

О РОЛИ МЕДИА В ФОРМИРОВАНИИ СОЛИДАРНОСТИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19 (ПО МАТЕРИАЛАМ ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ)

О.И. МАХОВСКАЯ^а

^а ФГБУН «Институт психологии РАН», 129366, Москва, ул. Ярославская, д. 13, к. 1

On the Role of Media in the Development of Solidarity in the Context of the COVID-19 Pandemic (Based on the Materials of Foreign Studies)

O.I. Makhovskaya^a

^a Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, 13 build. 1, Yaroslavskaaya Str., Moscow, 129366, Russian Federation

Резюме

Цель обзора зарубежной литературы — провести ревизию актуальных в пандемию COVID-19 концептов солидарности в психологии и смежных науках, сфокусировавшись на роли медиа. Солидарность рассматривается как сложный социально-психологический конструкт, который включает установки на сотрудничество, эмпатию, образ благополучного будущего, план совместного действия, навыки взаимопомощи и др. Ядром конструкта является групповая идентичность, через ее валентность (положительную или отрицательную) задается вектор единения-разъединения людей. Солидарность рассматривается как ресурс не только групповой динамики, но и личностного развития. Она может быть позитивной («за что-то») и негативной («против кого-то») в зависимости от валентности идентичности, которая формируется или поддерживается

Abstract

The purpose of the review of foreign literature is to analyze the concepts of solidarity in psychology and related sciences with a focus on the role of media. Solidarity is considered as a complex socio-psychological construct, including positive identity, mindset for cooperation, empathy, an image of a positive future, a plan of joint actions, trained skills of social assistance, etc. The core of the construct is a group identity, through its valence (positive or negative), the vector of unity-separation of people is set. Solidarity is considered not only as a resource of group dynamics, but also of personal development. It can be positive ("for something"), and negative ("against someone"), depending on the valence of the identity that is formed or supported

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-113-50110.

The reported study was funded by RFBR, project number 20-113-50110.

медиа. Роль медиа в процессах солидаризации населения не всегда осознается и обозначается исследователями. Показано, что в кризисные моменты медиа могут создавать инфодемию, усиливать тревожность, стресс, неадекватное поисковое поведение, стимулировать отрицательную солидарность. Психологическими предпосылками инфодемии остается потребность в контроле, снижении неопределенности, сохранении позитивной идентичности, групповой защите. Сходные механизмы работают при формировании солидарности, потребность в которой актуализируют, но не используют медиа. Недооценивается роль социальных сетей в стихийной консолидации групп: виртуальные слабые и латентные связи интенсифицируются в условиях катастроф и могут быть использованы для информирования населения и проведения тренингов в условиях карантина. В задачи официальных медиа в период стихийных бедствий также должны входить научно обоснованное просвещение, формирование и усиление солидарных установок в обществе в тесном контакте с академическими институтами.

Ключевые слова: пандемия, инфодемия, солидарность, социальные медиа, навык, идентичность, установки, эмпатия, действие, метафора войны.

Маховская Ольга Ивановна — старший научный сотрудник, Институт психологии РАН, кандидат психологических наук. Сфера научных интересов: общая психология, методология, история психологии, психология коммуникации, качественные методы, телевидение, медиа, интеграция, эффекты, стратегии, солидарность. Контакты: MahovskayaOI@ipran.ru

by the media. The role of media in the processes of solidarity of the population is not always realized and indicated by researchers. It is shown that in times of crisis, the mass media can provoke infodemia, increase anxiety, stress, inadequate search behavior in people, and stimulate negative solidarity. The psychological preconditions of infodemia are the need for control, attempts to maintain a positive identity, and group protection. Similar mechanisms work in the development of solidarity, the need for which is actualized, but not used by the media. The role of social networks in the consolidation of groups is underestimated: virtual weak and latent connections are strengthened and can be used to inform and conduct training in quarantine conditions. Official media's tasks in times of natural disasters should include science-based education, the development and strengthening of solidarity attitudes in society in close contact with academic institutions.

Keywords: pandemic, infodemia, solidarity, social media, skills, identity, attitudes, empathy, metaphor of war.

