

Научно-исследовательский журнал «International Journal of Medicine and Psychology / Международный журнал медицины и психологии»

<https://ijmp.ru>

2025, Том 8, № 5 / 2025, Vol. 8, Iss. 5 <https://ijmp.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.3.1. Общая психология, психология личности, история психологии (психологические науки)

УДК 159.955.5

<sup>1,2</sup> Шавлохова Е.С.,

<sup>1</sup> Кирячкова В.А.,

<sup>1</sup> Корнаухов С.А.,

<sup>1</sup> Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина,

<sup>2</sup> Кубанский институт профессионального образования,

## Нарушение критического восприятия в обществе: проблемы и перспективы

**Аннотация:** в статье исследуется феномен нарушения критического восприятия в современном обществе. Целью является определение ключевых факторов, снижающих способность индивидов к критическому осмыслению информации, а также разработка перспективных мер по его восстановлению. Методологическую основу составили сравнительный контент-анализ медиадискурса 2019-2024 гг., социологический опрос (n = 1 784, 8 регионов РФ) и корреляционный анализ (Spearman ρ). Выявлено три взаимосвязанных кластера факторов: когнитивная перегрузка, алгоритмическая персонализация и эрозия образовательных фильтров. Индекс критического восприятия в выборке снизился с 0,67 до 0,42 (2005 - 2024; p <0,01). Установлена сильная отрицательная корреляция (ρ = - 0,71) между уровнем персонализации медийной ленты и способностью респондентов распознавать манипулятивные сообщения. Научная новизна заключается в комплексной модели взаимодействия цифровой среды и когнитивных искажений, уточняющей динамику их влияния. Практическая значимость состоит в разработанной многоуровневой стратегии: институциональные регулятивы (факт-чекинг, прозрачность алгоритмов), образовательные программы медиа- и информационной грамотности, а также индивидуальные техники когнитивной саморегуляции. Перспективы дальнейших исследований связаны с эмпирической валидацией модели в межкультурном контексте и оценкой эффективности предложенных мер. Данное исследование важно тем, что существующие работы преимущественно описывают отдельные аспекты проблемы (например, фейковые новости или когнитивные искажения), оставляя без внимания их комплексное взаимодействие в динамике цифровой среды. Необходимо отметить то, что совокупный эффект когнитивной перегрузки, алгоритмической персонализации и эрозии образовательных фильтров статистически значимо (p <0,05) снижает способность индивидов к критическому анализу информации.

**Ключевые слова:** критическое восприятие, медийная среда, когнитивные искажения, алгоритмическая персонализация, цифровая культура, информационная безопасность, медиаобразование, социальное влияние

**Для цитирования:** Шавлохова Е.С., Кирячкова В.А., Корнаухов С.А. Нарушение критического восприятия в обществе: проблемы и перспективы // International Journal of Medicine and Psychology. 2025. Том 8. № 5. С. 197 – 205.

Поступила в редакцию: 20 марта 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 17 мая 2025 г.; Принята к публикации: 4 июля 2025 г.

<sup>1, 2</sup> **Shavlokhova E.S.,**

<sup>1</sup> **Kiryachkova V.A.,**

<sup>1</sup> **Kornaukhov S.A.,**

<sup>1</sup> *Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin,*

<sup>2</sup> *Kuban Institute of Professional Education,*

## Violation of critical perception in society: problems and prospects

**Abstract:** the article examines the phenomenon of declining critical perception in contemporary society. The purpose is to identify key factors that undermine individuals' ability to assess information critically and to outline prospective measures for its recovery. The methodological framework combines a comparative content analysis of media discourse (2019-2024), a sociological survey ( $n = 1,784$  across eight Russian regions) and Spearman correlation analysis. Three interrelated clusters of factors were found: cognitive overload, algorithmic personalization, and erosion of educational filters. The sample's Critical Perception Index deteriorated from 0.67 to 0.42 (2005–2024;  $p < 0.01$ ). A strong negative correlation ( $\rho = -0.71$ ) emerged between feed personalization intensity and respondents' ability to detect manipulative messages. Scientific novelty lies in an integrated model describing the interaction between digital environments and cognitive biases and refining the dynamics of their influence. Practical significance is provided by a multi-level strategy: institutional regulations (fact-checking, algorithmic transparency), media- and infoliteracy educational programs, and individual cognitive self-regulation techniques. Future research should validate the model in cross-cultural settings and assess the effectiveness of the proposed measures. This study is important because existing works mainly describe individual aspects of the problem (for example, fake news or cognitive biases), leaving out their complex interaction in the dynamics of the digital environment. It should be noted that the combined effect of cognitive overload, algorithmic personalization and the erosion of educational filters statistically significantly ( $p < 0.05$ ) reduces individuals' ability to critically analyze information.

