



МОНИТОРИНГ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ПЕРЕМЕНЫ

Тема номера:

Медиа и коммуникации во время пандемии COVID-19

Приглашенный редактор: к. ф. н., доц. С. Г. Давыдов

№ 6 (160)

ноябрь — декабрь 2020

**ГОСУДАРСТВО
И ОБЩЕСТВО**



**МЕДИА-
СОЦИОЛОГИЯ**



**СОЦИАЛЬНАЯ
ДИАГНОСТИКА**



**МЕТОДЫ
И МЕТОДОЛОГИЯ**

18+

ISSN 2219-5467



9 772219 546006 >

Главный редактор журнала:

Федоров Валерий Валерьевич —
кандидат политических наук, генеральный директор ВЦИОМ,
профессор НИУ ВШЭ

Заместители главного редактора:

Седова Наталья Николаевна —
помощник гендиректора по науке ВЦИОМ

Подвойский Денис Глебович —
кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник
Института социологии ФНИСЦ РАН, доцент РУДН

Ответственный редактор:

Кулешова Анна Викторовна —
кандидат социологических наук, член российской
Ассоциации научных редакторов и издателей (АНРИ) (Россия)

M77 Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — М.: АО «ВЦИОМ», 2020. — № 6 (160). — 511 с.

ISSN 2219-5467

Объективная, точная, регулярная и свежая информация «Мониторинга» полезна всем, кто принимает управленческие решения, занимается прогнозированием и анализом развития общества. Наш журнал пригодится сотрудникам научных и аналитических центров, работникам органов управления, ученым, преподавателям, молодым исследователям, студентам и аспирантам, журналистам.

Тематика материалов охватывает широкий круг социальных, экономических, политических вопросов, основные рубрики посвящены теории, методам и методологии социологических исследований, вопросам взаимодействия государства и общества, социальной диагностике. Каждый номер журнала содержит двухмесячный дайджест основных результатов еженедельных общероссийских опросов ВЦИОМ.

Мы публикуем статьи специалистов, представляющих ведущие научные социологические центры, институты, организации, а также ВУЗы России и зарубежных стран. Широкая тематика журнала представляет возможность выступить на его страницах представителям смежных специальностей (политологам, историкам, экономистам и т.д.), опирающимся в своих исследованиях на эмпирические социологические данные.

Журнал издается с 1992 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ГОСУДАРСТВО И ОБЩЕСТВО

З. Ф. Ибрагимова, М. В. Франц

Россия — страна возможностей? Смотря как считать 4

И. С. Душакова

Почему не верят опросам, или Как фреймируются результаты опросов общественного мнения в современных российских СМИ.....30

А. Б. Белоусов, Д. А. Давыдов, Е. С. Кочухова

В постматериалистическом тренде: мотивация участников протеста в сквере у театра драмы в Екатеринбурге53

МЕТОДЫ И МЕТОДОЛОГИЯ

В. Б. Звоновский, М. В. Григорьева

Практика проведения роботизированных репрезентативных телефонных опросов73

ИНСТИТУТЫ И ПРАКТИКИ

З. И. Корякина, Ю. И. Жегусов

Правовое регулирование опроса общественного мнения на выходе из избирательного участка после голосования (экзитпола)..... 97

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ

Е. Е. Булычева, Д. В. Мальцева

Выделение актуальных тематик в социологии: взгляд сквозь призму анализа сети цитирований 113

А. А. Сычев, Е. А. Коваль, С. Г. Ушкин

Социология за пределами реальности: постгуманизм и биополитика в сериале «Мир Дикого Запада»141

ГЕНДЕР, СЕМЬЯ, СЕКСУАЛЬНОСТЬ. ПРОДОЛЖАЯ И. С. КОНА

Ж. В. Чернова, Л. Л. Шпаковская

«На других надейся, а сама не плошай». Прагматический индивидуализм как дискурсивная стратегия нормализации биографий молодых представительниц среднего класса 173

РЕЦЕНЗИЯ НА КНИГУ

М. А. Тарусин

Нужный вздох

Рец. на кн.: Попов Н. П. Россия — Америка. «Прямая связь». Воспоминания американиста и советолога. М.: КнигИздат, 2020 195

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ

Мониторинг мнений: ноябрь — декабрь 2020 198

МЕДИА И КОММУНИКАЦИИ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19

Приглашенный редактор С. Г. Давыдов

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ПРИГЛАШЕННОГО РЕДАКТОРА

С. Г. Давыдов

Двенадцать статей о девятнадцатом ковиде: первая волна исследований медиа и коммуникаций в условиях пандемии 224

МЕДИАСОЦИОЛОГИЯ

А. С. Архипова, Д. А. Радченко, И. В. Козлова,*

Б. С. Пейгин, М. В. Гаврилова, Н. В. Петров

Пути российской инфодемии: от WhatsApp до Следственного комитета 231

А. М. Климова, К. Ш. Чмель, Н. Ю. Савин

Верю-не-верю: общественное мнение и слухи о происхождении нового коронавируса 266

А. Д. Казун, А. П. Казун

Волновая (де)проблематизация: освещение пандемии коронавируса в России на федеральном телеканале 284

Ю. А. Грибер, Е. Е. Сухова

Цвет как инструмент управления эмоциями в публикациях о пандемии COVID-19 в русскоязычных онлайн-СМИ 307

В. В. Василькова, Н. И. Легостаева

Социальные боты в компьютерной пропаганде: серфинг на информационной волне коронавируса 329

* 26.05.2023 внесена в реестр иностранных агентов.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ

И. В. Мерсиянова, А. С. Брюхно

Цифровые волонтерские платформы: готовность россиян и потенциал применения 357

О. А. Башева, П. О. Ермолаева

Цифровизация деятельности российских волонтеров в чрезвычайных ситуациях: влияние пандемии или самостоятельный тренд развития? 376

А. В. Андрееenkova

Цифровизация социальных контактов среди студенческой молодежи в России во время пандемии коронавируса 403

СОЦИАЛЬНАЯ ДИАГНОСТИКА

М. О. Макушева, Т. А. Нестик

Социально-психологические предпосылки и эффекты доверия социальным институтам в условиях пандемии 427

E. V. Rodionova, J. P. Bayer

A place for salvation or torture: the image of the Russian Orthodox Church in secular media during the COVID-19 pandemic 448

Д. М. Логинов

Социальное самочувствие российского населения в период острой фазы эпидемиологического кризиса 470

А. Л. Рочева, Е. А. Варшавер, Н. С. Иванова

Уязвимые группы в чрезвычайных ситуациях: солидарность и доверие государству как основа стратегий мигрантов в России во время пандемии COVID-19 488

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1710](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1710)



З. Ф. Ибрагимова, М. В. Франц

РОССИЯ — СТРАНА ВОЗМОЖНОСТЕЙ? СМОТЯ КАК СЧИТАТЬ

Правильная ссылка на статью:

Ибрагимова З. Ф., Франц М. В. Россия — страна возможностей? Смотри как считать // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 4—29. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1710>.

For citation:

Ibragimova Z. F., Frants M. V. (2020) Is Russia a Land of Opportunity? It Depends on How You Look at It. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 4–29. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1710>. (In Russ.)

**РОССИЯ — СТРАНА ВОЗМОЖНОСТЕЙ?
СМОТЯ КАК СЧИТАТЬ**

ИБРАГИМОВА Зульфия Фануровна — кандидат экономических наук, доцент кафедры инновационной экономики Института экономики, финансов и бизнеса, Башкирский государственный университет, Уфа, Россия
E-MAIL: badertdinova@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-0585-0170>

ФРАНЦ Марина Валерьевна — кандидат технических наук, доцент кафедры экономики предпринимательства Института экономики и управления, Уфимский государственный авиационный технический университет, Уфа, Россия
E-MAIL: tan-Marina@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-5324-2463>

Аннотация. Работа посвящена исследованию влияния выбора меры неравенства на результаты измерения неравенства возможностей. Анализ базируется на данных социологического опроса Life in Transition III (волна 2016 г.), проводимого Европейским банком реконструкции и развития. Кроме того, используются данные пятнадцатой и двадцатой волн Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ, представляющего собой серию ежегодных общенациональных репрезентативных опросов. Расчеты выполнялись с применением параметрической методики на основе ex-ante подхода, использовалась как прямая, так и косвенная процедура оценки неравенства возможностей. Установлено, что выбор меры неравенства оказывает значительное влияние на результаты измерения неравенства

**IS RUSSIA A LAND OF OPPORTUNITY?
IT DEPENDS ON HOW YOU LOOK AT IT.**

Zulfiya F. IBRAGIMOVA¹ — Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor at the Faculty of Innovation Economics of the Institute of Economics, Finance and Business
E-MAIL: badertdinova@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-0585-0170>

Marina V. FRANTS² — Cand. Sci. (Tech.), Associate Professor at the Chair of Business Economics of the Institute of Economics and Management
E-MAIL: tan-Marina@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-5324-2463>

¹ Bashkir State University, Ufa, Russia

² Ufa State Aviation Technical University, Ufa, Russia

Abstract. The paper explores how the choice of the inequality measure can affect the results when measuring inequality of opportunities. The analysis is based on the Life in Transition Survey III (2016) conducted by the European Bank for Reconstruction and Development (EBRD). The study also uses the data of the 15th and 20th waves of the Russian Longitudinal Monitoring Survey — Higher School of Economics (RLMS-HSE) representing a series of annual nationwide representative surveys. Calculations were performed ex-ante using parametric method; both direct and indirect assessment procedures were applied. The study reveals that the choice of a particular measure of inequality can have a significant impact on the results when measuring inequality of opportunities. As Gini Index entails maximum discrepancy, and Theil's L Index entails minimum discrepancy in assessments obtained

возможностей. Выявлено, что применение индексов Тейла является более предпочтительным, чем использование индекса Джини, в связи с тем, что расхождение между оценками, получаемыми прямым и косвенным методами, максимально велико при использовании индекса Джини и минимально при использовании индекса Тейла L.

Ключевые слова: меры неравенства, неравенство трудового дохода, неравенство возможностей, факторы-усилия, факторы-обстоятельства

Благодарность. Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РФФИ (проект № 19-010-00453).

through direct and indirect methods, it is more favorable to use Theil's L Index.

Keywords: inequality indexes, income inequality, inequality of opportunity, efforts, circumstances

Acknowledgments. The study is funded by a grant from the RFBR (project no. 19-010-00453).

Введение

Вынесенная в заголовок фраза «Россия — страна возможностей» стала популярной в нашей стране после того, как в своем Послании Федеральному собранию 2018 г. Президент В. В. Путин сказал: «Я хочу подчеркнуть: для всех, кто хочет работать, проявить себя, готов честно служить Отечеству и народу, добиться успеха, Россия всегда будет страной возможностей. В этом залог нашего успешного развития, уверенного движения вперед»¹. Между тем, мысль о том, что общественное преуспевание возможно лишь в том случае, когда в обществе формируются стимулы, условия, возможности для инвестиционной и инновационной активности для большинства населения и обеспечивается достойное вознаграждение прилагаемых усилий, отнюдь не нова: теории равных возможностей, продвигающей эту идею, уже более 50 лет [Tawney, 1964; Rawls, 1971; Roemer, 1998].

В основе теории равных возможностей лежит идея о том, что детерминанты экономических и других достижений следует разделять на две категории: *обстоятельства*, не зависящие от индивида (например, характеристики семьи, в которой родился человек, место рождения, пол и т. п.) и *усилия*, зависящие от него самого. Неравенство достижений, обусловленное неравенством усилий, справедливо и общественно необходимо — оно обеспечивает стимулы для реализации индивидом своего потенциала, тем самым способствуя общественному прогрессу. Напротив, неравенство достижений, обусловленное факторами-обстоятельствами (называемое неравенством возможностей), несправедливо и общественно «вредно», так как оно демотивирует индивидуальную активность, приводит к недореализации потенциала и таким образом тормозит общественное развитие.

¹ Послание Президента Федеральному Собранию от 01 марта 2018 г. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/56957> (дата обращения: 16.12.2020).

Сначала теория равных возможностей развивалась в основном в теоретико-философском направлении, однако с начала XX века начался поворот в сторону практического применения, в частности, стали разрабатываться методы измерения неравенства возможностей.

Несколько наших работ посвящены оценке вклада неравенства возможностей в неравенство трудового дохода в России на базе микроданных Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ² (волна 2011 г.) с применением различных методик. Сравнительный анализ результатов приведен в таблице 1. Недавно была опубликована работа [European Bank... 2016—17], выполненная специалистами Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР) на данных опроса Life in Transition III (LITS), в которой исследуется неравенство возможностей в 33 странах мира, включая и Российскую Федерацию; полученные в этой работе результаты также приведены в таблице 1.

Таблица 1. Результаты измерения неравенства возможностей на российских данных

Источник	[European Bank... 2016—17]	[Ибрагимова, Франц, 2019]	[Pauhofova et al., 2020]	[Ибрагимова, Франц, 2020]
Методика оценки	параметрическая, на основе ex-ante подхода, с использованием прямого метода оценки	параметрическая, на основе ex-ante подхода, с использованием прямого метода оценки	параметрическая, на основе ex-post подхода, с использованием косвенного метода оценки	непараметрическая, на основе ex-ante и ex-post подходов, с использованием и прямого, и косвенного методов оценки
Используемые меры неравенства	индекс Джини	L-индекс Тейла	L-индекс Тейла	L- и T-индексы Тейла, индексы Аткинсона A(1), A(2)
Результаты оценки	34,5%	19,20%	16,34%	L: 18—24% T: 18—27% A(1): 16—28% A(2): 17—27%
Факторы-обстоятельства	образование родителей, место рождения, пол, национальность	образование родителей, их профессиональный статус, пол, возраст, национальность, место рождения	пол, место рождения, образование родителей, их профессиональный статус	образование родителей, пол, место рождения
Факторы-усилия	—	—	образование индивида	—
Информационная база	LITS III (конец 2015—начало 2016 гг.)	PMЭЗ, 20 волна (2011 г.)	PMЭЗ, 20 волна (2011 г.)	PMЭЗ, 20 волна (2011 г.)

² Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS HSE), проводимый Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» и ООО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел-Хилле и Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН. Сайты обследования RLMS HSE: <http://www.cpc.unc.edu/projects/rhms> и <http://www.hse.ru/rhms> (дата обращения: 16.12.2020).

Источник	[European Bank... 2016—17]	[Ибрагимова, Франц, 2019]	[Pauhofova et al., 2020]	[Ибрагимова, Франц, 2020]
Совокупный объем опросной выборки	1 500	17 024	17 024	17 024
Объем выборки, на основании которой делался расчет	≈500	2 273	1 472	2 755

Источник: составлено авторами.

Как видно из таблицы 1, результаты наших расчетов разными методами, но с использованием L-индекса Тейла в качестве меры неравенства, довольно близки между собой — вклад неравенства возможностей в неравенство трудового дохода составляет 17—24 %. При этом наши оценки при широком разнообразии используемых методик получаются почти в два раза меньше, чем оценка, приводимая ЕБРР (35,4 %), и это при том, что набор факторов-обстоятельств в наших работах зачастую шире, чем в исследовании ЕБРР. С практической точки зрения такой разрыв в результатах плох тем, что он неминуемо приводит к разной содержательной интерпретации: 35,4 % выглядят очень внушительно, учитывая, что далеко не все факторы-обстоятельства принимаются во внимание, и эта оценка подталкивает к выводу о том, что собственными усилиями в нашей стране мало чего можно добиться. 20 %-й вклад неравенства возможностей в неравенство трудового дохода, наоборот, внушает определенный оптимизм — ведь получается, что на 80 % все зависит от нас самих.

Сравнение методик расчета позволяет выявить одно существенное различие — в наших работах мы использовали в основном L-индекс Тейла, в то время как в работе ЕБРР используется индекс Джини. Это обстоятельство породило гипотезу о том, что наблюдающиеся расхождения могут быть обусловлены именно выбором меры неравенства. Проверка этой гипотезы и обоснование выбора наиболее подходящей меры неравенства для измерения неравенства возможностей и является целью настоящего исследования.

Работа построена следующим образом: второй раздел посвящен обсуждению «источников происхождения», свойств и применению различных мер неравенства в работах по неравенству возможностей. В третьем разделе приводятся теоретическое обоснование, методика и описание информационной базы исследования. В четвертом разделе приводятся результаты оценки неравенства возможностей на микроданных российских обследований с применением целого набора мер неравенства, проводится сравнительный анализ и обсуждение полученных результатов.

Меры неравенства, их происхождение, свойства, использование на практике

Приведенный ниже обзор мер неравенства не претендует на полноту. При написании этого раздела мы сфокусировались на мерах неравенства, приме-

няющихся для оценки неравенства доходов — в связи с тем, что в фокусе нашего исследования находится измерение неравенства возможностей в отношении трудового дохода. Вместе с тем мы стремились дать хоть и краткий, но многоаспектный обзор, а именно — отразить теоретические предпосылки возникновения мер неравенства, их свойства и особенности, имеющие значение для практического применения.

Использующиеся на практике меры неравенства имеют три «источника происхождения» [Cowell, 2009]:

1. Меры неравенства, «позаимствованные» из перечня мер вариации, используемых в статистике. Вариация в статистике — это изменчивость показателя, его способность принимать разные значения. Неравенство — это понятие, очень созвучное, хоть и не тождественное вариации, поэтому идея заимствования мер вариации для измерения неравенства «лежит на поверхности». К мерам неравенства «статистического происхождения» относятся:

- меры, основанные на персентилях распределения непрерывной переменной, например, децильный и квинтильный коэффициенты фондов, коэффициент Пальмы, отношение персентилей;
- меры, основанные на формуле дисперсии, включая собственно дисперсию, коэффициент вариации, логарифмическую дисперсию, дисперсию логарифмов;
- индекс Джини (G), рассчитываемый по формуле (1).

$$G = \frac{1}{2 \cdot n^2} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n \left| \frac{y_i - y_j}{\bar{y}} \right|. \quad (1)$$

В приведенной формуле, как и в дальнейшем, y_k — доходы k -го индивида, \bar{y} — средний доход, n — объем популяции.

2. Меры неравенства, основанные на теории функций социального благосостояния (social welfare functions, SWF). SWF-функция — это функция, которая связывает удовлетворенность общества своим социальным состоянием с характеристиками этого состояния. С использованием аксиоматического подхода сформулирован ряд свойств SWF-функций: неубывание, симметричность, аддитивность, строгая вогнутость, постоянная эластичность. Идея измерения неравенства на основе использования функций социального благосостояния возникла как попытка измерить неравенство через степень удовлетворенности (или неудовлетворенности) общества распределением доходов.

Функция социальной полезности, удовлетворяющая свойству постоянной эластичности, описывается формулой (2).

$$U(y) = \frac{y^{1-\beta} - 1}{1-\beta}. \quad (2)$$

Соответственно, SWF-функция, оценивающая удовлетворенность населения распределением доходов (y_1, y_2, \dots, y_n) , имеет вид (3).

$$SWF(y_1, y_2, \dots, y_n) = \sum_{i=1}^n \frac{y_i^{1-\beta} - 1}{1-\beta}. \quad (3)$$

Чем больше получается величина SWF, тем более удовлетворено общество распределением доходов.

На основе SWF-функций определяется два семейства мер неравенства — индексы Дальтона и индексы Аткинсона [Dalton, 1920; Atkinson, 1970]. Семейство индексов неравенства Дальтона определяется по формуле (4).

$$D(\beta) = 1 - \frac{SWF(y_1, y_2, \dots, y_n)}{SWF(\bar{y}, \bar{y}, \dots, \bar{y})} = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n y_i^{1-\beta} - 1}{n \cdot (\bar{y}^{1-\beta} - 1)}. \quad (4)$$

Недостатком индексов Дальтона является их чувствительность к умножению на число. Поэтому Аткинсон предложил следующую модификацию индекса неравенства (формула (5)). Идея Аткинсона состояла в том, чтобы вычислить среднюю полезность доходов индивидов, потом получить доход, соответствующий этой средней полезности, и затем соотнести его с фактическим средним доходом.

$$A(\beta) = 1 - \frac{U^{-1}(\bar{U})}{\bar{y}} = 1 - \left[\frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n \left(\frac{y_i}{\bar{y}} \right)^{1-\beta} \right]^{\frac{1}{1-\beta}}. \quad (5)$$

Интересно, что и индекс Джини в работе [Sen, 1973] получил трактовку с позиций теории SWF-функций. Он показал, что индекс Джини можно считать по формуле (6), эквивалентной формуле (1).

$$G = 1 - \frac{1}{n^2 \cdot \bar{y}} \cdot \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n \text{Min}(y_i, y_j). \quad (6)$$

Такая форма записи позволяет дать следующее определение: если уровень доходов любой пары индивидов приравнивается к уровню доходов беднейшего из них, а общественное благосостояние является суммой благосостояния всех возможных пар, то индекс неравенства для такой функции социального благосостояния будет определяться по формуле индекса Джини.

3. Меры неравенства, основанные на теории информации. В теории информации предложена мера беспорядка системы, представляющая собой взвешенную сумму стоимостей информации о событиях [Shannon, 1948]. Весами в этой конструкции являются вероятности рассматриваемых событий (формула (7)).

$$\text{Entropy} = \sum_{i=1}^h h(p_i) \cdot p_i. \quad (7)$$

В 1967 г. Генри Тейл высказал следующую идею: концепция энтропии даст мощный инструмент для измерения неравенства, если переформулировать задачу — вместо n событий рассматривать n индивидов, вместо вероятности события использовать долю индивида в «общем пироге», а ценность информации о событии интерпретировать как «координату» индивида, позволяющую «замерять расстояние» между двумя индивидами в зависимости от их долей в общем доходе [Theil, 1967]. Меры неравенства на основе теории информации строятся таким образом, чтобы изменение неравенства при трансфере части дохода от более богатого к более бедному зависело, во-первых, от размера трансфера, а во-вторых,

от «расстояния» между индивидами. Разные способы определения «расстояния» порождают семейство индексов неравенства, основанных на теории информации. Каждый из индексов этого семейства формируется как разность между энтропией, которая имела бы место в случае равенства долей доходов всех индивидов, и наблюдающейся фактически.

С точки зрения измерения неравенства выделяют ряд свойств, обладание которыми важно для меры неравенства, при этом первые четыре свойства считаются базовыми, а пятое носит скорее рекомендательный характер. К этим свойствам относятся следующие:

1. Независимость от умножения на число: если доходы всех индивидов умножить на одно и то же число, мера неравенства не должна измениться.

