инфекцией. Ответы на опрос займут не более 5 минут и будут использованы только в обобщенном виде!

Q1. По сообщению Вице-премьера Правительства России Татьяны Голиковой, в стране на 14 января 2022 года было вакцинировано от COVID-19 76,7 млн россиян, что составляет 53 % от всего населения (если считать, что в России проживает 144,5 млн человек). Однако в СМИ много информации о случаях, когда у человека есть сертификат о вакцинации, но он прививку от COVID-19 не делал. **Как Вы полагаете, какой процент россиян действительно сделали прививку от COVID-19?** (Впишите любое число от 0 до 100%.)

Q2. Среди медицинских работников сторонников вакцинации больше. Однако есть и те, кто является противником того, чтобы делать прививку от COVID-19 (даже если никаких объективных оснований, в том числе болезней у человека, для этого нет). **Как Вы считаете, какие аргументы могут приводить в этом случае медицинские работники, выступающие против вакцинации от COVID-19?** (Дайте, пожалуйста, развернутый аргумент с обоснованными аргументами.)

Q3. **Кому больше доверяет население разного возраста о необходимости сделать прививку от COVID-19?** (Выберите только один вариант в каждой строке.)

Q3_1. Население молодого возраста (до 45 лет)	Представителям государственных медицинских организаций (1)	Представителям органов региональной власти (2)	Представителям органов федеральной власти (3)	Блогерам (лицам, имеющим много подписчиков в социальных сетях) (4)
Q3_2. Население старшего возраста (свыше 45 лет)	Представителям государственных медицинских организаций	Представителям органов региональной власти	Представителям органов федеральной власти	Блогерам (лицам, имеющим много подписчиков в социальных сетях)

Q4. Как Вы считаете, когда закончится эпидемия, вызванная COVID-19? (Выберите только один вариант.)

1. в 2022 году
2. в 2023 году
3. в 2024 году
4. COVID-19 не уйдет

Q5. Как Вы считаете, когда закончится инфодемия (паника в социальных сетях и СМИ вокруг эпидемии, вызванной COVID-19)? (Выберите только один вариант.)

1. в 2022 году
2. в 2023 году
3. в 2024 году
4. Панику в СМИ будут поддерживать и эту тему уже не отпустят, так как она выгодна и властям и фармацевтическим компаниям.

Q6. Оцените степень своего согласия или несогласия с утверждениями, приведенными ниже, выбрав ТОЛЬКО один вариант в каждой строке:

Утверждение	Совсем не согласен	Скорее не согласен	3/0	Скорее согласен	Полностью согласен
Необходима массовая вакцинация россиян от COVID-19	1	2	3	4	5
Я доверяю вакцинам против COVID-19	1	2	3	4	5
Большинство окружающих меня людей не верят в безопасность вакцинации от COVID-19	1	2	3	4	5
Материальные доплаты медикам, работающим в красных зонах, возвращают их и склоняют к злоупотреблениям	1	2	3	4	5
Я не верю в эффективность вакцин от COVID-19	1	2	3	4	5
Вирусы, подобные COVID-19, создаются искусственно с какой-то целью	1	2	3	4	5
С помощью эпидемий богатые регулируют численность бедных	1	2	3	4	5
Опасность эпидемий, подобных COVID-19, явно преувеличена	1	2	3	4	5
Меня раздражает, что ВОЗ все еще не признала (зарегистрировала) качественную отечественную вакцину Sputnik V	1	2	3	4	5

Q7. Оцените, пожалуйста, степень своего согласия или несогласия с приведенными ниже утверждениями. Оценку производите по семи-балльной шкале следующим образом:

- 7 – абсолютно согласен;
- 6 – согласен;
- 5 – скорее согласен;
- 4 – не знаю;
- 3 – скорее не согласен;
- 2 – не согласен;
- 1 – абсолютно не согласен.

