

А.Е. Отсус

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ИСТОЧНИК ПСИХОГЕННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена
(Россия, Санкт-Петербург, наб. р. Мойки, д. 48)

Актуальность. Проблема влияния средств массовой информации (далее – СМИ) на поведение человека является междисциплинарной и изучается в рамках таких научных областей, как философия, психология, социология, лингвистика и т.д. В статье представлена клинико-психологическая точка зрения на проблему психогенного воздействия СМИ. Произведен анализ исследований феномена «психогения»: история проблемы, понятие, дефиниции и классификации. Впервые рассмотрена роль СМИ в формировании искаженного отношения к болезни у пациентов с COVID-19. Дан обзор теоретических и эмпирических исследований по проблеме психогенного воздействия СМИ на пациентов, перенесших COVID-19.

Цель исследования – изучить роль психогенного фактора информационной среды, определяющего отношение к болезни в условиях пандемии.

Материал и методы: теоретический анализ отечественных и зарубежных литературных источников за 1971–2024 гг. по изучению роли психогенного фактора в формировании отношения к болезни. Поиск публикаций проводился по зарубежным научным базам: SpringerLink, JSTORE, ResearchGate, а также по российским библиотекам «КиберЛенинка» и eLibrary.ru.

Результаты исследования. На примере пандемии COVID-19, беспрецедентной с точки зрения влияния на жизнедеятельность большей части популяции Земли, мы можем фиксировать широкую степень освещенности проблемы со стороны СМИ. С одной стороны, СМИ исполняют профилактическую функцию предупреждения развития и распространения той или иной эпидемии/пандемии. С другой стороны, многократное и ежедневное освещение информации о количестве случаев госпитализации и летальных исходов оказывает психотравмирующее (психогенное) воздействие. В условиях пандемии информация подобного рода способна актуализировать смысл смерти, опасности для жизни и здоровья у широких слоев населения, что отражается на их адаптивных личностных способностях. Все это в конечном итоге формирует искаженное отношение к болезни еще до выявления самого заболевания, а сам факт постановки диагноза будет являться триггером, запускающим подготовленную реакцию на болезнь.

Заключение. Полученные результаты исследования могут быть учтены при разработке программ психопрофилактической работы с населением в условиях ЧС, связанных с возникновением новых пандемий, а также с лицами, перенесшими любые острые респираторные инфекции во время пандемий; при выборе стратегии взаимодействия с пациентом в ходе лечения, с учетом его индивидуально-личностных свойств. Кроме того, они могут быть использованы в последующих научно-исследовательских работах.

Ключевые слова: психогения, психогенное воздействие, средства массовой информации, СМИ, COVID-19, пандемия, отношение к болезни, реакция на болезнь.

Введение

В 1982 г. Р. Конечным и М. Боухалом вводится понятие «ятропатия», под которым они понимают «такой способ обследования, лечения или проведения профилактических мероприятий, в результате которых врач причиняет вред здоровью больного». Помимо этого, выделяется понятие «соррогения», означающее вред, наносимый младшим медицинским персоналом, а также «дидактогения» и/или «педагогения», означающие вред, наносимый обучающемуся педагогом [14].

Подобный подход позволяет рассматривать воздействие на психическое состояние личности (психогению) исходя из источников его возникновения. То есть речь идет о любом неблагоприятном изменении психического состояния личности, которое развивается в результате психологического воздействия со стороны специалиста определенного профиля (врача, психолога, педагога) при непосредственном или опосредованном взаимодействии с ним или иного авторитетного (значимого) источника (Интернет-ресурс, СМИ, социальные сети и т.д.). Соответственно, имеются все основания полагать, что СМИ, как и иные акторы, способны оказывать влияние на такое психологическое образование, как отношение к болезни, в основе которого лежат представления пациента о собственном заболевании.

Цель работы – уточнить роль психогенного фактора информационной среды, определяющего отношение к болезни в условиях пандемии.

В качестве теоретико-методологической основы данного исследования выступают: понятие «отношение к болезни» (А. Гольдшейдер, Р.А. Лурия, Т.Н. Резникова, В.М. Смирнов, Г. Левинталь, А.Е. Личко, А.Ш. Тхостов, В.Н. Николаева и др.); положения о психогенном воздействии на психику (О. Бумке, Р.А. Лурия, К. Ясперс, П.Б. Ганнушкин, А.М. Свядощ, В.Н. Мясищев, Б.Д. Карвасарский, А.Б. Смулевич, М.Я. Мудров, И.А. Касирский, К.И. Платонов, Ю.В. Каннабих, Д.В. Михель и др.).

Результаты исследования

Психогения: история, понятие, подходы, классификации

Понятие «психогенные расстройства» впервые было употреблено в 1894 г. К. Зоммером для обозначения истерических расстройств.

Психогенное расстройство, или психогения, – расстройство психики, основной причиной которого являются психические переживания личности, детерминированные травматической ситуацией (психотравмы) [16].

Под психической травмой (психотравмой) понимаются психические переживания высокой интенсивности, являющиеся причиной возникновения определенного клинического расстройства.

