

УДК 316

Поливина Марина Анатольевна

кандидат исторических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин
Армавирский механико-технологический институт (филиал)
Кубанского государственного технологического университета
marina_polivina@mail.ru

Шкуропий Ольга Ивановна

старший преподаватель кафедры гуманитарных дисциплин,
Армавирский механико-технологический институт (филиал)
Кубанского государственного технологического университета
olgaskr17@yandex.ru

Майба Вита Викторовна

Кандидат филологических наук, доцент, кафедра иностранные языки,
Ростовский государственный университет путей сообщения
vita.maiba@yandex.ru

Marina A. Polivina

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Department of
Humanitarian Disciplines Armavir Institute of Mechanics and Technology
(branch) Kuban State Technological University
marina_polivina@mail.ru

Olga I. Shkuropy

Senior Lecturer of the Department of humanitarian disciplines
Armavir Institute of Mechanics and Technology (branch) of Kuban State
Technological University
olgaskr17@yandex.ru

Mayba Vita Victorovna

PhD in Philological Sciences, Associate Professor, Department of Foreign
Languages, Rostov State Transport University
vita.maiba@yandex.ru

**СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ВЛИЯНИЯ
ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ
НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ**

**SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL CONSEQUENCES
OF THE INFLUENCE OF Fake NEWS ON PUBLIC CONSCIOUSNESS**

Аннотация. Практическое значение данной публикации заключается в том, чтобы акцентировать внимание научного сообщества на феномене фейковых новостей как факторе воздействия на общественное сознание и появлении целого ряда социально-психологических последствий этого воздействия. Авторы приходят к выводу, что фейковые новости, будучи инструментом манипуляции в информационном обществе, оказывают

деструктивное влияние на общественное сознание, и влекут за собой определенные социально-психологические последствия его трансформации.

Ключевые слова: *социально-психологические последствия, фейковые новости, общественное сознание, массовое сознание, информационное пространство, манипулятивное воздействие.*

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

Keywords: *social and psychological consequences, fake news, public consciousness, mass consciousness, information space, manipulative influence.*

В эпоху мировой глобализации, стремительной информатизации и тотальной цифровизации, когда объемы информации удваиваются за какие-то несколько лет, с появлением электронных носителей информации полностью стираются условные границы и организовывается единое информационное пространство, имеющее большую значимость для формирования общественного сознания. Это пространство, наряду с другими факторами, занимает немаловажное место в деле формирования общественного мнения, социального настроения и общественного сознания в целом [1,2]. Более того, как подчеркивает В.К. Конах, «через всю совокупность каналов формирования, передачи и хранения информации» информационное пространство «трансформирует общественное сознание, направляя действие не только на общечеловеческие ценностные ориентации, но и на специфические проявления национальных особенностей» [3, С. 112].

Как свидетельствует общественно-исторический опыт, информационное пространство способно как к рациональному информированию, стремлению к свободе, развитию чувства социальной справедливости, обогащению личности, группы, так и к дезинформации, разжиганию ненависти, недоверия и порабощению общества [4].

И в сегодняшних условиях повышенной востребованности мгновенного поиска злободневных новостей в социальных сетях все более распространенным явлением объективной реальности становятся фейковые (контрафактные, фальшивые, сфабрикованные) новости – «полностью или частично выдуманная информация об определенных лицах, общественных событиях, явлениях» [5, С. 777]; информационная мистификация или намеренное распространение дезинформации с целью не просто привлечения общественного внимания, но и целенаправленного социально-психологического влияния на общественное сознание.

К проблеме фейковых новостей в информационном пространстве активно обращаются исследователи из различных областей научного гуманитарного знания. В частности, некоторые социально-психологические

аспекты фейк-дискурса в информационном пространстве рассматриваются в трудах О.С. Иссерс, который указывает на намеренную манипулятивную направленность мистифицирующих практик фейков в новостной сфере, связанных с манипулятивным воздействием на общественное сознание [6]. Согласно позиции Н.М. Кузнецова, произошла «интерполяция фейка в особый вид контента, который стал полноценной частью современной медиаиндустрии и способен кардинально изменить политическое мировоззрение общества»; что, в конечном счете, ведет «к изменению ментальности общества в части восприятия фейка как инструмента диффамации и эмпатии к контенту, вводящему конечных получателей информации в заблуждение», а также к трансформации общественного сознания [7, С. 77-78].