2. Принцип популяции: если новая популяция получается путем объединения со второй такой же, мера неравенства должна остаться неизменной.

3. Декомпозируемость: если разделить популяцию на несколько непересекающихся групп, неравенство во всей популяции можно представить как функцию от внутригрупповых индексов неравенства, внутригрупповых средних и объемов групп. Отдельно выделяют аддитивную декомпозируемость — когда индекс неравенства по всей популяции можно представить как алгебраическую сумму внутригруппового и межгруппового компонентов.

4. Слабый принцип трансфера: если имеет место трансфер дохода от богатого к бедному — такой, что после трансфера богатый по-прежнему остается богаче бедного, — индекс неравенства должен уменьшаться.

В отношении этих свойств доказана важная теорема: чтобы мера неравенства обладала четырьмя названными свойствами, она должна быть или представима в виде выражения в формуле (8), или являться порядково-эквивалентным преобразованием этого выражения.

$$GE(\alpha) = \frac{1}{\alpha^2 - \alpha} \left[\frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n \left(\frac{y_i}{\bar{y}} \right)^\alpha - 1 \right]. \quad (8)$$

Семейство мер $GE(\alpha)$, именуемое обобщенными мерами энтропии, тесно связано с индексами неравенства, основанными на теории информации. В этом семействе наиболее популярны две меры: $GE(0)$ — среднее логарифмическое отклонение, или L-индекс Тейла, и $GE(1)$ — T-индекс Тейла, которые являются «особыми случаями» — они считаются не по формуле (8), а по формулам (9) и (10) соответственно.

$$GE(0) = \frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n \ln \left(\frac{\bar{y}}{y_i} \right). \quad (9)$$

$$GE(1) = \frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n \frac{y_i}{\bar{y}} \ln \left(\frac{y_i}{\bar{y}} \right). \quad (10)$$

5. Наконец, пятым является сильный принцип трансфера: уменьшение меры неравенства при трансфере должно зависеть только от «расстояния» между богатым и бедным. Этот принцип важен потому, что он позволяет формализовать интуитивно понятную идею: чем сильнее различаются два индивида по уровню дохода, тем больший выравнивающий эффект должен обеспечивать трансфер

между ними. Как следует из сказанного ранее, идея расстояния явно заложена в мерах, происходящих из теории информации, поэтому они удовлетворяют сильному принципу трансфера.

Что касается индекса Джини, то именно его «неожиданная реакция» на трансфер является основным источником критики этой меры неравенства. Дело в том, что изменение индекса Джини при трансфере между двумя индивидами зависит от рангов этих индивидов в упорядоченном вариационном ряду: чем сильнее различаются ранги, тем сильнее снижается индекс Джини. Поэтому трансфер между двумя индивидами в середине упорядоченного вариационного ряда приводит к более существенному снижению индекса, чем трансфер между индивидами в его начале или конце.

Свойства различных мер неравенства приведены в таблице 2.

Таблица 2. Свойства мер неравенства

Мера неравенства	Независимость от умножения на число	Принцип популяции	Декомпозируемость	Слабый принцип трансфера	Сильный принцип трансфера
G	+	+	–	+	–
$D(\beta)$	–	+	+	+	–
$A(\beta)$	+	+	+	+	–
$GE(\alpha)$	+	+	+	+	+

Источник: [Cowell, 2009], с сокращениями авторов.

Отметим, что в данной таблице свойство декомпозируемости следует понимать строго в соответствии с приведенным выше определением: индекс декомпозируем, если неравенство во всей популяции можно представить как функцию только от внутригрупповых индексов неравенства, внутригрупповых средних и объемов групп. В работе [Araar, 2006] предложено два способа аддитивной декомпозиции индекса Джини: на основе метода Шепли и аналитическим способом, причем первый способ универсален — он может быть использован и для аддитивной декомпозиции других индексов неравенства. Оба метода позволяют декомпонировать индекс Джини на межгрупповую и внутригрупповую компоненты, в сумме дающие значение индекса Джини по всей популяции, но для выполнения декомпозиции недостаточно только внутригрупповых индексов неравенства, внутригрупповых средних и объемов групп.

В контексте данной работы значительный интерес представляет вопрос, какие меры неравенства используются при оценке неравенства возможностей. В большинстве работ, посвященных этому вопросу, используется только одна мера неравенства, и чаще всего это L-индекс Тейла (см., например, [Marrero, Rodríguez, 2012; Brzeziński, 2015; Checchi et al., 2010; Hassine, 2012; Assaad et al., 2018; Bussolo et al., 2019]). Гораздо реже используется индекс Джини (см., например, [European Bank... 2016—17; Zhang, Eriksson, 2010]). Работ, в которых использовались разные меры неравенства и обсуждалось их влияние на результат оценки, немного. Рассмотрим полученные в них результаты более подробно.

Работа [Bourguignon et al., 2003] посвящена оценке неравенства возможностей в отношении доходов в Бразилии. Авторы использовали две меры неравенства — индекс Джини и Т-индекс Тейла. Результаты, полученные при использовании в качестве измерителя достижения удельного дохода домохозяйства, приведены в таблице 3.

Таблица 3. **Неравенство возможностей в Бразилии, по результатам [Bourguignon et al., 2003]**

Годы рождения (поколения)		1936—1940	1941—1945	1946—1950	1951—1955	1956—1960	1961—1965	1966—1970
Общее неравенство	Джини	0,605	0,602	0,588	0,591	0,597	0,594	0,573
	Т-индекс Тейла	0,750	0,736	0,682	0,720	0,709	0,691	0,635
Остаточное неравенство	Джини	0,474	0,492	0,481	0,489	0,490	0,478	0,482
	Т-индекс Тейла	0,434	0,475	0,455	0,468	0,465	0,429	0,437
Абсолютное неравенство возможностей	Джини	0,131	0,110	0,107	0,102	0,107	0,116	0,091
	Т-индекс Тейла	0,316	0,261	0,227	0,252	0,244	0,262	0,198
Относительное неравенство возможностей, %	Джини	21,7	18,3	18,2	17,3	17,9	19,5	15,9
	Т-индекс Тейла	42,1	35,5	33,3	35,0	34,4	37,9	31,2

Источник: общее и остаточное неравенство — [Bourguignon et al., 2003], абсолютное и относительное неравенство возможностей — расчеты авторов.

Как видно из таблицы, вклад неравенства возможностей в неравенство удельного дохода домохозяйств получается выше с использованием индекса Тейла по сравнению с тем, что получается при использовании индекса Джини, и отличия весьма значительны.

В работе [Pistolesi, 2009] изучается неравенство возможностей в США в период 1968—2001 гг. В качестве измерителя дохода использовался годовой трудовой доход, а также показатели среднего годового трудового дохода за три и пять лет. Автор использовал целый набор мер неравенства включая: Т-индекс Тейла, L-индекс Тейла, GE(2), стандартное отклонение логарифмов, индекс Джини. Результаты этого анализа представлены в таблице 4.

Таблица 4. **Относительное неравенство возможностей в США, %**

	Прямой метод					Косвенный метод				
	T-Theil	L-Theil	GE(2)	SDI	Gini	T-Theil	L-Theil	GE(2)	SDI	Gini
Годовой трудовой доход										
Среднее	23,6	23,3	17,2	35,3	32,2	27,6	29,4	34,3	27,9	24,7
Минимум	15,0	16,4	7,5	23,9	24,4	7,3	10,0	16,9	18,3	14,6
Максимум	33,7	34,2	25,6	47,2	41,9	41,8	48,2	44,5	35,6	33,6

	Прямой метод					Косвенный метод				
	T-Theil	L-Theil	GE(2)	SDI	Gini	T-Theil	L-Theil	GE(2)	SDI	Gini
<i>Средний за 3 года годовой трудовой доход</i>										
Среднее	26,0	27,1	19,2	41,3	34,6	30,5	32,8	40,0	31,7	25,8
Минимум	17,2	19,0	9,9	31,9	26,7	7,9	11,3	20,6	20,5	15,0
Максимум	37,1	38,8	28,7	52,4	44,4	43,8	56,5	53,0	40,8	35,0
<i>Средний за 5 лет годовой трудовой доход</i>										
Среднее	27,0	28,4	20,1	43,0	35,5	31,6	34,3	41,8	32,7	26,3
Минимум	18,6	20,8	11,5	34,9	28,1	8,1	12,8	21,9	22,0	15,3
Максимум	37,5	39,4	29,2	53,0	44,7	44,6	55,4	53,8	41,1	35,9

Источник: [Pistolesi, 2009]. Среднее, минимум и максимум приведены за период 1968—2001 гг.

Как видно из таблицы, вклад неравенства возможностей в неравенство доходов довольно сильно варьирует в зависимости от выбора меры неравенства. Сравнение результатов, полученных с использованием L-индекса Тейла и индекса Джини, показывает, что при использовании прямого метода относительное неравенство возможностей, оцененное на основе индекса Джини, оказывается существенно выше, чем оцененное на основе L-индекса Тейла. В случае применения косвенного метода, наоборот, относительное неравенство возможностей получается заметно большим при использовании L-индекса Тейла, чем при использовании индекса Джини.

Еще одной работой, в которой затрагивается вопрос о влиянии меры неравенства на результат измерения неравенства возможностей, является работа [Hederos et al., 2017], посвященная оценке неравенства в Швеции. В качестве измерителя дохода здесь используется совокупный рыночный доход до налогообложения, усредненный за 7 лет, когда индивид был в возрасте 37—43 года. Результаты этого исследования приведены в таблице 5. В этой работе результат, полученный с использованием индекса Джини, существенно выше, чем оценки на основе L-индекса Тейла.

Таблица 5. **Оценки неравенства возможностей в Швеции**

Мера неравенства	Джини	L-индекс Тейла	T-индекс Тейла	GE(2)
<i>Мужчины</i>				
Общее неравенство	0,303	0,197	0,226	1,754
Вклад остаточного неравенства	69,0%	84,1%	78,9%	70,6%
Вклад неравенства возможностей	31,0%	25,9%	21,2%	29,4%
<i>Женщины</i>				
Общее неравенство	0,240	0,136	0,122	0,476
Вклад остаточного неравенства	75,0%	90,7%	85,5%	77,2%
Вклад неравенства возможностей	25,0%	9,3%	14,5%	22,8%

Мера неравенства	Джини	L-индекс Тейла	T-индекс Тейла	GE(2)
Все				
Общее неравенство	0,296	0,186	0,204	1,450
Вклад остаточного неравенства	62,9%	80,1%	73,5%	62,1%
Вклад неравенства возможностей	37,1%	19,9%	26,5%	37,9%

Источник: [Hederos et al., 2017].

В целом, анализ работ, в которых затрагивался вопрос о влиянии меры неравенства на результат оценки неравенства возможностей, свидетельствует, что выбор меры неравенства влияет на результат весьма значительно. Сравнение результатов показывает, что иногда вклад неравенства возможностей в неравенство дохода при использовании L-индекса Тейла оказывается гораздо большим, а иногда — гораздо меньшим, чем при использовании индекса Джини. С чем это связано — с особенностями методики оценки, информационной базы или распределения дохода в стране, — остается неясным.

В данной работе мы попытаемся выяснить, как сильно влияет выбор меры неравенства на результаты измерения неравенства возможностей и какие меры неравенства являются более предпочтительными для этой задачи.

Теоретические предпосылки, информационная база и методика исследования

Теоретические предпосылки

Теория равных возможностей базируется на идее о том, что социально-экономическое неравенство складывается под воздействием множества факторов, которые по-разному оцениваются с точки зрения справедливости [Barros et al., 2009]. Декомпозиция неравенства достижений представлена на рисунке 1.

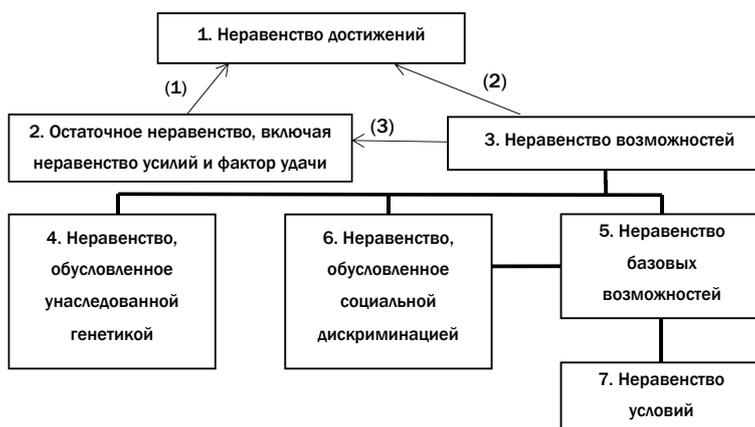


Рис. 1. Декомпозиция неравенства достижений.

Источник: идея — [Barros et al., 2009] с авторскими правками

Прежде всего, факторы разделяются на две принципиально разные группы: факторы-обстоятельства, не контролируемые индивидом, и факторы-усилия, на-

ходящиеся в зоне его персональной ответственности. Неравенство, обусловленное факторами-обстоятельствами, носит название «неравенство возможностей» (блок № 3 на рис. 1). В теории равных возможностей этот компонент неравенства признается несправедливым и подлежит компенсации. Напротив, неравенство, обусловленное факторами, находящимися в зоне персональной ответственности, справедливо и общественно полезно, так как стимулирует индивидов к реализации своего потенциала (блок № 2 на рис. 1).

Внутри неравенство возможностей раскладывается далее на отдельные неравноправные в плане степени их несправедливости компоненты.

Во-первых, неравенство достижений, обусловленное врожденным спектром талантов, способностей, неполноценностей (блок № 4 на рис. 1), не рассматривается как что-то совершенно несправедливое и неприемлемое. Внутри теории равных возможностей даже существует внутренняя дискуссия относительно того, следует ли относить внутренне присущие человеку особенности, формирующие его индивидуальность, в зону неконтролируемых обстоятельств или же в зону персональной ответственности, известная как дискуссия о границе ответственности [Arneson, 1989; Cohen, 1989; Dworkin, 1981a, 1981b; Scanlon, 1988]. С точки зрения социальной политики, некоторые генетически обусловленные недостатки, например, слабое зрение, низкий уровень интеллекта могут быть скорректированы в рамках государственной программы помощи соответствующим социальным группам. Масштабы этой помощи — это дискуссионный вопрос социального выбора.

Во-вторых, одинаково талантливые и продуктивные индивиды могут по-разному оцениваться, что приводит к разным индивидуальным достижениям. Комплекс этих явлений носит название социальной дискриминации (блок № 6 на рис. 1). Хорошо известны, например, такие ее проявления, как дискриминация по расовой, национальной, половой принадлежности на рынке труда. В целом, существует общественный консенсус о несправедливости дискриминации, но готовность общества выделять ресурсы на элиминирование этого источника неравенства существенно варьирует в разных странах и остается предметом дискуссий.

В-третьих, выделяют «базовые возможности» — это внешние факторы-обстоятельства, характеризующиеся следующими особенностями: они имеют критическое значение для жизни и развития индивида на ранних стадиях его жизни и в значительной мере определяют его достижения (блок № 5 на рис. 1). Неравенство базовых возможностей частично обусловлено факторами социальной дискриминации на ранних стадиях жизни, частично — неравенством условий (блок № 6 на рис. 1). Неравенство условий включает в себя неравенство, определяющееся семейным бэкграундом и характеристиками территории, где рождается и растет индивид. В отношении неравенства базовых возможностей существует общественный консенсус как в плане их несправедливости, так и необходимости их компенсации мерами социальной политики.

Методика исследования

В настоящее время разработано множество методик оценки неравенства возможностей на микроданных, подробный обзор которых можно найти в работе [Ramos, Van de Gaer, 2016].

В самом общем виде взаимосвязь между факторами-обстоятельствами, факторами-усилиями и индивидуальными достижениями в теории равных возможностей описывается формулой (11).

$$y_i = f(C_i, E_i, u_i). \quad (11)$$

В формуле (11) y_i — достижение i -го индивида, C_i — вектор значений факторов-обстоятельств i -го индивида, E_i — вектор значений факторов-усилий i -го индивида, u_i — другие ненаблюдаемые случайные факторы, влияющие на индивидуальное достижение.

В то время как факторы-обстоятельства являются экзогенными по определению, факторы-усилия сами могут частично зависеть от факторов-обстоятельств. С учетом этого, формула (11) преобразовывается в формулу (12). В формуле (12) v_i — другие ненаблюдаемые случайные факторы, влияющие на факторы-усилия.

$$y_i = f(C_i, E_i(C_i, v_i), u_i). \quad (12)$$

Основополагающий вклад в разработку методик оценки неравенства возможностей на микроданных внесли два ученых: Джон Ремер [Roemer, 1993] и Дирк Ван де Гаер [Van de Gaer, 1993], предложивших два разных фундаментальных определения равенства возможностей. Согласно Ремеру, равенство возможностей достигнуто, если достижения индивидов с одинаковыми усилиями одинаковы. По мнению Ван де Гаера, равенство возможностей достигается, если средние достижения индивидов с разными обстоятельствами одинаковы. Подход Ван де Гаера носит название *ex-ante*, или упреждающий, в то время как подход Ремера — *ex-post*, или постфактумный. В зависимости от того, какое из этих определений берется в качестве основы для измерения неравенства возможностей, методики оценки классифицируются как методики на основе *ex-ante* и *ex-post* подходов. На практике работ на базе *ex-ante* подхода гораздо больше, чем работ на основе *ex-post* подхода. Это связано с тем, что для расчетов с позиций *ex-ante* подхода требуются данные только по факторам-обстоятельствам, в то время как для выполнения оценок с позиций *ex-post* подхода нужно располагать данными как по усилиям, так и по обстоятельствам.

С точки зрения того, выбирается ли какой-то конкретный вид функциональных зависимостей достижения от обстоятельств и усилий, с одной стороны, и усилий от обстоятельств, с другой, и выполняется ли оценка ее параметров с использованием регрессионного анализа, различают параметрический и непараметрический подходы. В параметрическом подходе выбираются конкретные спецификации, а их параметры оцениваются с использованием регрессионного анализа. В непараметрическом подходе форма связи считается неизвестной.

Наконец, с точки зрения того, как измеряется неравенство возможностей, существует два метода — прямой и косвенный. В случае прямого метода получают контрфактическое распределение Y^c , в котором элиминирована вариация, возникающая благодаря неравенству усилий, и сохранена вариация, обусловленная неравенством возможностей. Затем с использованием какой-либо меры нера-

венства I оценивается неравенство в Y^c , а величина $I(Y^c)$ используется в качестве абсолютной меры неравенства возможностей. Для оценки вклада неравенства возможностей в неравенство достижения рассчитывают относительную меру неравенства возможностей по формуле $\theta_c = I(Y^c) / I(Y)$, где Y — фактическое распределение достижения. В случае косвенного метода получают контрфактическое распределение Y^e , в котором элиминирована вариация, возникающая благодаря неравенству обстоятельств, и сохранена вариация, обусловленная неравенством усилий. Затем с использованием какой-либо меры неравенства I оценивается неравенство в Y^e , а величина $I(Y) - I(Y^e)$ используется в качестве абсолютной меры неравенства возможностей. Для оценки вклада неравенства возможностей в неравенство достижения рассчитывают относительную меру неравенства возможностей по формуле $\theta_c = [I(Y) - I(Y^e)] / I(Y)$.

В связи с тем, что стимулом к выполнению данной работы послужили оценки, полученные в работе ЕБРР, мы будем следовать методике, использованной в этой работе, расширив спектр применяемых мер неравенства: кроме индекса Джини, мы выполним расчеты с использованием мер неравенства $A(2)$, $A(1)$, $A(0,5)$, $GE(2)$, $GE(1)$, $GE(0)$, $GE(-1)$. Из довольно краткого описания, представленного в работе ЕБРР, следует, что используемую методику можно классифицировать как методику на основе ex-ante подхода, параметрическую, с применением прямого метода оценки. К сожалению, в работе ЕБРР не приводится спецификация уравнения регрессии, однако в большинстве работ по неравенству возможностей в отношении доходов индивидов используется спецификация функций f и E , представленная формулами (13) и (14) (см., например, работы [Marrero, Rodríguez, 2012; Brzeziński, 2015; Hassine, 2012; Zhang, Eriksson, 2010], где используется аналогичная методика оценки).

$$\ln(w_i) = C_i \cdot \alpha + E_i \cdot \beta + u_i. \quad (13)$$

$$E_i = C_i \cdot B + v_i. \quad (14)$$

В уравнениях (13) и (14) α , β — векторы коэффициентов, B — матрица коэффициентов, описывающих влияние факторов-обстоятельств на факторы-усилия, u_i , v_i — белый шум.

Подставляя уравнение (14) в уравнение (13) и выполняя несложные преобразования, получаем уравнение (15), которое можно представить в виде (16):

$$\ln(w_i) = C_i \cdot (\alpha + B \cdot \beta) + (v_i \cdot \beta + u_i). \quad (15)$$

$$\ln(w_i) = C_i \cdot \phi + \varepsilon_i. \quad (16)$$

Уравнение (16), не содержащее факторов-усилий, в литературе по оценке неравенства возможностей называется уравнением короткой регрессии [Bourguignon et al., 2003].

Прогнозные значения \hat{y}_i , рассчитанные по этой модели, представляют собой условные средние индивидуальных доходов при фиксированном наборе значений факторов-обстоятельств, их вариация обусловлена только вариацией факторов-обстоятельств. В соответствии с ex-ante определением, в случае равенства возможностей вариации \hat{y}_i быть не должно. Поэтому индекс неравенства, посчитан-

ный по \hat{y}_i , и является абсолютной мерой неравенства возможностей. Для оценки вклада неравенства возможностей в неравенство достижения при использовании прямого метода оценки рассчитывают относительную меру неравенства возможностей по формуле $\theta_a = I(\hat{y}_i) / I(y_i)$.

Кроме расчета по прямому методу, мы сделаем расчет и с использованием косвенного. Остаточное неравенство содержится в остатках \hat{u}_i , и тогда величина $I(y_i) - I(\hat{u}_i)$ может быть использована в качестве абсолютной меры неравенства возможностей. Для оценки вклада неравенства возможностей в неравенство достижения рассчитывается относительная мера неравенства возможностей по формуле $\theta_{ind} = [I(y_i) - I(\hat{u}_i)] / I(y_i)$.