А.М. Свядощ (1971) указывает на то, что психогенные заболевания, или психогении, возникают из-за сигнальных (информационных) раздражителей. Понятие «психогения» он определяет как нарушение функционального характера, вызванное психическими травмами. Другими словами, речь идет о неких раздражителях, действие которых определяется их сигнальным (информационным) значением, а не физическими параметрами [14].

К. Ясперс выделяет следующие отличительные критерии психогений от психических расстройств иного характера:

- развитие психогенного заболевания вслед за психотравмой;
- травмирующая ситуация прямо или косвенно отражается в клинической картине заболевания, в содержании его симптомов;
- с исчезновением психической травмы или ее дезактуализацией для больного психические нарушения исчезают [16].

Несмотря на то, что психотравма оказывает существенное влияние на формирование фактором, она может играть далеко не первостепенную роль или являться единственным роль. По представлению А.Н. Молохова, существует четыре типа взаимосвязи психотравмы и болезни:

- 1) психотравма как единственная причина возникновения болезненного состояния;

2) психотравма как некий «импульс» для формирования и развития болезни;

3) психотравма как фактор осложнения течения уже имеющегося заболевания;

4) психотравма как фактор, создающий предрасположенность к психогении в будущем [15].

А.В. Голубев с соавт. дают следующую классификацию психотравм по степени интенсивности:

- острая психотравма, полученная в результате внезапного однократного воздействия на психику человека, что приводит к таким явлениям, как острая реакция на стресс, ПТСР, реактивные психозы и расстройство адаптации;

- хроническая психотравма, характеризующаяся меньшей интенсивностью, по сравнению с острой, что может привести к возникновению неврозов и соматоформных расстройств [5].

По значимости психические травмы принято разделять на:

- психотравмы общечеловеческой значимости, когда имеется реальная угроза жизни и здоровью;

- психотравмы индивидуально-личностной значимости, затрагивающие семейную, профессиональную, интимно-личностную и иные сферы жизнедеятельности человека [5].

Как отмечают Н.В. Середина и соавт., стоит отличать травмирующие переживания от реакций на них. В одних случаях идентичные переживания могут вызывать физиологическую реакцию, а в других – патологическую невротического или психотического характера. На возникновение и развитие психотравмы влияют такие характеристики, как особенности характера, темперамента, установки личности, ее мировоззрение и проч. Так, например, в зависимости от индивидуально-типических свойств личности, в одних случаях утрата близкого человека будет являться психотравматической, в других – нет. Помимо этого, психотравматизирующие переживания в значительной степени теряют свой патогенный характер в том случае, когда человек осознанно и/или добровольно подвергает себя им [16].

Несмотря на влияние индивидуально-типических свойств личности на особенности возникновения и развития психотравмы, существует взаимосвязь между характером психической травмы и типом патологической реакции на нее. Так, например, утрата близкого провоцирует образование реактивной депрессии, конфликты на работе – возникновение параноидальных форм реактивного психоза, сексуальные травмы – проявление психогенного возбуждения и т.д. [16].

Еще одним фактором возникновения психогении является некая готовность к «психическому срыву», развивающаяся на фоне ослабленности организма в результате перенесенного заболевания, длительного пребывания в состоянии стресса, индивидуально-типических свойств личности. Стоит отметить и преморбидные особенности личности, которые также оказывают влияние на возникновение и развитие психотравмы [16].

Психотравмы, которые вызывают психогенные заболевания, можно разделить на три группы:

- 1) психические травмы, связанные с эмоциональными лишениями (реактивные депрессии);

- 2) психические травмы, связанные с конфликтными ситуациями (реактивные депрессии, истерические расстройства, реактивные параноиды, истерические психозы, неврозы);

- 3) психические травмы, связанные с реальной угрозой здоровью и жизни (аффективные расстройства).

Помимо того, как отмечают Н.В. Середина с соавт., психогения может являться причиной физического воздействия на ЦНС, в результате которого констатируется нарушение нормальной нервно-психической деятельности [16].

А.Б. Смулевич (1992, 1994) при рассмотрении психогенных расстройств выделяет понятие «нозогения» и считает, что психогении обусловлены в первую очередь влиянием психотравматических событий, связанных с соматическими болезнями, на психику человека. На формирование структуры нозогений влияют биологические, психологические, конституциональные и социальные факторы [17].

Опираясь на труды Р.А. Лурии (1977), А.Б. Смулевич подчеркивает, что на особенности формирования психогенных расстройств оказывает влияние отношение пациента к болезни (ВКБ). Оно, в свою очередь, сводится к двум полюсам:

- гипернозогнозия – субъективная значимость переживания неблагополучия соматического характера высокой степени;
- гипонозогнозия – субъективная значимость переживания неблагополучия соматического характера низкой степени [17].

А.Б. Смулевич выделяет следующие основные переменные, влияющие на формирование нозогений:

- 1) формулировка лечащим врачом диагноза (возможная или реальная угроза жизни, которую он подразумевает);
- 2) «контролируемость» симптомов – возможность влиять на проявления заболевания;
- 3) ограничения, накладываемые на жизнедеятельность и трудовую деятельность пациента;
- 4) «серьезность» заболевания – особенно динамики болезни с острыми нарушениями жизненно важных функций;
- 5) частота обострений в сочетании с негативными внешними воздействиями [17].