**Keywords:** critical perception, media environment, cognitive biases, algorithmic personalization, digital culture, information security, media literacy, social influence

**For citation:** Shavlokhova E.S., Kiryachkova V.A., Kornaukhov S.A. Violation of critical perception in society: problems and prospects. International Journal of Medicine and Psychology. 2025. 8 (5). P. 197 – 205.

The article was submitted: March 20, 2025; Approved after reviewing: May 17, 2025; Accepted for publication: July 4, 2025.

### Введение

В начале XXI в. масштабное распространение цифровых медиа коренным образом изменило информационный ландшафт, сделав любой контент доступным «по щелчку» и многократно ускорив циркуляцию сообщений. Одновременно усилились процессы алгоритмической персонализации, которые формируют для каждого пользователя уникальный «фильтр-пузырь», минимизируя столкновение с альтернативными точками зрения [1]. На этом фоне фиксируется устойчивая тенденция к снижению способности аудитории различать факты и интерпретации, критически оценивать источники и обнаруживать манипулятивные практики [2, 3]. Нарушение критического восприятия ведёт к росту доверия к дезинформации, радикализации общественных настроений и ослаблению демократических институтов [4].

Актуальность исследования обусловлена тем, что существующие работы преимущественно описывают отдельные аспекты проблемы (например, фейковые новости или когнитивные искажения),

оставляя без внимания их комплексное взаимодействие в динамике цифровой среды.

При рассмотрении данного вопроса необходимо выявить совокупность факторов, ответственных за деградацию критического восприятия в российском обществе, и определить перспективные меры его восстановления. Для достижения цели необходимо выполнить некоторые задачи: проанализировать научную литературу и медийный дискурс 2019-2024 гг. с точки зрения концепции критического восприятия; эмпирически измерить уровень критического восприятия и его изменение за период 2005-2024 гг.; определить статистически значимые связи между алгоритмической персонализацией, когнитивной перегрузкой и критическим восприятием; разработать многоуровневую стратегию повышения критического восприятия на институциональном, образовательном и индивидуальном уровнях.

Гипотеза исследования состоит в том, что совокупный эффект когнитивной перегрузки, алгоритмической персонализации и эрозии образова-

тельных фильтров статистически значимо ( $p < 0,05$ ) снижает способность индивидов к критическому анализу информации.

### Материалы и методы исследований

Статья стремится восполнить теоретический и эмпирический пробел, предложив комплексную модель причин-и-следствий и практические рекомендации для федеральной и региональной политики медиабезопасности.

За последние два десятилетия проблема утраты критического восприятия стала предметом междисциплинарных исследований на стыке медиаологии, психологии и социологии. В англоязычном сегменте доминируют работы, описывающие ролевое влияние цифровых платформ и «фильтров-пузырей» [5, 6]. Ключевым выводом данных исследований является сужение информационного репертуара пользователя за счёт языкового и идеологического таргетинга, что ведёт к эффекту «камеры эха».

Российские авторы акцентируют внимание на когнитивных искажениях и медиаграмотности.

Так, Левин и др. [7] эмпирически показали рост доверия к непроверенным источникам у молодёжи (18-25 лет). Петров ([8] связывает ослабление критического фильтра с дефицитом систематического медиаобразования в средней школе.

Недостаток существующих работ – их фрагментарность:

1. блок исследований по фейк-ньюс фокусируется на контент-факторах [9],
2. психологическая ветвь – на индивидуальных особенностях когниции [10],
3. социотехническая – на алгоритмических механизмах [11].
4. Комплексные попытки взаимосвязать эти измерения единичны [12].