№	Утверждения	Степень согласия
1	Специалист, который не может дать четкий ответ, видимо, не слишком много знает	1 2 3 4 5 6 7
2	Я бы хотел пожить за границей какое-то время	1 2 3 4 5 6 7
3	Нет такой проблемы, которую нельзя решить	1 2 3 4 5 6 7
4	Люди, которые подчинили свою жизнь расписанию, наверное, лишают себя большинства радостей жизни	1 2 3 4 5 6 7
5	Хорошая работа – это та, в которой всегда ясно, что нужно делать и как это нужно делать	1 2 3 4 5 6 7
6	Интереснее заниматься сложной проблемой, чем решать простую	1 2 3 4 5 6 7
7	В долгосрочной перспективе большего можно добиться, решая маленькие, простые проблемы, чем большие и сложные	1 2 3 4 5 6 7
8	Часто наиболее интересные люди – это те, кто не боится быть оригинальным и непохожим на других	1 2 3 4 5 6 7
9	Привычное всегда предпочтительнее незнакомого	1 2 3 4 5 6 7
10	Люди, которые настаивают на ответе либо «да», либо «нет», просто не знают, насколько все на самом деле сложно	1 2 3 4 5 6 7
11	Человек, который ведет ровную, размеренную жизнь без особых сюрпризов и неожиданностей, на самом деле должен быть благодарен судьбе	1 2 3 4 5 6 7
12	Многие из наиболее важных решений основаны на неполной информации	1 2 3 4 5 6 7
13	Я больше люблю вечеринки со знакомыми людьми, чем те, на которых большинство людей совершенно мне незнакомы	1 2 3 4 5 6 7

№	Утверждения	Степень согласия
14	Учителя и наставники, которые нечетко формулируют задания, дают шанс проявить инициативу и оригинальность	1 2 3 4 5 6 7
15	Чем скорее мы все придем к единым ценностям и идеалам, тем лучше	1 2 3 4 5 6 7
16	Хороший учитель – это тот, кто заставляет тебя размышлять о твоём взгляде на вещи	1 2 3 4 5 6 7

ТЕПЕРЬ НЕСКОЛЬКО ВОПРОСОВ О ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬЕ

ВАШ ПОЛ: 1. мужской 2. женский

Сколько полных лет Вам исполнилось? _____ лет

Укажите Ваш город _____

D1. Какой наивысший уровень образования Вы получили?

(Зачитать, один ответ.)

1. Среднее образование;
2. Неполное высшее образование;
3. Базовое высшее образование (бакалавр);
4. Полное высшее образование (специалист);
5. Полное высшее образование (магистр);
6. Аспирантура, ученая степень.

D2. Каково Ваше семейное положение? (Зачитать, один ответ.)

1. Официально женаты/замужем;
2. Живете в гражданском браке;
3. Разведены;
4. Состоите в браке, но живете один/одна;
5. Никогда не состояли в браке;
6. Вдовец/вдова.

D3. Насколько религиозным Вы себя считаете: очень религиозным; довольно религиозным; не очень религиозным или совсем не религиозным? (Зачитать, один ответ.)

1. Очень религиозным;
2. Довольно религиозным;

3. Не очень религиозным;
4. Совсем не религиозным.

D4. Сколько человек проживает вместе с вами, включая вас?

D5. Оцените, пожалуйста, уровень Вашего дохода

1. Очень высокий;
2. Высокий;
3. Средний;
4. Низкий;
5. Свою концы с концами.

БЛАНК ОНЛАЙН ОПРОСА ДЛЯ ОЦЕНКИ СТЕПЕНИ ВЫРАЖЕННОСТИ КИБЕРХОНДРИИ

Оцените степень своего согласия или несогласия с утверждениями, приведенными ниже, выбрав ТОЛЬКО один вариант в каждой строке.