По его мнению, выделяют основные группы нозогенных синдромов, которые, в свою очередь, подразделяются на гипернозогностический и гипонозогностический варианты:

1. Невротические (тревожно-фобические проявления и «невротическое отрицание»).

Гипернозогностический вариант характеризуется в первую очередь навязчивыми состояниями (страх, тревожные опасения по поводу будущего, самонаблюдение, неадекватная оценка собственного состояния и возможных последствий своего состояния и иное) и истероипохондрическими тенденциями (конверсионная симптоматика и демонстративность поведения).

Гипонозогностический вариант характеризуется синдромом *la belle indifference* – «прекрасного равнодушия», т.е. демонстрацией внешнего наигранного оптимизма в сочетании с признаками соматизированной тревоги и внутренней тревоги по поводу исхода

лечения, что в конечном итоге и сподвигает пациента выполнять рекомендации его лечащего врача и медперсонала.

2. Аффективные (реактивная депрессия и гипомания).

Гипернозогностический вариант – ипохондрическая депрессия, характеризующаяся тревогой, ипохондрическими фобиями, гипоманией, чувством безнадежности, астенизацией организма, конверсионными расстройствами, пессимистическим отношением к лечению и исходу.

Гипонозогностический вариант – синдром «эйфорической псевдодеменции», проявляющийся повышенным настроением, неоправданным оптимизмом и оценкой собственного состояния и перспектив развития болезни, пренебрежением намеченным курсом лечения.

3. Патохарактерологические (сверхценная идея и синдром «патологического отрицания болезни»).

Гипернозогностический вариант – синдром «ипохондрики здоровья», который характеризуется стремлением пациента к преодолению заболевания с чувством обиды и недоумения, при этом он отмечает несправедливость происходящего с ним. С момента постановки диагноза все внимание пациента акцентируется на лечении «любой ценой», тем самым демонстрируется преодолевающий стиль совладения с болезнью.

Гипонозогностический вариант характеризуется дезадаптивным отрицанием болезни: либо полным отрицанием пациентом своего недуга, либо минимизацией тяжести проявлений болезни. Склонность к акцентированию внимания на второстепенных симптомах с отрицанием или игнорированием преобладающих, а также, в редких случаях, к переносу болезненных ощущений с пораженных органов на здоровые [17].

Помимо этого, А.Б. Смулевич выделяет нозогении у лиц с психическими расстройствами и дает характеристику данным проявлениям. Среди факторов образования нозогений можно выделить деформацию структуры личности, реактивную лабильность или устойчивость по отношению к угрозе соматического благополучия, нарушения те-

лесного самосознания (Я-концепции) и т.д. Как правило, нозогении возникают в период ремиссии либо в той стадии, когда заболевание проявляется на уровне пограничных расстройств, и имеют затяжной характер – от 1 месяца до нескольких лет. Проявляются в виде депрессивных, ипохондрических, бредовых или параноических состояний [17].

О.Н. Кузнецов (1994), изучая проблему психогений непривычных условий существования, отмечает, что внезапно возникшая ситуация изоляции может привести к формированию у индивида психогенных расстройств. Исходя из этого, отношение пациента к своей болезни затруднено не только за счет потери гибкости психических процессов, но и из-за неопределенности, непредсказуемости действительности, «скрытые возможности» которой далеки от осуществления [8].

Ю.А. Александровский (1991), с опорой на работу Ф.Е. Рыбакова (1906, «Душевные расстройства в связи с последними политическими событиями») и актуальные на тот момент социально-политические события 80–90-х гг. XX в., происходившие в СССР/РФ, создает концепцию социально-стрессовых расстройств (далее – ССР).

ССР представляет собой состояние психоэмоционального перенапряжения и психической дезадаптации населения вследствие коренного изменения общественного сознания, общественных отношений и жизненных ориентаций большинства граждан, потрясенных политической, социальной, экономической культурной, религиозной, морально-нравственной трансформацией и превалирующей ситуацией нестабильности и неопределенности жизненного положения.

При ССР происходит заострение конституциональных особенностей личности, развитие невротических состояний, снижение адаптивных личностных возможностей, формируется склонность к антисоциальным действиям, развивается цинизм.

В качестве основных клинических проявлений ССР выделяют: нарушение ночного сна, астенические, панические, истерические и иные невротические и психические расстройства.

В отличие от иных расстройств, например посттравматического стрессового расстройства, которые проявляются у лиц, переживающих конкретные экстремальные ситуации, ССР развиваются у индивидов, находящихся под влиянием макросоциальных общегрупповых психогенных факторов. В качестве иных факторов возникновения ССР Ю.А. Александровский выделяет ухудшение соматического здоровья, усиление декомпенсаторных механизмов под влиянием биогенного фактора [1].

СМИ как источник психогении

Одной из первых междисциплинарных теорий, объясняющих данную проблему, стала теория «эффекта враждебных СМИ» (hostile media effect, англ.) Р. Валлоне, Л. Рассела и М. Леппера (1985). Согласно данной теории, личность склонна к восприятию информации с точки зрения собственных представлений, опыта и убеждений. Ей присуще выборочное (селективное) сосредоточение внимания и памяти на определенных отрезках информации, которые подтверждают ее собственную точку зрения или опровергают противоположную. Помимо этого, авторами выделялся фактор достоверности (беспристрастности) источника [22].

