

## Конспирологические теории как феномен медиавоздействия на общественное сознание

Андрей А. Хохлов

*Российский государственный гуманитарный университет  
Москва, Россия, hohlov@rggu.ru*

*Аннотация.* В статье рассматривается проблема распространения конспирологических представлений в социальных сетях и в СМИ в связи с эпидемией COVID-19 в Российской Федерации. Дается краткий обзор наиболее известных научных подходов к исследованию неконвенциональных концепций и различных «теорий заговора». Особое внимание обращается на связь теорий заговора с постмодернистскими идеями и критическим отношением к любой официальной информации из авторитетных источников. Подчеркивается, что равенство высказываний, на котором настаивали сторонники постмодернизма, ведет к увеличению информационного шума и размыванию границ между фактом и вымыслом. Современная конспирология – это реакция аудитории на алармизм в публикациях официальных СМИ. Отмечается рост подобных представлений в условиях кризисов, катастроф и эпидемий. Предпринята попытка выявить типичные конспирологические версии причин эпидемии коронавируса в российском сегменте социальной сети Фейсбук. В статье факт роста популярности «альтернативных теорий» исследуется в контексте социальных страхов россиян, в связи с углублением экономического кризиса и перспективой потерять работу. Рост конспирологических идей анализируется в связи с феноменом медиавоздействия на общественное сознание. Функции современных медиа определяются постепенным замещением социальной реальности медиареальностью, которая тиражирует симулякры, а не занимается только информированием. В статье констатируется достаточно сильное влияние материалов средств массовой информации на потребителей новостного контента, что является одной из причин распространения теорий заговора в различных группах и сообществах медиапользователей.

*Ключевые слова:* неконвенциональные концепции, конспирология, инфотейнмент и сайентейнмент, медиавоздействие, эффекты медиавоздействия, моральная паника, виртуализация, симулякр.

*Для цитирования:* Хохлов А.А. Конспирологические теории как феномен медиавоздействия на общественное сознание // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2020. № 2. С. 94–102. DOI: 10.28995/2073-6401-2020-2-94-102

## Conspiracy theories as a phenomenon of media impact on public consciousness

Andrei A. Khokhlov

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia, hohlov@rggu*

*Abstract.* The article deals with the issue of spreading conspiratorial ideas in social networks and in the media, in connection with the COVID19 epidemic in the Russian Federation. A brief overview of the most well-known scientific approaches to the study of non-conventional concepts and various “conspiracy theories” is given. Special attention is paid to the connection of the conspiracy theories with postmodern ideas and a critical attitude to any official information from authoritative sources. It is emphasized that the equality of statements, that was insisted on by the supporters of postmodernism, leads to an increase in information noise and blurring the boundaries between fact and fiction. Modern conspiracy theory is the audience’s reaction to alarmism in official media publications. The author denotes an increase in such perceptions in the context of the crises, catastrophes and epidemics. An attempt is made to identify typical conspiracy versions for the causes of the coronavirus epidemic in the Russian segment of the social network Facebook. The article examines the fact of the growing popularity of “alternative theories” in the context of social fears of Russians, in connection with the deepening economic crisis and the prospect of losing their jobs. The growth of conspiracy ideas is analyzed in connection with the phenomenon of media influence on public consciousness. The functions of modern media are determined by the gradual replacement of the social reality of media with a reality that replicates simulacra, and is not only engaged in informing. The article states that the influence of media materials on consumers of the news content is quite strong, which is one of the reasons for the spread of conspiracy theories in various groups and communities of media users.

*Keywords:* unconventional concepts, conspiracy theory, infotainment and scientainment, media impact, media impact effects, moral panic, virtualization, simulacru.

*For citation:* Khokhlov, A.A. (2020), “Conspiracy theories as a phenomenon of media impact on public consciousness”, *RSUH/RGGU Bulletin. “Philosophy. Sociology. Art Studies” Series*, no. 2, pp. 94-102, DOI: 10.28995/2073-6401-2020-2-94-102

### *Введение*

Неконвенциональные методы объяснения реальности имеют ряд общих для всех теорий заговора особенностей. Прежде всего это следование бинарным оппозициям: «свой» – «чужой», «враг» – «жертва», усложненные объяснительные конструкции и обязательное наличие тайны в сюжете.

Некоторые авторы отмечают в конспирологических теориях следы апокалиптического мышления. Так, авторитетный исследователь теорий заговора Майкл Баркан пишет об «импровизационном миллениализме», определяя его как разновидность современной эсхатологии [Шнирельман 2016, с. 195].

### *Возможные причины устойчивости неконвенциональных представлений*

Социолог Люк Болтански [Болтански, Хорхордин 2020, с. 76] выделяет следующие возможные причины популярности неконвенциональных теорий в различных сегментах общества:

Во-первых, это протест обычных граждан против институционального господства элиты, включая ученых и публичных интеллектуалов.