Утверждение	Совсем не согласен	Скорее не согласен	3/0	Скорее согласен	Полностью согласен
1. Если я замечу у себя необъяснимый телесный симптом, я поищу его в Интернете	1	2	3	4	5
2. Я ищу похожие на свои симптомы в Интернете	1	2	3	4	5
3. Поиск в Интернете информации о симптомах или подозреваемом заболевании мешает моему поиску другой информации в Интернете (например, о моей работе, учебе или школе)	1	2	3	4	5
4. Интернет для получения информации о симптомах или подозреваемом заболевании мешает моим онлайн-развлечениям (например, потоковому просмотру фильмов)	1	2	3	4	5
5. Я придаю больше значения мнениям моих врачей, чем своим онлайн-исследованиям.	1	2	3	4	5
6. Я впадаю в панику, когда читаю в Интернете, что симптом, который у меня есть, проявляется при редком или серьезном заболевании.	1	2	3	4	5
7. Поиск в Интернете информации о симптомах или подозреваемом заболевании мешает моей работе на компьютере (например, написанию писем, работе с документами или расчетам)	1	2	3	4	5
8. Я обсуждаю результаты своего онлайн-исследования болезней со своим участковым врачом или фармацевтом в аптеке	1	2	3	4	5

Утверждение	Совсем не согласен	Скорее не согласен	3/0	Скорее согласен	Полностью согласен
9. После поиска информации о симптоме или подозреваемом заболевании я чувствую себя более обеспокоенным и напряженным, чем раньше	1	2	3	4	5
10. Поиск в Интернете информации о симптомах или подозреваемом заболевании приводит меня к специалисту	1	2	3	4	5
11. Меня успокаивает обсуждение онлайн-информации о подозрении на заболевание с врачом	1	2	3	4	5
12. Я доверяю диагнозу врачей больше, чем собственной онлайн-самодиагностике	1	2	3	4	5
13. Когда я ищу симптомы или заболевание в Интернете, я посещаю как заслуживающие доверия сайты, так и/или непрофессиональные форумы	1	2	3	4	5
14. После поиска информации о симптомах или подозреваемом заболевании мне трудно заснуть	1	2	3	4	5
15. Если врач считает результаты моего собственного онлайн-исследования неверными, я перестая об этом беспокоиться	1	2	3	4	5

ТЕПЕРЬ НЕСКОЛЬКО ВОПРОСОВ О ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬЕ

D1. Какой наивысший уровень образования Вы получили?

(Зачитать, один ответ.)

1. Среднее образование;
2. Неполное высшее образование;
3. Базовое высшее образование (бакалавр);
4. Полное высшее образование (специалист);
5. Полное высшее образование (магистр);
6. Аспирантура, ученая степень.

D2. Каково Ваше семейное положение? (Зачитать, один ответ.)

1. Официально женаты/замужем;
2. Живете в гражданском браке;

3. Разведены;
4. Состоите в браке, но живете один/одна;
5. Никогда не состояли в браке;
6. Вдовец/вдова.

D3. Насколько религиозным Вы себя считаете: очень религиозным; довольно религиозным; не очень религиозным или совсем не религиозным? (Зачитать, один ответ.)

1. Очень религиозным;
2. Довольно религиозным;
3. Не очень религиозным;
4. Совсем не религиозным.

D4. Оцените, пожалуйста, уровень Вашего дохода

1. Очень высокий;
2. Высокий;
3. Средний;
4. Низкий;
5. Свожу концы с концами.

БЛАНК ОНЛАЙН ОПРОСА ДЛЯ ОЦЕНКИ ВЫРАЖЕННОСТИ ШКАЛЫ ДУМСКРОЛЛИНГА

Оцените, пожалуйста, степень Вашего согласия с утверждениями, выбрав один вариант в каждой строке.