В качестве наиболее значимых факторов [20] указываются следующие:

- селективность восприятия и памяти (сосредоточение и запоминание «необходимой и достоверной» информации, которая не противоречит личностным убеждениям);
- логическая ошибка в виде классификации информации по признаку «правдивая/неправдивая».
- ангажированность СМИ.

На сегодняшний день СМИ являются как одним из источников профилактики многих проблем, связанных с психическим здоровьем человека, так и причиной их возникновения. СМИ, которые исполняют функцию информирования населения о возможных угрозах жизни и здоровью, по аналогии с лечащим врачом, могут нанести вред, применяя определенные способы распространения той или иной информации.

Рассмотрим более детально негативное влияние СМИ на психическое здоровье человека. По мнению Е.В. Павленко, основными источниками формирования отношения к собственному здоровью являются лечебные учреждения и СМИ. С помощью СМИ происходит информирование граждан об эпидемиологической обстановке, профилактике различного рода заболеваний и их предупреждении. Однако есть и обратная сторона. Общество, обладающее низкой медицинской грамотностью, формирует подходящую почву для различного рода манипуляций с массовым сознанием, которые могут нанести вред здоровью и запускаются исходя из экономических или политических интересов со стороны СМИ: например, для продвижения продажи нужного препарата или введения ограничительных мер [13].

В последние годы, как считает А.А. Заславская, СМИ используют различные психологические методы подачи информации, которые используются в рекламе, журналистике, политике, культуре и т.д. Чрезмерное использование СМИ и социальных сетей приводит к развитию зависимости от гаджетов, что влечет за собой проблемы с созданием и поддержанием реальных социальных отношений, а также с функциональным состоянием человека [7].

Как отмечает Д.В. Лебедев, видение человеком и обществом окружающего мира через призму СМИ может породить так называемую гиперреальность и создать необходимые условия для манипуляций с помощью различных визуальных стратегий. СМИ оказывают влияние на формирование ценностных предпочтений, установок и когнитивных шаблонов, убеждений, смысло- и формообразование, особенности восприятия социальной реальности, оценочных суждений и, как следствие, на изменение социального образа жизни и модели социального поведения [9].

Е.В. Павленко указывает, что современными СМИ делается акцент на внешней, атрибутивной стороне здоровья. Так, СМИ делают упор на привлекательность мужчин и женщин, навязывая определенные стандарты красоты (худоба у женщин, например)

с целью приобретения конкретного статуса в обществе. При утрате социального статуса или при невозможности его обретения происходит дезадаптация личности, которая может сопровождаться состояниями невротического или депрессивного спектра (тревожность, депрессия, расстройства пищевого поведения и т.д.) [13].

По мнению А.А. Заславской, коронавирусная инфекция была самой главной и обсуждаемой темой на протяжении всего 2020 г. Как показала практика, системы здравоохранения большинства стран оказались не способны эффективно противостоять пандемии. Возрастание количества смертей, ежедневно озвучиваемое в СМИ, с каждым днем вызывало у населения все большую панику. По мнению автора, при осознании человеком определенной опасности для его жизни и здоровья его поведение будет направлено на избегание рисков, сопряженных со здоровьем. Однако реакция человека на подобные новости зависит от предвзятых мнений о болезни и подверженности ее распространению. Современное освещение проблем, связанных со здравоохранением, в СМИ как раз таки является предвзятым, что увеличивает уровень тревожности в обществе. Иррациональный страх, возникающий на фоне новостей о коронавирусе, вызывает дезадаптивные реакции личности, которые порождают проблемы с социальным взаимодействием, финансами, трудовой деятельностью и т.д. При этом отфильтровываются убедительные данные о пандемии и игнорируется информация, которая стремится успокоить общество и уменьшить негативные последствия, в т.ч. для психики. Страх провоцирует людей на совершение импульсивных действий: например, срочной покупки товаров первой необходимости в большем количестве, чем это необходимо на данный момент для удовлетворения актуальных потребностей. При этом накопление запасов, совершаемое в панике, будет являться механизмом устранения страха [7].

Стоит отметить, что с начала появления новостей о возникновении новой коронавирусной инфекции в российском медиаполе было зарегистрировано порядка

1200 новостей (январь 2020), в то время как в марте 2020 г. – уже свыше 700 000. Согласно исследованию, проведенному Д.Н. Бариновым, в самом начале пандемии 59 % россиян не доверяло официальным новостям о COVID-19. При этом самым предпочтительным средством получения информации об эпидемиологической обстановке в стране у респондентов оставались социальные сети и «новостные сайты» (60 %). Около половины испытуемых в качестве основной причиной недоверия к официальным (государственным) источникам отмечали заниженные статистические данные: о числе заболевших, госпитализированных и скончавшихся вследствие заражения вирусом SARS-CoV-2. Лица, преимущественно использовавшие социальные сети в качестве основного источника получения новостей об эпидемиологической обстановке в стране и мире, отдавали предпочтение непроверенным источникам информации. Следовательно, на фоне возрастания количества слухов об искаженной со стороны государственных СМИ информации о числе заразившихся и скончавшихся от COVID-19 пациентов, можно предположить наличие положительной взаимосвязи с возрастанием уровня тревожности у респондентов [3].