Н.М. Кузнецов приводит общественно-историческую трансформацию фейковой новости в трехэтапную функциональную последовательность: 1) фейк как фактор экономического успеха («газетные утки» применяются для привлечения общественности в коммерческих целях); 2) фейк как средство манипуляции политиком (материал используется с целью манипуляции имиджем политика); 3) фейк как средство влияния на политическое сознание общества (материал становится полноценным инструментом информационных войн с целью кардинального изменения политического сознания общества) [7, С. 82-83].

Главной функцией общественного сознания, как подчеркивает Л.В. Куликов, выступает интегрирующая, объединяющая функция, «обеспечивающая целостность функционирования психики, связность внешней и внутренней активности человека», а поскольку под влиянием информационного пространства интегрирующая функция общественного сознания ослабевает, то «снижается потенциал субъектности», неуклонно ухудшается интенсивность деятельности, утрачивается динамика всех базовых «жизненных процессов: деятельности, поведения, самоуправления, развития, адаптации» [8, С. 4].

И, анализируя социально-психологические аспекты влияния СМИ на сознание, к числу опасных феноменов общественного сознания Л.В. Куликов относит: упрощенное мировосприятие и оценивание мира и происходящих в нем событий (картина мира в массовом сознании предстает в ахроматических тонах); отсутствие объединяющего начала в общественном сознании (солидарности, общности, соучастия, взаимопомощи, единства действий); попрание истинных духовно-нравственных ценностей и подмена их ложными ценностями, ведущими к деградации общества; утрата позитивного восприятия своей социальной и культурной принадлежности, ослабление патриотического настроения; появление чувства беспомощности и страхов [8].

Каковы же в целом социально-психологические последствия влияния фейковых новостей на общественное сознание, которые мы можем оценивать как опасные?

Во-первых, как было сказано ранее, манипулятивное воздействие информационного пространства на общественное сознание, основанное на

систематическом внедрении в массовое сознание социально-психологических и социально-политических мифов, которое влечет за собой такого рода деформацию сознания, как рождение иллюзорных идей, «утверждающих определенные ценности и нормы и воспринимаемых преимущественно на веру, без рационального, критического осмысления» [4, С. 216]. Фейк, по мнению Н.М. Кузнецова, становится полноценным «инструментом политического манипулирования» общественным сознанием [7, С. 82].

В-вторых, визуальные образы, кодирование информации в пространстве т.н. информационной пандемии, с одной стороны, привели к развитию клипового мышления [9], когда «люди экрана» не в состоянии сосредоточиться на целостном восприятии информации, им необходима ее быстрая смена [10, С. 170]; с другой стороны, опасным последствием стала утрата современным человеком способности осознанно, творчески мыслить, ибо «визуальные образы для него создают другие, имея возможность с их помощью управлять сознанием получателя» [4, С. 218].

В-третьих, дезинтеграция общественного сознания, выражающаяся в межличностном недопонимании, недоверии, в отсутствии конструктивного диалога и согласованности в действиях людей. Как известно, фейковые новости действуют на психологию восприятия как манипуляция, они оставляют в сознании неприятный осадок даже после того, как проверка фактов проведена и подделка разоблачена [11]. Это связано с тем, что фейковые новости как поддельный образ обладают всеми основными характеристиками и свойствами подлинного факта, непосредственно воздействующего на сознание адресата в целях манипулятивного влияния.

В современном информационном обществе, по справедливому наблюдению Ф.Г. Фаткуллиной, происходит языковое манипулирование базовыми ценностями современного общества, поскольку, основная «функция фейковой информации – манипулятивная, воздействующая на массовое сознание» [12, С. 388]. Перед фальсификаторами информации стоит важная цель: наполнить общественное сознание фейковой жизнью, вытесняющей реальную действительность и ставящей под сомнение существование объективных фактов как таковых [13].

Индивид, в частности, и общество в целом, насытившись фейками, утрачивает иммунитет к ложной информации и становится нечувствителен к размежеванию правды и лжи, подлинности и эрзаца, добра и зла.