Утверждение	Совсем не согласен	Скорее не согласен	3/0	Скорее согласен	Полностью согласен
1. Я все чаще и чаще испытываю желание искать плохие новости в социальных сетях	1	2	3	4	5
2. Я теряю счет времени, когда читаю плохие новости в социальных сетях	1	2	3	4	5
3. Я постоянно обновляю свои новостные ленты, чтобы узнать, не случилось ли чего-нибудь плохого	1	2	3	4	5
4. Я не сплю допоздна, пытаюсь найти больше негативных новостей	1	2	3	4	5
5. Чтение негативных новостей в социальных сетях теперь стало скорее привычкой	1	2	3	4	5
6. Когда я нахожусь в Сети, я чувствую напряжение, как будто скоро произойдет что-то плохое	1	2	3	4	5
7. Я постоянно испытываю панику при прокрутке на своем устройстве	1	2	3	4	5
8. Я бессознательно проверяю свои новостные ленты на наличие плохих новостей	1	2	3	4	5
9. Даже если в моей ленте новостей написано, что я полностью поглощен, я просто продолжаю прокручивать негативные новости	1	2	3	4	5
10. Я ловлю себя на том, что постоянно просматриваю негативные новости	1	2	3	4	5
11. По утрам я проверяю социальные сети, чтобы узнать, что плохого произошло	1	2	3	4	5

Утверждение	Совсем не согласен	Скорее не согласен	3/0	Скорее согласен	Полностью согласен
12. Я чувствую, что пристрастился к негативным новостям	1	2	3	4	5
13. Мои поиски в социальных сетях, вероятно, делают мои новостные ленты более негативными	1	2	3	4	5
14. Я в ужасе от того, что я вижу в социальных сетях, но я не могу отвести взгляд	1	2	3	4	5
15. Трудно перестать читать негативные новости в социальных сетях	1	2	3	4	5

**БЛАНК ОНЛАЙН ОПРОСА ДЛЯ ОЦЕНКИ ИЗМЕНЕНИЙ
В ПИЩЕВОМ ПОВЕДЕНИИ**

Утверждения	Степень согласия				
	1	2	3	4	5
1. Насколько изменилась вероятность пропустить любой прием пищи (завтрак / обед / ужин) во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
2. Насколько изменилась Ваша привычка перекусывать между приемами пищи во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
3. Насколько изменилось Ваше количество / порции еды и перекусов во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
4. Насколько изменилось Ваше ежедневное потребление фруктов и овощей во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
5. Насколько Ваше потребление сбалансированной диеты (включая полезные ингредиенты, такие как цельнозерновая пшеница, бобовые, яйца, орехи, фрукты и овощи) изменились во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
6. Насколько изменилось потребление нездоровой пищи (фаст-фуда и жареной пищи) во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
7. Насколько изменилось потребление сахаросодержащих напитков (газированные безалкогольные напитки, соки с сахаром) во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
8. Как изменилось потребление сладостей (конфет) шоколада во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
9. Насколько изменилось ваше участие в приготовлении новых / традиционных рецептов во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
10. Насколько изменилось ваше потребление нездоровой пищи, когда вам скучно, вы в стрессе или расстроены во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
11. Насколько изменилось потребление продуктов, повышающих иммунитет (лимон, куркума, чеснок, цитрусовые и зеленые листовые овощи) в рационе во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
12. Насколько изменилось потребление пищевых добавок для повышения иммунитета во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
13. Насколько изменилась поддержка здорового питания со стороны вашей семьи и друзей во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
15. Как изменилось Ваше участие в физических упражнениях во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5

Утверждения	Степень согласия				
17. Как изменилось длительность нахождения перед экраном монитора (ТВ) во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
19. Как изменилось качество Вашего сна во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
20. Как изменились Ваш уровень стресса и беспокойства во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5
21. Как изменились Ваш уровень потребления алкоголя во время пандемии COVID-19?	1	2	3	4	5

**БЛАНК ОНЛАЙН ОПРОСА В ИССЛЕДОВАНИИ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ**

ИНСТРУКЦИЯ. Перед вами 24 утверждения. Прочитайте их внимательно и выберите в каждой строке наиболее подходящий для вас ответ по шкале от 1 до 5, где 1 – совсем не про меня, а 5 – очень верно про меня.