Отдельного внимания требует анализ метафор, используемых СМИ при освещении новостей о пандемии коронавируса. Так, М.М. Воробьева с соавт. приходят к выводу, что в мировых СМИ коронавирус фреймировался агрессивными метафорами, что оказывало негативное влияние на мышление людей. При изучении 11 выступлений западных политиков (Б. Джонсона, А. Меркель, Э. Макрона и Д. Трампа) было выявлено, что доминирующим видом метафор в их речи были военные метафоры, отражающие стремление к борьбе с возникшей угрозой, – 72,25 % от общего числа метафор [4].

Как отмечает D. Craig, в метафорах о COVID-19, в отличие от других распространенных заболеваний, создается героический образ войны. Данные метафоры являются преднамеренными, введены неслучайно, а адресаты должны воспринимать падению

коронавируса именно как военную ситуацию [19].

R.D. Silverman с соавт. (2020) выражают мнение, что непреднамеренные метафоры, используемые СМИ при освещении новостей о пандемии коронавирусной инфекции, могут формировать искаженное отношение к COVID-19. Они указывают на необходимость соблюдения осторожности при работе с метафорами, освещении проблем лечения, пандемии или вакцинации. Авторы также приходят к выводу о доминировании военных метафор в СМИ в новостях о коронавирусе [21].

А.В. Нагорная в своем исследовании выделяет самые распространенные метафоры, используемые СМИ: военные, путешествия и катастроф. Упоминание пандемии коронавируса затронуло абсолютно все сферы жизнедеятельности: экономику, политику, спорт, культуру и проч., при этом большинство коннотаций связано именно с милитаристской сферой. Коронавирус представляется в образе врага, который нападает на население. Все это может привести к формированию искаженного отношения к коронавирусу [11].

По мнению Э.Б. Яковлевой, широкое распространение милитаристских метафор коронавируса объясняется сходством между военными действиями и борьбой человечества против вируса. СМИ прибегают к сравнению переполненных лечебных учреждений с линией фронта, на которой в образе военных с коронавирусом сражаются врачи [18].

И.П. Павлов считал, что для человека слово является сильнейшим условным раздражителем среди других раздражителей [3].

Как отмечает Л.С. Выготский, знаковая система – один из наиболее важных признаков всех высших психических функций, особенно мышления и восприятия. Информационное пространство, насыщенное особым рода знаками, формирующими смыслы и значения опасности, создает специфическую картину реальности, в которой у большинства людей неизбежно возникают тревожность и страх. Таким образом, у человека создается внеопытное представление о самой инфекции еще до заражения. В этих усло-

виях допустимо предполагать психогенное воздействие медиасреды на человека, predisposing к сенсibilизации восприятия угрозы и формированию у большинства пациентов деструктивного типа отношения к болезни в случае заболевания [2].

Согласно исследованию, проведенному А.Н. Алёхиным и А.Е. Отсусом (2023), было установлено, что использование СМИ агрессивных метафор при освещении проблемы пандемии COVID-19 оказывало влияние на формирование отношения к болезни. Информация, многократно транслируемая СМИ на протяжении длительного периода времени с помощью агрессивных метафор, оказывает психогенное воздействие на пациентов, формирует у них искаженное отношение к болезни при COVID-19. Для пациентов характерно эмоциональное реагирование как на сам факт заражения, так и в отношении новостей о пандемии COVID-19; им свойственны раздражительность, пониженное настроение, проявления тревожности, проблемы со сном, беспокойство за будущее, а также сужение социальных контактов с ближайшим окружением, в сравнении с больными ОРВИ, для которых подобные проявления не свойственны [2].

Согласно исследованию, проведенному А.Е. Отсусом (2024), непрерывная психогенная сенсibilизация создает условия для возникновения различных болезненных состояний тревожного спектра. Данные состояния проявляются в виде когнитивных, эмоциональных, социально-поведенческих и вегетативных изменений [12].

О.С. Дейнека, А.А. Максименко (2024) при рассмотрении проблемы особенностей распространения и психологического отражения недостоверной информации в условиях пандемии COVID-19 выделяют понятие *инфодемия*, под которым понимается массовое и быстрое распространение недостоверной информации через цифровые платформы. По результатам исследования было установлено, что недостоверная информация в СМИ, апеллирующая к негативным эмоциям, распространяется быстрее, в сравнении с достоверной. Она развивает и/или усиливает тревожные, панические, депрессивные состояния [6].

Обсуждение результатов

Психогения представляет собой болезненное состояние, проявляющееся в виде кратковременной реакции или длительного состояния болезни в результате воздействия на психику человека травмирующих факторов. Среди травмирующих факторов, оказывающих подобное влияние, можно выделить СМИ. В контексте формирования отношения к болезни массмедиа могут оказывать как позитивное, так негативное влияние. При формировании искаженного отношения к болезни помимо конституционального фактора весомый вклад вносит и психогенный.

Анализ литературных источников выявил недостаточную степень проработанности данной проблемы. Особенно отчетливо это прослеживается до начала пандемии COVID-19 (2019–2020). Полученные результаты останутся актуальными и в случае возникновения новых пандемий, поскольку, во-первых, механизмы распространения информации либо останутся прежними, либо со временем будут лишь совершенствоваться, а во-вторых, потребность в получении информации, особенно в экстремальных условиях, со временем будет лишь усиливаться.