Информационная база исследования

Информационная база исследования включает данные следующих социологических опросов:

— Life in Transition III (LITS, волна 2016 г.), проводимый Европейским банком реконструкции и развития³, на котором и базируется работа ЕБРР, используется в нашем исследовании в качестве основного. В работе ЕБРР были учтены следующие шесть факторов-обстоятельств: пол, национальность, место рождения респондента, а также образование его родителей и их членство в Коммунистической партии. В соответствии с рисунком 1, пол и национальность являются факторами социальной дискриминации (блок № 6), остальные факторы относятся к факторам неравенства условий (блок № 7): образование его родителей и их членство в Коммунистической партии — факторы родительской базы, место рождения — характеристика территории, где родился и рос индивид. В качестве индивидуального достижения был использован месячный трудовой доход после налогообложения (рассчитан на основе вопросов 5.17 «Как часто Вы получаете вознаграждение за свой труд?» и 5.18 «Каков обычно размер вознаграждения за указанный период?»). Общий объем выборки LITS III по РФ составляет 1507 наблюдений. После удаления респондентов с пропусками и ошибками в данных и ограничении выборки респондентами в возрасте 26—60 лет ее объем сократился до 520 наблюдений. Описательная статистика по этой выборке приведена в таблице 6. Краткое обозначение этого набора данных — LITS-2016(6).

— РМЭЗ НИУ ВШЭ (волны 2011 и 2006 гг.). Эти социологические опросы используются в наших расчетах для проверки устойчивости результатов. В волне 2006 г. содержатся данные по тому же набору факторов-обстоятельств, что и в работе ЕБРР, в волне 2011 г. — все факторы, кроме членства родителей в Коммунистической партии. Поэтому по волне 2006 г. мы сделаем два варианта расчетов — с включением переменной «членство родителей в Коммунистической партии» и без нее. Соответствующие обозначения наборов данных — РМЭЗ-2011(4), РМЭЗ-2006(6), РМЭЗ-2006(4). В качестве индивидуального достижения также используется месячный трудовой доход после налогообложения (вопросы с кодами rj10 и rj40: «Сколько денег в течение последних 30 дней Вы получили по основному (дополнительному) месту работы после вычета налогов и отчислений?»). Описательная статистика по этим выборкам также представлена в таблице 6.

³ European Bank for Reconstruction and Development: Life in Transition. URL: <https://litsonline-ebrd.com> (дата обращения: 16.12.2020).

Таблица 6. **Описательная статистика, % по выборке**

Показатель	Выборка*			
	LITS-2016 (6)	PMЭЗ-2011 (4)	PMЭЗ-2006 (6)	PMЭЗ-2006 (4)
Размер выборки (N)	520	2355	1440	1483
Образование отца				
основное общее образование и ниже	15,00	50,87	60,35	59,54
общее среднее образование	26,73	18,85	13,40	13,82
среднее профессиональное образование	34,62	14,39	12,64	12,81
высшее образование и выше	23,65	15,88	13,61	13,82
Образование матери				
основное общее образование и ниже	14,23	44,42	55,14	54,42
общее среднее образование	27,12	20,89	15,56	15,98
среднее профессиональное образование	33,65	21,83	18,82	19,02
высшее образование и выше	25,00	12,87	10,49	10,59
Членство отца в Коммунистической партии				
нет	83,27	—	72,99	—
да	16,73	—	27,01	—
Членство матери в Коммунистической партии				
нет	88,85	—	91,39	—
да	11,15	—	8,61	—
Пол				
мужской	38,65	44,37	42,78	42,55
женский	61,35	55,63	57,22	57,45
Место рождения				
город	72,12	38,13	36,94	37,36
поселок городского типа	—	14,82	15,97	15,85
село	27,88	47,05	47,08	46,80
Национальность				
русский	91,15	84,08	83,26	83,28
другое	8,85	15,92	16,74	16,72

* Примечание: в скобках указывается количество принимаемых во внимание факторов- обстоятельств.

Источник: составлено авторами.

Как видно из таблицы 6, есть заметные различия в распределении показателей. Во-первых, это касается уровня образования родителей. Расхождения в группировках уровней образования в опросах LITS и PMЭЗ связаны с тем, что в опросе LITS делается попытка создать некие универсальные категории уровней образования для целого массива стран, системы образования в которых имеют значительные различия. Ощутимые диспропорции есть и в отношении места рож-

дения и пола: в опросе LITS индивидов, родившихся в городе, и женщин больше, чем в опросах РМЭЗ. В связи с этим мы считаем не вполне корректным сравнение результатов, полученных на данных LITS и РМЭЗ.

Результаты и обсуждение

Результаты оценки уравнения (16) приведены в таблице 7.

Таблица 7. Результаты оценки регрессии логарифма трудового дохода на факторы-обстоятельства

Показатель	LITS-2016	РМЭЗ-2011	РМЭЗ-2006	РМЭЗ-2006
Образование отца				
основное общее образование и ниже (баз.)	—	—	—	—
общее среднее образование	0,1136	0,0909	0,0313	0,0458
среднее профессиональное образование	0,2046*	0,1338***	0,0341	0,0164
высшее образование и выше	0,2030*	0,1807***	0,0938	0,0907
Образование матери				
основное общее образование и ниже (баз.)	—	—	—	—
общее среднее образование	0,0238	0,1130***	0,1975***	0,1729**
среднее профессиональное образование	0,0514	0,1391***	0,2434***	0,2635***
высшее образование и выше	0,1805	0,3372***	0,3258***	0,3312***
Членство отца в Коммунистической партии				
да (баз.)	—	—	—	—
нет	-0,1749**	—	0,0303	—
Членство матери в Коммунистической партии				
да (баз.)	—	—	—	—
нет	-0,1098	—	-0,0332	—
Пол				
мужской (баз.)	—	—	—	—
женский	-0,2471***	-0,3867***	-0,3333***	-0,3311***
Место рождения				
город (баз.)	—	—	—	—
поселок городского типа	—	-0,0728	-0,0384	-0,0279
село	-0,1634***	-0,2616***	-0,3152***	-0,3177***
Национальность				
русский (баз.)	—	—	—	—
другое	0,1705*	0,1436***	0,1103**	0,1099**
Константа	10,77***	9,6978***	8,9870***	8,980***
N	520	2355	1440	1483
R ²	0,1260	0,1814	0,1431	0,1443
p	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000

Примечание: звездочками в таблице обозначена значимость регрессионных коэффициентов;

* — коэффициент значим на уровне $p = 0,1$, ** — коэффициент значим на уровне $p = 0,05$, *** — коэффициент значим на уровне $p = 0,01$.

Источник: составлено авторами.

Как следует из таблицы 7, образование родителей оказывает значимое прямое влияние на уровень трудового дохода индивида: регрессионные коэффициенты получились положительными во всех регрессиях и часто значимы. Большинство коэффициентов при факторе членства родителей в Коммунистической партии незначимо. Оценка модели на всех данных показывает, что трудовой доход женщин значимо ниже трудового дохода мужчин. Рождение в сельской местности значимо отрицательно влияет на величину трудового дохода. Несколько неожиданно выглядят результаты по фактору национальности: трудовые доходы русских значимо меньше, чем трудовые доходы индивидов других национальностей.

Результаты оценки неравенства возможностей в РФ на данных LITS-2016(6) и РМЭЗ-2006(6) приведены в таблице 8.

Таблица 8. Оценка неравенства возможностей по данным LITS-2016(6) и РМЭЗ-2006(6)

Мера неравенства	$I(y_i)$		$I(\hat{y}_i)$		$I(\hat{u}_i)$		$\theta_d, \%$		$\theta_{ind}, \%$	
	LITS-2016(6)	РМЭЗ-2006(6)	LITS-2016(6)	РМЭЗ-2006(6)	LITS-2016(6)	РМЭЗ-2006(6)	LITS-2016(6)	РМЭЗ-2006(6)	LITS-2016(6)	РМЭЗ-2006(6)
A(2)	0,3223	0,4681	0,0265	0,0854	0,3147	0,4208	14,76	18,24	10,68	10,10
A(1)	0,1869	0,2649	0,0134	0,0443	0,1650	0,2305	14,21	16,71	11,72	12,99
A(0.5)	0,0974	0,1415	0,0278	0,0224	0,0852	0,1217	13,77	15,86	12,53	13,98
GE(2)	0,2489	0,4082	0,0271	0,0469	0,2019	0,3423	11,19	11,51	18,88	16,15
GE(1)	0,2037	0,3029	0,0269	0,0454	0,1757	0,2587	13,28	14,97	13,71	14,58
GE(0)	0,2069	0,3078	0,0274	0,0453	0,1804	0,2620	13,01	14,71	12,84	14,86
GE(-1)	0,2719	0,4400	0,1309	0,0467	0,2296	0,3632	10,08	10,16	15,58	17,44
G	0,3475	0,4187	0,130	0,1708	0,3277	0,3872	37,66	40,80	5,69	7,52
G(ЕБРР)	0,376	0,4681	0,0265				34,5			

Источник: составлено авторами.

Как следует из таблицы 8, результаты нашего расчета по данным LITS-2016(6) очень близки к результатам ЕБРР. Небольшое расхождение объясняется тем, что в работе ЕБРР нет детального описания процесса формирования выборки для расчета из исходного массива.

Сравнение результатов показывает, что и уровень неравенства, и вклад неравенства возможностей в неравенство трудового дохода получились выше на данных РМЭЗ-2006(6). Исключение составляет оценка неравенства возможностей косвенным методом на основе индекса A(2) — в этом случае вклад неравенства возможностей в неравенство дохода на данных РМЭЗ-2006(6) получился чуть ниже, чем на данных LITS-2016. Однако позитивный вывод о снижении как общего неравенства, так и неравенства возможностей не очень надежен в связи с упомянутыми выше диспропорциями в выборках LITS-2016(6) и РМЭЗ-2016(6).

Вклад неравенства возможностей в неравенство трудового дохода при использовании разных мер неравенства представлен на рисунке 2.

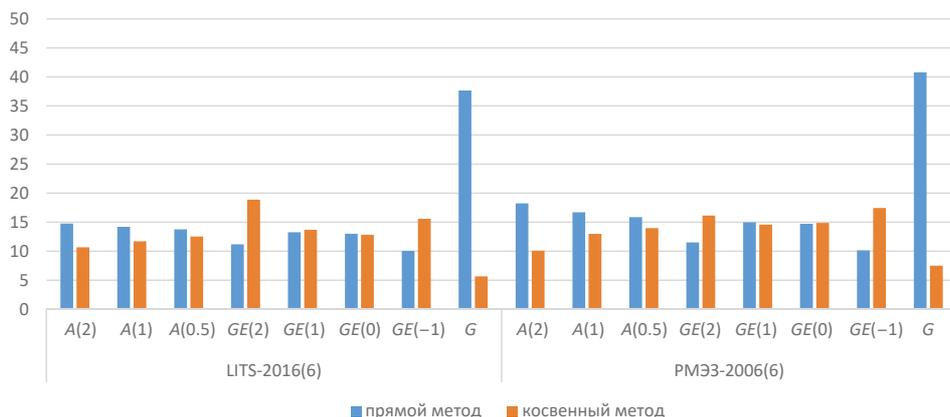


Рис. 2. Вклад неравенства возможностей в неравенство трудового дохода по выборкам LITS-2016(6) и PMЭЗ-2006(6).

Источник: составлено по расчетам авторов

Как следует из приведенных на рисунке 2 данных, выбор меры неравенства оказывает огромное влияние на результат. При использовании индекса Джини и прямого метода оценки вклад неравенства возможностей в неравенство трудового дохода составляет 37,66% на данных LITS-2016(6), 40,8% на данных PMЭЗ-2006(6). Однако использование других мер неравенства дает гораздо меньшие оценки — в случае прямого метода вклад неравенства возможностей в неравенство трудового дохода варьирует в пределах 10—15% на данных LITS-2016(6), 10—18% на данных PMЭЗ-2006(6). В случае косвенного метода, наоборот, оценка с использованием индекса Джини существенно ниже (5,69% на данных LITS-2016(6), 7,52% на данных PMЭЗ-2006(6)), чем с применением других мер (10—18%). Кроме этого, при использовании индекса Джини результаты, полученные на основе прямого и косвенного методов, отличаются гораздо больше, чем при использовании других мер неравенства. Наиболее близки друг другу оценки прямым и косвенным методом при использовании L- и T-индексов Тейла.

В таблице 6 приведены оценки неравенства возможностей на данных PMЭЗ-2011(4) и PMЭЗ-2006(4). Описательная статистика по этим выборкам выглядит довольно однородно, поэтому представляется корректным сравнение динамики показателей.

Таблица 9. Результаты оценки неравенства возможностей в РФ на данных PMЭЗ-2011(4) и PMЭЗ-2006(4)

Мера неравенства	$I(y)$		$I(\tilde{y})$		$I(\hat{y})$		θ_{σ} , %		θ_{md} , %	
	PMЭЗ 2011(4)	PMЭЗ 2006(4)	PMЭЗ 2011(4)	PMЭЗ 2006(4)	PMЭЗ 2011(4)	PMЭЗ 2006(4)	PMЭЗ 2011(4)	PMЭЗ 2006(4)	PMЭЗ 2011(4)	PMЭЗ 2006(4)
A(2)	0,4635	0,4677	0,0929	0,0861	0,3951	0,4200	20,05	18,40	14,77	10,21
A(1)	0,2349	0,2646	0,0489	0,0446	0,1945	0,2298	20,82	16,86	17,23	13,16

Мера неравенства	$I(y)$		$I(\hat{y})$		$I(\hat{u})$		$\theta_{\sigma}, \%$		$\theta_{md}, \%$	
	PMЭЗ 2011(4)	PMЭЗ 2006(4)	PMЭЗ 2011(4)	PMЭЗ 2006(4)	PMЭЗ 2011(4)	PMЭЗ 2006(4)	PMЭЗ 2011(4)	PMЭЗ 2006(4)	PMЭЗ 2011(4)	PMЭЗ 2006(4)
A(0.5)	0,1256	0,1412	0,0250	0,0226	0,1022	0,1211	19,91	16,02	18,60	14,21
GE(2)	0,3751	0,4045	0,0540	0,0474	0,2829	0,3368	14,41	11,71	24,57	16,72
GE(1)	0,2713	0,3018	0,0510	0,0457	0,2176	0,2569	18,81	15,15	19,79	14,87
GE(0)	0,2678	0,3073	0,0501	0,0456	0,2163	0,2611	18,73	14,85	19,25	15,05
GE(-1)	0,4321	0,4394	0,0512	0,0471	0,3266	0,3621	11,86	10,71	24,41	17,60
G	0,3985	0,4184	0,1802	0,1713	0,3550	0,3863	45,76	40,95	9,86	7,65

Источник: составлено авторами.

Как следует из таблицы 9, уровень неравенства доходов в 2011 г. снизился по сравнению с 2006 г., но при этом вклад неравенства возможностей в неравенство трудового дохода возрос.

Вклад неравенства возможностей в неравенство трудового дохода при использовании разных мер неравенства представлен на рисунке 3.

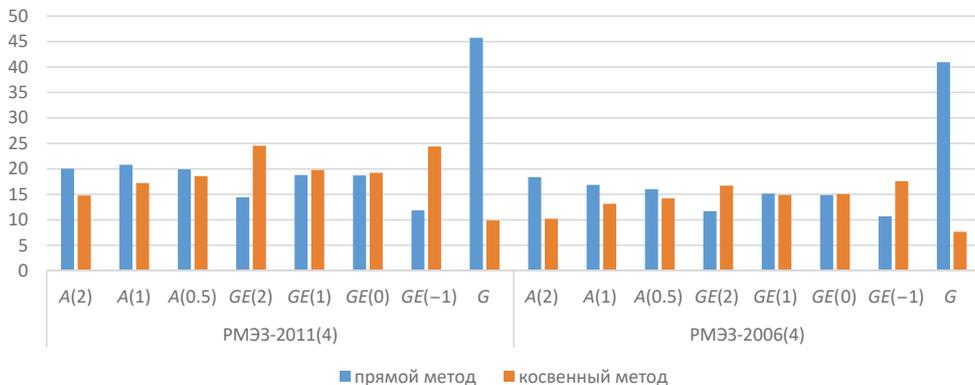


Рис. 3. Вклад неравенства возможностей в неравенство трудового дохода по выборкам PMЭЗ-2011(4) и PMЭЗ-2006(4).

Источник: составлено по расчетам авторов

Как и в предыдущем случае, вклад неравенства возможностей в неравенство трудового дохода получается более значительным при использовании индекса Джини, чем при использовании других мер неравенства при прямом методе оценки, и наоборот, заметно меньшим при косвенном методе оценки. Расхождение между оценками, получаемыми прямым и косвенным методами, максимально при использовании индекса Джини, минимально при использовании $GE(0)$ и $GE(1)$, при этом оценка прямым методом иногда превышает оценку косвенным методом, а иногда, напротив, уступает ей.

Таким образом, выбор меры неравенства оказывает значительное влияние на результаты измерения неравенства возможностей и, следовательно, на интерпретацию результатов. На наш взгляд, индекс Джини является неудачным выбором из-за того, что оценки на его основе с использованием прямого метода получаются гораздо выше, чем при использовании других мер неравенства. Кроме того, расхождение между оценками, получаемыми с использованием прямого и косвенного методов при использовании индекса Джини, огромно. Более предпочтительным выглядит применение L- и T-индексов Тейла: оценки, полученные прямым и косвенным методом с применением этих индексов близки между собой; кроме того, эти оценки сопоставимы с оценками, получаемыми с использованием других индексов.

С практической точки зрения полученные нами результаты важны, во-первых, потому, что позволяют глубже изучить причины формирования и воспроизводства неравенства, и, во-вторых, по-новому взглянуть на государственные меры по борьбе с бедностью и неравенством.

Наиболее популярными мерами по борьбе этими явлениями являются материальная помощь (в денежной или иной форме) населению с низкими доходами и повышение минимального уровня оплаты труда. Обе эти меры имеют быстрый позитивный эффект в связи с тем, что обеспечивают увеличение доходов в нижней части распределения. Однако, как показано на примерах зарубежных стран [Perez-Arce et al., 2016; Brunori et al., 2013], эффект этих мер не так уж значителен — материальная помощь снижает стимулы к трудовой деятельности и повышению трудового дохода у целевой группы, а повышение минимального размера оплаты труда стимулирует работодателей к сокращению соответствующих рабочих мест. В то же время подобные меры, скорее всего, способствуют уменьшению неравенства возможностей, так как увеличение доходов малоимущих слоев населения позволяет им увеличивать расходы на питание, здоровье, образование своих детей, и соответственно — их шансы на движение вверх по социальной лестнице, которое будет способствовать сокращению неравенства в следующем поколении.

Меры государственной поддержки материнства и детства, обычно не рассматриваемые как меры борьбы с бедностью и неравенством, с позиций теории равных возможностей приобретают первостепенное значение. Как показывают многочисленные исследования зарубежных авторов [Cohodes et al., 2014; Currie et al., 2010; Levine, Schanzenbach, 2009], здоровье является базовым компонентом человеческого капитала, во многом определяющим возможности получения образования и достижения успеха в профессиональной деятельности. Различия в уровне здоровья значительно увеличиваются уже в первые годы жизни в связи с разными условиями жизни ребенка — начиная с внутриутробного периода (питание матери, медицинское сопровождение беременности и родов, питание, медицинское обслуживание и развитие ребенка в первые годы жизни). Меры, направленные на поддержку материнства и детства, позволяют снизить обусловленность здоровья ребенка возможностями его родителей и через это обеспечить ему шансы на жизненный успех, способствуя тем самым снижению неравенства и бедности в следующем поколении.

Наконец, образовательные проекты, направленные на снижение зависимости образования и развития детей от семейного бэкграунда, способствуют

снижению неравенства возможностей и увеличивают шансы одаренных детей из разных слоев населения реализовать свои таланты и добиться успеха. Поэтому такие проекты обладают значительным потенциалом как для снижения неравенства и бедности в следующем поколении, так и для ускорения социального-экономического развития.

Заключение

Среди различных направлений экономических исследований в области неравенства анализ с позиций теории равных возможностей интересен тем, что он включает в рассмотрение непривычные, неродные для экономистов этические категории справедливости и ответственности. Традиционно экономические модели строятся на предположении, что поведение экономических агентов обусловлено исключительно их собственными эгоистическими предпочтениями. При этом реальным людям не чужды и справедливость, и ответственность, и сочувствие, и сострадание, и жалость. Эти составляющие влияют на поведение людей наряду с их предпочтениями, в связи с чем реальное экономическое поведение может сильно отличаться от предсказанного теоретической моделью. Поэтому включение в анализ таких категорий, как справедливость и ответственность, может позволить экономистам продвинуться в направлении построения моделей, более адекватных реальному миру и поэтому лучше объясняющих процессы, в нем происходящие.

Проведенные расчеты позволили подтвердить выдвинутую гипотезу — почти двукратное расхождение нашей оценки вклада неравенства возможностей в неравенство трудового дохода в России и оценки, полученной в работе ЕБРР, объясняется выбором меры неравенства. Применение индекса Джини в случае прямого метода измерения приводит к тому, что оценка получается гораздо выше, чем при использовании других мер. Кроме того, установлено, что при использовании индекса Джини различия в оценках, полученных с использованием прямого и косвенного методов, гораздо больше, чем при использовании других мер неравенства. Наиболее близки друг другу оценки прямым и косвенным методом при использовании L- и T-индексов Тейла.

Практическая важность полученных результатов состоит в том, что, во-первых, удалось установить, что оценки неравенства возможностей, полученные с использованием различных мер неравенства, несопоставимы между собой, а во-вторых, приводят к разной содержательной интерпретации. 45%-й вклад неравенства возможностей в неравенство трудового дохода (оценка с использованием индекса Джини на данных РМЭЗ-2011) выглядит очень внушительно, учитывая, что далеко не все факторы-обстоятельства принимаются во внимание, и подталкивает к грустному выводу о том, что собственными усилиями мало чего можно добиться. Приблизительно 20%-й вклад неравенства возможностей в неравенство трудового дохода, получающийся с использованием индексов Тейла, наоборот, внушает определенный оптимизм — ведь получается, что на 80% трудовой доход зависит от собственных усилий. Поэтому проблема обоснования выбора меры неравенства в исследованиях по неравенству возможностей крайне актуальна и требует дальнейших усилий научного сообщества.