Утверждение	Совершенно не про меня	Лишь отчасти верно про меня	Немного верно про меня	Верно про меня	Очень верно про меня
Я болезненно воспринимаю рост цен на товары и услуги	1	2	3	4	5
Я не осуждаю представителей бизнеса, которые повышают цены ради прибыли во время экономического кризиса	1	2	3	4	5
В последнее время мне кажется, что все хотят нажиться на мне	1	2	3	4	5
Я предпочитаю всегда сохранять чеки после покупки	1	2	3	4	5
При выборе товара я отдаю предпочтение организациям, которые осуществляют доставку на дом	1	2	3	4	5
Из-за моды на услуги доставки люди тратят больше денег	1	2	3	4	5
Я предпочитаю делать покупки в магазинах и супермаркетах, чтобы все можно было посмотреть и потрогать	1	2	3	4	5
Я часто выбрасываю пищу и косметику, которую не сумел(а) использовать	1	2	3	4	5
Я часто покупаю продукты и вещи «про запас»	1	2	3	4	5
Для меня предпочтительнее потратить деньги на текущие нужды, чем отложить их на будущее	1	2	3	4	5
Из-за пандемии я стал(а) больше откладывать на «черный день»	1	2	3	4	5

Утверждение	Совсем не про меня	Лишь отчасти верно про меня	Немного верно про меня	Верно про меня	Очень верно про меня
Людам точно не стоит брать кредит во время пандемии или экономического кризиса	1	2	3	4	5
Стоит приобретать в кредит вещи, которые показывают высокий социальный статус (автомобиль, новый iPad и пр.)	1	2	3	4	5
Я готов(а) оформить кредит на приобретение тех или иных товаров в магазине	1	2	3	4	5
Я стараюсь покупать товары российского производства, если они решают мои проблемы	1	2	3	4	5
Меня беспокоит возможный дефицит брендовых вещей	1	2	3	4	5
Я почти не ориентируюсь на рекламу при выборе продуктов питания и других бытовых товаров	1	2	3	4	5
Сейчас не лучшее время для путешествий за границу, даже если соблюдаются все меры предосторожности	1	2	3	4	5
Даже на фоне пандемии я не менял(а) своих привычек потребления товаров и услуг	1	2	3	4	5
Я готов(а) отказать себе в каких-то вещах и продуктах ради более высоких целей	1	2	3	4	5
Я уважительно отношусь к благотворительности и волонтерству во время экономического кризиса	1	2	3	4	5
Я выступаю за отдельный сбор мусора	1	2	3	4	5
Я не обращаю внимание на информацию о том, что продукты произведены без нарушения экологии	1	2	3	4	5
Для меня качество товара важнее, чем красивая упаковка	1	2	3	4	5

**ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ УРОВНЕМ ДОВЕРИЯ
ИНСТИТУТАМ ГОСУДАРСТВА И ОЦЕНКОЙ
ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ**

Утверждение об информационной политике в России	Институты России											
	Правоохранительные органы	Армия	Органы налоговой службы	Парламент (Гос Дума и Совет Федерации)	Губернаторы	Министерства	Социальные службы	Президент РФ	Политические партии	Профсоюзы	СМИ	Региональные обще- ственные палаты
1. Я доверяю офици- альной политической информации	,610	,479	,524	,624	,558	,596	,445	,655	,573	,439	,563	,552
2. СМИ в основном справляются с функ- цией передачи по- литических взглядов в обществе	,566	,433	,476	,553	,491	,532	,403	,566	,514	,431	,508	,491
3. Я убежден(а), что СМИ выполняют функцию контроля ответственности по- литических деятелей за свои действия	,505	,335	,426	,515	,463	,480	,364	,475	,473	,376	,489	,475
4.СМИ навязывают свои ценности и иска- жают политическую информацию	-,111	-	-	-,170	-,147	-,120	-	-,147	-,152	-	-,137	-,142
5. Политика в настоя- щее время находится в состоянии кризиса во всем мире	-	,116	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. Я считаю наше общество достаточно демократическим	,554	,462	,453	,547	,466	,525	,413	,595	,519	,392	,462	,464
7. Я получаю обще- ственно-политиче- скую информацию в основном из соци- альных сетей	-	-	-	-	-	-	-	-	-	,12	,11	-