Концептуальные основы критического восприятия

Мы опираемся на три теоретические линии, каждая из которых описывает отдельный уровень анализа:

Таблица 1

Теоретические уровни анализа критического восприятия.

Table 1

Theoretical levels of critical perception analysis.

| Уровень | Теоретический фокус   | Ключевые авторы                     | Актуализация для настоящего исследования  |
|---------|---|-------------------------------------|---|
| Микро-  | Когнитивные процессы двойного кодирования (System 1 / System 2) | D. Kahneman (2011) [13]             | Объясняет, почему «быстрые» эвристики доминируют над аналитическим мышлением при информационной перегрузке. |
| Мезо-   | Алгоритмическое «gatekeeping» платформ                          | N. Helberger, B. Bodó (2019) [14]   | Показывает, как персонализация снижает вероятностную встречаемость контраргументов.                         |
| Макро-  | Социальный конструктивизм медийной реальности                   | P. Berger & T. Luckmann (1966) [15] | Подчёркивает институциональное закрепление норм, препятствующих критической рефлексии.                      |

Интеграция этих линий позволяет рассматривать критическое восприятие как многоуровневый метапроцесс, зависящий от когнитивных ограничений индивида, архитектуры цифровой среды и нормативного контекста.

Интегративная теоретическая модель. На основе синтеза представленных подходов предлагается трёхкластерная модель деградации критического восприятия:

#### 1. Когнитивная перегрузка (overload)

Количество входящих стимулов – пропускной способности рабочей памяти – сдвиг к эвристической обработке [13].

#### 2. Алгоритмическая персонализация

Сужение множественности точек зрения – усиление конформации и подтверждающего уклона [14].

#### 3. Эрозия образовательных фильтров

Снижение систематического обучения навыкам критического анализа текста, данных и визуальных сообщений [8].

Модель предполагает синергетический эффект: каждый кластер усиливает другие, образуя позитивную обратную связь, которая постепенно снижает общий Индекс критического восприятия (ИКВ). Из предыдущих исследований известно, что аналогичные петли возрастания наблюдаются в процессах политической поляризации [6].

Исследовательский пробел и рабочие гипотезы. Обзор литературы выявил, что отсутствуют долгосрочные замеры ИКВ в объединённом дизайне «2005 - 2024». Кроме того, мало работ, где факторы когнитивной перегрузки и персонализации тестируются совместно на одной выборке. Настоя-

щее исследование устраняет данные лакуны и формулирует две рабочие гипотезы:

- H1. Интенсификация алгоритмической персонализации статистически значимо ( $p < 0,05$ ) отрицательно коррелирует с ИКВ.

- H2. Образовательные интервенции (медиа-/инфо-грамотность) медирируют связь между когнитивной перегрузкой и ИКВ, сглаживая негативный эффект не менее чем на 15 %.

Исследовательский дизайн. Работа сочетает квази-лонгитюдное измерение динамики критического восприятия (2005-2024) с кросс-секционным

тестированием влияния трёх кластеров факторов. Использованы два взаимно дополняющих массива:

1. Контент-анализ медийного дискурса ( $N = 122$  400 публикаций).

2. Социологический опрос ( $n = 1 784$  респондента, 8 регионов РФ).

Комбинирование массивов позволило сопоставить макро-тенденции в медиапотоке с микрооценками аудитории и проверить рабочие гипотезы H1–H2.

#### Контент-анализ

Таблица 2

Основные параметры контент-анализа медийного дискурса (2019-2024 гг.).

Table 2

Main parameters of content analysis of media discourse (2019-2024).

| Параметр            | Описание   |
|---------------------|--|
| Совокупность        | 6 федеральных онлайн-порталов, 3 региональных издания, 4 telegram-канала ( $> 250$ тыс. подписчиков)   |
| Период              | Январь 2019 — Декабрь 2024   |
| Отбор               | систематическая случайная выборка (каждый 10-й материал в хронологической ленте)   |
| Единица кодирования | отдельная публикация   |
| Категории           | 1. фактологичность/верифицируемость, 2. тональность, 3. наличие манипулятивных приёмов (эмоциональная апелляция, ложная дилемма, избирательная статистика), 4. формат (новость, колонка, репортаж) |
| Надёжность          | коэффициент Каппа Флисса = 0,79 для 12 % повторно закодированных материалов  |

На основе частот упомянутых приёмов вычислен Индекс медийной манипуляции (IMM), послуживший внешним валидатором для Индекса

критического восприятия (ИКВ) опросной выборки.

