

УДК 159.9

ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Московских И.Ю., студент гр. КНб-201, II курс

Научный руководитель: Тришина О.Ю., к.п.н., доцент

Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачева

г. Кемерово

Особенность нынешнего века – огромное количество доступной информации. В мире практически все люди, так или иначе, взаимодействуют со средствами массовой информации. СМИ в современном мире оказывают влияние практически на всю жизнь человека, весь его строй мыслей, определяют культуру настоящего времени, человеческого мышления, влияют на мировоззрение и заполняют его досуг. На данный момент средства массовой информации являются одним из ведущих способов передачи культурных ценностей, а также источником традиций. Развитие средств массовой информации, как техническое, так и содержательное, привело к качественному изменению назначения СМИ.

Сегодня СМИ являются не только способом передачи информации, но и сильнейшим манипулятором, и способом насаждения новых ценностей и контрценностей, которые человечество по всему миру уже воспринимает на подсознательном уровне. Средства массовой информации видоизменяются, перерастая из средства информатизации общества в важнейший фактор формирования общественного сознания. Одним из новых явлений манипуляции сознанием и подсознанием людей является создание и распространение фейковых новостей.

Распространение фальшивых новостей – это часто используемая практика, которую можно наблюдать на протяжении всей истории человечества. До появления Интернета информация распространялась с небольшой скоростью и фальшивые новости, хотя и имели отрицательный эффект, но не разрушали общественные отношения. Увеличение скорости распространения информации возросло многократно, и фальшивые новости, распространяясь почти мгновенно, могут иметь печальные политические,

экономические и правовые последствия. Отрицательное воздействие становится еще сильнее во время пандемии.

Ложные новости и дезинформация о COVID-19 широко распространились в социальных сетях, что привело к потенциально опасным последствиям. Во многих научных сферах проводятся исследования для противодействия распространению фальшивой информации. Один из подходов заключается в проверке фактов и корректировке неверных сведений.

Однако проверка фактов может не успевать за огромным количеством ложной информации, производимой во время такого всемирного кризиса. Более того, существует эффект ложного подтверждения. Чем больше доказывают ученые ложность того или иного факта, тем сильнее в него верят слушатели и читатели. Конечно, это касается не всех групп населения. Но при определенных обстоятельствах (эмоциональная вовлеченность, недостаточная грамотность, легкая внушаемость и т.п.) любой человек может больше верить первой информации, а всю дальнейшую воспринимать как манипуляцию своим сознанием и отвергать её. Таким образом, необходимо найти и другие подходы, помимо выявления дезинформации.

К предупреждающим методам предотвращения фейковой информации можно отнести так называемую психологическую прививку, которая действует подобно своему биомедицинскому «аналогу». Люди подвергаются воздействию «ослабленной дозы» убедительного аргумента, достаточно сильного, чтобы вызвать ответ «иммунной системы», но не настолько сильного, чтобы подавить ее. Такое действие поможет снизить восприимчивость аудитории к поддельным новостям и может быть внедрено непосредственно в платформы социальных масс-медиа.

Еще один предупреждающий подход – тонкие подсказки, которые побуждают людей задуматься о достоверности сообщений. Аудитория сначала обдумывает информацию, затем начинает сомневаться в правдивости ложных заголовков новостей, которые распространяются в социальных сетях.

Чтобы эффективно противостоять фальшивым новостям о COVID-19, правительства и социальные сети должны тщательно разрабатывать и тестировать меры вмешательства. Это включает определение методов лечения, которые эффективно снижают доверие к дезинформации, не подрывая при этом веру в точную информацию.

В области научной коммуникации ученые исследовали множество подходов к передаче сообщений, включая предоставление информации на основе фактических данных, которые повышают понимание и воздействие.

Проводимые в течение нескольких десятилетий исследования показали, что независимо от того, мотивированы ли люди к вдумчивым размышлениям, источники, воспринимаемые как заслуживающие доверия, являются более убедительными. Достоверность источников зависит от того, насколько надежными и компетентными они воспринимаются человеком.

Таким образом, ссылка на надежный источник делает сообщения служб здравоохранения более эффективными и может повлиять на изменения в поведении во время пандемий. Например, во время пандемии лихорадки Эбола в Африке медики призывали в помощь лидеров разных религиозных конфессий. В Сьерра-Леоне эти люди пользуются огромным доверием. Когда они стали выступать за такие меры как мытье рук и безопасные захоронения, огромное количество людей прислушалось к этим советам. Пандемия сошла на нет. Участие религиозного сектора стало одним из критических факторов в борьбе с эпидемией.

Именно поиск надёжных источников для аудитории, способной обмениваться сообщениями на тему здоровьесбережения населения, может оказаться эффективным.

Список литературы:

1. Годфруа, Ж. Что такое психология / Ж. Годфруа. - М.: Мир, 1996. - 872 с.
2. Высоков, И. Е. Психология познания. Учебник / И.Е. Высоков. - М.: Юрайт, 2014. - 400 с.
3. Социальная психология развития. Учебник. В 2 частях. Часть 2. - М.: Юрайт, 2016. - 396 с.