Заключение

Отношение к болезни – динамическое образование, непосредственно влияющее на сохранение здоровья пациента путем формирования у него конструктивного типа поведения. Однако оно способно преобразовываться (реконструироваться) в зависимости от различных параметров болезни, таких как тяжесть, длительность, прогноз и проч., а также от субъективного ощущения благополучия и представлений о заболевании, которые формируются прежде всего посредством потребления субъектом информации из современного медиапространства. На примере пандемии COVID-19, беспрецедентной с точки зрения влияния на жизнедеятельность большей части популяции Земли, мы можем фиксировать широкую степень освещенности проблемы со стороны СМИ. С од-

ной стороны, СМИ исполняют профилактическую функцию предупреждения развития и распространения той или иной эпидемии/пандемии. С другой стороны, многократное и ежедневное освещение информации о количестве случаев госпитализации и летальных исходов оказывает психотравмирующее (психогенное) воздействие. В этих условиях информация подобного рода способна ак-

туализировать смысл смерти, опасности для жизни и здоровья у широких слоев населения, что отражается на их адаптивных личностных способностях. Все это в конечном итоге формирует искаженное отношение к болезни еще до момента заболевания, а сам факт постановки диагноза будет являться триггером, запускающим предуготованную реакцию на болезнь.

Литература

1. Александровский Ю.А. Социально-стрессовые расстройства // РМЖ. 1996. № 11. С. 2–3.
2. Алёхин А.Н., Отсус А.Е. Влияние СМИ на формирование отношения к болезни при COVID-19 // Вестник психотерапии. 2023. № 88. С. 14–21.
3. Баринов Д.Н. Особенности отношения молодежной аудитории освещению в СМИ пандемии коронавирусной инфекции (COVID-19) // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2022. № 78. С. 183–199.
4. Воробьева М.М., Захарова Д.С., Ефимова А.В. [и др.]. Формирование дискурсивного образа пандемии COVID-19 в институциональных СМИ (обзор) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6: Языкознание: Реферативный журнал. 2022. № 3. С. 80–95.
5. Дворецкий Л.И. Путешествие в страну ятрогения (сообщение 2) // Архив внутренней медицины. 2017. № 3. С. 165–170.
6. Дейнека О.С., Максименко А.А. Вакцина от инфодемии, или психологическое состояние общества на фоне пандемии, вызванной COVID-19. Кострома: АНО «Центр социальных инициатив», 2024. 400 с.
7. Заславская А.А. Средства массовой информации и их влияние на психику человека – истерия вокруг коронавируса // Сб. XIII межд. науч. конф. «Исследования молодых ученых» (г. Казань, октябрь, 2020 г.). Казань: Молодой ученый, 2022. С. 65–68.
8. Кузнецов О.Н. Психогении непривычных условий существования в клинко-психологической интерпретации неособобленных нозологических форм пограничной психиатрии // Обзорение психиатрии и медицинской психологии им. В. М. Бехтерева. 1994. № 4. С. 31–39.
9. Лебедев Д.В. Влияние масс-медиа на формирование ценностного отношения к здоровью в молодежной среде // Вестник ПАГС. 2010. № 1(22). С. 135–138.
10. Лурия Р.А. Внутренняя картина болезни и иатрогенные заболевания. М.: Медицина, 1977. 112 с.
11. Нагорная А.В. Метафорический фрейминг пандемии COVID-19 // Вестник Томского государственного университета. 2021. № 469. С. 28–35.
12. Отсус А.Е. К проблеме психогенной сенсibilизации (в условиях пандемии COVID-19) // Вестник психотерапии. 2024. № 91. С. 6–13.
13. Павленко Е.В. Влияние средств массовой информации на формирование ценностного отношения человека к своему здоровью // Сб. XIV Международной конференции научно-практической конференции «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования» (г. Екатеринбург, 17–18 марта, 2011 г.). Екатеринбург: Уральский государственный университет. С. 77–82.
14. Свядощ А.М. Неврозы и их лечение. М.: Медицина, 1971. 456 с.
15. Седов В.М., Бибилов В.Ю. Исследование дефиниций ятрогении // Ученые записки СПбГМУ им. академика И. П. Павлова. 2009. Т. 16, № 1. С. 8–12.
16. Середина Н.В. Основы медицинской психологии. Р. н/Д.: Феникс, 2003. 512 с.
17. Смулевич А.Б. Ипохондрия и соматоформные расстройства. М.: ИПТК «Логос», 1992. 175 с.
18. Яковлева Э.Б. От семьи до коронавируса: военная метафора в разных видах дискурса // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. 2021. № 1. С. 141–153.
19. Craig D. Pandemic and its metaphors: Sontag revisited in the COVID-19 era // *European Journal of Cultural Studies*. 2020. Vol. 23, N 6. Pp. 1025–1032.
20. Perloff R.M. A Three-Decade Retrospective on the Hostile Media Effect // *Mass Communication and Society*. 2015. Vol.18, N 6. Pp. 701–729.
21. Silverman R.D., Head K.J., Beckman E. From “A Spoonful of sugar” to operation warp speed: Covid-19 vaccines and their metaphors // *Bill of Health*. 2020. URL: <https://scholarworks.indianapolis.iu.edu/items/ebfe857f-5bef-4ea4-ba0c-d96f9b552db8> (дата обращения: 29.03.2025)
22. Vallone R.P., Ross L., Lepper M.R. The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1985. Vol. 9, N 3. Pp. 577–585.