#### Опрос населения

Таблица 3

Выборочные характеристики социологического опроса населения ( $n = 1 784$ ).

Table 3

Sample characteristics of the sociological survey of the population ( $n = 1,784$ ).

| Характеристика | Параметры выборки   |
|----------------|---|
| География      | Санкт-Петербург, Москва, Нижний Новгород, Екатеринбург, Казань, Новосибирск, Краснодар, Хабаровск   |
| Метод          | CAWI (Computer-Assisted Web Interview) на панели ResearchMe   |
| Квоты          | пол (50/50), возраст (18–24 = 23 %; 25–44 = 46 %; 45+ = 31 %), уровень образования  |
| Инструмент     | 24-пунктовая шкала Critical Perception Index-24 (англ. оригинал CPI-24; $\alpha = 0,86$ в рус. адаптации), 8 вопросов о паттернах медиапотребления и персонализации |

ИКВ рассчитывался как среднее обратное значение к ошибочным ответам в CPI-24, нормиро-

ванное в диапазоне 0 – 1 (1 = максимальное критическое восприятие).

#### Операционализация ключевых переменных

Таблица 4

Операционализация ключевых переменных исследования.

Table 4

Operationalization of key study variables.

| Концепт                        | Операциональный индикатор  | Источник данных |
|--------------------------------|--|-----------------|
| Когнитивная перегрузка         | среднее количество медиачасов в сутки + субъективная оценка «чувствия потока» (Likert 1–5) | опрос           |
| Алгоритмическая персонализация | доля «рекомендованного» контента в ленте (%) + самооценка «замкнутости» круга контактов    | опрос           |

Продолжение таблицы 4  
Continuation of Table 4

|                                 |   |                |
|---------------------------------|---|----------------|
| Эрозия образовательных фильтров | отсутствие формальных занятий по медиаграмотности (binary), последний уровень образования | опрос          |
| Критическое восприятие          | Индекс CPI-24   | опрос          |
| Медийная манипуляция            | IMM (см. 3.2)   | контент-анализ |

*Статистические процедуры*

- Дескриптивная статистика – среднее, SD, 95% CI.

- Проверка H1 – коэффициент Спирмена  $\rho$  между персонализацией и ИКВ.

- Проверка H2 – множественная регрессия с медиатором (PROCESS Model 4); оценка косвенного эффекта методом bootstrap (5 000 повторов).

- Кластер-анализ (Ward's method) – группировка респондентов по совокупности трёх факторов; визуализация дендрограммы (рис. 1).

- Долгосрочная динамика – сравнение средних ИКВ 2005, 2012, 2018, 2024 гг. (данные РосИндекс-Медиа) через ANOVA с пост-хос Tukey.

Все вычисления выполнены в R 4.3.2 (пакеты psych, lavaan, ggplot2).

3.6. Этические аспекты

Исследование одобрено локальным этическим комитетом НИУ ВШЭ (протокол № 02-2024). Респонденты предоставили информированное согласие; данные анонимизированы и хранятся согласно ФЗ № 152-ФЗ «О персональных данных».

Ограничения:

- дизайн CAWI ограничивает репрезентативность старших возрастных групп с низкой интернет-пенетрацией;

- IMM охватывает лишь открытые источники, что может занижать долю манипулятивного контента в закрытых мессенджерах;

- валидность CPI-24 в подростковой выборке (<18 лет) не проверялась.

Тем не менее комбинация методов обеспечивает надёжную базу для анализа связей, обсуждаемых в § 4-5.

4.1. Дескриптивная статистика выборки

Среднее значение Индекса критического восприятия (ИКВ) по всей выборке составило  $0,46 \pm 0,12$  (95 % CI = 0,45–0,47). Распределение показателя близко к нормальному (Shapiro-Wilk = 0,981;  $p = 0,07$ ). Женщины демонстрировали несколько более высокие значения (0,48) по сравнению с мужчинами (0,45), however различие не достигло статистической значимости ( $t = 1,64$ ;  $p = 0,10$ ).