Список литературы (References)

- Ибрагимова З. Ф., Франц М. В. Неравенство возможностей в Российской Федерации: факторный анализ // Экономика и управление. 2019. № 5. С. 10—15. <https://www.doi.org/10.34773/EU.2019.5.2>.
- Ibragimova Z. F., Frants M. V. (2019) Inequality of Opportunities in the Russian Federation: Factor Analysis. *Economics and Management*. No. 5. P. 10–15. (In Russ.) <https://www.doi.org/10.34773/EU.2019.5.2>.
- Ибрагимова З. Ф., Франц М. В. Неравенство возможностей: теория и практика измерения на микроданных RLMS-HSE // Экономическая политика. 2020. Т. 15. № 1. С. 64—89. URL: <http://ecpolicy.ru/archiv/2020/1#title> (дата обращения: 01.12.2020).
- Ibragimova Z. F., Frants M. V. (2020) Inequality of Opportunity: Theory and Practice of Measurement Using Micro-data of RLMS-HSE. *Economic Policy*. Vol. 15. No. 1. P. 64–89. URL: <http://ecpolicy.ru/archiv/2020/1#title> (accessed: 01.12.2020). (In Russ.)
- Araar A. (2006) On the Decomposition of the Gini Coefficient: An Exact Approach, with an Illustration Using Cameroonian Data. *CIRPEE Working Paper*. No. 06–02. <https://doi.org/10.2139/ssrn.877147>.
- Arneson R. J. (1989) Equality and Equal Opportunity for Welfare. *Philosophical Studies*. Vol. 56. No. 1. P. 77–93. <https://doi.org/10.1007/bf00646210>.
- Assaad R., Krafft C., Roemer J., Salehi-Isfahani D. (2018) Inequality of Opportunity in Wages and Consumption in Egypt. *The Review of Income and Wealth*. Vol. 64. No. s1. P. S26–S54. <https://doi.org/10.1111/roiw.12289>.
- Atkinson A. B. (1970) On the Measurement of Inequality. *Journal of Economic Theory*. Vol. 2. No. 3. P. 244–263. [https://doi.org/10.1016/0022-0531\(70\)90039-6](https://doi.org/10.1016/0022-0531(70)90039-6).
- Paes de Barros R., Ferreira F. H. G., Molinas Vega J. R., Saavedra Chanduvi J. (2009) Measuring Inequality of Opportunities in Latin America and the Caribbean. Washington, D. C.: The World Bank; Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/2580> (accessed 04.12.2020).
- Bourguignon F., Ferreira F. H. G., Menendez M. (2003) Inequality of Outcomes and Inequality of Opportunities in Brazil. *William Davidson Institute Working Paper*. No. 630. Ann Arbor, MI: University of Michigan.
- Brunori P., Ferreira F. H. G., Peragine V. (2013) IZA Discussion Paper. No. 7155: Inequality of Opportunity, Income Inequality and Economic Mobility: Some International Comparisons.. In: Paus E. (ed.) *Getting Development Right*. New York, NY: Palgrave Macmillan. P. 85–115. URL: <https://www.iza.org/publications/dp/7155/inequality-of-opportunity-income-inequality-and-economic-mobility-some-international-comparisons>.
- Brzeziński M. (2015) Inequality of Opportunity in Europe Before and After the Great Recession. University of Warsaw. Faculty of Economic Sciences: *Working Paper*. No. 2. URL: https://www.wne.uw.edu.pl/files/3514/2244/2300/WNE_WP150.pdf (accessed: 02.12.2020).

- Bussolo M., Checchi D., Peragine V. (2019) Long-Term Evolution of Inequality of Opportunity. *Policy Research Working Paper*. No. 8700.
- Checchi D., Peragine V., Serlenga L. (2010) Fair and Unfair Income Inequalities in Europe. *IZA Discussion Paper*. No. 5025. URL: <http://ftp.iza.org/dp5025.pdf> (accessed: 03.12.2020).
- Cohen G. A. (1989) On the Currency of Egalitarian Justice. *Ethics*. Vol. 99. No. 4. P. 906–944. <https://doi.org/10.1086/293126>.
- Cohodes S., Grossman D., Kleiner S., Lovenheim M. (2014) The Effect of Child Health Insurance Access on Schooling: Evidence from Public Insurance Expansions. *NBER Working Paper*. No. 20178. <https://doi.org/10.3386/w20178>.
- Cowell F. A. (2009) Measuring Inequality. *Handbook of Economic Inequality*. Oxford: Oxford University Press.
- Currie J., Stabile M., Manivong P., Roos L. L. (2010) Child Health and Young Adult Outcomes. *Journal of Human Resources*. Vol. 45. No. 3. P. 517–548. <https://doi.org/10.3368/jhr.45.3.517>.
- Dalton H. (1920) Measurement of the Inequality of Incomes. *The Economic Journal*. Vol. 30. No. 119. P. 348–361. <https://doi.org/10.2307/2223525>.
- Dworkin R. (1981a) What Is Equality? Part 1: Equality of Welfare. *Philosophy and Public Affairs*. Vol. 10. No. 3. P. 185–246. URL: <https://www.jstor.org/stable/2264894?seq=1> (accessed: 03.12.2020).
- Dworkin R. (1981b) What Is Equality? Part 2: Equality of Resources. *Philosophy and Public Affairs*. Vol. 10. No. 4. P. 283–345. URL: <https://www.jstor.org/stable/2265047?seq=1> (accessed: 03.12.2020).
- European Bank for Reconstruction and Development (2016) Transition Report 2016–17: Transition for All: Equal Opportunities in an Unequal World. London: European Bank for Reconstruction and Development. URL: <https://www.ebrd.com/news/publications/transition-report/transition-report-201617.html> (accessed: 03.12.2020).
- Hassine N. B. (2012) Inequality of Opportunity in Egypt. *The World Bank Economic Review*. Vol. 26. No. 2. P. 265–295. <https://doi.org/10.1093/wber/lhr046>.
- Hederos K., Jäntti M., Lindahl L. (2017) Gender and Inequality of Opportunity in Sweden. *Social Choice and Welfare*. Vol. 49. No. 3–4. P. 605–635. <https://doi.org/10.1007/s00355-017-1076-2>.
- Levine P. B., Schanzenbach D. (2009) The Impact of Children’s Public Health Insurance Expansions on Educational Outcomes. In: *Frontiers in Health Policy Research*. Vol. 12. P. 1–28. URL: <https://www.nber.org/books-and-chapters/frontiers-health-policy-research-volume-12/impact-childrens-public-health-insurance-expansions-educational-outcomes> (accessed: 03.12.2020).

- Marrero G. A., Rodríguez J. G. (2012) Macroeconomic Determinants of Inequality of Opportunity and Effort in the US: 1970–2009. *ECINEQ Working Paper*. No. 249. URL: <http://www.ecineq.org/milano/WP/ECINEQ2012-249.pdf> (accessed: 03.12.2020).
- Pauhofova I., Bukharbaeva L., Ibragimova Z., Frants M. (2020) Measuring of Inequality of Opportunity: Parametric Approach. *Ekonomický Časopis*. Vol. 68. No. 5. P. 455–476. URL: https://www.sav.sk/index.php?lang=en&doc=journal-list&part=article_response_page&journal_article_no=18472 (accessed: 03.12.2020).
- Perez-Arce F., Amaral E. F.L, Huang H. C., Price C. C. (2016) Inequality and Opportunity: The Relationship Between Income Inequality and Intergenerational Transmission of Income. Santa Monica, CA: RAND Corporation. <https://doi.org/10.7249/rr1509>.
- Pistolesi N. (2009) Inequality of Opportunity in the Land of Opportunities, 1968–2001. *The Journal of Economic Inequality*. Vol. 7. No. 4. P. 411–433. <https://doi.org/10.1007/s10888-008-9099-7>.
- Ramos X., Van de Gaer D. (2016) Approaches to Inequality of Opportunity: Principles, Measures and Evidence. *Journal of Economic Surveys*. Vol. 30. No. 5. P. 855–883. <https://doi.org/10.1111/joes.12121>.
- Rawls J. (1971) *A Theory of Justice*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Roemer J. E. (1998) *Equality of Opportunity*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Roemer J. E. (1993) A Pragmatic Theory of Responsibility for the Egalitarian Planner. *Philosophy and Public Affairs*. Vol. 22. No. 2. P. 146–166. URL: <https://www.jstor.org/stable/2265444> (accessed: 03.12.2020).
- Scanlon T. M. Jr. (1986) The Significance of Choice. In: Ashby E., Sen A., McMurrin S. M. (eds.) *The Tanner Lectures on Human Values*. V. 8. Salt Lake City, UT: University of Utah Press. P. 149–216. URL: https://tannerlectures.utah.edu/_documents/a-to-z/s/scanlon88.pdf (accessed: 03.12.2020).
- Sen A. (1973) *On Economic Inequality*. Oxford: Clarendon Press.
- Shannon C. E. (1948) A Mathematical Theory of Communication. *Bell System Technical Journal*. Vol. 27. No. 3. P. 379–423. <https://doi.org/10.1002/j.1538-7305.1948.tb01338.x>.
- Tawney R. (1964) *Equality*. London: G. Allen and Unwin.
- Theil H. (1967) *Economics and Information Theory*. Amsterdam: North Hollan.
- Van de Gaer D. (1993) *Equality of Opportunity and Investment in Human Capital*. Ph. D. Dissertation. Leuven: Catholic University of Leuven.
- Zhang Y., Eriksson T. (2010) Inequality of Opportunity and Income Inequality in Nine Chinese Provinces, 1989–2006. *China Economic Review*. Vol. 21. No. 4. P. 607–616. <https://doi.org/10.1016/j.chieco.2010.06.008>.

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1683](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1683)**И. С. Душакова****ПОЧЕМУ НЕ ВЕРЯТ ОПРОСАМ, ИЛИ КАК ФРЕЙМИРУЮТСЯ
РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ
В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ****Правильная ссылка на статью:**

Душакова И. С. Почему не верят опросам, или Как фреймируются результаты опросов общественного мнения в современных российских СМИ // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 30—52. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1683>.

For citation:

Dushakova I. S. (2020) Why People Don't Believe Polls, or How the Results of Opinion Polls are Framed in Contemporary Russian Media. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 30–52. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1683>. (In Russ.)

ПОЧЕМУ НЕ ВЕРЯТ ОПРОСАМ, ИЛИ КАК ФРЕЙМИРУЮТСЯ РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ

ДУШАКОВА Ирина Сергеевна — аспирант факультета журналистики, Институт международного права и экономики им. А.С. Грибоедова, Москва, Россия
E-MAIL: dusacova@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7959-4934>

Аннотация. Статья посвящена изучению фреймирования результатов опросов общественного мнения в современных российских СМИ как не заслуживающих доверия, а также распределения ролей в медийных сообщениях между опросными компаниями и СМИ как между двумя фреймирующими машинами. Исследование проведено при помощи фрейм-анализа на материалах медийных сообщений ($N = 3035$) с использованием базы данных «Медialogия» за период с 2009 по 2019 гг. Традиционно результаты опросов общественного мнения привлекаются при проверке эффективности используемых фреймов, в данной статье они рассматриваются как медийно фреймируемая информация. Автор выделяет четыре варианта представления результатов опросов в СМИ по осям «доверие — недоверие» и «скрытое — явное», где тексты с недоверием к результатам опросов составляют четвертую часть выборки. В статье проанализированы и проиллюстрированы фреймирующие технологии, при помощи которых СМИ производят недоверие к опросам. Опираясь на традиционное для акторно-сетевой теории различение на «проводников» и «посредников», автор показывает, что СМИ описывают работу опросных

WHY PEOPLE DON'T BELIEVE POLLS, OR HOW THE RESULTS OF OPINION POLLS ARE FRAMED IN CONTEMPORARY RUSSIAN MEDIA

Irina S. DUSHAKOVA¹ — PhD Student of the Department of Journalism
E-MAIL: dusacova@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7959-4934>

¹ A. S. Griboedov Institute of International Law and Economics, Moscow, Russia

Abstract. The article is focused on the framing of the results of opinion polls in contemporary Russian media as not trustworthy, as well as on the distribution of roles in media messages between survey companies and the media as between two framing machines. The study is based on the frame analysis of media messages using the “Medialogia” database ($N = 3035$) for the period from 2009 to 2019. Traditionally, the results of public opinion polls are used to check the effectiveness of the frames presented in media, whereas this article considers them as media-framed information. The author identifies four options for presenting survey results dividing them into subgroups “trust — distrust” and “hidden — explicit”, where texts with distrust in the survey results make a quarter of the sample. The article analyzes and illustrates the framing technologies by which distrust is produced. Relying on B. Latour’s distinction between intermediaries and mediators the author shows that the media describe the work of the survey companies in such a way that all possible failures would be related to the work of the survey companies, while the work of the media platforms remains hidden. Presenting the results of the polls in a certain way and acting, in fact, as mediators, the media frame the polling

компаний таким образом, чтобы все возможные поломки относились к их работе, тогда как работа самих медийных площадок оказывается скрытой. Представляя определенным образом результаты опросов и выступая, по сути, посредниками, СМИ фреймируют как посредника опросную компанию, а себя — как проводника.

Ключевые слова: медиафреймирование, фрейм-анализ, анализ медийных сообщений, опросы общественного мнения, недоверие, проводники, посредники, фреймирующие машины, акторно-сетевая теория

Благодарность. Исследование выполнено при поддержке стипендиальной программы Oxford Russia Fellowship 2019—2020. Автор выражает признательность А. С. Титкову и В. С. Вахштайну за комментарии и замечания, которые позволили сделать текст лучше.

Введение. Фрейм-анализ: что именно фреймируется?

«Россияне стали меньше верить соцопросам», — гласит заголовок публикации в издании «360°»¹. Автор создает для своей аудитории парадоксальную ситуацию: чтобы принять аргументацию, приводимую в тексте, читатель, опираясь на результаты опроса, должен поверить тому, что люди в целом не верят опросам. Разумеется, такой способ представления результатов массовых опросов в СМИ не единственный. В некоторых случаях название статьи дает понять читателю, что к данным, приводимым опросными компаниями, стоит относиться с подозрением. Так, заголовок «„Россия идет и оптом, и в розницу“». Что стоит за новыми соцопросами по Курилам»² предлагает выявить «истинные» намерения, лежащие в основе опроса, — очевидно, не исследовательские.

В данной статье мы исходим из представления о том, что между мнением отдельного человека по какому-то вопросу и медийным текстом, представляющим общественное мнение по этому вопросу, стоят опросная компания (эту же роль может играть университетский или иной аналитический центр) и СМИ — две

companies as mediators, and themselves as intermediaries.

Keywords: media framing, frame analysis, analysis of media messages, distrust, intermediaries, mediators, framing machines, actor-network theory, public opinion polls

Acknowledgments. The study is supported by Oxford Russia Fellowship program in 2019–2020. The author is thankful to A. Titkov and V. Vakshtayn for comments and remarks.

¹ Юшин А. Россияне стали меньше верить соцопросам // 360tv.ru. 2018. 14 ноября. URL: <https://360tv.ru/news/obschestvo/rossijane-stali-menshe-verit-sotsoprosam/> (дата обращения: 10.06.2020).

² Рычков Е. «Россия идет и оптом, и в розницу». Что стоит за новыми соцопросами по Курилам // Накануне.ru. 2019. 29 января. URL: <https://www.nakanune.ru/articles/114832/> (дата обращения: 15.06.2020).

фреймирующие машины, где фреймирование понимается в русле исследований коммуникации как «принципы отбора, акцентирования и презентации, состоящие из мелких негласных правил о том, что существует, что происходит и что имеет значение» [Gitlin, 1980: 6]. Исследователи отмечают, что медийная площадка выбирает повестку, форму освещения события, вариант подачи материала и пр. [Gitlin, 1980; Gamson, Modigliani, 1989; Entman, 1991; 1993; Cassino, 2007; Кастельс, 2020]. При этом анализ медиафреймирования не позволяет говорить об отношениях между опросными компаниями и медийными площадками, для раскрытия этой темы обратимся к иным ресурсам.

В данной статье мы ответим на два исследовательских вопроса:

1) каким образом российские СМИ фреймируют результаты опросов общественного мнения как не заслуживающие доверия?

2) как при таком типе фреймирования распределяются роли между СМИ и опросными компаниями?

Доверие при этом мы определяем довольно широко, как «ожидание добро-совестного поведения других лиц по отношению к нам» [Штомпка, 2012: 45]. Это определение позволяет, с одной стороны, формировать корпус анализируемых текстов, не ограничивая его из-за узкого понимания ключевого понятия, с другой стороны, оно связывает первый и второй исследовательский вопросы, позволяя от содержания сообщений перейти к отношениям между значимыми акторами.

Как утверждают Д. Яноу и М. ван Хульст, фрейм-анализ распространен во многих исследовательских областях — психологии, лингвистике, музыковедении, исследованиях коммуникации и пр. [Яноу, ван Хульст, 2011: 88]. При этом важным отличием фрейм-анализа в релевантных для данной работы областях — социологии, политологии и исследованиях коммуникации — будет ответ на вопрос, что именно фреймируется [Вахштайн, 2011: 84; Вахштайн 2014: 19—63]. Если для социологов привычнее устанавливать фреймы в наблюдении, выделяя элементы коммуникации [Bateson, 1955] или элементы взаимодействия [Гофман, 2004], то исследователь политики сфокусирован на нарративах. «В первом случае мы говорим о фреймировании как о чем-то, что происходит в самом взаимодействии (фреймы событий не только «в глазу смотрящего»), во втором нас больше занимают повествовательные фреймы, делающие возможным конструирование убедительного нарратива» [Вахштайн, 2011: 84—85].

В области медиафреймирования выбор между поиском фреймов во взаимодействии или в дискурсах будет зависеть от того, исследуется процесс производства или проводится анализ содержания сообщения. Основы исследований фреймирования в отношении производства медийного продукта были заложены Г. Такман [Tuchman, 1978]. В рецензии на ее книгу «Создавая новости: исследование о конструировании реальности» Дж. Робинсон и Х. Сахин пишут, что Г. Такман предлагает посмотреть на новости как на «фрейм, через который публика узнает о своем отношении к внешнему миру» [Robinson, Sahin, 1978: 1341]. В этой работе, продолжая исследования, начатые ранее, Г. Такман подробно рассматривает рутинизацию в описании журналистами и авторами новостей неожиданных событий [Tuchman, 1973] и того, как создающие контент сотрудники редакций определяют свою работу как «объективную» [Tuchman, 1972].

Идеи Г. Такман, с одной стороны, нашли продолжение в исследованиях влияния различных акторов на процесс фреймирования [van Gorp, 2007], с другой — легли в основу работ Т. Гитлина [Gitlin, 1980] и Р. Энтмана [Entman, 1991, 1993], которые перенесли подход на содержание сообщений СМИ.

Т. Гитлин оказал непосредственное влияние на традицию анализа фреймирования в текстах СМИ. В работе «Весь мир наблюдает» автор определяет медиафреймы как «устойчивые формы познания, интерпретации и представления (презентации), выбора, акцентирования и исключения, с помощью которых акторы обычно организуют дискурс — словесный или визуальный» [Gitlin 1980: 7]. Немного позже У. Гэмсон и А. Модильяни ввели понятие «интерпретативных пакетов» (interpretive packages), составляющих медийный дискурс, в основе которого лежит фрейм: «медиадискурс может быть воспринят как набор интерпретативных пакетов, которые придают смысл проблеме. Пакет имеет внутреннюю структуру. Ее ядро — это центральная организующая идея или фрейм для того, чтобы осмыслить релевантные события, очертить проблему» [Gamson, Modigliani, 1989: 3].

Т. Гитлин отмечал, что при помощи фреймов журналисты в обычных ситуациях обрабатывают большие объемы информации достаточно быстро, превращая такую обработку в рутинный процесс [Gitlin, 1980: 4]. В случаях же, когда происходит какое-то неординарное событие, фреймирование реализуется иначе, что отразил в своих работах Р. Энтман [Entman, 1991, 1993]. Так, вслед за исследованиями Г. Такман [Tuchman, 1973, 1978] о работе журналистов с неожиданными событиями, он утверждает, что в ситуациях, когда у автора медийного текста нет готовой рамки для описания произошедшего, ее поиск — фреймирование — становится исходной точкой его взаимодействия с источниками информации. Репортеры подбирают рамку, в которой будет представлено событие, и в дальнейшем развивают новостную линию в соответствии с выбранной схемой как доминирующую [Entman, 1991: 7—8]. Это происходит при помощи таких инструментов, характерных для медиатекстов, как «суждения о значимости, агентность, идентификация, категоризация и генерализация» [ibid.: 25]. Подобные инструменты перечисляются и в работе У. Гэмсона и А. Модильяни «Медиадискурсы и общественное мнение о ядерной энергии: конструктивистский подход» [Gamson, Modigliani, 1989], во многом опирающейся на исследование, проведенное ранее У. Гэмсоном совместно с К. Лэш [Gamson, Lasch, 1983]. У. Гэмсон и А. Модильяни выделяют следующие фреймирующие элементы текста: 1) метафоры, 2) образчики (то есть исторические примеры, из которых выводятся исторические уроки), 3) броские фразы-ярлыки, 4) описания, 5) визуальные изображения (знаки) [Gamson, Modigliani, 1989: 3—4].

Сегодня эти общие положения не вызывают споров среди исследователей коммуникации, использующих фрейм-анализ, основной задачей видится более тонкая операционализация понятия «фрейм» и уточнение применения подхода к конкретным кейсам. Многие работы, выполненные в течение последних двадцати пяти лет, вносят вклад именно в практическое применение фрейм-анализа к отдельным случаям. Краткий обзор подобных исследований можно найти в работе К. Галлагана [Hallahan, 1999: 221—223] и в коллективной монографии «Проводя фрейм-анализ новостей» [D'Angelo, Kuypers, 2010], где редакторы отмечают, что сам термин «фрейм» воспринимается исследователями по-разному:

одни говорят о фреймах как о концепте, другие — как о парадигме, третьи — как о теории [ibid.: 2]. Вероятно, именно такой разброс в восприятии статуса фреймов и фрейм-анализа влияет на то, что за этим термином даже в рамках исследований массовой коммуникации в конечном счете стоит разный набор рассматриваемых переменных, извлекаемых при помощи дискурс-анализа в рамках подхода Т.А. ван Дейка [ван Дейк, 2000], комбинированием фрейм-анализа с методом мультимодального дискурс-анализа [Pentzold et al., 2016] или иными способами выделения фреймов (см., например, [Harsin, 2015: 52—69]).

