

Влияние психопросветительского контента социальных сетей на когнитивные искажения как фактор, осложняющий современный консультативный процесс (на примере интернет-самодиагностики)

Никифорова Снежана Геннадьевна

Студент (магистр)

Татарский институт содействия бизнесу, Юридический факультет, Кафедра
гражданского права, Казань, Россия

E-mail: snezhana_nko@mail.ru

Психологический контент, широко представленный в социальных сетях, характеризуется амбивалентностью влияния на аудиторию. С одной стороны, оно способствует дестигматизации психических расстройств и повышению психологической грамотности. С другой — трансформация сложных клинических концептов в упрощенные нарративы формирует у потребителей устойчивые когнитивные искажения. Практикующие психологи фиксируют рост числа клиентов, приходящих с «готовым диагнозом» на основе контента блогеров, что осложняет консультативный процесс: первичная диагностика подменяется борьбой с навязанными ярлыками, а терапевтический альянс оказывается под угрозой.

Цель статьи — анализ механизмов влияния психопросветительского контента на когнитивные искажения, осложняющие консультирование.

Когнитивные искажения — систематические отклонения в мышлении, возникающие вследствие использования эвристик [1]. Психопросветительский контент активизирует ряд таких искажений.

Эффект подтверждения — избирательный поиск информации, подтверждающей наличие у пользователя расстройства, при игнорировании противоречащих данных. Алгоритмы социальных сетей усиливают это искажение [2].

Эффект Барнума — склонность принимать общие, расплывчатые описания личности как точные и предназначенные лично для себя [3]. Активно эксплуатируется в диагностических постах.

Иллюзия глубины понимания — ложное ощущение компетентности после ознакомления с упрощенной терминологией [5].

Интернет-самодиагностика выступает проводником этих искажений: критерием достоверности становится субъективное «узнавание» себя.

По данным По данным Яндекс.Wordstat и Google Trends в 2024-2025 годах в Российских городах-миллионниках, таких как: Москва, Санкт-Петербург, Казань и другие, резко возрос запрос на различные виды самодиагностики психических расстройств. Например: "Симптомы депрессии" – рост на 47% (2024 vs 2023); "Тревожное расстройство" – рост на 62%; "Тест на биполярное расстройство" – рост на 55%; "Признаки шизофрении" – рост на 38% [4]

К механизмам осложнения консультативного процесса можно отнести следующие проявления.

- Эвристика доступности. Популярные блоги предлагают 3–5 признаков расстройства. Обнаружив совпадения, пользователь использует эвристику доступности, подменяя дифференциальную диагностику категоричным отождествлением.

- Экстернальная позиция. Акцент на токсичности окружения и детской травме формирует восприятие себя как продукта внешних воздействий, что противоречит принципу ответственности клиента [6].

- Диагноз как идентичность. Присвоение ярлыка становится социальной ролью, дающей доступ к сообществам. Возникает селективное внимание к подтверждающей информации.

Типичные сценарии интернет-самодиагностики в консультативной практике психологов:

- Жесткая фиксация на диагнозе. Клиент ожидает подтверждения своей гипотезы; попытки дифференциальной диагностики воспринимаются как обесценивание.

- Диагностическая конкуренция. Поверхностные знания позволяют клиенту оценивать действия психолога, превращая терапию в борьбу за экспертность.

- Синдром сверхдиагностики. Перечисление симптомов без критериев исключения ведет к обнаружению множественных расстройств и чувству безнадежности.

Для адаптации психологов к современным тенденциям, возможно предложить следующие стратегии поведения:

Психообразование. Легитимизировать интерес к контенту, но переводить фокус с самодиагностики на осознанность, объяснять разницу между информационной и клинической валидностью.

Фокус на запросе. Переключать внимание с «правильности» диагноза на субъективные трудности: «Что в вашей жизни создает наибольшие сложности?»

Работа с идентичностью. Помогать клиенту расширять самописание, видеть себя не только через симптомы, но и через ресурсы и ценности.

Цифровая гигиена. Обсуждать стратегии потребления контента, рекомендовать проверенные источники, ограничивать «информационный шум» в периоды обострения.

Психопросветительский контент социальных сетей стал значимым фактором, трансформирующим психологическое консультирование. Интернет-самодиагностика формирует когнитивные искажения (эффект подтверждения, эффект Барнума, иллюзию глубины понимания), осложняющие терапевтический альянс. Профессиональная компетентность психолога требует способности работать с информационными конструктами клиента, проводить деликатное психообразование и возвращать фокус с ярлыка на субъективный опыт личности.

Источники и литература

- 1) Канеман, Д. Думай медленно. Решай быстро / Д. Канеман. перевод с английского. — Москва: АСТ, 2021. — 656 с. — ISBN 978-5-17-080053-7
- 2) Паризер Э. За стеной фильтров Альпина — Бизнес Букс, 2012г. — 304 с.
- 3) Бликова М. А., Баскаков Д.П., Пономарёва Ю.В. Эффект Барнума как средство манипуляции массовым сознанием // Электронный научный журнал «ГосРег». 2022. № 1 - — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_48360322_60683724.pdf (дата обращения: 01.04.2026). — Режим доступа: свободный
- 4) Богданов Е.Л. Диагностика психических расстройств: почему люди ищут симптомы в интернете? // <https://www.b17.ru/article/645717/> (дата обращения 01.04.2026). — Режим доступа: свободный.
- 5) Большая Российская энциклопедия, Иллюзия глубины понимания // <https://bigenc.ru/c/illiuziia-glubiny-ponimaniia-e6139b> (дата обращения 01.04.2026). — Режим доступа: свободный.
- 6) Холмогорова, А. Б. Культура, эмоции и психическое здоровье / А. Б. Холмогорова // Консультативная психология и психотерапия. — 2022. — Т. 30, № 2. — С. 8–24.