В-четвертых, как следствие дезинтегрированности общественного сознания, возникает интолерантность в отношениях, культивируется межэтническая рознь, социальная напряженность и конфликтогенный потенциал, разрушается социальное здоровье [14]. Как пишет Л.В. Куликов, «демонстрация насилия поднимает такие слои бессознательного, активизирует такую энергию, с которой информация конструктивного толка соревноваться не может» [8, С. 8].

В-пятых, доминирование фейковой информации негативного характера приводит к культивированию в общественном сознании населения

пессимистических взглядов на происходящее, тревожности и апатичных настроений. Так, чрезмерная загруженность и потеря смысло-жизненных ориентиров работоспособной части населения приводит к тому, что эта социальная группа «проживает жизнь только как рабочая сила, а не как люди» и «не видит возможности вырваться из сложившейся беспросветности» [15, С. 6]. Вследствие чего уменьшается объем сознания, социальная активность [16], а, как известно, суженное, редуцированное сознание облегчает манипулирование.

Исходя из всего сказанного выше, можно сделать закономерный вывод о том, что фейковые новости, будучи инструментом манипуляции в информационном обществе, оказывают деструктивное влияние на общественное сознание, и влекут за собой определенные социально-психологические последствия его трансформации.

В этой связи, развитие цифровых технологий и конвергенции медиaprостранства актуализирует потребность в критическом и аналитическом мышлении относительно потребляемой информации. Невзирая на существующий Федеральный «Закон о СМИ» и попытки оградить от сфабрикованной информации и манипулятивного влияния на общественное сознание, общество само должно стремиться развивать критическое мышление, самостоятельно учиться анализировать потребляемую информацию и формировать активную гражданскую позицию как активный потребитель разноплановой и разнородной информации.

Литература:

1. Ponomarev I.E., Gafiatulina N.K., Zritineva E.I., et al. *The influence of social justice crisis on social health and spiritual security of young students (a case study of the south of Russia). International Journal of Applied Exercise Physiology. 2019. T. 8. № 2.1. С. 250-257.*

2. Гафиатулина Н.Х., Касьянов В.В., Самыгин С.И. *Социальный иммунитет российского общества в условиях угрозы коронавируса: риски социокультурной травматизации // Гуманитарий Юга России. 2020. №2. С. 147-158.*

3. Конах В.К. *Возникновение и эволюция понятия «медиа-пространство» в научной мысли // Вестник Днепрпетровского ун-та. 2015. №2. С. 112-129.*

4. Радченко Л.Е. *Влияние информации на нравственное, психическое здоровье и воспитание подрастающего поколения // Материалы Афанасьевских чтений. 2016. С. 215-223.*

5. Дорофеева В.В. *Фейковые новости в современном медиaprостранстве // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8, №3. С. 774-786.*

6. Иссерс О.С. *Медиафейки: между правдой и мистификацией // Новые медиа в России: исследования языка и коммуникативных процессов: моногр. / отв. ред. О.С. Иссерс. Омск, 2015. С. 20-32.*

7. Кузнецов Н.М. К вопросу о влиянии фейковых новостей на политическое сознание общества // *Культура и гуманитарные науки в современном мире*. 2019. С. 77-93.

8. Куликов Л.В. Социально-психологические аспекты влияния СМИ на сознание // *Вестник Санкт-Петербургского университета*. 2011. Сер. 12. Вып. 1. С. 3-12.

9. Гафиатулина Н.Х., Брусенцева Д.М. Медийное пространство как источник активности террористической организации // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2017 №6-7. С. 36-40.

10. Доука С.В. Клиповое мышление как феномен информационного общества // *Общественные науки и современность*. 2013. №2. С. 170

11. Касьянов В.В., Шкурский О.И., Гафиатулина Н.Х. Специфика социальной адаптации молодежи как механизм профилактики поведенческих аддикций // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2019. №12. С. 70-74.

12. Фаткуллина Ф.Г., Зарипова Э.М. Языковое манипулирование базовыми ценностями современного общества в цифровой медиасреде // *Мир науки, культуры, образования*. 2020. №3 (82). С. 387-388.