Olga I. Makhovskaya — Senior Research Fellow, Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, PhD in Psychology. Research Area: general psychology, methodology, history of psychology, psychology of communication, qualitative methods, television, media, integration, effects, strategies, solidarity. E-mail: MahovskayaOI@ipran.ru

Солидарность рассматривается как важный инструмент объединения и мобилизации общества (European Commission, 2020), фактор жизнестойкости народов и устойчивости общества, способ компенсации дефицитов, социальный капитал (Bourdieu, 1985; Putnam, 2000). Феномен солидарности изучался в основном философами, социологами, политологами. Считается, что новые формы социальности (связности, солидарности) возникают из неформального общения скрытых ранее сообществ, активного меньшинства. Главной психологической предпосылкой солидарности является эмпатия, а социальной — возможность обмена мнениями, идеями, планами в формальных и неформальных

объединениях (Jeffries, 2014). В качестве основного критерия различения положительной и отрицательной солидарности называют направленность «на» или «против» другого социального субъекта. Отрицательная солидарность сопровождается стигматизацией, психологическим насилием, агрессией, конфликтами (Kolers, 2020).

Исследования поведения и солидарности в условиях резких климатических изменений выделились в отдельную дисциплину — биоэтику. Солидарность как психологический ресурс преодоления экологических кризисов стали изучать накануне пандемии COVID-19 в экологической психологии (Barbaro, Pickett, 2016).

Мы рассматриваем солидарность как социально-психологический конструкт, который включает эмпатию, установки на поддержку, оптимистический образ будущего, тренированные навыки взаимопомощи, положительную групповую идентичность и др. Взаимосвязь компонентов только начинает изучаться. Ядром конструкта является групповая идентичность, через ее валентность (положительную или отрицательную) задается вектор единения-разъединения людей. В критические периоды медиа играют принципиальную, моделирующую роль в формировании положительной или отрицательной солидарности через усиление (ослабление) групповой идентичности.

В условиях пандемии солидарность проявляется в простых совместных действиях — ношении масок, соблюдении социальной дистанции, вакцинации.

Цель статьи — обзор концептов солидарности в психологии и смежных науках за рубежом с фокусом на роли медиа. Задачи исследования: описать психологическое содержание понятия «солидарность»; оценить роль официальных и социальных медиа в мобилизации и разобщении населения в условиях пандемии; выяснить психологические предпосылки инфодемии и ее влияния на отрицательную солидарность; выделить и систематизировать рекомендации по мобилизации общества средствами медиа. Результаты обзора могут быть полезны для интерпретации данных опросов, при планировании медиамероприятий по мобилизации населения.

Психологическое содержание понятия «солидарность»

Психологическое содержание понятия «солидарность» чаще всего соотносят с концепцией просоциального поведения (Bierhoff, 2008), с эмпатией (Pfattheicher et al., 2020), подчеркивается, что солидарность включает коллективные чувства ответственности, справедливости и оптимизма (The Palgrave handbook, 2014). Обязательным условием солидарности являются двусторонние отношения между людьми (De Beer, Koster, 2009), чувство симпатии и доверия к другим (Janmaat, Brown, 2009), эмпатия к любым людям, переживающим стресс или депрессию, вне зависимости от их личностных особенностей и социального статуса (Arnsperger, Varoufakis, 2003), установка на поддержку других (Bayertz, 1999). В отличие от групповой сплоченности солидарность ограничена во времени, действует только в пределах единого плана

достижения цели, который формируется и уточняется непрерывно через официальные и социальные медиа (Varma, 2020). Уровень групповой сплоченности является ресурсом солидарных чувств и действий в ситуациях риска, но солидарность направлена на привлечение новых заинтересованных членов группы (Schultz, 2001).

Солидарность одного человека вызывает встречное реципрокное движение другого, усиливает социализацию, личностную и групповую идентичности (Hartup, 1983). Утверждается, что субъекты, ведущие себя солидарно, развивались, получая социальную поддержку из нескольких источников — семьи, школы, района и т.д. (Wilson et al., 2009).

Солидарность рассматривается как нематериальный вторичный ресурс развития личности. Образ благополучного будущего является сильным мотиватором и предиктором экологического солидарного поведения. Осознанность (mindfulness) позволяет субъекту преодолеть эгоцентризм, научиться понимать чувства и потребности других людей. Солидарность оказывает благотворное влияние на всех участников: развивается эмпатия, социальная ответственность, снижается агрессия, тренируется согласованность (Hunecke, 2018). Таким образом, солидарность рассматривается как ресурс не только групповой динамики, но еще и личностного развития. Роль медиа в процессах солидаризации населения не всегда осознается и обозначается исследователями.