Во-вторых, люди привыкли к информации, содержащей недосказанность, отсылки к псевдонаучным источникам, к пропагандистским и рекламным сюжетам, искажающим реальные факты.

В-третьих, логика развития медиаиндустрии привела к широкому распространению качественно новых информационно-коммуникационных технологий, таких как инфотеймент и мокьюментари сюжеты.

Продолжая мысль Болтански, можно предположить, что конструирование реальности, которой занимаются современные медиа, в сознании потребителей контента ассоциируется с сознательным обманом, скрывающим настоящую реальность, что порождает моральную панику.

Моральная паника рассматривается как одна из форм массовых аффективных реакций, «объединенных общим или сходным проблематизируемым условием, как угрозой разрушения устойчивой системы нравственных норм и ценностей» [Ефанов 2017, с. 131].

О возрастающем воздействии медиа на общественную жизнь и формировании особой медиареальности, в которой протекает социализация индивида, писал еще Н. Луман [Луман 2005]. В определенном смысле можно утверждать, что «объективная реальность» сегодня в значительной степени замещается медиареальностью.

### *Конспирологические версии COVID-19 в СМИ*

В социальных сетях в Российской Федерации нагнетание тревоги началось в феврале-марте текущего года. При этом в распространении тревожных сведений участвуют граждане с медицинским образованием.

«Что будет дальше – пока неясно, ситуация меняется очень быстро. Но, кажется, ничего хорошего ждать не стоит»<sup>1</sup>. По данным социологических служб, эпидемия коронавируса входит в ТОП-5 проблем, беспокоящих сейчас россиян<sup>2</sup>.

Проведенный нами контент-анализ сообщений об эпидемии в русском сегменте социальной сети «Фейсбук» за период 16 марта – 16 апреля 2020 г. (выборка – 237 постов) позволяет сделать предварительный вывод о том, что отрицание эпидемии и другие конспирологические версии, связанные с COVID-19, источником своего происхождения имеют российские СМИ.

Самыми распространенными конспирологическими сюжетами в социальной сети Фейсбук за исследуемый период можно назвать следующие версии:

- коронавирус объясняется неудачными испытаниями биологического оружия в Китае: 16 упоминаний из 237 сообщений в русскоязычном сегменте ФБ;
- эпидемия – часть неконвенциональной войны США против Китая: 32 упоминания;
- коронавирус – это обман, в действительности его нет; власти нам врут: 24 поста;
- власти РФ выдают обычную сезонную эпидемию ОРВИ за опасный коронавирус, чтобы ограничить наши права: 19 сообщений;
- вспышка заболевания была вызвана мигрантами, и сейчас мигранты распространяют вирус на территории ЕС, а россияне, которые заразились в Европе, развезут инфекцию по регионам РФ: 23 упоминания;
- данный вид вируса разработан в секретных лабораториях США по заказу «глубинного государства», и его испытывают на жителях разных стран: 11 сообщений;
- эпидемия является следствием вакцинации; нужно искать «народные рецепты» против инфекции: 20 постов;
- нынешняя эпидемия – это начало Божьего наказания за грехи человеческие: 8 упоминаний.

Следует заметить, что альтернативные версии о происхождении COVID-19 являются глобальным трендом в медийной мировой повестке.

---

<sup>1</sup> Якутенко И. Весь мир в ситуации цугцванга? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/581494799/posts/10158016486349800/?d=n> (дата обращения 22 марта 2020).

<sup>2</sup> GfK: Бремя самоизоляции. Москва, 16.04.2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/bremja-samoizoljicii/> (дата обращения 10 марта 2020).

Как только Дональд Трамп назвал вирус «китайским», сразу же представитель МИД КНР заявил, что COVID-19 похож на биологическое оружие направленного действия, которое используют враги Китая<sup>3</sup>. Сходные слухи – только с намеками на других «злодеев» – появились и в российских СМИ.

Фармакологический сюжет явно в аутсайдерах – всего 10 сообщений<sup>4</sup>.

Несмотря на тот факт, что о расшифровке генома COVID-19 неоднократно сообщалось в мировых СМИ, конспирологические версии происхождения вируса продолжают транслироваться достаточно авторитетными людьми<sup>5</sup>.

Руководственный характер коронавируса обсуждается и в сетевых российских изданиях<sup>6</sup>, и в федеральных СМИ<sup>7</sup>.

Версия представителя военного ведомства одной из исламских стран о том, что нынешний вирус – это оружие, мгновенно превратилась в «бродачий конспирологический сюжет»<sup>8</sup>.

Теории заговора в их классическом виде сегодня активно используются в информационных войнах как эффективный политический инструмент.