Среди российских исследователей анализ медиафреймирования не очень широко распространен и применяется чаще к материалам в области публичной политики (см. [Гусева, 2017]), поскольку ее современный формат «немыслим вне контекста конкурентной борьбы репрезентативных схем и практик фреймирования» [Верещагин, Белова, 2017: 13—17]. Непосредственно в области анализа медиа данное направление развивает Н. Пономарев, рассматривающий «когнитивные и лингвистические факторы эффективности установки медиаповестки как публичной коммуникативной деятельности и компонента связей с общественностью» [Пономарев, 2010: 62—67].

СМИ и опросные компании: проводники или посредники?

Чаще всего результаты опросов общественного мнения в исследованиях медиафреймирования рассматриваются как фреймирующая информация — та, которая указывает на отношение населения к определенным вопросам (к социальным явлениям, к решениям, принимаемым властью и пр.). Они могут быть использованы и как способ измерить успешность примененного фрейма в условиях конкурирующих дискурсов, когда поддержку аудиторией одного из способов фреймирования ситуации необходимо отслеживать (об этом см., например, [Iyengar, Kinder, 1987; de Vreese, Peter, Semetko, 2001; Druckman, 2004]).

Влияние СМИ на опросы обозначил еще Дж. Гэллап, заложивший основы методологии опросов общественного мнения. На собраниях, где определялись вопросы для последующих «замеров», обсуждали в том числе и медийную повестку. На этапе, следующем за проведением самого опроса, общественное мнение в идеале Дж. Гэллапа должно было быть представлено максимально широко, — например, опубликовано в газетах [Гэллап, Рэй, 2017].

Однако в данной статье мы рассматриваем публикации в медийных источниках, содержащие результаты опросов общественного мнения именно как фреймируемую информацию, предполагая тем самым, что результаты опросов не идентичны тому, что о них сообщают в СМИ. При такой оптике мы не отказываемся от того, что опросы фреймируют, мы оставляем этот процесс за пределами данной статьи.

Важно также подчеркнуть, что фреймирующая сила опросов и работа опросных компаний не находится в фокусе нашего исследования. По этим вопросам существует богатая традиция критики массовых опросов в социологической литературе: это не только классическая работа П. Бурдьё «Общественное мнение не существует» [Бурдьё, 1993], но и идеи Дж. Ло о перформативности метода опросов и его «археологических слоях» на примере исследований «Евробарометра» [Ло, 2012]. Современные российские исследователи говорят об опросах как «эпистемических

машинах» [Куракин, 2009], как «экспериментах под внешним управлением» [Юдин, 2014], типологизируют ошибки массовых опросов [Рогозин, 2014] и критику в их отношении [Титков, 2017], проводят различие между социологией и опросами общественного мнения [Юдин, 2018], анализируют изменения в методологии известных опросов [Хахалкина, Грошева, 2019], развенчивают мифы об опросах [Юдин, 2020].

При этом ни Дж. Гэллап в своей идеальной схеме последующего представления общественного мнения в медийном поле, ни критический анализ опросов не учитывают того, как форма представления результатов опросов в СМИ влияет на общую для опросов и СМИ повестку: оказывается не учтена самостоятельная роль медиа как отдельной фреймирующей машины, которая представляется «черным ящиком», не привлекающим к себе в этом процессе внимания и не искажающим данные.

С этим положением невозможно согласиться с позиции исследований медиа. Опираясь на различные теоретические основания, ученые, анализирующие медийное поле, единогласны в том, что объективное отражение информации в медийном поле невозможно (обзор классических подходов к исследованиям медиа см., например, [Кирия, Новикова, 2017: 239—390]; о медиалогике и медиасобытиях см. [Черных, 2015: 69—81]; о новых подходах в мультимедийной журналистике см. [Мультимедийная журналистика..., 2017]). Это позволяет говорить о неизученной до сих пор проблеме публикации результатов опросов общественного мнения в СМИ.

Способы представления информации плодотворнее всего рассматривать в рамках анализа медиафреймирования, поскольку именно этот подход позволяет понять, как в тексте задается интерпретативная рамка, как устанавливается «вторичная повестка» — выбор в повестке тех деталей, к которым будет привлечено внимание аудитории. Фреймирование результатов опросов как не заслуживающих доверия оказывается отправной точкой для анализа сложных отношений между опросной компанией/исследовательским институтом и медийной площадкой.

Чтобы определить, как распределяются роли между этими двумя фреймирующими машинами, мы не можем остаться в рамках системы различий медиафреймирования, поскольку она релевантна только для анализа содержания сообщений. Для этого необходимо обратиться к исследованию Б. Латура «Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию» [Латур, 2014], в которой он описывает работу систем через оппозицию проводника и посредника, отражающую разницу между налаженной и потому невидимой работой системы и ее поломкой, которая вскрывает эту работу. Так, «ключевое различие, используемое в акторно-сетевой теории, это различие между проводниками (*intermediaries*) и посредниками (*mediators*). Проводники в буквальном смысле «проводят» действие, не трансформируя его. Посредники могут модифицировать действия непредсказуемым образом» [Ерофеева, 2015: 26]. Под работой систем здесь «подразумевается преобразование, перевод, изменение циркулирующих по референциальным цепочкам значений» [там же: 31].

Важно, что *проводники* не трансформируют действие в работе системы [Латур, 2014: 84], тогда как связь между сигналами на входе и на выходе в случае работы *посредника* непредсказуема: «исходя из того, что имеется на входе посредника, никогда нельзя предвидеть, что будет на выходе; необходимо каждый раз учи-

тывать специфику посредника. Посредники преобразуют, переводят, искажают и изменяют передаваемые ими значения или их элементы» [Латур, 2014: 58].

В этих терминах получается, что в идеальной схеме обе фреймирующие машины работают как проводники, мы не замечаем работу ни одной из них, наблюдая на выходе результаты, предсказуемым образом связанные с мнением большинства опрошенных. Однако с точки зрения медиафреймирования СМИ всегда действуют как посредник, они не транслируют результаты опроса в чистом виде, поскольку фреймируют их. Зачастую результаты опросов критически оцениваются СМИ, что вскрывает «черный ящик» предыдущей фреймирующей машины — опросной компании.

На этом этапе мы можем уточнить обозначенные ранее исследовательские вопросы: 1) как происходит фреймирование опросной компании в качестве посредника в понимании Б. Латура? и 2) как при этом оказываются фреймированы сами СМИ?

Методология исследования: способы выявления фреймов доверия и недоверия к опросам в текстах СМИ

В основе анализа медийных фреймов неизменно лежит сравнение текстов СМИ [Entman, 1991: 6] в рамках анализируемого корпуса. На сегодняшний день можно выделить два основных способа выявления фреймов в текстах:

1) содержание текстов кодируется по нескольким переменным, кластеризация которых позволяет выявить фреймы;

2) фреймы выделены заранее, корпус текстов размечается в соответствии с ними [David et. al., 2011: 343—344].

Результаты обоих подходов оказываются сопоставимыми, их основным отличием является то, что первый вариант лучше работает в случаях, когда интерпретативное ознакомление с текстами не позволяет выделить явные схемы [ibid.: 346]. Более подробный анализ этих двух подходов можно найти в соответствующих обзорах (см., например, [Matthes, Kohring, 2008; Scheufele, Scheufele, 2010]). В нашем исследовании разделение на фреймы доверия и недоверия было произведено без предварительного кодирования, тексты, вошедшие в выборку, кодировались в соответствии с этим базовым различием.

Чтобы ответить на вопрос о способах фреймирования результатов опросов общественного мнения в СМИ как не заслуживающих доверия, используя базу данных «Медиалогия»³, мы составили выборку за период с 1 января 2009 г. по 24 ноября 2019 г.⁴ по ключевому запросу, в который включили во всех грамматических формах с количеством вхождений не менее двух слов «соцопрос», «социологический опрос», «опрос общественного мнения», «социологическое

³ «Медиалогия» — одна из самых полных баз данных по российским СМИ. «Медиалогия» осуществляет круглосуточный сбор материалов, выпускаемых в российских медиа, из более чем 50 тысяч изданий по 85 субъектам РФ, покрывая тем самым и федеральные, и региональные СМИ. Это обеспечивает репрезентативность данных, полученных при помощи поиска по базе. Важно также отметить, что в этой базе данных разработан сложный язык для осуществления оптимального поиска релевантных медийных сообщений.

⁴ При составлении выборки период был задан с целью рассмотреть вопрос доверия к опросам в СМИ в течение последнего десятилетия. Выборка была составлена 25 ноября 2019 г., поэтому в нее вошли тексты, опубликованные до этого времени.

исследование», «социсследование», объединенные оперантом «или». Это означает, что для попадания в выборку, в тексте не менее двух раз должно было встретиться любое из этих ключевых слов/словосочетаний или их комбинация. К этому запросу мы добавили поиск по шести объектам: ведущие опросные компании России (ВЦИОМ, «Левада-Центр», Фонд «Общественное мнение»), а также аналитические центры НИУ ВШЭ, РАНХиГС и РАН. Из типов медийных площадок мы исключили новостные агрегаторы и блоги. Поиск проводился по российским СМИ (федеральным и региональным), доступным в базе данных.

На основе запроса мы получили выборку, в которую вошли преимущественно популярные издания с широким охватом аудитории и большими финансовыми и институциональными ресурсами: ТАСС, РБК, «Ведомости», РИА «Новости», Lenta.ru, «Известия», «Коммерсантъ» и др. Размер выборки составил 3035 текстов.

Анализ текстов, попавших в выборку, показывает, что СМИ фреймируют результаты опроса и как заслуживающие доверия, и как не заслуживающие его, обе позиции можно разделить на выраженные явно и неявно:

1) За тексты, в которых выражалось *явное доверие* результатам опроса, мы принимали те публикации, в которых данные опросов подкреплялись либо другими исследованиями (возможно, результатами других опросов), либо комментарием эксперта, включая ситуации, когда он интерпретировал числа, не останавливаясь на процедуре их получения. Тексты такого типа составили 42,9% выборки. Это можно объяснить преобладанием аналитических материалов, в которые включены данные для сравнения.

2) *Неявное проявление доверия* было обнаружено в текстах, передающих непосредственно результаты опросов без интерпретаций, касающихся массовых опросов в целом или конкретных цифр. Доля таких сообщений составила 31,6% публикаций. В основном это тексты, транслируемые новостными агентствами, ввиду специфики жанра не содержащие дополнительных интерпретаций.

В сумме тексты, в которых можно зафиксировать доверие результатам проведенных опросов общественного мнения, составляют почти три четверти (74,5%) от общего количества сообщений в выборке.

3) За проявление *явного недоверия* мы принимали случаи, когда журналист вводил в текст результаты опросов как некорректные данные. Такие сообщения составляют всего 5,4% выборки.

4) Проявлением *неявного недоверия* мы считали трансляцию результатов опросов с последующим их критическим обсуждением, такое фреймирование было зафиксировано в 20,1% сообщений.

В общей сложности результаты опросов фреймируются как не заслуживающие доверия в 25,5% текстов выборки.

Если в отношении способов производства доверия к результатам опросов используются три основные стратегии — подтверждение данными других исследований, комментарии экспертов и не критичная трансляция цифр, то недоверие в тексте производится более широким набором инструментов, которые мы проанализируем далее на примере двух кейсов.

При рассмотрении кейсов остановимся на схеме медиафреймирования Р. Энтмана [Entman, 1991: 11], которая опирается на анализ четырех процессов:

- 1) вменение агентности — кто представлен как действующее лицо,
- 2) идентификация — на кого напрямую влияет описываемое событие,
- 3) категоризация — к какому типу будет отнесено событие,
- 4) генерализация — какие обобщения построены на основе описываемого события.

Эта схема позволяет проследить, внутреннюю работу какой из двух фреймирующих машин — СМИ или опросных компаний — описывает то или иное медийное сообщение, кто определен как (потенциально или реально) пострадавшая сторона, какие детали процесса превращения мнения каждого отдельного человека в сообщение, например, о том, что предпочитают россияне, становятся видимыми, и в один ряд с какими другими событиями попадает описываемое.

Оба отобранных для анализа кейса основаны на результатах опросов 2019 г., что позволяет проследить обозначенные в аналитической схеме Р. Энтмана процессы на актуальном материале. Анализируемые информационные поводы связаны с опросами, проведенными ВЦИОМ, что объясняется более высокой по сравнению с другими опросными компаниями / исследовательскими центрами представленностью ВЦИОМ в медийном пространстве: в нашей выборке публикации, ссылающиеся на результаты опросов ВЦИОМ, составляют около 30 %, в то время как остальные 70 % разделяют между собой более десяти опросных компаний, аналитических групп и университетских центров⁵.

В корпусе медийных текстов, так или иначе использующих результаты опросов общественного мнения, первый кейс — один из наиболее обсуждаемых и широко представленных в СМИ в 2019 г. Он позволяет наиболее полно представить интересующие нас стратегии фреймирования. В других кейсах, послуживших информационными поводами для меньшего количества публикаций, не все стратегии были применены и, соответственно, могли быть проанализированы.

Второй кейс менее типичен и демонстрирует радикальный вариант недоверия опросам общественного мнения, поскольку в его рамках можно зафиксировать призыв к привлечению к уголовной ответственности за инициирование опросов, касающихся территориальных границ.

Два исследуемых кейса были выбраны исходя из того, что первый позволяет проследить условность начала процесса фреймирования результатов опроса, а второй — условность окончания этого процесса, поскольку он может возобновиться с возникновением нового информационного повода, так или иначе связанного с предыдущим.

Первый кейс: «Это скандал»

С 13 по 19 мая 2019 г. ВЦИОМ провел регулярное исследование рейтингов «Доверия политикам, оценки деятельности государственных институтов, отношения к партиям»⁶. В аналитическом обзоре, опубликованном 24 мая на сайте опросной компании, отмечалось, что в рейтинге доверия политикам показатель прези-

⁵ Так, среди них ФОМ, «Левада-Центр», различные подразделения РАНХиГС, НИУ ВШЭ, ИС РАН, исследовательская группа С. Белановского и др.

⁶ Рейтинги доверия политикам, одобрения работы государственных институтов, рейтинги партий (аналитический обзор) // ВЦИОМ. 2019. 24 мая. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9707> (дата обращения: 15.06.2020).

дента России Владимира Путина составил 31,7%⁷. Это послужило информационным поводом для ряда статей в СМИ, посвященных «самым низким результатам с 2006 г.⁸», а также вызвало вопросы со стороны Администрации Президента РФ. Отвечая на вопрос⁹ пресс-секретаря президента РФ Д. Пескова о том, как понимать рост электорального рейтинга В. Путина на фоне падения доверия к нему, глава ВЦИОМ В. Федоров¹⁰ обратил внимание на разницу в показателях ответов на открытые и закрытые вопросы:

В то же время при определении уровня доверия применяется другой метод с использованием открытого вопроса: «Назовите, пожалуйста, четыре-пять российских политиков, кому вы больше всего доверяете?» <...> Валерий Федоров добавил, что в ближайшее время будут опубликованы результаты исследования, вопрос в котором будет звучать следующим образом: «Вы доверяете или не доверяете Владимиру Путину?»¹¹

Так в фокусе внимания СМИ оказалась проблематика формулирования вопросов и особенностей его типов (открытый vs закрытый).

Через неделю, 31 мая, ВЦИОМ опубликовал следующий аналитический обзор, в котором содержалась информация об ответах на новый для анкеты ВЦИОМ закрытый вопрос о доверии президенту РФ В. Путину, согласно которому его рейтинг доверия составил 72,3%¹². Это повлекло волну критической реакции со стороны СМИ в отношении изменения методологии опроса и новых показателей доверия у главы государства.

Остановимся на второй волне публикаций, поскольку в фокусе их внимания не столько результаты опроса, сколько работа опросной компании. Рассмотрим это на материале четырех текстов с большим охватом аудитории, опубликованных с 31 мая по 5 июня 2019 г.:

1) интервью «Новой газеты» с заведующим Лабораторией методологии социальных исследований Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС, кандидатом социологических наук Д. Рогозиным: «Полные данные не показывают даже заказчику» от 31.05.2019¹³;

⁷ Рейтинги доверия политикам, одобрения работы государственных институтов, рейтинги партий (аналитический обзор) // ВЦИОМ. 2019. 24 мая. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9707> (дата обращения: 15.06.2020).

⁸ Стогней А. Подвели пенсии и доходы: рейтинг Путина упал до минимума за 13 лет // The Bell. 2019. 25 мая. URL: <https://thebell.io/minimum-za-13-let-i-vidvoe-nizhe-urovnya-2015-goda-vtsioma-zafiksiroval-rekordnoe-padenie-doveriya-putinu> (дата обращения: 05.12.2020).

⁹ В Кремле видели данные о падении рейтинга доверия Путину и ждут разъяснений социологов // Интерфакс. 2019. 30 мая. URL: <https://www.interfax.ru/russia/663058> (дата обращения: 05.12.2020).

¹⁰ Ответу В. Федорова был посвящен ряд текстов: Глава ВЦИОМ объяснил, что происходит с рейтингом Путина // Интерфакс. 2019. 30 мая. URL: <https://www.interfax.ru/russia/663100> (дата обращения: 05.12.2020); ВЦИОМ дал разъяснения про опрос, показавший падение рейтинга Путина // Радио Свобода. 2019. 30 мая. URL: <https://www.svoboda.org/a/29972247.html> (дата обращения: 5.12.2020).

¹¹ ВЦИОМ объяснил Кремлю падение рейтинга доверия Путину // Коммерсантъ. 2019. 30 мая. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3984684> (дата обращения: 05.12.2020).

¹² Рейтинги доверия политикам, оценки работы президента и правительства, поддержка политических партий (аналитический обзор) // ВЦИОМ. 2019. 31 мая. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9728> (дата обращения: 15.06.2020).

¹³ Кирпанова Е. «Полные данные не показывают даже заказчику». Как один дополнительный вопрос ВЦИОМа увеличил рейтинг Владимира Путина вдвое // Новая газета. 2019. 31 мая. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2019/05/31/80727-polnye-dannye-ne-pokazyvayut-dazhe-zakazchiku> (дата обращения: 15.06.2020).

2) информационное сообщение на сайте РБК: «Кремль оценил новую методику опроса ВЦИОМа о доверии Путину» от 31.05.2019 с комментарием Д. Пескова¹⁴;

3) информационное сообщение издания «Накануне»: ««Это скандал». Рейтинг Путина продолжил падение после сказочного роста» от 03.06.2019 с комментарием публициста, кандидата политических наук Б. Кагарлицкого¹⁵;

4) очерк в издании «Московский комсомолец»: «Раскрыта техника опросов про доверие Путину» от 05.06.2020, выстроенный на примере личной истории человека, участвовавшего в опросах, и на комментариях Росстата, ВЦИОМа и «Левада-центра»¹⁶.

Опираясь на четыре фреймирующие техники, выделенные Р. Энтманом [Entman, 1991], проследим, каким образом выстраивается представление результатов опросов как не вызывающих сомнения.

1) Придание агентности.

Во всех текстах, выбранных для анализа, определен круг агентов, действия или позиция которых влияет на развитие описываемой ситуации. Во-первых, это сама опросная компания, которая изменила методику опросов. Во-вторых, это заказчик, вызвавший недовольство непонятными для него результатами:

То, как Песков себя повел, говорит о том, что заказчики не видят всей полноты картины. А полнота картины складывается не в том, вставляя в список тот или иной вопрос или нет. Она определяется не анкетой, а коммуникацией между респондентом и интервьюером. ВЦИОМ ее не анализирует, он как наперсточник работает с цифрой. Он и убедил, и запутал администрацию президента — это выглядит диковинно, потому что является базовым нарушением методических принципов работы с данными¹⁷. («Новая газета»)

Эта пара акторов встречается и в тексте издания «Накануне» — в комментарии Б. Кагарлицкого, и в тексте РБК, правда, в несколько иной форме: позиция заказчика смешивается с позицией эксперта, в роли которого выступает Д. Песков.

Двух других акторов, упомянутых Д. Рогозиным, вводит «Московский комсомолец», выстраивая текст вокруг личной истории москвича, периодически подрабатывающего интервьюером в опросах:

Противоречивость результатов опросов, по мнению специалистов, объясняется скорее всего не тем, что интервьюеры халтурят, а тем, что респонденты не всегда понимают, о чем их спрашивают. Если их спрашивают: «Кому из политиков вы доверяете?», они зачастую называют те фамилии, что помнят по телепередачам и ток-шоу. Про Путина,

¹⁴ Дергачев В., Гатинский А. Кремль оценил новую методику опроса ВЦИОМа о доверии Путину // РБК. 2019. 31 мая. URL: <https://www.rbc.ru/politics/31/05/2019/5cf0edf29a79479a20bbc0ea> (дата обращения: 15.06.2020).

¹⁵ Зуев И. «Это скандал». Рейтинг Путина продолжил падение после сказочного роста // Накануне. 2019. 3 июня. URL: <https://www.nakanune.ru/news/2019/06/03/22542842/> (дата обращения: 15.06.2020).

¹⁶ Калинина Ю. Раскрыта техника опросов про доверие Путину // Московский комсомолец. 2019. 5 июня. URL: <https://www.mk.ru/social/2019/06/05/raskryta-tekhnika-oprosov-pro-doverie-putinu.html> (дата обращения: 15.06.2020).

¹⁷ В цитатах из медийных источников пунктуация и стиль сохранены.

например, многие даже не думают, что он политик. Он президент, это другое совсем. («Московский комсомолец»)

Агентность присваивается не только заказчику и опросной компании, но и респондентам, которые не понимают содержания вопросов или живут с «причудливыми представлениями о мироустройстве»¹⁸, а также интервьюерам, рассматриваемым не как часть опросной компании, а как самостоятельные акторы.

Таким образом, ряд действующих лиц (агентов), коммуникация между которыми влияет на получаемые результаты, включает в себя 1) респондента, 2) интервьюера, коммуницирующего с респондентом, 3) опросную компанию, которая нанимает интервьюера и составляет вопросы, 4) заказчика, который принимает или не принимает результаты опросов.