13. Майба В.В. Язык в контексте современного политического дискурса // *Современный ученый*. 2020 №4. С. 210-215.

14. Chikaeva K.S., Gorbunova N.V., Vishnevsky V.A., Fominykh N.Yu., Gluzman Yu.V., Shkurupy O.I., Odintsova V.I. Corporate culture of educational organization as a factor of influencing the social health of the Russian student youth. *Revista praxis educacional*. 2019. T. 15. № 36. С. 583-598.

15. Яременко С.Н. и др. Социокультурный габитус апатии в транзитивном обществе. Ростов н/Д., 2010. 166 с.

16. Суценко С.А., Поливина М.А., Жидяева Е.С. Проблемы девиантного поведения молодежи: социально-психологические детерминанты его формирования // *Национальное здоровье*. 2019. №4.

Literature:

1. Ponomarev I.E., et al. The influence of social justice crisis on social health and spiritual security of young students (a case study of the south of Russia). *International Journal of Applied Exercise Physiology*. 2019. T. 8. № 2.1.

2. Gafiatulina N.Kh., Kasyanov V.V., Samygin S.I. Social immunity of Russian society under the threat of coronavirus: risks of socio-cultural traumatization // *Humanitarian of the South of Russia*. 2020. No. 2. P. 147-158.

3. Konakh V.K. The emergence and evolution of the concept of "media space" in scientific thought // *Bulletin of Dnepropetrovsk University*. 2015. No. 2. P. 112-129.

4. Radchenko L.Ye. Influence of information on moral, mental health and upbringing of the younger generation // *Materials of Afanasiev's readings*. 2016. P. 215-223.

5. Dorofeeva V.V. Fake news in modern media space // *Questions of theory and practice of journalism*. 2019. Vol. 8, No. 3. P. 774-786.

6. *Issers O.S. Mediafakes: Between Truth and Hoax // New Media in Russia: Studies of Language and Communication Processes: monograph. / resp. ed. O.S. Issers. Omsk, 2015. P. 20-32.*
7. *Kuznetsov N.M. On the question of the influence of fake news on the political consciousness of society // Culture and the Humanities in the Modern World. 2019. P. 77-93.*
8. *Kulikov L.V. Socio-psychological aspects of the influence of the media on consciousness // Bulletin of St. Petersburg University. 2011. Ser. 12. Issue. 1. P. 3-12.*
9. *Gafiatulina N.Kh., Brusentseva D.M. Media space as source of activity of the terrorist organization // Humanities, socio-economic and social sciences. 2017 No. 6-7. P. 36-40.*
10. *Dokuka S.V. Clip thinking as a phenomenon of the information society // Social sciences and modernity. 2013. No. 2. P. 170.*
11. *Kasyanov V.V., Shkuropiy O.I., Gafiatulina N.Kh. Specificity of social adaptation of young people as a mechanism for the prevention of behavioral addictions // Humanitarian, socio-economic and social sciences. 2019. No. 12. P.*
12. *Fatkullina F.G., Zaripova E.M. Language manipulation of the basic values of modern society in the digital media environment // World of Science, Culture, Education. 2020. No. 3 (82). P. 387-388.*
13. *Chikaeva K.S., Gorbunova N.V., Vishnevsky V.A., Fominykh N.Yu., Gluzman Yu.V., Shkuropy O.I., Odintsova V.I. Corporate culture of educational organization as a factor of influencing the social health of the Russian student youth. Revista praxis educacional. 2019.Vol. 15.No. 36. P. 583-598.*
14. *Yaremenko S.N. et al. Sociocultural habit of apathy in a transitional society. Rostov n / D., 2010. 166 p.*
15. *Sushchenko S.A., Polivina M.A., Zhidyaeva E.S. Problems of deviant behavior of youth: socio-psychological determinants of its formation // National health. 2019. No. 4.*
16. *Chikaeva K.S., Gorbunova N.V., Vishnevsky V.A., Fominykh N.Yu., Gluzman Yu.V., Shkuropy O.I., Odintsova V.I. Corporate culture of educational organization as a factor of influencing the social health of the Russian student youth. Revista praxis educacional. 2019. T. 15. № 36. C. 583-598.*