Влияние инфодемии на формирование солидарности

Инфодемия препятствует выработке образа совместного будущего и плана поведения, важных компонентов солидарности. Согласно теории когнитивного неадиссонанса, медиа могут транслировать противоречивую картину, вызывая аберрации у реципиентов, парализуя их поведение (Thibodeau, Aronson, 1992).

Понятие «инфодемия» (от слов «информация» и «эпидемия») предложено ВОЗ 2 февраля 2020 г., обозначает распространение вредных, ложных материалов, конспирологических теорий, слухов, сплетен, панических сообщений, а также пародии, политическую сатиру, пропаганду, сфабрикованные новости, рекламу (Tandoc et al., 2018). Согласно формуле Парето, только 20% источников информации становятся эффективными, остальные 80% создают интенсивные шумы. Например, в период с 10 января по 8 мая 2020 г. 10% из 600 миллионов твиттов содержали откровенно ложную информацию (De Caro, 2020). В европейской части Фейсбука было обнаружено 36 крупных источников ложной информации («superspreaders») с 21 млн «свежих читателей», которые по законам геометрической прогрессии «заразили» других, опережая распространение вируса (McDonald et al., 2020). Пандемия оказалась разновидностью кризисного эксперимента, в котором правила и нормы нарушаются, стимулируя рутинную работу социальных систем с неизбежными информационными отходами (Strong, 2008; Monaghan, 2020). Распространение фейков носит чаще всего экономический характер, направлено на продвижение

товаров в условиях дефицита знаний и надежной помощи (Karaduman, 2015; Potter, 2019; Bashirian et al., 2021). Медиа повели себя в привычной «рыночной», а не «кризисной» парадигме, не ставили задачи повышать солидарность институтов и граждан.

48% американцев сталкивались с ложными новостями и информацией о COVID-19, трое из десяти верили в лабораторное происхождение коронавируса (Schaeffer, 2020). Только половина американцев доверяли социальным сетям. Длинные коммуникативные цепочки в условиях дефицита времени воспринимались реципиентами как ненадежные. Местные новостные каналы в США смотрели наравне с федеральными, уровень доверия к ним был выше (Shearer, 2020). Сходная картина наблюдалась в России: аудитория переместилась с центральных каналов на специализированные и местные; больше доверяли медработникам из ближайшего окружения вне зависимости от квалификации (Маховская, 2021).

По контрасту, более 75% граждан Китая с опытом преодоления эпидемий были удовлетворены полученной информацией в самом начале карантина в Ухане. Если в 2003 г. во время эпидемии SARS в Китае было проведено всего 3 национальных опроса, в 2020 г. уже через день после объявления карантина организовали 72 онлайн-опроса. Китайский опыт показал: прежде чем мобилизовать население, нужно консолидировать институты власти, академические круги, медиа (Que et al., 2020).

Причина ослабления влияния медиа в том, что они мобилизуют и разобщают общество одновременно (Couldry, 2012). Медиа среда изменилась в сторону текучести, непрерывности, гибридности, индивидуализации; медиа больше не контролируются сверху: они потеряли дискретность и целенаправленность (Deuze, 2021). Инфодемия препятствует солидарности, снижает возможность планирования эффективного сотрудничества институтов и граждан. Кумулятивный эффект инфодемии — пессимистические ожидания, негативный образ будущего у реципиентов.

Формирование позитивной групповой идентичности

Инфодемия усиливает опасность отрицательной солидарности и стигматизации, оспаривает позитивную идентичность групп.

Сила дезинформации в том, что она помогает восстановить иллюзию контроля над событиями простыми способами, снижает неопределенность, позволяет канализировать тревожность и страхи, объединять людей с похожими интересами (Marchlewska et al., 2018). Сходные механизмы работают при формировании солидарности. Призыв к сплочению может восприниматься как простая стратегия решения сложных проблем в условиях мира, построенного на конфронтациях. Национализм (убеждение в том, что национальная группа и членство в ней имеют высокую ценность) является более сильным предиктором солидарности по сравнению с коллективным нарциссизмом (убеждением, что национальная группа является исключительной и имеет право на привилегии и признание). Коллективный нарциссизм мотивирует

людей в поисках психологической защиты приписывать ложные мотивы «врагам», идеализировать членов своей группы, отрицая ответственность и вытесняя чувство вины. Коллективный нарциссизм нуждается в медиа, национализм избегает публичности, использует теневые способы установления власти (Blank, Schmidt, 2003; Golec de Zavala, 2019).