Аудиторию практически подталкивают к конспирологическим объяснениям неясной ситуации с эпидемией, высказывая предпо-

---

<sup>3</sup> ВВС: Китай начал пропагандировать версию о том, что коронавирус создали США. Это похоже на фейк. 16.03.2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-51882337> (дата обращения 20 марта 2020).

<sup>4</sup> Рувинский В. Коронавирусная теория заговора, Ведомости от 19.03.2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2020/03/20/825733-koronavirusnaya-teoriya> (дата обращения 20 марта 2020).

<sup>5</sup> Картина мира с Михаилом Ковальчуком. ТК «Культура» [Электронный ресурс]. URL: [https://tvkultura.ru/video/show/brand\\_id/63741/episode\\_id/2252057/video\\_id/2280778/](https://tvkultura.ru/video/show/brand_id/63741/episode_id/2252057/video_id/2280778/) (дата обращения 25 апреля 2020).

<sup>6</sup> ИА «Реалист»: Коронавирус изготовили в лаборатории – бывший агент ЦРУ [Электронный ресурс]. URL: <http://realtribune.ru/news/news/3791>. 21.04.2020. 19:12 (дата обращения 25 апреля 2020).

<sup>7</sup> Панишева Ю. Коронавирус: биологическая война США против России и Китая. Красная Звезда. 29.01.2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://zvezdaweekly.ru/news/t/20201291341-AfM0x.html> (дата обращения 20 марта 2020).

<sup>8</sup> Coronavirus may be US 'biological attack': IRGC head Hossein Salami. Yaghoub Fazeli, Al Arabiya English. Thursday 05 March 2020. 16.04.2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://english.alarabiya.net/en/News/middle-east/2020/03/05/Coronavirus-may-be-US-biological-attack-IRGC-head.html> (дата обращения 20 марта 2020).

ложение о том, что китайцы скрывают информацию о количестве жертв инфекции<sup>9</sup> или о причастности России к тиражированию фейков о вирусе<sup>10</sup>.

### *Роль СМИ в конструировании медиареальности*

В определенной степени проблемы эпидемии, транслируемые СМИ, имеют все черты виртуальности. В ряду отличительных особенностей виртуальности отмечаются три ее основных свойства: нематериальность воздействия, условность параметров и эфемерность [Бергер, Лукман 1995]. Виртуализацию реальности можно понимать как целенаправленное масштабирование иллюзий.

Иллюзии, будучи триггером коллективных представлений, способствуют формированию особой логики отношения к фактам и событиям. Так, еще Г. Лебон писал о галлюцинирующих толпах, сознание которых стирает несоответствия и дополняет реальность вымыслом [Лебон 1998, с. 22]. В случае с эпидемией COVID-19 на коллективное сознание оказывается стимулирующее медиавоздействие.

Российский социолог Жан Тощенко разработал концепт «кентавризма» для анализа парадоксальности в развитии российского общества [Тощенко 2011, с. 208]. Симуляционные конструкты реальности, транслируемые отечественными медиа, являются в какой-то степени подобными «кентаврами» на информационном пространстве.

### *Эффекты и эффективность медиавоздействия*

Эффективность медиавоздействия обусловлена различными факторами, среди которых следует выделить: степень восприимчивости аудитории к медиасообщениям, уровень эрудированности, внимательность и готовность потреблять новостной контент [Брайант, Томпсон 2004].

В научной литературе традиционно отмечают кратковременные и долговременные эффекты. Однако нет достаточных основа-

---

<sup>9</sup> Китай победил коронавирус? Что не так в официальных заявлениях Пекина. BBC. 08.04.2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-51374460> (дата обращения 20 марта 2020).

<sup>10</sup> Брод У. Долгая война Путина против американской науки. NYT 16/04/2020/ Цит.: Инопресса. 21.04.2020 URL: <https://www.inopressa.ru/article/14apr2020/nytimes/science.html> (дата обращения 20 марта 2020).

ний полагать, что индивиды продолжают верить в симулякр и после того, как медиавоздействие заканчивается.

После распада СССР полностью изменились форматы и идеология медиаконтента. Появилась концепция инфотеймента – развлекая, сообщай. Эта концепция исходит из гипотезы о том, что аудитория СМИ легче усваивает информацию, если медиасообщение подается в игровой, развлекательной форме. Сюда же можно отнести и практику сайенстеймента и различных инсценировок, например фильмы: «Первые на Луне» или «Плесень и гены против нас».

Вполне вероятно, что к этому перечню особенностей современного телевидения можно добавить и привычку зрителей стараться в любом важном сообщении искать скрытые подтексты, «второе дно». Эта привычка осталась у людей от советских времен, когда скрытая ирония и смыслы, «зашитые» в подтекст сюжета, позволяли аудитории выявлять факты в море откровенной дезинформации. Вот эта старая традиция отличать «реальность» от «действительности» в условиях информационного шума способствует формированию у граждан альтернативных концепций причин эпидемии.