2) Идентификация.

Интересно, что в целом в этой истории нет консенсуса в отношении того, на что или кого повлияла ситуация с изменением методики опросов для измерения рейтингов доверия. В интервью Д. Рогозина отчасти в этой роли оказывается заказчик, не получающий полной информации, отчасти — вся опросная социология, которой теперь окончательно перестанут доверять:

Когда под критикой так меняются показатели, это выглядит весьма сомнительно. Если раньше кто-то сомневался, доверять или не доверять несчастным [опросным] социологам, то сейчас они могут точно говорить: не доверять и не смотреть на эти данные, которые начинают меняться, когда начинается общественная дискуссия. («Новая газета»)

3) Категоризация.

Поскольку информационным поводом для всех четырех текстов послужил рост рейтинга В. Путина после изменения методики опроса, основная категоризация касалась оценки ситуации в целом и результатов опросов. Наиболее радикальную категорию для оценки всего события выбрало издание «Накануне» — «скандал»: «Рейтинг же поднялся в два с лишним раза — вот это скандал. Да, это можно объяснить именно методикой, но это значит, что методика специально подогнана под результат» («Накануне»).

Что касается данных опросов, то в целом они были представлены как сложно интерпретируемые: «Нельзя гадать на кофейной гуще, почему этот показатель падает, а другой, наоборот, растет в ситуации с вопросами, которые сами по себе довольно неоднозначные» («Новая газета»). О невозможности однозначной интерпретации данных говорит и Б. Кагарлицкий. Он указывает на контекст, окружающий этот конкретный опрос, в котором происходит смена методологии, повлекшая за собой появление новых данных. К идее более широкого анализа ситуации обращается и Д. Песков, ссылаясь на свой опыт измерения настроений россиян во время подготовки президента РФ к «Прямым линиям»:

¹⁸ Калинина Ю. Раскрыта техника опросов про доверие Путину // Московский комсомолец. 2019. 5 июня. URL: <https://www.mk.ru/social/2019/06/05/raskryta-tehnika-oprosov-pro-doverie-putinu.html> (дата обращения: 15.06.2020).

Песков сказал, что участвовал в подготовке 15 «Прямых линий» Владимира Путина и замечает, что часто социология ошибается. («РБК»)

4) Генерализация.

Генерализация в анализируемых текстах совершается через проекцию критики на другие поля. Так, если в интервью с Д. Рогозиным ее перенос касается других опросов, например, проводимых Федеральной службой охраны РФ, то в тексте новости с комментарием Б. Кагарлицкого критика данного опроса и опросной компании проецируется на все исследования, в основе которых лежит количественная методология:

Я вообще не считаю чисто количественные методы: написали анкету и опросили по ней — такие опросы, на мой взгляд, совсем неадекватны, тем более в современных условиях. Вопросы ведь придумывает и задает социолог, и он просто проецирует свое представление о ситуации на общество. Часто вопросы могут быть совершенно неадекватны тому, что как общество реально думает. («Накануне»)

Похожую логику можно встретить и в тексте «РБК», где недоверие распространяется в целом на социологию, которая, по словам Д. Пескова, ошибается. В данном случае критика направлена не на конкретного исполнителя опроса, а в целом на исследовательскую область.

Важно, что все перечисленные варианты генерализации так или иначе отсылают нас к другим исследованиям, что позволяет говорить о фреймировании опроса как исследовательской технологии. При этом причину недоверия можно найти в интервью Д. Рогозина:

Нет ничего странного в том, что цифры меняются. Странно выглядит именно их подача на фоне того, что происходит общественный резонанс, а администрация президента высказывает свое «фи». («Новая газета»)

Таким образом, «точкой отсчета» для оценки опроса в данном случае является отношение к нему как инструменту, оказавшемуся частью не научного исследования, а политической технологии. Поскольку в роли заказчика выступают властные структуры, то изменение методологии в угоду заказчику переводит событие в разряд политических.

Фреймирующие приемы вскрывают различные поломки: в коммуникации опросной компании с респондентами и заказчиками, в интерпретации получаемых данных, в нарушении независимости выбора методики. В процесс вовлечены многочисленные акторы: представители власти (в данном случае это и заказчик), респонденты, а через перераспределение агентности от опросной компании отчуждается интервьюер и превращается в еще одно лицо, действующее в системе. Так СМИ оставляют невидимой собственную роль, по возможности раскрывая внутреннюю механику работы опросных компаний, проводимой до того момента, когда результаты опросов представляются опросными компаниями в виде пресс-релизов и отчетов на своих сайтах. Важно, что критическая оценка здесь произво-

дится сразу с нескольких сторон: это критика от заказчика, который не понимает предоставляемых ему данных, внутренняя критика от коллег-социологов, взгляд одного из носителей агентности — интервьюера. Позиция самих изданий оказывается скрытой. Так размывается условное начало цепочки от мнения отдельного человека до результатов опросов, представленных в медийном поле, поскольку становится виден процесс производства смыслов не просто первой фреймирующей машиной, а довольно широким набором агентов, вовлеченных в работу опросной компании или непосредственный с ней контакт.

Второй кейс: «Подобные игры с общественным мнением опасны и недопустимы»

31 января 2019 г. ВЦИОМ опубликовал данные опроса, «посвященного отношению жителей Курильских островов к претензиям Японии на Курильские острова»¹⁹. Его результаты широко освещались в СМИ в течение нескольких недель²⁰, но мы в рамках этой статьи остановимся только на двух текстах агентства Regnum, опубликованных через две недели после публикации результатов опросов, поскольку они демонстрируют сложность установления конечного звена цепочки фреймирования, но уже со стороны медийного поля, а не опросных компаний, как в предыдущем кейсе.

В середине февраля 2019 г., в ходе пленарного заседания Госдумы двое депутатов высказались о курильском опросе. Сначала — лидер ЛДПР Владимир Жириновский, который был «возмущен проведением ВЦИОМ опроса жителей Курил об их отношении к передаче островов Японии. <...> «Подобные игры с общественным мнением опасны и недопустимы», — предостерег Жириновский»²¹. Политик выдвинул два аргумента против проведения подобных исследований: во-первых, на его взгляд, они повышают риск нарушения целостности государства, во-вторых, могут стать прецедентом для принятия решений по другим территориальным единицам, например Калининграду:

«Это что вообще такое? А если большинство „за“? Отдадим? А потом и в Калининграде опрос проведем?» — возмущен депутат Госдумы. Он [В. В. Жириновский] привел аналогию с расчленением СССР — «на всесоюзном референдуме все за сохранение СССР, а некоторые окраины — против». (Regnum)

В приведенной цитате можно проследить, как медийная платформа, выбирая позицию В. Жириновского в качестве информационного повода, производит

¹⁹ «Территориальный вопрос» на российско-японских переговорах: мнение жителей Курильских островов (Аналитический обзор) // ВЦИОМ. 2019. 31 января. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9540> (дата обращения: 15.06.2020).

²⁰ см., например: Дмитракова Т. Лишних островов у нас нет. 96 процентов жителей Курил выступили против передачи островов Японии // Российская газета. 2019. 19 февр. URL: <https://rg.ru/2019/02/19/reg-dfo/96-percentov-zhitelej-kuril-vystupili-protiv-peredachi-ostrovov-iaponii.html> (дата обращения: 28.11.2020); Жуковский И. Японии не рады: жители Курил против передачи своих островов // Газета.ру. 2019. 19 февр. URL: https://www.gazeta.ru/politics/2019/02/19_a_12194029.shtml (дата обращения: 28.11.2020); Острова наши: единодушие жителей Южных Курил впечатлило ВЦИОМ // НТВ. 2019. 19 февр. URL: <https://www.ntv.ru/novosti/2157144/> и др. (дата обращения: 28.11.2020).

²¹ Жириновский: После опроса ВЦИОМ на Курилах будет опрос в Калининграде? // Regnum.ru. 2019. 14 февраля. URL: <https://regnum.ru/news/polit/2572612.html> (дата обращения: 15.06.2020).

фреймирование через категоризацию. Так, предлагаемая цитируемым политиком оценка данного исследования как рядоположного всесоюзному референдуму о сохранении СССР неочевидна, поскольку оно может быть включено в разные типологические ряды. Выбор ряда и является в данном случае важнейшим фреймирующим инструментом.

Не углубляясь в анализ приведенных депутатом параллелей, чтобы не допустить спекулятивных высказываний, отметим, что именно такая категоризация позволяет совершить следующий фреймирующий ход — обозначить потенциальные последствия совершаемого действия. Ведь если мы фреймируем событие как референдум о территориальной целостности, мы предполагаем, что последствием этого действия может стать изменение государственных границ. Но если мы фреймируем опрос как, например, способ измерить настроение населения, мы не можем обосновать наличие такой опасности. Таким образом, в данном тексте фреймирование опроса общественного мнения происходит через его включение в довольно специфический контекст — обоснование государственно значимых политических решений.

Второе высказывание принадлежит А. Шерину, первому заместителю председателя комитета Государственной Думы РФ по обороне, тоже члену ЛДПР, который, как и предыдущий политик, указал на возможные последствия опросов, касающихся территориальных границ, и выступил с предложением ввести уголовное наказание за их проведение:

...появляются силы, которые считают, что можно как-то дестабилизировать или расшатать ситуацию в стране какими-то опросами, инициатива о которых должна была бы рассматриваться Генеральной прокуратурой и Следственным комитетом на вопрос привлечения к уголовной ответственности инициаторов таких опросов. (Regnum)

Как и в предыдущем тексте, фреймирование со стороны медийной площадки осуществляется через выбор лица, цитируя которого, СМИ транслируют определенный способ интерпретации происходящего. В обоих текстах Regnum выстраивает оценку опроса, опираясь на высказывания политиков, а не социологов или представителей опросной индустрии. Так, выбор ньюсмейкеров во многом задает фреймирование обсуждаемого события как политического. При этом А. Шерин, в отличие от В. Жириновского, в качестве последствий прогнозирует не нарушение границ, но переоценку прошлого, что тоже представляется одной из базовых ценностей:

Это, по-моему, уже конечная стадия, выходим. Если кто-то вдруг решил, что на территории РФ можно проводить такие опросы, то значит, эти люди нормально относятся к опросу, который проводил один из телеканалов на предмет того, нужно ли было держать оборону Ленинграда или нужно было его сдавать. (Regnum)

В этих двух текстах очевидным образом проявляются четыре интересующие нас категории. Так, агентность принадлежит опросным компаниям (всем, не только ВЦИОМ) и — в более общем случае — инициаторам опросов, а описываемое событие дестабилизирует ситуацию в РФ, потенциально меняет отношение к прошлому

(во втором тексте) и ставит под вопрос территориальную целостность (в первом тексте). Это приводит к тому, что сам опрос определяется через категорию «опасная игра» (это уже не «скандал», как мы видели в предыдущем примере). Предлагаемая изданием генерализация позволяет говорить, что цитируемая медийная площадка фреймирует опросы как политическую технологию, предлагая своей аудитории мнение депутатов Государственной думы, в чьих рассуждениях проводится соответствующая категоризация и прогнозируются политические последствия, угрожающие ценностям РФ как государства. И если в первом кейсе недоверие к результатам опросов было связано с переключением между научным и политическим полями, то во втором недоверие связано непосредственно с возможными последствиями применения этой технологии (повтор опыта в Калининграде или переоценка героического прошлого).

Во втором кейсе иначе выглядит работа СМИ. Если в первом случае мы имели дело с непосредственной реакцией на изменившиеся результаты, то здесь информационным поводом оказывается высказывание политиков с ощутимой временной задержкой между публикацией данных опросов и новым витком их обсуждений. Первая волна публикаций носила нейтральный характер (явное и неявное проявление доверия), а высказывания политиков в Государственной Думе перекалибровали событие в не вызывающее доверие. Однако работа СМИ остается невидимой, как и в предыдущем случае.

Выводы

Мы рассмотрели, как в массиве текстов, апеллирующих к результатам опросов общественного мнения, в четверти случаев осуществляется их фреймирование как не заслуживающих доверия. Основными инструментами такого фреймирования выступают: 1) распределение агентности (опросная компания, заказчик/инициатор опросов, интервьюер, респондент); 2) идентификация тех или того, на что влияет описываемое событие (в первом рассмотренном случае отчасти в этой роли выступает заказчик, но из-за смешанного властного статуса эта его роль не подчеркивается; во втором случае это территориальная целостность страны); 3) категоризация описываемого события («скандал», «опасная игра») и 4) генерализация (которая апеллирует либо к переходу из научного поля — опросов/количественной социологии/социологии в целом — в поле политическое, либо сразу квалифицирует опрос как политическую технологию).

В проанализированных медийных текстах, посвященных результатам опросов общественного мнения, описываются следующие сбои, которые во всех случаях касаются работы опросных компаний и не затрагивают работу самих СМИ:

- в коммуникации исполнителя и заказчика опроса, респондента и интервьюера, инициатора опроса и власти;
- в выборе типов вопросов (открытый или закрытый);
- в выборе тем для опросов (когда опрос становится чистой политической технологией).

Анализ распределения агентности позволяет расширить список возможных поломок как до взаимодействия между всеми агентами, так и на любом из ставших видимыми участках работы опросных компаний / аналитических центров

как первой фреймирующей машины. Как видно из двух приведенных кейсов, ни начало фреймирующей цепочки (описываемой в СМИ через действия таких агентов, как не понимающий вопроса респондент/опросная компания, неудачно формулирующая вопрос/непрофессиональный интервьюер, неверно выстраивающий диалог с респондентом/заказчик, заставляющий опросную компанию выдавать только определенные результаты), ни ее конец (реакция на опубликованный отчет по опросу может занимать долгое время и подпитываться новыми информационными поводами) мы установить не можем.

Опросные компании при этом предстают не как единый механизм, обеспечивающий знание об общественном мнении, а как набор агентов, каждый из которых может действовать по своим правилам. СМИ транслируют критические оценочные высказывания в адрес заказчиков/представителей власти, социологов и иных внешних по отношению к медийным площадкам агентов. Это позволяет им оставлять свою работу по представлению данных опросов невидимой, фреймируя тем самым себя как проводника. При этом в качестве посредника обозначается, как правило, опросная компания, что происходит при описании различных поломок, возникающих в процессе производства общественного мнения и делающих его видимым. Представление результатов опросов как не заслуживающих доверия распределяет между двумя фреймирующими машинами следующие роли: СМИ выступают как проводник, а опросная компания — как посредник. При этом наличие самого процесса фреймирования означает, что медиа работают как посредник.

Стремление к утверждению такого распределения ролей позволяет пересмотреть приведенный в начале статьи пример с парадоксальным представлением результатов опроса о недоверии россиян к опросам как информации, заслуживающей доверия. В этом случае опросная компания заявляет о себе как о посреднике, у которого произошла поломка, СМИ не нужно совершать дополнительных операций для такого фреймирования. Однако анализ фреймирования результатов опросов как заслуживающих доверия может показать иные способы представления взаимодействия СМИ и опросных компаний как фреймирующих машин.

Список литературы (References)

- Бурдьё П. Общественное мнение не существует // Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993. С. 159—178.
- Bourdieu P. (1993) Public Opinion Does Not Exist. In: Bourdieu P. *Sociology of Politics*. Moscow: Socio-Logos. P. 159–178. (In Russ.)
- Ван Дейк Т. А. Язык, познание, коммуникация. Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000.
- van Dijk T. A. (2000) Language, Knowledge, Communication. Blagoveschensk: Baudouin de Courtenay Blagoveshensk Liberal Arts College. (In Russ.)
- Вахштайн В. С. Предисловие к переводу Дворы Яноу и Мерлина ван Хульста // Социологическое обозрение. 2011. Т. 10. № 1—2. С. 83—86.
- Vakhshstayn V. (2011) Preface to the Translation of Dvora Yanow's and Merlijn Van Hulst's Paper. *The Russian Sociological Review*. Vol. 10. No. 1–2. P. 83–86. (In Russ.)

Вахштайн В. С. Социология повседневности и теория фреймов. СПб. : Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2014.

Vakhshstayn V. (2014) *Sociology of Everyday Life and Theory of Frames*. Saint Petersburg: EUSP Press. (In Russ.)

Верещагин О. А., Белова Н. Е. Фреймирование и символизация в опыте конституирования социальных объектов // Вестник Вятского государственного университета. 2017. № 8. С. 13—17.

Vereschagyn O. A., Belova N. E. (2017) *Framing and Symbolization in the Constituting Social Objects Experience*. *Herald of Vyatka State University*. Vol. 8. P. 13—17. (In Russ.)

Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. М. : Институт социологии РАН, 2004.

Goffman E. (2004) *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Moscow: Institute of Sociology, Russian Academy of Sciences. (In Russ.)

Гусева П. Д. Медиаосвещение референдума о независимости Шотландии 2014 года через призму теории медиатизации // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 5. С. 314—328. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.5.18>.

Guseva P. D. (2017) *Media Coverage of 2014 Scottish Independence Referendum from Mediatization Theory Perspective*. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. № 5. P. 314—328. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.5.18>. (In Russ.)

Гэллуп Дж., Рэй С. Ф. Пульс демократии. Как работают опросы общественного мнения. М. : ВЦИОМ, 2017.

Gallup G., Rae S. (2017) *The Pulse of Democracy: The Public-Opinion Poll and How It Works*. Moscow: Russian Public Opinion Research Center (VTsIOM). (In Russ.)

Ерофеева М. А. Акторно-сетевая теория и проблема социального действия // Социология власти. 2015. Том 27. № 1. С. 17—36.

Erofeeva M. A. (2015) *Actor-Network Theory and Problem of Social Action*. *Sociology of Power*. Vol. 27. No. 1. P. 17—36. (In Russ.)

Кастельс М. Власть коммуникации. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. Castells M. (2020) *Communication Power*. Moscow: Higher School of Economics. (In Russ.)

Кирия И., Новикова А. История и теория медиа : учебник для вузов. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017.

Kiriia I., Novikova A. (2017) *History and Theory of Media: A Textbook for Universities*. Moscow: Higher School of Economics. (In Russ.)

Куракин А. Массовые опросы как «эпистемическая машина»: социология в стиле «киберпанк» // Социологическое обозрение. 2009. Т. 8. № 3. С. 92—101.

Kurakin A. (2009) *Mass Surveys as an «Epistemic Machine»: Sociology in Cyber Punk Style*. *Russian Sociological Review*. Vol. 8. No. 3. P. 92—101.

Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. М.: Изд. дом Высшей школы экономики. 2014.

Latour B. (2014) *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*. Moscow: Higher School of Economics. (In Russ.)

Ло Дж. Оптика опроса // Социология власти. 2012. № 4—5. С. 218—243.

Law J. (2012) *Seeing Like a Survey*. *Sociology of Power*. No. 4–5. P. 218–243. (In Russ.)

Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. М. Шомовой. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017.

Kachkaeva A. G., Shomova S. M. (eds.) (2017) *Multimedia Journalism*. Moscow: Higher School of Economics. (In Russ.)

Пономарев Н. Ф. Фрейминг медиаповестки дня и типология медиафреймов // Вестник Пермского университета. 2010. Вып. 3. С. 62—67.

Ponomarev N. Ph. (2010) *Types of Media Frames*. *Perm University Herald*. Vol. 3. P. 62–67. (In Russ.)

Рогозин Д. Насколько корректен телефонный опрос о Крыме: апостериорный анализ ошибок измерения // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 2. С. 4—25. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2014.1.01>.

Rogozin D. (2014) *On the Accuracy of the Telephone Survey about Crimea: A Posteriori Error Analysis*. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 4–25. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2014.1.01>. (In Russ.)

Титков А. Фабрикация общественного мнения: где искать ловушку // Фальсификации и ошибки в фольклористике и культурной антропологии: Сб. тезисов и материалов XVII Международной школы-конференции / сост. А. Архипова* и др. М.: РГГУ, 2017. С. 169—174.

Titkov A. (2017) *Fabrication of Public Opinion: Where to Look for a Trap*. In: Arkhipova A.* et al. (eds.) *Falsifications and Errors in Folklore Studies and Cultural Anthropology. Collection of Abstracts and Materials of the XVII International School-Conference*. Moscow: Russian State University for the Humanities. P. 169–174. (In Russ.)

Хахалкина Е. В., Грошева Г. В. Проблемы укрепления идентичности ЕС и оценка Евробарометра как инструмента для ее «замера» // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 6. С. 220—236. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.6.11>.

Khakhalkina E. V., Grosheva G. V. (2019) *Problems of Strengthening European Identity and an Evaluation of Eurobarometer as a Tool to Measure Its Identity*. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 220–236. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.6.11>. (In Russ.)

Черных А. Ритуалы и мифы медиа. М.: Гнозис; СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2015.

Chernikh A. (2015) *Rituals and Myths of Media*. Moscow: Gnozis; St. Petersburg: Center for Humanitarian Initiatives. (In Russ.)

* 26.05.2023 внесена в реестр иностранных агентов.

Штомпка П. Доверие — основа общества. М.: Логос, 2012.

Sztompka P. (2012) Trust as Basis for Society. Moscow: Logos. (In Russ.)

Юдин Г. Б. Общественное мнение, или Власть цифр. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2020.

Yudin G. (2020) Public opinion, The Power of Numbers. Saint Petersburg: EUSP Press. (In Russ.)

Юдин Г. Б. Теория и технология перманентного референдума // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018. № 3. С. 344—354. Рец. на кн.: Гэллуп Дж., Рэй С. Ф. Пульс демократии. Как работают опросы общественного мнения. М.: ВЦИОМ, 2017. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.3.18>.

Yudin G. B. (2018) Quality of Youth Employment in Russia: Analysis of Job Satisfaction Estimates. A Book Review on «Gallup G., Rae S. F. The Pulse of Democracy: The Public Opinion Poll and How It Works». *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 344–354. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.3.18>. (In Russ.)

Юдин Г. Б. Эксперимент под внешним управлением: риторика и репрезентация крымского мегаопроса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 2. С. 53—56. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2014.1.04>.

Yudin G. (2014) Externally Guided Experiment: Rhetoric and Representation of the Crimea Mega Poll. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 53–56. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2014.1.04>. (In Russ.)

Яноу Д, ван Хульст М. Фреймы политического: от фрейм-анализа к анализу фреймирования // Социологическое обозрение. 2011. Т. 10. № 1—2. С. 87—113.