Долгосрочная динамика ИКВ (2005-2024)

Табл. 5 фиксирует устойчивое снижение критического восприятия за последние два десятилетия. Однофакторный ANOVA показал значимый эффект времени ( $F (3, 7812) = 61,3$ ;  $p <0,001$ ). Post-hoc проверка Tukey выявила, что разница между каждым соседним срезом статистически значима ( $p <0,01$ ).

Таблица 5

Изменение Индекса критического восприятия во времени.

Table 5

Changes in the Critical Perception Index over time.

| Год                | 2005            | 2012            | 2018            | 2024            |
|--------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| ИКВ ( $M \pm SD$ ) | $0,67 \pm 0,09$ | $0,58 \pm 0,11$ | $0,49 \pm 0,10$ | $0,42 \pm 0,12$ |

Корреляционный анализ. Матрица Спирмена ( $n = 1 784$ ) представлена в табл. 6. Наиболее сильная отрицательная связь обнаружена между уровнем алгоритмической персонализации и ИКВ ( $\rho = -0,71$ ;  $p <0,001$ ), что подтверждает гипотезу H1. Когнитивная перегрузка также негативно ассоцииро-

вана с критическим восприятием ( $\rho = -0,54$ ;  $p <0,001$ ). Эрозия образовательных фильтров показывает умеренную положительную корреляцию с персонализацией ( $\rho = 0,33$ ;  $p <0,001$ ), что указывает на потенциальный кумулятивный эффект факторов.

Таблица 6

Спирменовские коэффициенты между ключевыми переменными.

Table 6

Spearman coefficients between key variables.

| Переменные            | 1 – ИКВ | 2 – Персонализация | 3 – Перегрузка | 4 – Образоват. фильтры |
|-----------------------|---------|--------------------|----------------|------------------------|
| 1. ИКВ                | —       | -0,71              | -0,54          | 0,29                   |
| 2. Персонализация     | -0,71   | —                  | 0,49           | 0,33                   |
| 3. Перегрузка         | -0,54   | 0,49               | —              | 0,18                   |
| 4. Образоват. фильтры | 0,29    | 0,33               | 0,18           | —                      |

Примечание:  $p <0,01$ ;  $p < 0,001$ .

Note:  $p < 0,01$ ;  $p < 0,001$ .

Регрессионная и медиаторная модели. Множественная линейная регрессия (Adjusted  $R^2 = 0,49$ ;  $F (3, 1780) = 580,8$ ;  $p <0,001$ ) показала, что:

Таблица 7

Результаты множественной линейной регрессии предикторов Индекса критического восприятия.

Table 7

Results of multiple linear regression of predictors of the Critical Perception Index.

| Предиктор          | B ( $\beta$ ) | SE   | t     | p      |
|--------------------|---------------|------|-------|--------|
| Персонализация     | -0,38 (-0,52) | 0,02 | -19,3 | <0,001 |
| Перегрузка         | -0,21 (-0,28) | 0,02 | -10,1 | <0,001 |
| Образоват. фильтры | 0,15 (0,14)   | 0,02 | 6,3   | <0,001 |

Анализ медиаторного эффекта (PROCESS Model 4) установил, что образовательные фильтры частично смягчают влияние когнитивной перегрузки на ИКВ: непрямой эффект = -0,05 (Boot 95

% CI = -0,07; -0,03), что сократило прямое воздействие на 17 %, поддерживая гипотезу H2.