Сама суть деятельности СМИ, как считал Н. Луман, «состоит в непрерывном порождении и переработке раздражений, а не в умножении познания, социализации или прививании нормативного конформизма» [Луман 2005, с. 152]. Налицо сознательная попытка конструирования моральной паники. Следует заметить, что подобные медийные технологии применялись и в других обстоятельствах, например при освещении проблемы ВИЧ в Российской Федерации [Ефанов 2017, с. 131].

Массированное воздействие медиаконтента на психику способствует искажению оптики и препятствует адекватному восприятию информации о коронавирусной эпидемии в различных аудиториях. В результате граждане начинают воспринимать поступающие из медиаисточников медицинские, экономические и социально-политические новости в конспирологическом ключе.

## *Заключение*

Проведенный анализ медиасообщений и постов пользователей Фейсбук о COVID-19 позволяет сделать вывод о том, что главными источниками конспирологических версий, имеющих отношение к нынешней мировой эпидемии, являются СМИ и многочисленные публичные фигуры, распространяющие собственные мнения алармистского характера.

Активное использование медиаресурсов в манипулятивных целях создает условия для массового отрицания рациональных подходов к решению социальных проблем. А отрицание, в свою очередь, открывает путь к бурному «цветению» всевозможных теорий заговора.

### Литература

- Бергер, Лукман 1995 – *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 334 с.
- Брайант, Томпсон 2004 – *Брайант Д., Томпсон С.* Основы воздействия СМИ. М.; СПб.; Киев: Вильямс, 2004.
- Болтански, Хархордин 2020 – *Болтански Л., Хархордин О.* Задача политики выразить словами то, что в жизненном опыте ускользнуло от сконструированной реальности: Интервью с Люком Болтански // Социологическое обозрение. 2020. Т. 19. № 1. С. 74–84.
- Ефанов 2017 – *Ефанов А.А.* Эпидемия ВИЧ: Социальная проблема или новая моральная паника? // Вестник Томского государственного университета. 2017. № 37. С. 130–138.
- Лебон 1998 – *Лебон Г.* Психология масс // Психология масс: Хрестоматия / Под ред. Д.Я. Райгородского. Самара, 1998.
- Луман 2005 – *Луман Н.* Реальность массмедиа: Пер. с нем. М.: Практикс, 2005. 256 с.
- Тощенко 2011 – *Тощенко Ж.Т.* Кентавр-проблема. Опыт философского и социологического анализа. М.: Новый хронограф, 2011. 552 с.
- Шнирельман 2016 – *Шнирельман В.* Александр Дугин: возведение моста между эсхатологией и конспирологией // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2016. № 4. С. 194–221.

### References

- Berger, P. and Luckmann, T. (1995), *Socialnoe konstruirovaniye realnosti. Traktat po soziologii znaniya* [The social construction of reality. A treatise on sociology of knowledge], Medium, Moscow, Russia.
- Boltanski, L. and Kharkhordin, O. (2020), “The task of politics is to put into words what has escaped the constructed reality in life experience. Interview with Luke Boltanski”, *Sociologicheskoye obozreniye*, vol. 19, no. 1, pp. 74–84.
- Bryant, D. and Tompson, S. (2004), *Osnovy vozdeistviya SMI* [Fundamentals of Media Effects], Veterburg, Kiev, Russia, Ukrain.
- Efanov, A.A. (2017), “AIDS: epidemic. A social issue or a new moral panic?”, *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, no 37, pp. 130-138.
- Le Bon, G. (1998), “Mass psychology”, *Psicologiya mass: Khrestomatiya* [Mass psychology, Reader], D.Ya. Raigorodsky (ed.), Samara, Russia.
- Luhmann, N. (2005), *Realnost' massmedia* [Die Realitet der Massenmedien], transl. from German, Praxis, Moscow, Russia.

- Toshchenko, Zh.T. (2011), *Kentavr-problema. Opyt filosofskogo y sociologicheskogo analiza* [The centaur problem. Experience in philosophical and sociological analysis], Novy chronograph, Moscow, Russia.
- Shnirelman, V.A. (2016) "Alexander Dugin. Building a bridge between the eschatology and conspiracy theory", *Gosudarstvo, religiya, tserkov' v Rossii i za rubezhom*, no 4, pp. 194-221.

### *Информация об авторе*

*Андрей А. Хохлов*, кандидат социологических наук, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Россия Москва, Миусская пл., д. 6; hohlov@rggu.ru

### *Information about the author*

*Andrei A. Khokhlov*, Cand. of Sci. (Sociology), Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Sq., Moscow, Russia, 125993; hohlov@rggu.ru