Yanow D., van Hulst M. (2011) The Political/Process Promise of Policy Framing. *The Russian Sociological Review*. Vol. 10. No. 1–2. P. 87–113. (In Russ.)

Bateson G. (1955) The Message «This Is Play». In: B. Schaffner (ed.) *Group Processes: Transactions of the Second Conference*. P. 145–242.

Cassino D. (2007) A Book Review on «Entman R. M. (2004) Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U. S. Foreign Policy. Chicago: University of Chicago Press». *The Journal of Conflict Studies*. Vol. 27. No. 1. P. 128–130.

David C. C., Atun J. M., Fille E., Monterola Ch. (2011) Finding Frames: Comparing Two Methods of Frame Analysis. *Communication Methods and Measures*. Vol. 5. No. 4. P. 329–351. <https://doi.org/10.1080/19312458.2011.624873>.

De Vreese C. H., Peter J., Semetko H. A. (2001) Framing Politics at the Launch of the Euro: A Cross-National Comparative Study of Frames in the News. *Political Communication*. Vol. 18. No. 2. P. 107–122. <https://doi.org/10.1080/105846001750322934>.

D'Angelo P., Kuypers J. A. (eds.) (2010) Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives. New York, NY; London: Routledge.

- Druckman J. N. (2004) Political Preference Formation: Competition, Deliberation, and the (Ir)Relevance of Framing Effects. *American Political Science Review*. Vol. 98. No. 4. P. 671–686. <https://doi.org/10.1017/S0003055404041413>.
- Entman R. M. (1991) Framing U. S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents. *Journal of Communication*. Vol. 41. No. 4. P. 6–27. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1991.tb02328.x>.
- Entman R. M. (1993) Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*. Vol. 43. No. 4. P. 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>.
- Gamson W. A., Modigliani A. (1989) Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American journal of Sociology*. Vol. 95. No. 1. P. 1–37. <https://doi.org/10.1086/229213>.
- Gamson W. A., Lasch K. E. (1983) The Political Culture of Social Welfare Policy. In: S. E. Spiro and E. Yuchtman-Yaar (eds.) *Evaluating the Welfare State: Social and Political Perspectives*. New York, NY: Academic. P. 397–415.
- Gitlin T. (1980) *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley, CA; Los Angeles, CA; London: University of California Press.
- Hallahan K. (1999) Seven Models of Framing: Implications for Public Relations. *Journal of Public Relations Research*. Vol. 11. No. 3. P. 205–242. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1103_02.
- Harsin J. (2015) Cultural Racist Frames in TF1's French Banlieue Riots Coverage. *French Politics, Culture & Society*. Vol. 33. No. 3. P. 47–73. <https://doi.org/10.3167/fpcs.2015.330303>.
- Iyengar S., Kinder D. R. (1987) *News that matters: Television and American opinion*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Robinson J. P., Sahin H. (1981) A Review of «Tuchman G. (1978) Making News: A Study in the Construction of Reality. New York, NY: Free Press, 1978. *Social Forces*. Vol. 59. No. 4. P. 1341–1342. <https://doi.org/10.1093/sf/59.4.1341>.
- Matthes J., Kohring M. (2008) The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity. *Journal of Communication*. Vol. 58. No. 2. P. 258–279. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x>.
- Pentzold Ch., Sommer V., Meier S., Fraas C. (2016) Reconstructing Media Frames in Multimodal Discourse: The John/Ivan Demjanjuk Trial. *Discourse, Context and Media*. Vol. 12. P. 32–39. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2016.03.001>.
- Scheufele B. T., Scheufele D. A. (2010) Of Spreading Activation, Applicability and Schemas: Conceptual Distinctions and Their Operational Implications for Measuring Frames and Framing Effects. In: D'Angelo P., Kuypers J. A. (eds.) *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. New York, NY; London: Routledge. P. 110–134.

Tuchman G. (1973) Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected. *The American Journal of Sociology*. Vol. 79. No. 1. P. 110–131. <https://doi.org/10.1086/225510>.

Tuchman G. (1972) Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. *American Journal of Sociology*. Vol. 77. No. 4. P. 660–679. <https://doi.org/10.1086/225193>.

Tuchman G. (1978) Making News: A Study in the Construction of Reality. New York, NY: Free Press.

Van Gorp B. (2007) The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication*. Vol. 57. No. 1. P. 60–78. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00329.x>.

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1694](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1694)

А. Б. Белоусов, Д. А. Давыдов, Е. С. Кочухова

**В ПОСТМАТЕРИАЛИСТИЧЕСКОМ ТРЕНДЕ:
МОТИВАЦИЯ УЧАСТНИКОВ ПРОТЕСТА В СКВЕРЕ
У ТЕАТРА ДРАМЫ В ЕКАТЕРИНБУРГЕ**

Правильная ссылка на статью:

Белоусов А. Б., Давыдов Д. А., Кочухова Е. С. В постматериалистическом тренде: мотивация участников протеста в сквере у Театра драмы в Екатеринбурге // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 53—72. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1694>.

For citation:

Belousov A. B., Davydov D. A., Kochukhova E. S. (2020) Post-Materialist Trend: Motivation for Protests in the Drama Theatre Square in Yekaterinburg. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 53–72. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1694>. (In Russ.)

В ПОСТМАТЕРИАЛИСТИЧЕСКОМ ТРЕНДЕ: МОТИВАЦИЯ УЧАСТНИКОВ ПРОТЕСТА В СКВЕРЕ У ТЕАТРА ДРАМЫ В ЕКАТЕРИНБУРГЕ

БЕЛОУСОВ Александр Борисович — кандидат политических наук, старший научный сотрудник, Институт философии и права УрО РАН, Екатеринбург, Россия

E-MAIL: ektb@ya.ru

<https://orcid.org/0000-0003-0082-909X>

ДАВЫДОВ Дмитрий Александрович — кандидат политических наук, научный сотрудник отдела философии, Институт философии и права УрО РАН, Екатеринбург, Россия

E-MAIL: davydov_ifp@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0001-7978-9240>

КОЧУХОВА Елена Сергеевна — кандидат философских наук, старший научный сотрудник отдела философии, Институт философии и права УрО РАН, Екатеринбург, Россия

E-MAIL: elenascause@yandex.ru

<https://orcid.org/0000-0002-7329-2046>

Аннотация. В статье на примере событий в сквере у Театра драмы в Екатеринбурге (май 2019 г.) рассматривается феномен постматериалистического протеста. Опираясь на концепцию Р. Инглхарта, авторы выдвигают тезис о долгосрочном тренде к «постматериализации» протестной активности в современной России. Все реже поводами для открытого выражения гражданами недовольства становятся сугубо социально-экономические причины (пенсионная реформа, бедность, рост цен), и все чаще — политические (борьба за свободу, гражданские права), экологические, культурные и т. д. В част-

POST-MATERIALIST TREND: MOTIVATION FOR PROTESTS IN THE DRAMA THEATRE SQUARE IN YEKATERINBURG

*Alexandr B. BELOUSOV*¹ — *Cand. Sci. (Polit.), Senior Researcher*

E-MAIL: ektb@ya.ru

<https://orcid.org/0000-0003-0082-909X>

*Dmitriy A. DAVYDOV*¹ — *Cand. Sci. (Polit.), Research Fellow*

E-MAIL: davydov_ifp@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0001-7978-9240>

*Elena S. KOCHUKHOVA*¹ — *Cand. Sci. (Phil.), Senior Researcher, Senior Researcher*

E-MAIL: elenascause@yandex.ru

<https://orcid.org/0000-0002-7329-2046>

¹ Institute of Philosophy and Law, The Urals Branch of RAS, Ekaterinburg, Russia

Abstract. The article is devoted to the post-materialist protests in the Drama Theatre park in Yekaterinburg (May 2019). Based on R. Inglehart's concept the authors put forward the idea of a long-term trend towards "post-materialization" of the protest activity in modern Russia. Strictly socio-economic reasons (pension reform, poverty, price increase, etc.) are less common reasons behind the discontent that people openly express; more often people are driven by political (fight for freedom, civil rights), environmental, cultural and other reasons. In particular, actions against the construction in the park attracted much

ности, в Екатеринбурге борьба против застройки сквера собрала значительно большее количество человек и привлекла большее внимание СМИ, чем протест против пенсионной реформы в августе 2018 г. На основе проведенных совместно со ВЦИОМ полуструктурированных интервью с участниками майских событий в Екатеринбурге ($N = 20$) авторы делают вывод, что мотивация позволяет отнести этот протест к постматериалистическим.

Ключевые слова: протест, мотивация протестного действия, гражданское общество, постматериализм, Р. Инглхарт, Екатеринбург

Благодарность. Статья подготовлена в рамках работы по проекту РФФИ № 20-411-660027 «Мониторинг и прогнозирование социальных конфликтов в Свердловской области в 2020—2022 гг.»

Авторы также выражают благодарность Валерию Федорову и Алексею Фирсову за совместную работу над инструментарием интервью с участниками протестов в Екатеринбурге.

more people and media attention than the protest against pension reform in August 2018. Using the data of semi-structured interviews conducted jointly with VCIOM and involving 20 participants of the May events in Yekaterinburg, the authors conclude that this protest can be defined as post-materialist in terms of the participants' motivation.

Keywords: protest, Yekaterinburg, motivation of the protest action, civil society, post-materialism, R. Inglehart

Acknowledgments. The article is part of the project supported by the Russian Foundation for Basic Research “Tracking and predicting social conflicts in Sverdlovsk oblast in 2020–2022” no. 20-411-660027. Authors also express gratitude to Valery Fedorov and Alexey Firsov for the joint effort to develop research tools (interview with the protesters in Yekaterinburg).

В современных отечественных исследованиях прогнозы о возможном росте протестной активности отталкиваются преимущественно от анализа социально-экономических противоречий российского общества [Осеев, 2014; Пантин, 2015; Козырев, 2017; Петухов 2016], однако практически не принимается в расчет различие между материалистическими и постматериалистическими¹ мотивами людей [Inglehart, 1977; 1979]. На российском опыте теория постматериализма позволяет объяснить, почему исследователи прогнозируют рост протестной активности на материальной почве (борьба против пенсионной реформы, недовольство бедностью, неравенством и т. п.), а массовые всплески общественного недовольства обуславливаются постматериалистической проблематикой.

¹ Термины «материализм» и «постматериализм» здесь и далее берутся не в философском, а в социологическом значении. Постматериализм — это преобразование индивидуальных ценностей от материалистических, физических и экономических к новым индивидуальным ценностям автономии и самовыражения.

Этот контраст ярко проявился в Екатеринбурге: протест против пенсионной реформы в августе 2018 г. прошел практически незамеченным, в то время как борьба против строительства Храма св. Екатерины в сквере у Театра драмы в мае 2019 г. вышла на уровень федеральной медиаповестки и привлекла внимание зарубежных СМИ. Наш основной тезис заключается в том, что события в сквере у Театра драмы следует характеризовать как *постматериалистический протест*. Мы сформулировали этот тезис на основе анализа полуструктурированных интервью с участниками протеста, проведенными в рамках инициативного исследования ВЦИОМ в августе 2019 г. Для обоснования тезиса в первой части статьи дается краткая характеристика его теоретической основы; во второй приводится обзор существующих исследований рассматриваемого кейса и предлагается краткая хронология протеста; в третьей части рассматриваются постматериалистические черты протеста в Екатеринбурге на основании анализа интервью с его участниками.

Концепция постматериализма в исследованиях феномена протеста

В 1977 г. в работе «Мирная революция» американский политолог Р. Инглхарт показал, что обеспеченных представителей молодежи в западных демократиях все меньше беспокоят сугубо материальные проблемы доходов и безопасности и все больше волнуют проблемы гражданских свобод и экологии [Inglehart, 1977]. Впоследствии Р. Инглхарт на материалах проекта «World Values Survey» («Всемирное исследование ценностей»), реализуемого в более чем ста странах мира с 1981 г. по настоящее время, собрал обширные подтверждения своему тезису: ценности и поведение людей существенно зависят от «экзистенциальной безопасности» (степени удовлетворения базовых потребностей в материальных благах). Высокий уровень экзистенциальной безопасности способствует большей толерантности граждан и демократичности политических институтов, внимание людей смещается к постматериалистическим проблемам, не связанным с выживанием и стремлением к богатству — защите окружающей среды, борьбе за гражданские права, права угнетаемых меньшинств, гендерному равенству и т. д. [Inglehart, 2018].

Концепция Р. Инглхарта нацелена на объяснение «новых общественных движений», о которых писали многие исследователи (Ж. Л. Козн, А. Турен, Э. Лакло, Ш. Муфф, К. Оффе, И. Валлерстайн, М. Кастельс и др.). Как отмечает С. Бюхлер, в то время как в классической марксистской традиции предпочтение отдавалось идее пролетарской революции, уходящей корнями в сферу производства, «теоретики новых социальных движений, напротив, смотрели на другую логику действия, основанную на политике, идеологии и культуре, как на корень многих коллективных действий, и они обращались к другим источникам идентичности, таким как этническая принадлежность, пол и сексуальность, в качестве определяющих коллективной идентичности. Таким образом, термин «новые социальные движения» относится к разнообразным коллективным действиям, которые предположительно вытеснили старое социальное движение пролетарской революции, связанное с классическим марксизмом» [Buechler, 1995: 442].

Концепция постматериализма активно применяется в исследованиях протестной активности, позволяя разделить «старые» и «новые» общественно-полити-

ческие движения. «Старые» ориентированы на материалистические ценности, «новые» — на постматериалистические [Kriesi et al., 1995; Vrábílková, 2015]. В западных демократиях наибольшую протестную активность проявляют именно сторонники постматериалистических ценностей [Henn, Oldfield, Hart, 2017; Theocharis, 2010; Farah, Barnes, Heunks, 1979]. В частности, М. Куаранта эмпирически доказывает, что почти во всех европейских странах граждане, разделяющие постматериалистические ценности, гораздо чаще участвуют в протестных акциях, чем сторонники материалистических ценностей. Нередко речь идет о том, что постматериалисты вдвое чаще участвуют в протестных акциях, нежели материалисты [Quaranta, 2015: 61—62]. Еще один исследователь, С. Кэмерон, во время экономического кризиса 2008 г. зафиксировала парадоксальную ситуацию: во многих странах (к примеру, в США, Австралии, Испании, Нидерландах, Новой Зеландии и др.) снизилось число людей, разделяющих постматериалистические ценности, но при этом материальная нестабильность не вывела протестующих с материалистическими ценностями на улицы. Скорее, протесты по большей части остались областью активности уменьшающегося числа постматериалистов [Cameron, 2013].

Исследователи в России не часто пользуются напрямую концепцией постматериализма Р. Инглхарта², но нередко отмечают такие черты российских протестов, которые позволяют характеризовать их как постматериалистические. Активный интерес отечественных социальных ученых вызвала череда общественных акций 2011—2012 гг. Так, А. Магун обращает внимание, что социальной базой наиболее громких и массовых движений 2011 г. являются отнюдь не обездоленные, рабочие или те, чьи экономические интересы ущемляются; база протеста — молодые и образованные люди, творческая интеллигенция («креативный класс»), а также все те, кто имеет много свободного времени и финансово не зависит от конкретного работодателя (фрилансеры) [Магун, 2014]. «Они называют себя «народом», — пишет А. Магун, — несмотря на объективные признаки, по которым многие из них находятся в высшей имущественной и образовательной страте страны» [там же: 192]. К подобным выводам приходит и Р. Бараш, делая вывод, что «чаще других о необходимости бороться за свои права заявляют <...> наиболее образованные — с двумя высшими образованиями и ученой степенью (57%), хорошо материально обеспеченные (43%) граждане до 45 лет (36%—40%)» [Бараш, 2012: 104—105]. Схожие результаты (протест как прерогатива преимущественно образованных и относительно обеспеченных) получили А. Соколова, М. Головина и Е. Семирханова, изучив социальный портрет участников пяти митингов оппозиции «За честные выборы» в Москве за период с 10 декабря 2011 г. по 10 марта 2012 г. [Соколова, Головина, Семирханова, 2014: 91].

Однако постматериалистический протест определяется не только по значительному числу образованных людей с относительно высоким уровнем дохода среди участников, но главное — по их мотивам. Эти мотивы конституируют «коллективное тело», которое противопоставляет себя власти не материалистически, а ценностно или даже экзистенциально. Согласно исследованию Е. Белокуровой, стремление

² Это можно объяснить тем, что Россия не является страной с преобладающей долей людей, придерживающихся постматериалистических ценностей. Однако в протестных акциях участвуют лишь наиболее активные представители общества.

отстаивать свое «гражданское достоинство» стало одной из значимых тем в требованиях митингующих и в публичных дискуссиях (наряду со стремлением добиться честных выборов) [Белокурова, 2012]. Анализируя «коллективное тело» протеста на основе материалов интервью с участниками митингов, А. Ваньке показывает, что для них была важна общность друг с другом, при этом они приветствовали разнородность социального состава митингующих и разнообразие взглядов внутри движения [Ваньке, 2013, 85—87]. Таким образом, «тело протеста» является коллективным и одновременно множественным, дарит участникам ощущение единства, но и возможность самовыражения. Ценностные мотивы приводят протестующих к экзистенциальному противопоставлению власти. Об этом пишет Е. Соколов, анализируя известный лозунг «Вы нас даже не представляете»: ««Им» (власти?) предъясняется (среди прочих) претензия в недостатке политического воображения, в невозможности помыслить пересекающиеся на митингах жизненные траектории, невозможности встроиться в те практики, войти в те пространства репрезентации, которые определяют для разных людей смысл протеста» [Соколов, 2014]. Данная претензия, очевидно, носит нематериалистический характер.

Если по оценкам исследователей в столичных протестах 2011—2012 гг. участвовали образованные, финансово обеспеченные люди, ценности и цели которых не носили материального характера, то В. Петухов показывает, что эта картина справедлива и для протестов 2019 г. [Петухов, 2019]. По результатам изучения социологических мониторингов за последние пять лет он делает вывод, что наивысшие показатели общественной самоорганизации демонстрируют хорошо обеспеченные россияне с высшим образованием, при этом наиболее инертны граждане, имеющие низкий уровень образования, жители села, а также пожилые люди. В. Петухов выявил, что со второго квартала 2019 г. число протестных акций с политической и экологической повестками стало опережать число «трудовых» протестных акций [там же: 9—12].

Таким образом, социально-экономическое положение протестующих и их мотивация позволяют рассматривать современные российские протесты в оптике постматериализма, в частности акции протеста, проходившие с 13 мая по 20 мая 2019 г. в Екатеринбурге в сквере у Свердловского академического театра драмы (Октябрьская площадь). Существует несколько неформальных вариантов названия этих протестов — «против храма», «за сквер», «скверный протест» и пр. Эти названия, используемые участниками, носят оценочный характер. Чтобы дистанцироваться от подобных оценок, мы будем называть данные события протестом в сквере у Театра драмы.

Длинный путь к противостоянию: история протеста

Прежде чем приступить к анализу интервью с участниками протестов в сквере у Театра драмы, восстановим контекст и предысторию событий, что позволит соотнести высказывания информантов с отдельными этапами развития ситуации, а также рассмотрим существующие на данный момент исследования этого протеста.

События мая 2019 г. были вызваны намерением построить в центре Екатеринбурга, в его исторической части, Собор святой Екатерины. Фактически

это была уже третья попытка возведения Собора. Первые две были встречены недовольством жителей, акциями протеста, в результате чего инициаторы строительства вынужденно отказались от своих замыслов. В 2010 г. Собор планировали восстановить на его историческом месте — площади Труда (пространство площади появилось после сноса Собора в 1930 г.). Для этого необходимо было демонтировать находящийся на площади фонтан «Каменный цветок», что вызвало возмущение широкой общественности, которая в апреле 2010 г. собрала на этом месте митинг численностью более 3 000 человек. При этом отдельным мотивом для протестующих тогда стали слова архиепископа Екатеринбургского и Верхотурского Викентия, который заявил, что «ни один человек, который противился Богу, не скончался своей смертью»³. После митинга власти отказались от согласования строительства Собора на данном месте. Вторая попытка была совершена в 2016—2017 гг., когда благотворительный «Фонд святой Екатерины» предложил проект возведения одноименного храма на насыпном острове в центре городского пруда, что вновь вызвало протесты. На этот раз сформировалась структура для координации борьбы — Комитет городского пруда. Была запущена серия протестных акций, получивших название «Обними пруд», в ходе которых протестующие брались за руки и выстраивались в живую цепочку на набережной. Позиции сторонников и противников строительства широко освещались в местных СМИ [Корюкова, 2018]. На фоне проходившей кампании по выборам губернатора Свердловской области было вновь принято решение о переносе места строительства.

Выбор сквера рядом с Театром драмы в качестве новой площадки для храма поначалу не был замечен широким кругом горожан, однако по мере приближения начала работ по его возведению недовольных становилось все больше. Сообщество «Парки и скверы Екатеринбурга»⁴ сформулировало повестку о том, что городу не хватает зеленых насаждений, поэтому сквер нужно защитить от застройки. В социальных сетях сообщества регулярно появлялись публикации, освещавшие тему планируемого строительства храма. С 21 декабря 2018 г. по 18 января 2019 г. на сайте администрации Екатеринбурга проводились общественные обсуждения по проекту межевания территории под Собор св. Екатерины⁵, где в поддержку его строительства высказалось более 90 % от принявших участия, что еще больше подогрело протест⁶.

15 января 2019 г. представители «Парков и скверов» и местного штаба А. Навального подали в областной избирком ходатайство о регистрации инициативной группы *референдума* по вопросам запрета капитального строительства

³ Антонов С. Храм ведет на улицу // Коммерсантъ. 2010. № 63. 14 апреля. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/1353136> (дата обращения: 07.12.2020).

⁴ Согласно самоописанию, эта группа объединяет людей, заинтересованных в сохранении и увеличении зеленых насаждений в городе. Распространяет информацию о законах и официальных правилах, регулирующих устройство и содержание зеленых насаждений в городе, консультирует горожан, заинтересованных в сохранении существующих парков, скверов, аллей и т.д. URL: <https://vk.com/parklandekb> (дата обращения: 07.12.2020).

⁵ Общественные обсуждения // Официальный портал Екатеринбург. URL: <https://обсуждения.екатеринбург.рф/discus/64> (дата обращения: 07.12.2020).