Утверждение об информационной политике в России	Институты России											
	Правоохранительные органы	Армия	Органы налоговой службы	Парламент (Гос Дума и Совет Федерации)	Губернаторы	Министерства	Социальные службы	Президент РФ	Политические партии	Профсоюзы	СМИ	Региональные обще- ственные палаты
8. Я слежу за политикой из выступлений первых лиц (президента, премьер-министра)	,343	,395	,343	,389	,324	,395	,280	,466	,376	,271	,343	,323
9. Политика меня абсолютно не интересует	,14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	,14
10. Пропаганда- обязательный элемент информационной политики	,132	,215	,143	-	-	,117	,113	,148	-	-	-	-
11. Государство как институт обязано осуществлять образовательно-воспитательную функцию в отношении населения	,219	,322	,207	,151	-	,187	,214	,308	,151	-	,161	-
12. Я выступаю за усиление контроля Интернета и блогосферы в связи с повышением террористических и экстремистских угроз	,418	,441	,343	,410	,326	,372	,255	,515	,347	,206	,333	,306
13. Государство имеет право на легитимное(законное) насилие	,384	,364	,359	,372	,358	,366	,305	,383	,355	,257	,283	,308
14. Я считаю, что социальные сети и СМИ не нарушают права граждан	,288	,224	,308	,276	,273	,305	,254	,237	,269	,257	,323	,281
15. Законы информационной политики в России в основном не нарушают права СМИ	,483	,445	,413	,450	,387	,447	,353	,528	,445	,338	,407	,389

Утверждение об информационной политике в России	Институты России											
	Правоохранительные органы	Армия	Органы налоговой службы	Парламент (Гос Дума и Совет Федерации)	Губернаторы	Министерства	Социальные службы	Президент РФ	Политические партии	Профсоюзы	СМИ	Региональные обществ- ственные палаты
16. Государство должно иметь доступ к конфиденциальной информации граждан, чтобы обеспечить безопасность общества	,493	,361	,434	,503	,452	,470	,379	,466	,474	,411	,419	,460
17. Политика государства в Интернете не учитывает интересы общества	-,153	-	-	-,155	-,117	-,115	-	-,173	-	-	-	-
18. Я считаю, что свобода слова не должна быть ограничена абсолютно ничем	-	-,129	-	-,112	-,118	-	-	-,196	-	-	-	-
19. Я скорее доверяю информации из независимых СМИ, чем из государственных	-,153	-,129	-	-,185	-,149	-,159	-	-,292	-,139	-	-	-
20. Политики в нашем государстве предоставляют о себе достоверную информацию	,534	,374	,461	,625	,579	,572	,406	,535	,563	,425	,502	,558
21. На мнение людей можно повлиять через обсуждение в социальных сетях	,127	,183	,153	-	-	-	,133	,150	-	-	,127	-
22. Я комментирую различные новости и события в Интернете, в т.ч. в социальных сетях	,205	-	,184	,271	,265	,242	,190	,143	,288	,232	,256	,269
23. Я убежден, что независимых СМИ не существует	-	,169	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
24. Мне интересно читать комментарии к новостям и статьям в Интернете	,145	,172	,144	,134	-	,129	,141	,136	,150	,128	,191	-

Впервые материалы монографии были опубликованы:

Дейнека О.С., Духанина Л.Н., Максименко А.А., Мельник Г.С. Психологическое состояние общества в условиях пандемии (тезисы конференции) // Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования: сб. статей VI Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. Г. Ю. Гуляев. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2020. С. 194–197.

Дейнека О.С., Максименко А.А. Оценка психологического состояния общества в условиях инфодемии посредством анализа социальных сетей: обзор зарубежных публикаций // Общество. Среда. Развитие. 2020. №2. С. 28–39.