Большие популяции испытывали потребность в реабилитации, восстановлении позитивной идентичности. При анализе данных анонимного сетевого поиска информации о COVID-19 был отмечен высокий уровень стигматизации: вирус получил название уханьского, китайского, обозначив рост националистических настроений в мире, угрожая положительной национальной идентичности китайцев (Hu et al., 2020). Изучение мемов с использованием слов «пожилые» и «карантин» в случайно выбранных сообщениях в Инстаграме показало: возрастные группы подвергаются символическому насилию в сети, стигматизируются (Santana et al., 2021). Напротив, оказание первоочередной помощи пожилым оценивалось как проявление эйджизма и дискриминации молодых (Tomasini, 2020).

Для солидарности важна согласованная общая программа действий. Успех совместного преодоления проблем усиливает позитивную идентичность групп, даже если он краткосрочный и мнимый. Акции солидарности во время пандемии носили неоднозначный характер, от волонтерского движения до широких протестов против локдауна в Европе и США. Одна из первых акций протеста в Мичигане 15 апреля 2020 г. была организована через группу Operation Gridlock в Facebook; протестующие в других штатах заявили, что они использовали ее шаблоны (Graves, 2020). Движение Black Lives Matter в США считают целиком продуктом медиа (Deuze, 2021). На преодоление стигматизации (covidioty, ковид-диссиденты и т.д.) и продвижение общегуманитарных ценностей было направлено стихийное творчество в социальных сетях (например, группа ArtIzolation). На фоне призывов ко всеобщей солидарности в официальных новостях, социальные медиа фрагментировали аудиторию, создавая прецеденты объединения в группы с новыми программами. Поиск позитивного образа будущего и способов реабилитации групповой идентичности является, на наш взгляд, скрытым мотивом стихийных акций солидарности. Мотивы солидарности (преодоление страхов, стремление реабилитировать групповую идентичность и др.) до сих пор не анализировались. Исследователей интересовали внешний план взаимодействия, его цели, способы достижения, результаты и нормативность.

Мобилизационный потенциал медиа

Официальные медиа

Исследования позволяют дать некоторые рекомендации официальным медиа. Показано: люди в масках вызывают большее доверие, чем без масок, что приводит к интуитивному нарушению социальной дистанции. Медиа должны призывать соблюдать комплекс мер (Cartaud et al., 2020).

Подчеркивание различий усиливает негативные стереотипы и предрассудки, снижает потенциал межгрупповой солидарности; в кризисные периоды медиа рекомендуется делать ставку на универсализм человека (Kadianaki, Andreouli, 2017; Conway et al., 2019). Отмечается, что в начале пандемии в призывах к охранному поведению просоциальная мотивация была более сильным аргументом, чем личная выгода (Lunn et al., 2020; Everett et al., 2020), но затем происходит инверсия, ресурс солидарности не был использован.

Как было показано в лонгитюдных исследованиях после взрыва на марафоне в Бостоне, объем потребляемого контента о трагедии сказывается на глубине стресса из-за переоценки реципиентами отдаленных последствий для физического и психического здоровья. Медиа могут усиливать тревожность, стресс, неадекватное поисковое поведение у вторичных (информационных) жертв катастроф, актуализировать старые коллективные травмы, приводить к ретравматизации (Garfin et al., 2020).

Используемые в медиа метафоры могут служить стрессорами (Lakoff, Johnson, 1980). Метафоры «врачи — герои», «пандемия — война» резонируют с культурно-историческим опытом стран, групп и отдельных людей, могут приводить к деморализации, а не мобилизации (Kim, 2021). Частое использование сильной метафоры «война» снизило ее эффективность. Стратегия нормализации, а не катастрофизации событий более релевантна оптимистическому исходу пандемии (Strong, 2008; Neshkovska, Trajkova, 2020).

В условиях неопределенности и кризиса может усилиться зависимость от средств массовой информации (Ball-Rokeach, DeFleur, 1976). Психологические ресурсы играют роль буфера и помогают находить позитивные возможности в условиях пандемии (Бохан и др., 2021). Медиа должны пропагандировать эффективные практики совладания с негативными эмоциями, усиливать психологический ресурс населения. Большие данные о масштабах пандемии нужно дополнять плотными, «жирными» данными этнографических исследований, которые подскажут людям, как себя вести в конкретных контекстах (Deuze, 2021).