Поступила 28.04.2025

Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования. Отсус А.Е. Средства массовой информации как источник психогенного воздействия // Вестник психотерапии. 2025. № 95. С. 106–117. DOI: 10.25016/2782-652X-2025-0-95-106-117

A.E. Otsus

Mass Media as a Source of Psychogenic Influence

Herzen State University (48, River Moika Emb., St. Petersburg, Russia)

✉ Aleksandr Evgenievich Otsus – Assistant of Department of Clinical Psychology and Psychological Help, Herzen State University (48, River Moika Emb., St. Petersburg, 191186, Russia), e-mail: susto111@yandex.ru

Abstract

Relevance. The problem of the influence of mass media (the media – further) on human behavior is interdisciplinary and is studied within such scientific fields as philosophy, psychology, sociology, linguistics, and so on. This analysis presents a clinical and psychological point of view on the problem of the psychogenic impact of the media. The article presents an analysis of research on the phenomenon of “psychogeny”: the history of the problem, the concept, definitions and classifications. For the first time, the role of the media in the formation of a distorted attitude towards the disease in patients with COVID-19 is considered. The article provides an overview of theoretical and empirical studies on the problem of psychogenic effects from the media on patients who have suffered COVID-19.

Objective. *To examine the role of the psychogenic factor of the information environment in shaping illness perception during the pandemic.*

Methodology: theoretical analysis of domestic and foreign literary sources for the years 1971–2024 on the study of the role of the psychogenic factor in the formation of attitudes towards the disease. The search for publications was carried out on the foreign scientific databases SpringerLink, JSTORE, ResearchGate, as well as on the Russian libraries CyberLeninka and eLibrary.ru.

Results. The COVID-19 pandemic, unprecedented in terms of its global impact, has been widely covered by mass media. On the one hand, mass media play a preventive role by disseminating information aimed at limiting the spread of epidemics and pandemics. On the other hand, repeated and daily reporting on hospitalization and mortality rates exerts a psychotraumatic (psychogenic) effect. During the pandemic, such information may actualize existential concerns about death and threats to life and health among broad population groups, thereby negatively affecting adaptive psychological capacities. Consequently, distorted attitudes toward illness may form prior to any diagnosis, while the act of receiving a diagnosis itself becomes a trigger that initiates a predetermined maladaptive reaction to the disease.

Conclusion. The findings highlight the significance of considering psychogenic media influence when designing psychopreventive programs for populations exposed to emergencies, including future pandemics. They also underscore the relevance of accounting for psychogenic factors in the clinical interaction with patients, particularly those recovering from acute respiratory infections in pandemic contexts, while taking into account their individual psychological characteristics. Furthermore, the results may inform subsequent research on the psychological effects of media exposure.

Keywords: psychogeny, psychogenic effects, mass media, COVID-19, pandemic, attitude to the disease, reaction to the disease.