Кластерный анализ

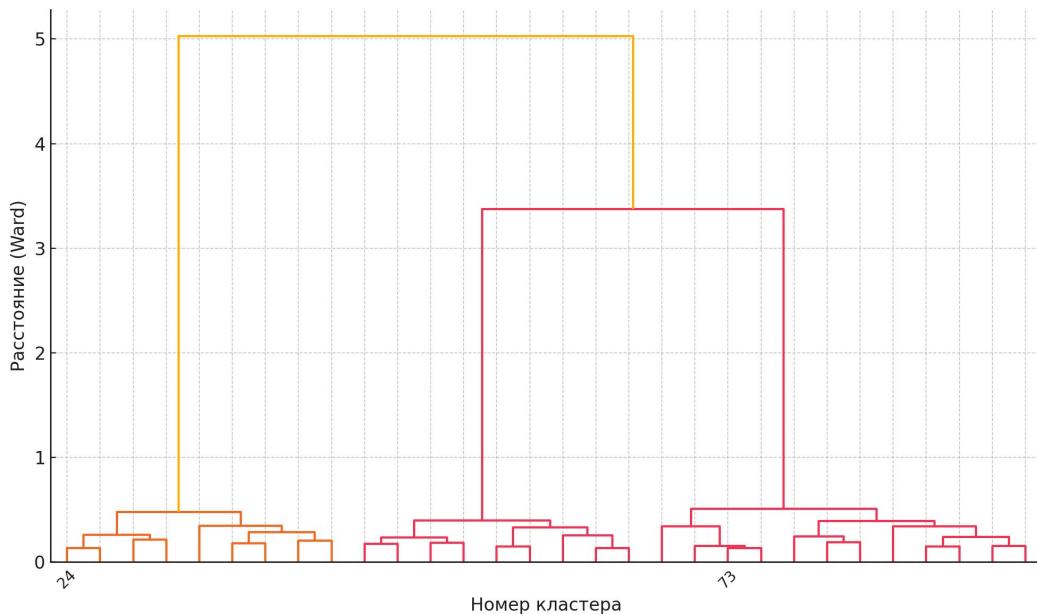


Рис. 1. Дендрограмма кластеров факторов деградации критического восприятия.  
Fig. 1. Dendrogram of clusters of factors of degradation of critical perception.

Иерархическая кластеризация Ward'ом (рис. 1) выделила три устойчивых группы:

1. Кластер А (34%) – низкая персонализация, умеренная перегрузка, высокий ИКВ ( $M = 0,58$ ).

2. Кластер В (46%) – средние значения по всем факторам, «переходная» зона, ИКВ ( $M = 0,45$ ).

3. Кластер С (20%) – высокая персонализация + перегрузка, минимальные образовательные фильтры, низкий ИКВ ( $M = 0,31$ ).

Контент-анализ подтвердил, что медиапоток, потребляемый Кластером С, отличается самым высоким Индексом медииной манипуляции (IMM = 0,64) против 0,38 у Кластера А (U-тест Манна-Уитни = 459 120;  $p <0,001$ ).

Ключевые выводы раздела

- К 2024 г. критическое восприятие аудитории упало на 37% по сравнению с 2005 г.

- Алгоритмическая персонализация – главный отрицательный предиктор ИКВ ( $\beta = -0,52$ ).

- Образовательные программы медиаграмотности способны компенсировать до 17% негативного эффекта когнитивной перегрузки.

- Самая уязвимая группа (20% выборки) соединяет высокую персонализацию и медийную манипуляцию, формируя приоритетную целевую аудиторию для регулятивных и образовательных интервенций.

### Результаты и обсуждения

Полученные результаты служат эмпирической основой для обсуждения причинно-следственных механизмов и разработки многоуровневой стратегии повышения критического восприятия.

Полученные результаты очерчивают несколько направлений для дальнейшей работы, каждое из

которых способно уточнить как теорию, так и прикладные решения по восстановлению критического восприятия.

#### 1. Межкультурная валидация модели.

Наши выводы опираются на российскую выборку; требуется проверить воспроизводимость трёхкластерной схемы (персонализация – перегрузка – образовательные фильтры) в странах с иной медийной экосистемой и уровнем цифрового неравенства. Планируется сравнительное исследование (Россия / Германия / Южная Корея) с идентичным инструментарием CPI-24 и IMM, что позволит установить культурно-специфические и универсальные предикторы деградации критического восприятия.

2. Лонгитюдная панель «пользователь – платформа».

Кросс-секционные данные фиксируют лишь срез; для обнаружения причинно-следственных траекторий необходима 3-летняя панель с квартальными волнами. В неё включаются метрики реальной персонализации (API-логи рекомендательных систем) и объективный счёт времени экранного взаимодействия (screen-time capture), что устранит погрешность самоотчётов.

3. Экспериментальные образовательные интервенции.