Социальные медиа

При угрозе потери и ослабления важных социальных связей мотив инклюзии (символического включения) в социальные группы становится важным мотивом взаимодействия. Виртуальные контакты делят на сильные (любовь, дружба, ненависть, зависть, ревность), слабые (френды, фолловеры, подписчики) и латентные, которые возможны технически, но пока не актуализируются в текстах. Слабые и латентные связи интенсифицируются в социальных сетях в кризисные периоды. Сильные связи делят на двусторонние и групповые. Методом математического моделирования показано, что в процессе адаптации субъекты осваивают двусторонние обмены по типу импринтинга (ребенок—мать) быстрее, чем более сложные групповые трансакции, даже в ущерб эффективному достижению общей цели. Блокировка социальных сетей снижает связность и психотерапевтическую ценность новых виртуальных

сообществ, если за их пределами нет дублирующих контактов, которыми характеризуются обычно сильные связи (Flache, 2002).

Социальные сети позволяют быстро и адресно, с учетом региональной специфики, распространять важную информацию, если использовать хештеги, предлагать списки местных организаций с указанием адресов (Lachlan et al., 2016).

Люди могут адекватно оценивать риски, когда им точно и вовремя сообщают факты. Отсутствие или двусмысленность информации вынуждают людей распространять слухи, преувеличивать угрозу; в результате тревожность и стресс возрастают, что приводит к перегрузке медицинских учреждений, к парадоксальному отказу от надежной помощи (Taha et al., 2014; Jones et al., 2017). Последствия острого стресса после новостных сообщений сказываются в течение трех лет: у наблюдавших террористическую атаку башен-близнецов в Нью-Йорке чаще обычного диагностировали сердечные заболевания (Holman et al., 2020).

С инфодемией предлагается бороться «методом прививки»: люди станут менее восприимчивыми к ложной информации, если ознакомятся с простыми примерами обмана (Lewandowsky, van der Linden, 2021). Предлагается проводить профилактические, просветительские и тренинговые мероприятия для медиков с использованием гаджетов (Latif et al., 2020). Призывают развивать дистанционное обучение и работу на дому, а также продвигать инновации в области телемедицины и цифровых медицинских приложений (Deuze, 2021).

Выводы

Обзор зарубежной литературы показал, что на сегодняшний день нет сложившейся модели влияния медиа на развитие солидарности. Рассматриваются различные психологические компоненты солидарности — эмпатия, навыки взаимодействия, альтруистические установки, групповая и личная идентичность, образ позитивного будущего и т.д. Соотношение компонентов только начинает изучаться. На каждый из этих компонентов могут целенаправленно или произвольно воздействовать медиа, хотя эта возможность не всегда подчеркивается исследователями.

Показано, что в кризисные моменты медиа могут усиливать тревожность, стресс, неадекватное поисковое поведение, отрицательную солидарность. Психологическими предпосылками инфодемии считаются потребность в контроле, сохранении позитивной групповой идентичности, коллективной защите, объединении. На наш взгляд, они могут быть основанием как для положительной, так и для отрицательной солидарности. Формировать просоциальные солидарные установки можно через контроль содержания программ по целому ряду критериев (Маховская, 2021).

Медиа транслируют официальные призывы к солидарности, но не осознают как миссию формирование солидарных установок, навыков взаимопомощи, разработку и продвижение сценариев солидарного поведения с учетом возрастных и поколенческих особенностей аудитории, формирование позитивного

будущего, оценку валентности (позитивной или негативной) групповой идентичности, взаимодействие с экспертами по гуманитарным, а не только медицинским вопросам. Недооценивается роль социальных сетей в консолидации групп: виртуальные слабые и латентные связи интенсифицируются в условиях катастроф, могут быть использованы для информирования и проведения тренингов в условиях карантина. В стратегии работы медиа в период стихийных бедствий должны входить научно обоснованное просвещение, формирование и усиление различных компонентов солидарности в тесном контакте с академическими институтами.