Нестик Т.А., Дейнека О.С., Максименко А.А. Социально-психологические предпосылки веры в конспирологические теории происхождения COVID-19 и вовлеченность в сетевые коммуникации // Социальная психология и общество. 2020. Т. 11. № 4. С. 87–104. <https://doi.org/10.17759/sps.20201100407>.

Дейнека О. С., Духанина Л. Н., Максименко А. А. Фейки и особенности их распространения в СМИ и социальных сетях в период инфодемии, вызванной covid-19 // EuropeanScientificConference: сб. ст. XX Междунар. науч.-практ.конф. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2020. С. 326–341.

Дейнека О.С., Забелина Е.В., Виноградов Ю.В. Отношение россиян к денежно-кредитной политике до кризиса COVID-19 и на его фоне // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2020. Том 5. № 2(18), с.189-220. <https://doi.org/10.38098/ipran.sep.2020.18.2.006>

Deyneka O.S., Maksimenko A.A. The Psychological Impact on Russian Society in the Context of the COVID-19 Pandemic, in: Psychology Applications & Developments VII. Advances in Psychology and Psychological Trends Series Vol. VII. InScience Press, 2021. P. 67–79.

Дейнека О.С., Максименко А.А. Динамика отношения россиян к вызванной COVID-19 пандемии и режиму самоизоляции в период первой и второй волн // В кн.: Влияние пандемии на личность и общество: психологические механизмы и последствия. Институт психологии РАН. 2021. Гл. 4. С. 197-216. https://doi.org/10.38098/fund_21_0442_05

Духанина Л.Н., Максименко А.А. Вынужденная цифровизация школьного образования в России: родительская рефлексия // Научный результат. Серия: Социология и управление. 2021. Т. 7. № 2. С. 116–131.

Максименко А.А., Дейнека О.С., Мортикова И.А. Инфодемический думскроллинг и психологическое благополучие россиян // Общество: социология, психология, педагогика. 2022. № 12. С. 129–136. <https://doi.org/10.24158/spp.2022.12.20>

Дейнека О.С., Максименко А.А., Забелина Е.В. Результаты адаптации диагностического инструмента изменения в пищевом поведении россиян в период пандемии, вызванной COVID-19 // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2022. Т. 19. № 3. С. 474–493. <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2022-3-475-493>.

Deyneka O.S., Maksimenko A.A. What Do Nurses Think About the Immunization Campaign in Russia and the Prospects for the COVID-19 Pandemic Development? *Clinical psychology and special education*. 2023. Vol. 12, no. 2. P. 118–137. <https://doi.org/10.17759/cpse.2023120206>

Дейнека О.С., Максименко А.А., Забелина Е.В., Гаркуша С.А. Результаты адаптации короткой версии методики выраженности киберхондрии на российской выборке // Психологический журнал. 2023. Т. 44, № 1. С. 101–112. <https://doi.org/10.31857/S020595920024365-7>

Максименко А.А., Дейнека О.С. Инфодемический думскроллинг и проблемы сексуальной удовлетворенности женщин // Психиатрия, психотерапия и клиническая психология. 2023. Т. 14, № 4. С. 400–410. <https://doi.org/10.34883/PI.2023.14.4.008>

Научное издание

Дейнека Ольга Сергеевна
Максименко Александр Александрович

**ВАКЦИНА ОТ ИНФОДЕМИИ,
ИЛИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ОБЩЕСТВА
НА ФОНЕ ПАНДЕМИИ, ВЫЗВАННОЙ COVID-19**

Монография

16 +

Редактор Т. В. Осипенко
Верстка И. М. Ивановой

Подписано в печать 15.12.2023.
Формат 60×90/16.
Усл. печ. л. 23,75.
Тираж 500.

АНО «Центр социальных инициатив»
156000, г. Кострома, ул. Симановского, д. 16а, оф.2