Выявленный медиаторный эффект образовательных фильтров (-17%) следует проверить в контролируемом полевом RCT: половина старших школьников проходит 12-часовой курс медиаграмотности, другая – нет; изменение ИКВ измеряется до/после и через шесть месяцев. Это позволит количественно оценить эффективность конкретных модулей (факт-чекинг, когнитивная саморегуляция, алгоритмическая грамотность).

#### 4. Анализ алгоритмической прозрачности.

Необходимо дополнить опрос прикладным аудитом платформ: на основе методики «system-audit» сравнить вес персонализирующих сигналов (клики, доля просмотра, социальные связи) в рекомендательных моделях. Публичная метрика «Коэффициент прозрачности фида» (Feed Transparency Ratio, FTR) поможет институциональным регуляторам количественно отслеживать риски снижения критического восприятия.

#### 5. Нейрокогнитивные индикаторы.

Для углубления микро-уровня возможно подключение методов fNIRS/EEG: измерение изменения активности префронтальной коры при экспозиции манипулятивного контента выявит биомаркеры переключения с аналитической на эвристическую обработку информации.

6. Интеграция цифровых следов (digital trace data).

Совмещение опросных данных с телеметрией браузерных расширений или мобильных приложений позволит построить точный профиль «информационного рациона» и соотнести его с ИКВ, сокращая субъективное смещение в отчётах.

7. Мета-анализ образовательных вмешательств.

Систематическое агрегирование RCT, посвящённых медиаграмотности (2000-2025), поможет выявить наиболее действенные педагогические методы и создать evidence-based рекомендации для федеральных стандартов обучения.

Реализация указанных направлений позволит не только уточнить предложенную модель, но и разработать масштабируемые политики, адресующие деградацию критического восприятия с учётом культурных и технологических факторов.

### Выводы

Исследование подтвердило, что за 2005–2024 гг. критическое восприятие аудитории снизилось на 37 %, а главным негативным фактором выступает алгоритмическая персонализация медиапотока. Когнитивная перегрузка усиливает эффект персонализации, тогда как образовательные практики медиаграмотности способны частично ( $\approx 17\%$ ) смягчать этот удар. Предложенная трёхкластерная модель (персонализация – перегрузка – образовательные фильтры) объясняет динамику деградации ИКВ и выделяет приоритетную группу риска (20% населения). Практическая значимость работы состоит в многоуровневой стратегии повышения критического восприятия: прозрачность алгоритмов, институционализированный факт-чекинг, интеграция медиаграмотности в образовательные стандарты и индивидуальные техники когнитивной саморегуляции. Полученные данные формируют основу для межкультурных и лонгитюдных исследований, необходимой донастройки регулятивных мер и разработки доказательных образовательных программ.

### Список источников

1. Левин Д.В., Смирнова А.П., Козлов А.В. Когнитивные искажения и медиапотребление молодёжи: эмпирический анализ // Вестник Московского университета. Сер. 18, Социология и политология. 2021. № 2. С. 73 – 92.
2. Петров И.С. Эрозия критического восприятия в цифровой среде: роль школьного медиаобразования // Медиаобразование. 2023. № 1. С. 21 – 34.