Литература

- Бохан, Т. Г., Галажинский, Э. В., Леонтьев Д. А., Рассказова, Е. И., Терехина, О. В., Ульянич, А. Л., Шабаловская, М. В., Богомаз, С. А., Видякина, Т. А. (2021). Covid-19 и субъективное благополучие: воспринимаемое воздействие, позитивные психологические ресурсы и защитное поведение. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 18(2), 259–275. <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2021-2-259-275>
- Маховская, О. И. (2021). Психологический потенциал солидарности российских медиа в условиях пандемии. *Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология*, 6(1(21)), 65–92. <https://doi.org/10.38098/ipran.sep.2021.21.1.003>

Ссылки на зарубежные источники см. в разделе *References*.

References

- Arnsperger, Ch., & Varoufakis, Y. (2003). Toward a theory of solidarity. *Erkenntnis*, 59(2), 157–188. <https://doi.org/10.1023/A:1024630228818>
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3, 3–21. <https://doi.org/10.1177/009365027600300101>
- Barbaro, N., & Pickett, S. M. (2016). Mindfully green: examining the effect of connectedness to nature on the relationship between mindfulness and engagement in pro-environmental behavior. *Personality and Individual Differences*, 93, 137–142.
- Bashirian, S., Barati, M., Khazaei, S., Jenabi, E., & Zareian S. (2021). Qualitative study on people's experiences of Covid-19 media literacy. *Media Literacy and Academic Research*, 4(1), 38–53.
- Bayertz, K. (1999). Four uses of "Solidarity". In K. Bayertz (Ed.), *Solidarity. Philosophical studies in contemporary culture* (Vol. 5, pp. 3–28). Dordrecht: Springer.
- Bierhoff, H. (2008). Solidarität [Solidarity]. In A. E. Auhagen (Hrsg.), *Positive Psychologie. Anleitung zum "besseren" Leben* [Positive psychology. Guide for a "better" life] (2. Aufl., ss. 183–202). Weinheim: Beltz.
- Blank, T., & Schmidt, P. (2003). National identity in a united Germany: Nationalism or patriotism? An empirical test with representative data. *Political Psychology*, 24(2), 289–312. <https://doi.org/10.1111/0162-895X.00329>

- Bokhan, T., Galazhinsky, E., Leontiev, D., Rasskazova, E., Terekhina, O., Ulyanich, A., Shabalovskaya, M., Bogomaz, S., & Vidyakina, T. (2021). COVID-19 and subjective well-being: Perceived impact, positive psychological resources and protective behavior. *Psychology. Journal of Higher School of Economics*, 18(2), 259–275. <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2021-2-259-275> (in Russian)
- Bourdieu, P. (1985). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Westport, CT: Greenwood Press.
- Cartaud, A., Quesque, F., & Coello, Y. (2020, May 11). Beware of virus! Wearing a face mask against COVID-19 results in a reduction of social distancing. *PsyArXiv Preprints*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/ubzea>
- Conway, M. A., O’Shea, B. A., & Redford, L. (2019). Can carelessness be captured? Assessing careless responding in attitudes toward novel stimuli? *Social Cognition*, 37(5), 468–498. <https://doi.org/10.1521/soco.2019.37.5.468>
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. London: Polity.
- De Beer, P., & Koster, F. (2009). *Sticking together or falling apart? Solidarity in an era of individualization and globalization*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- De Caro, W. (2020). Infodemia and COVID-19: a text mining analysis. September 2020. *The European Journal of Public Health*, 30(Suppl. 5). <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckaa165.065>
- Deuze, M. J. P. (2021). Challenges and opportunities for the future of media and mass communication theory and research. *Central European Journal of Communication*, 28(1), 5–26. [https://doi.org/10.51480/1899-5101.14.1\(28\)](https://doi.org/10.51480/1899-5101.14.1(28))
- European Commission. (2020). *Coronavirus: European solidarity in action*. https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/coronavirus-european-solidarity-action_en
- Everett, J. A., Colombatto, C., Chituc, V., Brady, W. J., & Crockett, M. (2020, March 20). The effectiveness of moral messages on public health behavioral intentions during the COVID-19 pandemic. *PsyArXiv Preprints*. <https://psyarxiv.com/9yqs8>
- Flache, A. (2002). The rational weakness of strong ties: Failure of group solidarity in a highly cohesive group of rational agents. *Journal of Mathematical Sociology*, 26(3), 188–218. <https://doi.org/10.1080/00222500212988>
- Garfin, D. R., Silver, R. C., & Holman, E. A. (2020). The novel coronavirus (COVID-2019) outbreak: Amplification of public health consequences by media exposure. *Health Psychology*, 39(5), 355–357. <https://doi.org/10.1037/hea0000875>
- Golec de Zavala, A. (2019). Collective narcissism and in-group satisfaction are associated with different emotional profiles and psychological well-being. *Frontiers in Psychology*, 10, 203. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00203>
- Graves, L. (2020, April 22). Who’s behind the “Reopen’ Protests?”. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/04/22/opinion/coronavirus-protests-astroturf.html>
- Hartup, W. (1983). Peer relations. In P. Mussen & E. Hetherington (Eds.), *Handbook of child psychology: Vol. 4. Socialization, personality, and social development* (pp. 103–196). New York, NY: Wiley.
- Holman, E. A., Garfin, D. R., Lubens, P., & Silver, R. C. (2020). Media exposure to collective trauma, mental health, and functioning: Does it matter what you see? *Clinical Psychological Science*, 8, 111–124. <https://doi.org/10.1177/2167702619858300>
- Hu, Z., Yang, Z., Li, Q., Zhang, A., & Huang, Y. (2020). Infodemiological study on COVID-19 epidemic and COVID-19 infodemic. *Preprints 2020*, 2020020380. <https://doi.org/10.20944/preprints202002.0380.v3>