References

1. Alexandrovsky Yu.A. Social'no-stressovye rasstrojstva [Social stress disorders]. *Russkij medicinskij zhurnal* [Russian Medical Journal]. 1994; (11): 2–3. (In Russ.)
2. Alekhin A.N., Otsus A.E. Vliyanie SMI na formirovanie otnosheniya k bolezni pri COVID-19. [The influence of the media on the formation of attitudes towards the disease with COVID-19]. *Vestnik psikhoterapii* [Bulletin of Psychotherapy]. 2023; (88): 14–21. (In Russ.)
3. Barinov D.N. Osobennosti otnosheniya molodezhnoj auditorii osveshheniju v SMI pandemii koronavirusnoj infekcii (COVID-19) [Features of the young audience's attitude to the media coverage of the coronavirus (COVID-19) pandemic]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologija*. [Tomsk State University Journal of Philology]. 2022; (78): 183–199. (In Russ.)
4. Vorobeva M.M., Zaharova D.S., Efimova A.V. [et al.]. Formirovanie diskursivnogo obraza pandemii COVID-19 v institucional'nyh SMI (Obzor). [Formation of a discourse image of the covid-19 pandemic in institutional media (Review)]. *Social'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaja i zarubezhnaja literatura. Ser. 6, Jazykoznanie: Referativnyj zhurnal*. [Social sciences and humanities. Domestic and foreign literature series 6. Linguistics]. 2022; (3): 85–90. (In Russ.)
5. Dvoreckij L.I. Puteshestvie v stranu jatrogenija (soobshhenie 2). [Travel to country iatrogenic (Message 2)]. *Arhiv vnutrennej mediciny* [Archive of internal medicine]. 2017; 7(3): 121–128. (In Russ.)
6. Deineka O.S., Maksimenko A.A. Vakcina ot infodemii ili psihologicheskoe sostojanie obshhestva na fone pandemii, vyzvannoj COVID-19. [The vaccine against infodemia or the psychological state of society against the background of the pandemic caused by COVID-19]. Kostroma, 2024. 400 p. (In Russ.)
7. Zaslavskaja A. A. Sredstva massovoj informacii i ih vlijanie na psihiku cheloveka – isterija vokrug koronavirusa. [The media and their influence on the human psyche: hysteria around coronavirus]. In: *XIII Mezhdunarodnaja nauchnaja konferencija «Issledovaniya molodyh uchjonyh», oktjabr', 2022* [In the Collection of XIII International scientific conference «Research by young scientists», October, 2020]. Kazan, 2022. Pp. 65–68. (In Russ.)
8. Kuznetsov O.N. Psihogenii neprivychnyh uslovij sushhestvovaniya v kliniko-psihologicheskoi interpretacii neobosoblennyh nozologicheskikh form pograničnoj psichiatrii. [Psychogenies of unusual living conditions in the clinical and psychological interpretation of non-isolated nosological forms of borderline psychiatry.V.M]. *Obozrenie psichiatrii i medicinskoj psihologii im. V. M. Bekhtereva*. [Bekhterev review of psychiatry and medical psychology]. 1994; (4): 31–39. (In Russ.)
9. Lebedev D.V. Vlijanie mass-media na formirovanie cennostnogo otnosheniya k zdorov'ju v molodezhnoj srede [The influence of Mass Media of Formation of Value Attitudes of Youth towards Health]. *Vestnik Povolzhskoj akademii gosudarstvennoj sluzhby* [The Bulletin of the Volga region Institute of Administration]. 2010; 22(1): 135–138. (In Russ.)
10. Luria R.A. Vnutrennjaja kartina bolezni i iatrogennye zabolevaniya [The internal picture of the disease and iatrogenic diseases]. Moscow, 1977. 112 p. (In Russ.)
11. Nagornaya A.V. Metaforicheskij frejming pandemii COVID-19. [Metaphoric Framing of COVID-19]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*. [Tomsk State University Journal]. 2021; (469): 28–35. (In Russ.)
12. Otsus A.E. K probleme psihogennoj sensibilizacii (v uslovijah pandemii COVID-19). [On the problem of psychogenic sensitization (during the COVID-19 pandemic)]. *Vestnik psikhoterapii* [Bulletin of Psychotherapy]. 2023; (91): 6–14. (In Russ.)
13. Pavlenko E.V. Vlijanie sredstv massovoj informacii na formirovanie cennostnogo otnosheniya cheloveka k svoemu zdorov'ju. [The influence of the media on the formation of a person's value attitude towards his health]. In: *XIV Mezhdunarodnaja nauchno-prakticheskaja konferencija «Kul'tura, lichnost', obshchestvo v sovremennom mire: metodologija, opyt jempiricheskogo issledovaniya», 17–18 marta 2011*. [In the Collection of XIV International Conference of Scientific and Practical Conference «Culture, personality, society in the modern world: methodology, experience of empirical research», 17–18 March, 2011]. Ekaterinburg, 2011. Pp. 77–82. (In Russ.)
14. Svyadoshch A.M. Nevrozy i ih lechenie [Neuroses and their treatment]. Moscow. 1971; 456. (In Russ.)
15. Sedov V.M., Bibikov V.Ju. Issledovanie definicij jatrogenii [Study of definitions of iatrogenics]. *Uchenye zapiski Pervogo Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo medicinskogo universiteta im. Akademika im I.P. Pavlova* [The Scientific Notes of Pavlov University]. 2009; 16(1): 8–12. (In Russ.)
16. Seredina N.V. Osnovy medicinskoj psihologii [Fundamentals of medical psychology]. Rostov-on-Don, 2003. 512 p. (In Russ.)
17. Smulevich A.B. Ipohondrija i somatoformnye rasstrojstva [Hypochondria and somatoform disorders]. Moscow, 1992. 175 p. (In Russ.)
18. Yakovleva E.B. Ot sem'i do koronavirusa : voennaja metafora v raznyh vidah diskursa [From family to coronavirus : a military metaphor in different types of discourse]. *Social'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaja i zarubezhnaja literatura. Serija 6: Jazykoznanie*. [Social sciences and humanities. Domestic and foreign literature series 6. Linguistics]. 2021; (1): 141–153. (In Russ.)

-
19. Craig D. Pandemic and its metaphors : Sontag revisited in the COVID-19 era. *European Journal of Cultural Studies*. 2020; 23(6): 1025–1032.
 20. Perloff R.M. A Three-Decade Retrospective on the Hostile Media Effect. *Mass Communication and Society*. 2015; 18(6): 701–729.
 21. Silverman R.D., Head K.J., Beckman E. From «A Spoonful of sugar» to operation warp speed: Covid-19 vaccines and their metaphors. Bill of Health, 2020. URL: <https://scholarworks.indianapolis.iu.edu/items/ebfe857f-5bef-4ea4-ba0c-d96f9b552db8> (accessed 29.03.2025)
 22. Vallone R.P., Ross L., Lepper M.R. The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1985; 9(3): 577–585.
-

Received 28.04.2025

For citing: Otsus A.E. Sredstva massovoi informatsii kak istochnik psikhogenного vozdeistviya. *Vestnik psikhoterapii*. 2025; (95): 106–117. **(In Russ.)**

Otsus A.E. Mass media as a source of psychogenic influence. *Bulletin of Psychotherapy*. 2025; (95): 106–117. DOI: 10.25016/2782-652X-2025-0-95-106-117