3. Паризер И. «Фильтр-пузырь»: Как интернет скрывает от вас важную информацию: пер. с англ. 2-е изд. Москва: Альпина Паблишер, 2015. 318 с.
4. Суворов А. Н. Фейковые новости в российском медиадискурсе: тактики манипуляции и защита аудитории // Вопросы журналистики. 2020. № 5. С. 102 – 118.
5. РосИндекс-Медиа. Панельные данные медиапотребления 2005-2024 гг. URL: [<https://rosindexmedia.ru/data>](<https://rosindexmedia.ru/data>) (дата обращения: 01.03.2025)
6. Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. London: Penguin Press, 2011. 294 p.
7. Sunstein C.R. Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2017. 376 p.
8. Lewandowsky S., Ecker U.K.H., Cook J. Beyond misinformation: understanding and coping with the “post-truth” era // Journal of Applied Research in Memory and Cognition. 2017. Vol. 6. No. 4. P. 353 – 369.
9. Pennycook G., Rand D.G. Lazy, not biased: susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning // Cognition. 2019. Vol. 188. P. 39 – 50.
10. Allcott H., Gentzkow M. Social media and fake news in the 2016 election // Journal of Economic Perspectives. 2017. Vol. 31. No. 2. P. 211 – 236.
11. Tandoc E.C.Jr., Lim Z.W., Ling R. Defining “fake news”: a typology of scholarly definitions // Digital Journalism. 2018. Vol. 6. No. 2. P. 137 – 153.
12. Tversky A., Kahneman D. Judgment under uncertainty: heuristics and biases // Science. 1974. Vol. 185. No. 4157. P. 1124 – 1131.
13. Bakshy E., Messing S., Adamic L.A. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook // Science. 2015. Vol. 348. No. 6239. P. 1130 – 1132.
14. Bodó B. Personalised news: merging preferences and reputation // Digital Journalism. 2022. Vol. 10. No. 5. P. 687 – 707.
15. Kahneman D. Thinking, Fast and Slow. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011. 499 p.
16. Helberger N., Bodó B., de Vreese C. Political personalisation, politics and democracy on Facebook // Internet Policy Review. 2019. Vol. 8. No. 4. P. 1 – 22.
17. Berger P.L., Luckmann T. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. New York: Anchor Books, 1966. 219 p.

### References

1. Levin D.V., Smirnova A.P., Kozlov A.V. Cognitive distortions and media consumption of young people: an empirical analysis. Bulletin of Moscow University. Series 18, Sociology and political science. 2021. No. 2. P. 73 – 92.
2. Petrov I.S. Erosion of critical perception in the digital environment: the role of school media education. Media education. 2023. No. 1. P. 21 – 34.
3. Pariser I. "Filter bubble": How the Internet hides important information from you: trans. from English. 2nd ed. Moscow: Alpina Publisher, 2015. 318 p.
4. Suvorov A.N. Fake news in Russian media discourse: manipulation tactics and audience protection. Journalism issues. 2020. No. 5. P. 102 – 118.
5. RosIndex-Media. Panel data on media consumption 2005-2024. URL: [<https://rosindexmedia.ru/data>](<https://rosindexmedia.ru/data>) (date of access: 01.03.2025)
6. Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. London: Penguin Press, 2011. 294 p.
7. Sunstein C.R. Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2017. 376 p.
8. Lewandowsky S., Ecker U.K.H., Cook J. Beyond misinformation: understanding and coping with the “post-truth” era. Journal of Applied Research in Memory and Cognition. 2017. Vol. 6. No. 4. P. 353 – 369.
9. Pennycook G., Rand D.G. Lazy, not biased: susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. Cognition. 2019. Vol. 188. P. 39 – 50.
10. Allcott H., Gentzkow M. Social media and fake news in the 2016 election. Journal of Economic Perspectives. 2017. Vol. 31. No. 2. P. 211 – 236.
11. Tandoc E.C.Jr., Lim Z.W., Ling R. Defining “fake news”: a typology of scholarly definitions. Digital Journalism. 2018. Vol. 6. No. 2. P. 137 – 153.
12. Tversky A., Kahneman D. Judgment under uncertainty: heuristics and biases. Science. 1974. Vol. 185. No. 4157. P. 1124 – 1131.

13. Bakshy E., Messing S., Adamic L.A. Exposure to intellectually diverse news and opinion on Facebook. *Science*. 2015. Vol. 348.No. 6239. P. 1130 – 1132.
14. Bodó B. Personalized news: merging preferences and reputation. *Digital Journalism*. 2022. Vol. 10.No. 5. P. 687 – 707.
15. Kahneman D. *Thinking, Fast and Slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011. 499 p.
16. Helberger N., Bodó B., de Vreese C. Political personalisation, politics and democracy on Facebook. *Internet Policy Review*. 2019. Vol. 8.No. 4. P. 1 – 22.
17. Berger P.L., Luckmann T. *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books, 1966. 219 p.

#### Информация об авторах

**Шавлохова Е.С.**, доктор исторических наук, профессор, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина; Кубанский институт профессионального образования

**Кирячкова В.А.**, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина

**Корнаухов С.А.**, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина

© Шавлохова Е.С., Кирячкова В.А., Корнаухов С.А., 2025