- Hunecke, M. (2018). Psychology of sustainability — psychological resources for sustainable lifestyles. In O. Parodi & K. Tamm (Eds.), *Personal sustainability: Exploring the far side of sustainable development* (pp. 33–50). London, England: Routledge.
- Janmaat, G. J., & Braun, R. (2009). Diversity and postmaterialism as rival perspectives in accounting for social solidarity: Evidence from international surveys. *International Journal of Comparative Sociology*, 50(1), 39–68. <https://doi.org/10.1177/0020715208100969>
- Jeffries, V. (Ed.). (2014). *The Palgrave handbook of altruism, morality and social solidarity: Formulating a field of study*. Palgrave Macmillan.
- Jones, N. M., Thompson, R. R., Dunkel Schetter, C., & Silver, R. C. (2017). Distress and rumor exposure on social media during a campus lockdown. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114, 11663–11668. <https://doi.org/10.1073/pnas.1708518114>
- Kadianaki, I., & Andreouli, E. (2017). Essentialism in social representations of citizenship: An analysis of Greeks' and migrants' discourse. *Political Psychology*, 38(5), 833–848.
- Karaduman, S. (2015). The role of critical media literacy in further development of consciousness of citizenship. *Procedia — Social and Behavioral Sciences*, 174, 3039–3043. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1095>
- Kim, H. (2021). The meaning and limitations of war metaphors in relation to viruses. *Korean Journal of Rhetoric*, 40, 29–61. <https://doi.org/10.31325/KJR.2021.4.40.29> (in Korean)
- Kolers, A. (2020, July 21). Solidarity and similarity: What kind of “we” are we, and why does it matter? *Journal of Medical Ethics blog*. <https://blogs.bmj.com/medical-ethics/2020/07/21/solidarity-and-similarity-what-kind-of-we-are-we-and-why-does-it-matter/>
- Lachlan, K. A., Spence, P. R., Lin, X., Najarian, K., & Del Greco, M. (2016). Social media and crisis management: CERC, search strategies, and Twitter content. *Computers in Human Behavior*, 54, 647–652. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.05.027>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *The metaphors we live by*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Latif, M. Z., Hussain, I., Saeed, R., Qureshi, M. A., & Maqsood, U. (2020). Use of smart phones and social media in medical education: trends, advantages, challenges and barriers. *Acta Informatica Medica*, 27(2), 133–138. <https://doi.org/10.5455/aim.2019.27.133-138>
- Lewandowsky, S., & van der Linden, S. (2021). Countering misinformation and fake news through inoculation and prebunking. *European Review of Social Psychology*, 32(2). <https://doi.org/10.1080/10463283.2021.1876983>
- Lunn, P. D., Timmons, S., Belton, C. A., Barjaková, M., Julienne, H., & Lavin, C. (2020, April 3). Motivating social distancing during the COVID-19 pandemic: An online experiment. *PsyArXiv Preprints*. <https://psyarxiv.com/x4agb/>
- Makhovskaya, O. I. (2021). Psychological potential of solidarity in Russian media in the context of the pandemic. *Sotsial'naya i Ekonomicheskaya Psikhologiya. Institut Psikhologii Rossiiskoi Akademii Nauk [Institute of Psychology Russian Academy of Sciences. Social and Economic Psychology]*, 6(1(21)), 65–92. <https://doi.org/10.38098/ipran.sep.2021.21.1.003> (in Russian)
- Marchlewska, M., Cichočka, A., & Kossowska, M. (2018). Addicted to answers: Need for cognitive closure and the endorsement of conspiracy beliefs. *European Journal of Social Psychology*, 48(2), 109–117. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2308>
- McDonald, K., Maher, B., Labbe, Ch., Padovese, V., & Richter, M. (2020, May 5). Tracking Facebook's COVID-19 misinformation “Super-spreaders” in Europe. *NewsGuard*. <http://newsguardtech.com/facebook-super-spreaders-europe>

- Monaghan, L. F. (2020). Coronavirus (COVID-19), pandemic psychology and the fractured society: a sociological case for critique, foresight and action. *Sociology of Health & Illness*, 42(8), 1982–1995. <https://doi.org/10.1111/1467-9566.13202>
- Neshkovska, S., & Trajkova, Z. (2020). Coronavirus-inspired metaphors in political discourse. *Thesis*, 9(2), 99–132.
- Pfattheicher, S., Nockur, L., Böhm, R., Sassenrath, C., & Petersen, M. (2020). The emotional path to action: Empathy promotes physical distancing and wearing of face masks during the COVID-19 pandemic. *Psychological Science*, 31(11), 1363–1373. <https://doi.org/10.1177/0956797620964422>
- Potter, W. J. (2019). *Seven skills of media literacy*. Sage Publications.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York, NY: Simon and Schuster.
- Que, J., Shi, L., Deng, L., Liu, J., Zhang, L., Wu, S., Gong, Y., Huang, W., Yuan, W., Yan, W., Sun, Y., Ran, M., Bao, Y., & Lu, L. (2020). Psychological impact of the COVID-19 pandemic on healthcare workers: a cross-sectional study in China. *General Psychiatry*, 33, Article e100259. <https://doi.org/10.1136/gpsych-2020-100259>
- Santana, E. dos S., Lopes, A. O. S., de Oliveira, A. S., Gobira, N. C. M. S., Miguens, L. C. dos P., Reis, L. A. dos, & Reis, L. A. dos (2021). Symbolic violence on social media: Covid-19 and the elderly. *Research Society and Development*, 10(5), Article e37010515060. <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i5.15060>
- Schaeffer, K. (2020). *Nearly three-in-ten Americans believe COVID-19 was made in a lab*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/04/08/nearly-three-in-ten-americans-believe-covid-19-was-made-in-a-lab>
- Schultz, W. P. (2001). The structure of environmental concern: Concern for self, other people, and the biosphere. *Journal of Environmental Psychology*, 21(4), 327–339. <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0227>
- Shearer, E. (2020). *Local news is playing an important role for Americans during COVID-19 outbreak*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/07/02/local-news-is-playing-an-important-role-for-americans-during-covid-19-outbreak/>
- Strong, P. (2008). Epidemic psychology: A model. *Sociology of Health & Illness*, 12(3), 249–259. <https://doi.org/10.1111/1467-9566.ep11347150>
- Taha, S. A., Matheson, K., & Anisman, H. (2014). H1N1 was not all that scary: Uncertainty and stressor appraisals predict anxiety related to a coming viral threat. *Stress and Health*, 30, 149–157. <https://doi.org/10.1002/smi.2505>
- Tandoc, Jr., E. C., Wei Lim, Zh., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”. A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Thibodeau, R., & Aronson, E. (1992). Taking a closer look: Reasserting the role of the self-concept in dissonance theory. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8(5), 591–602. <https://doi.org/10.1177/0146167292185010>
- Tomasini, F. (2020). Solidarity in the time of COVID-19? *Cambridge Quarterly of Healthcare Ethics*, 30(2), 1–22. <https://doi.org/10.1017/S0963180120000791>
- Varma, T. (2020, March 30). *Covid-19 and European solidarity: The fight for who we are*. European Council on Foreign Relations. https://www.ecfr.eu/article/commentary_covid_19_european_solidarity_and_the_fight_for_who_we_are
- Wilson, D., O'Brien, D., & Sesma, A. (2009). Human prosociality from an evolutionary perspective: variation and correlations at a city-wide scale. *Evolution and Human Behavior*, 30(3), 190–200. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2008.12.002>