⁶ Комаров Д. Мэрия: на общественных обсуждениях 93% граждан выступили за храм святой Екатерины // Znak.com. 2019. 15 февр. URL: https://www.znak.com/2019-02-15/meriya_na_obchestvennyh_obsuzhdeniyah_93_grazhdan_vystupili_za_hram_svyatoy_ekateriny (дата обращения 07.12.2020).

на территории Октябрьской площади, а также других парков и скверов города и области. Избирком одобрил заявку, но Екатеринбургская городская Дума на своем заседании отклонила вопросы референдума. В то же время Дума проголосовала за перевод части земли Октябрьской площади из общественного пользования в религиозное назначение. Действия Думы были восприняты общественностью как нежелание разговаривать с горожанами и попытка преподнести начало строительства храма как уже принятое решение, которое не будет ни с кем обсуждаться⁷. Начались протестные акции, подобные тем, что были в 2017 г. вокруг пруда. Проект строительства все больше критиковался, использовалась антиклерикальная и антиолигархическая риторика, поскольку инициаторами строительства выступили два крупнейших уральских бизнесмена — Алексей Козицын (Уральская горно-металлургическая компания) и Игорь Алтушкин (Русская медная компания), входящие в число соучредителей «Фонда святой Екатерины»⁸. Масла в огонь подлил молебен, проведенный на месте будущего строительства храма. Протестующих возмутило то, что в нем принимали участие московские артисты (в частности, Михаил Пореченков, Сергей Безруков и другие), а также то, что людей привозили на молебен автобусы. Таким образом, обстановка накалялась и становилось понятно, что при начале строительства конфликт войдет в горячую фазу.

13 мая 2019 г. на будущем месте строительства был возведен забор. Почти сразу же в сквер начали стекаться люди, недовольные его установкой. Забор сначала охраняли служащие Росгвардии, затем они по неизвестной причине покинули площадку, и инициаторы строительства вызвали для охраны представителей бойцовских клубов, что усилило напряженность на площадке. Протестующие в какой-то момент смогли сломать часть установленного ограждения⁹. Противостояние продолжалось почти до утра. На следующий день в сквер продолжили приходить люди. Снова предпринимались попытки уронить или сломать забор. Ситуация привлекла внимание российских и зарубежных СМИ и таким образом приобрела федеральный масштаб. Губернатор Свердловской области Евгений Куйвашев предпринял попытку диалога с протестующими, но она успеха не принесла¹⁰. 16 мая президент РФ Владимир Путин предложил провести опрос, который выявил бы отношение жителей города к строительству храма, администрация города согласилась с этой идеей¹¹. Опрос в довольно сжатые сроки провел ВЦИОМ и выяснил, что 74 % респондентов выступают против возведения Собора св. Екатерины в сквере¹².

⁷ Реутова А. Вопросы не прошли гордому // Коммерсантъ-Урал. 2019. № 35. 27 февраля. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3895447> (дата обращения: 07.12.2020).

⁸ Учредители и партнеры // Фонд Святой Екатерины. URL: <http://святаяекатерина.пф/%d1%83%d1%87%d1%80%d0%b5%d0%b4%d0%b8%d1%82%d0%b5%d0%bb%d0%b8-%d0%b8-%d0%bf%d0%b0%d1%80%d1%82%d0%bd%d1%91%d1%80%d1%8b/> (дата обращения: 07.12.2020).

⁹ Забор святой Екатерины: как эволюционировал главный артефакт протеста // Новый день. 2019. 16 мая. URL: <https://newdaynews.ru/ekb/662273.html> (дата обращения: 07.12.2020).

¹⁰ Евгений Куйвашев организует переговоры между сторонниками храма и защитниками сквера // 66.ru. 2019. 14 мая. URL: <https://66.ru/news/society/221631/> (дата обращения: 07.12.2020).

¹¹ Мэрия Екатеринбурга согласилась провести независимый опрос о строительстве храма // Интерфакс. 2019. 16 мая. URL: <https://www.interfax.ru/russia/661423> (дата обращения: 07.12.2020).

¹² Город и храм: опрос ВЦИОМ в Екатеринбурге // ВЦИОМ. 2019. 22 мая. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9702> (дата обращения: 07.12.2020).

20 мая митрополит Екатеринбургский и Верхотурский Кирилл обратился к руководству «Фонда святой Екатерины» с просьбой убрать забор¹³, и 21 мая он был демонтирован. Так в вопросе строительства храма на данном месте была поставлена точка, после чего начался выбор новой локации. Осенью на общегородском опросе победила площадка Приборостроительного завода.

Протест сразу привлек внимание исследователей, которых интересовало отношение горожан к строительству Храма св. великомученицы Екатерины. 22 мая ВЦИОМ представил данные опроса, по результатам которого был сделан вывод, что «большинство жителей Екатеринбурга считают сквер у Театра драмы неудачным местом для строительства храма»¹⁴. Практически одновременно фонд «Социум»¹⁵ представил результаты своего опроса, согласно которому «52 % горожан выступают категорически против или скорее против строительства храма на месте сквера» [Храм во имя..., 2019]. Российские социологи и политологи, наблюдая за событиями в сквере, предлагали свои объяснительные схемы происходящего. Так, комментируя протест для екатеринбургского сетевого издания URA.RU, социолог Д. Волков назвал значимыми причинами протеста падение авторитета власти, снижение уровня жизни и рост протестных настроений в целом. Там же социолог Г. Юдин проинтерпретировал этот протест как проявление контр-демократии — гражданского недоверия к власти¹⁶.

Протест стал предметом внимания местных и федеральных средств массовой информации. Анализ массива публикаций, предпринятый И. Вепревой и Н. Купиной, показал, что в СМИ были представлены позиции как сторонников, так и противников застройки сквера, при этом материалы носили как эмоционально окрашенный, так и аналитический характер [Вепрева, Купина, 2019]. Отмечая, что в СМИ не прослеживается единый образ протестующих (они описываются и как неравнодушные граждане, и как «бесы»), а акции в защиту сквера характеризуются и как стихийные, и как хорошо организованные, И. Вепрева и Н. Купина делают вывод, что в целом в медиадискурсе доминирует тезис о запросе протестующих на диалог с властями [там же].

Исследования как служб изучения общественного мнения, так и отдельных ученых ставят вопрос о целях майского протеста в Екатеринбурге, выделяя при этом либо абстрактные цели, которые предполагаются общими для всех, кто решается на протест в современной России, либо подчеркивая предельно конкретное намерение — не допустить строительства храма в сквере. Так или иначе, на первый план выходят цели, тесно связанные с постматериалистическими ценностями (по Р. Инглхарту), поэтому в нашей работе мы стремимся прояснить мотивацию участников протеста.

¹³ Митрополит Кирилл обратился к застройщикам с просьбой убрать забор // Екатеринбургская Епархия. 2019. URL: <http://www.ekaterinburg-eparhia.ru/news/2019/05/20/20971/> (дата обращения: 07.12.2020).

¹⁴ Город и храм: опрос ВЦИОМ в Екатеринбурге // ВЦИОМ. 2019. 22 мая. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9702> (дата обращения: 07.12.2020).

¹⁵ Фонд «Социум» — региональная российская исследовательская компания, существующая с 1996 г. специализируется на маркетинговых, социальных и политических исследованиях.

¹⁶ Колчин Д. Протесты в Шиеесе, Екатеринбурге и Магасе имеют одинаковую причину // URA.RU. 2019. 29 ноября. URL: <https://ura.news/articles/1036279203> (дата обращения: 07.12.2020).

Ценность сквера и значение голоса: анализ интервью

Наше исследование основано на материале 20 полуструктурированных анонимных интервью с участниками протеста¹⁷ в сквере у Театра драмы в Екатеринбурге 13—20 мая 2019 г. Интервью взяты в августе—сентябре 2019 г., по прошествии чуть более трех месяцев с окончания протестных действий. На тот момент подготавливалось городское голосование по вопросу выбора новой площадки строительства храма.

Гайд интервью содержал вопросы об отношении информантов к российским протестам последних лет, об опыте личного участия в протестах и, в основном, о событиях в сквере: как узнали о протесте, почему решили участвовать, кого увидели среди участников, какие лозунги протеста поддерживали, какие нет, как оценивают действия властей, следят ли за дальнейшим развитием ситуации и т. д. Поиск информантов осуществлялся по методу «снежного кома», однако первые несколько участников интервью не предоставили последующих контактов, мотивируя свой отказ тем, что, возможно, их знакомые не будут заинтересованы во взаимодействии с исследователями¹⁸. Таким образом, из двадцати информантов двенадцать найдено с помощью метода «снежный ком», где максимальная длина цепочки составила три человека. Восемь информантов рекрутированы в сообществе «Парки и скверы Екатеринбурга» социальной сети «ВКонтакте». Число информантов для интервью определялось целями исследования, не подразумевавшими количественные выводы.

Собранные интервью отличаются тем, что информанты обладают сложившимся взглядом на события в сквере. Небольшая часть интервьюируемых знает предысторию этих событий протеста (начиная с идеи восстановления храма на пл. Труда), некоторые из них на момент интервью следили за выбором новой площадки под строительство и за судебными процессами над участниками протеста.

Говоря о мотивах, побудивших их прийти отстаивать сквер, информанты прежде всего выражают недовольство посягательством на пространство, с которым они связывают личные истории, которое они считают своим и разделяют с другими горожанами:

На самом деле я просто здесь живу, я очень близко живу, и меня это касается все очень. А так как я живу в этом районе, наверное, уже получается где-то лет 15, то, скажем так... для меня место такое, как двор, как свой личный двор. (Инф. 11)

¹⁷ В статье далее будут использоваться цитаты из интервью. К цитатам частично применена литературная правка. Информанты обозначены цифрами от 1 до 20. Возраст, пол, сфера занятости расшифрованы далее. Инф. 1 — ж., 42, работник музея; Инф. 2 — ж., 21, студент, бариста; Инф. 3 — м., 24, инженер; Инф. 4 — ж., 25, социальный работник, пиар-менеджер в театре; Инф. 5 — м., 31, представитель сферы IT; Инф. 6 — м., 29, художник; Инф. 7 — ж., 30, флорист; Инф. 8 — м., 24, н. д.; Инф. 9 — м., 30, музыкант; Инф. 10 — м., 31, предприниматель; Инф. 11 — м., 45, предприниматель, владелец автосервиса; Инф. 12 — ж., 35, преподаватель вуза; Инф. 13 — м., 25, выпускник консерватории; Инф. 14 — м., 25, выпускник технического факультета УрФУ; Инф. 15 — ж., 30, преподаватель вуза; Инф. 16 — ж., 35, управляющая частной клиникой; Инф. 17 — м., 33, программист-фрилансер; Инф. 18 — м., 33, специалист по обработке камня; Инф. 19 — ж., 59, психоаналитик; Инф. 20 — м., 55, преподаватель вуза.

¹⁸ Поиск информантов был затруднен нежеланием многих участников давать интервью на фоне неопределенности правовых последствий протестов (после завершения протестов несколько протестующих были привлечены к административной ответственности).

...Мы часто собираемся с друзьями на драме. Это излюбленное городское место. И то, что там церковь. Все началось с чего? Забор поставили — и сразу же люди пришли ломать забор. Но, мне кажется, все возмущены просто были, и я возмутился — и пришел. (Инф. 14)

Сквер рассматривается как безусловная ценность, которая для центра города важнее, чем храм. Те несколько респондентов, которые откровенно возмущались деятельностью Русской православной церкви, не выступали против христианства или против строительства храмов в принципе.

Для меня это такая история: я очень жалела деревья, тогда мне еще не совсем было очевидно, что храм [будут строить]... Казалось, что для города ничего лучше деревьев быть не может — никакие сооружения, никакие постройки не стоят того, чтобы убирать сквер. То есть для меня эта зона с растущими деревьями очень дорога, приятна, необходима. (Инф. 19)

Я сторонник того, чтобы храм построили, я православный. Вместе с тем я считаю, что скверы нам нужны. Он нам необходим в том виде, в котором он сейчас есть. (Инф. 13)

Я лично верю в бога, но здесь храму совсем нет места. Есть другие места в городе, где он был бы необходим. На данном месте, конкретно в сквере, недалеко находится храм На крови, храм Златоуст, есть часовня напротив Главпочтамта, при этом нет ни скверов, ни территорий, где можно отдохнуть от суеты. (Инф. 16)

Часто респонденты говорили, что мнение горожан не было услышано. Это один из ключевых мотивов участия в протестах, в особенности на его последних этапах. Мы не можем достоверно выстроить темпоральную структуру формирования мотивов, однако можем предполагать, что мотив «наше мнение не было услышано» появился по мере развития ситуации, когда власти предприняли ряд шагов, демонстрирующих, что храм будет построен, несмотря на возражения со стороны противников этого.

Граждан отказывались слушать абсолютно, в принципе, это все можно было решить спокойно. Граждане предлагали несколько площадок — услышьте, давайте разберем. Цель была не в этом, цель была в том, чтобы продавить свое, пропихнуть свое, что здесь, и нигде больше. Или посмотреть реакцию, как к этому отнесутся люди. (Инф. 4)

В первую очередь это была их ошибка, в мэрии, у губернатора, потому что они не послушали людей, они допустили эти гражданские столкновения. (Инф. 9)

Мне не понравилось, возмутило то, что власть в ходе вот этого противостояния, оно же началось раньше, еще с первых планов застройки территории, они совершенно людей не слушали. То есть как будто их нет — вот это меня возмутило, и захотелось, что называется, проголосовать ногами, хотя бы так выразить свое мнение. (Инф. 12)

В высказываниях респондентов глухота местных властей к позиции горожан приобретает гипертрофированные формы и описывается метафорически: «они живут в другом мире», «горожане для них — пустое место», «власть думает, что мы ее рабы». Именно гипертрофирование мотива «власть нас не слышит» приводит к радикализации протеста и в конечном счете к тому, что люди выходят на улицы. «Власть нас не слышит» — это еще не вполне достаточный повод для протестов, но, когда люди начинают воспринимать свое положение как подчиненное («рабы», «пустое место») по отношению к тем, кто «живет в другом мире», они не видят иного решения, кроме выхода на улицу. Именно несовпадение жизненных установок, почти онтологические разрывы между жизненными мирами протестующих и власти лежат в основании побудительного мотива к действию, а не отнюдь желание участвовать в неких экономических решениях власти, таких как бюджетные траты¹⁹. Данное противопоставление власти выступает второй, если не первой по значимости стержневой ценностью протестующих помимо несогласия с ликвидацией сквера.

Они — не знаю, с какого уровня начинаются «они», — живут в каком-то другом мире, в другой реальности, не чувствуют, что происходит здесь в жизни, что у нас развиваются инновации, самоорганизация, что у нас люди не бараны, что они осознанно подходят к этому городу и своему месту в нем. (Инф. 15)

Это реакция [губернатора и мэра на протест], опять же, мне кажется, людей, которые не склонны были никак считаться с горожанами. То есть горожане для них — это пустое место, это ничего. То есть они считают, что горожане либо глупые люди, которых задурили госдепом, или что-то вроде того. (Инф. 12)

Сначала людей не слышали, когда была реформа пенсионная, потом не услышали, когда были выборы мэра города, когда были президентские выборы — людей тоже не услышали. Складывается такое впечатление, что власть думает, что мы ее рабы... Но ведь это же не так. (Инф. 16)

Мотив «наше мнение не было услышано» вписывается в постматериалистические ценностные ориентации, среди которых свобода, значимость голоса, гражданская ответственность и т. п. Данный мотив получает развитие в высказываниях респондентов следующим образом. «Власти не услышали, что нам важен сквер» — еще одна часто возникающая в интервью тема. Протест становится способом выразить свою позицию, добиться признания себя в качестве субъекта принятия решений. Быть услышанными — результат протеста не менее важный, чем фактическое сохранение сквера у Театра драмы.

Показали все-таки, что мнение людей — важно. (Инф. 7)

Появилась вера в то, что действительно, если каким-то образом выйти и высказать свое недовольство, то там [во власти] на какие-то проценты даже и прислушаются.

¹⁹ Типичного антиклерикального мотива «построить храм в центре, чтобы деньги зарабатывать» в высказываниях респондентов не просматривалось.

Появилась вера в то, что действительно можно добиться справедливости, что все это было не зря. (Инф. 8)

Приятно осознавать, что ты в своем городе можешь что-то изменить, можешь на что-то подействовать хотя бы небольшим даже каким-то участием. (Инф. 11)

Однако возникает вопрос, была ли у горожан возможность быть услышанными до майского протеста? Многие информанты знали об акциях «обними сквер»²⁰, некоторые участвовали в них, — эти акции привлекли внимание горожан к проблеме застройки сквера, но не внимание городской Думы или администрации к этой проблеме. Про официальные инструменты выражения несогласия с планами застройки сквера слышали лишь некоторые информанты. Прежде всего они вспоминают общественные слушания по проекту строительства храма, считают этот инструмент выражения позиции горожан непрозрачным, легко фальсифицируемым. При этом информанты подменяют в своей памяти события зимы 2019 г. (онлайн-обсуждение на сайте мэрии) событиями 1 декабря 2016 г. (очные слушания по проекту храма на насыпном острове в акватории городского пруда), получившими широкое освещение в местных СМИ.

Кроме того, конечно, были и сопутствующие мотивы: в случае с событиями в сквере вряд ли можно говорить о постматериалистическом протесте «в чистом виде». Так, несколько информантов выразили обеспокоенность социально-экономическими проблемами, участие в протесте в сквере и разговор об этом были для них возможностью в целом выплеснуть накопившееся недовольство. Тем не менее разговор о социально-экономической проблематике заходил, как правило, в тех ситуациях, когда интервьюер задавал наводящие вопросы (например, «Был ли протест в сквере только поводом для выражения широкого недовольства?»).

Также вопрос пенсионной реформы. Ну, вот лично меня волнует, хотя я молодой человек достаточно, но как-то очень-очень за это опасаюсь, лишь бы вообще не отменили... из такого, ну, наверное, даже самого важного для меня, это то, что реальные доходы очень сильно падают у населения... Три года назад, например, 50 000 рублей — и 50 000 рублей сейчас, это абсолютно разные деньги. То есть это и топливо, и там запчасти на автомобиль, и продукты питания, то есть, ну, очень сильно, очень сильно все реально подорожало, а зарплаты остались теми же самыми. (Инф. 8)

Просто, между нами, у нас МРОТ что-то там 14 200, да, по-моему. Ты попробуй выживи на 14 200. Я о чем говорю, именно об отношении государства к людям. (Инф. 10)

Иногда респонденты напрямую говорили, что у людей просто накопились негативные эмоции:

²⁰ Повторяется формат акций 2017—2018 гг. «обними пруд», когда часть горожан стремилась защитить городской пруд от создания насыпного острова и строительства на нем храма св. Екатерины. Участники акции, взявшись за руки, выстраивались в живую цепочку вдоль берега.

Сколько обещали возможностей, сколько обещали реализации каких-то прав, а ничего этого нет. Наша жизнь не улучшается, наша жизнь постепенно перерастает в крепостное право, такое — в новой форме. (Инф. 4)

Это результат очень-очень многих действий, которые в городе и в стране происходят без ведома людей. То есть это и пенсионная реформа, и так далее. Люди тогда не выходили, не понимали. А тут как бы этот забор уже всех взбесил. (Инф. 1)

При этом ни один из респондентов не указал на такие причины возможного «накипевшего» недовольства, как бедность, неравенство, неудовлетворенность трудом или, скажем, влияние сверхбогатых людей на принятие политических решений в стране. Да и пенсионной реформой зачастую возмущались лишь постольку, поскольку ее провели, «не спросив людей». Вообще говоря, для постматериалистического протеста характерен приоритет политической свободы, так как осознавая себя *личность* желает быть услышанной, влиять на конкретные решения.

Также респондентам задавали вопросы о возможных личных поводах для участия в протестах в будущем, в качестве них были названы: нарушение прав человека, прав животных, защита окружающей среды, пожары в Сибири, вмешательство государства в личную жизнь граждан, ограничение свободы интернета, потенциальная застройка Исторического сквера в Екатеринбурге, реформа образования, защита населенных пунктов от строительства мусорных полигонов, защита лесов и парков от застройки, серьезные нарушения на выборах, защита представителей сексуальных меньшинств, митинг на пр. Сахарова и «московское дело». Очевидно, что среди полученных ответов доминировала постматериалистическая проблематика.

Только одного респондента мы могли бы охарактеризовать как материалиста. Причины, по которым он готов был бы протестовать, были названы следующие: 1) пересмотр пенсионной реформы; 2) борьба против роста цен на продукты; 3) обоснование роста цен на проезд в городском транспорте; 4) возможный транспортный коллапс в центре города из-за строительства ледового дворца спорта на месте снесенной телебашни. Однако даже здесь ситуация противоречива: на вопрос, испытывает ли он сам какие-то жизненные проблемы, ответ был дан отрицательный:

Стабильность нам уже обеспечили. А что дальше будет? Ну, посмотрим. Сейчас, в общем-то, нечего жаловаться. Работа есть. Где жить — есть. В принципе, какой-то более или менее карьерный рост есть. А там... Ну, не знаю. Может по-всякому жизнь сложиться. (Инф. 3)

Что же касается непосредственно протеста в сквере, проговоренные информантами мотивы носят постматериалистический характер: стремление сохранить зеленые насаждения; эстетические причины (нежелание «видеть кресты» из окна); желание сохранить любимое место для гуляний, тусовок, отдыха; быть услышанным, влиять на ситуацию в городе, показать себя, выразить свою позицию и т. п.

Наконец, очень часто респонденты отмечали, что сами события напоминали фестиваль, тусовку и даже концертную площадку. Для многих участников протест

стал способом творческого самовыражения. Очевидно, что во время борьбы за сохранение сквера формировалась особая коммуникативная среда, сообщество, однако это тема для отдельного исследования с принципиально иными инструментами, главным из которых должно стать включенное наблюдение.

Просто это была хорошая тусовка, там было много людей, там музыка, танцы и песни, пицца бесплатная [смеется]. То есть людям было весело. Вокруг меня людей, которые прям делали какие-то беспорядки, было меньшинство, большинство пришло просто потусить. Весело. Особенно по последним дням это было хорошо видно. (Инф. 5)

Некоторые люди, мне кажется, просто поддались какому-то общественному резонансу, то есть кто-то так же из молодежи пришел просто, как это называется сейчас, похайпиться, сфоткаться с толпой: мы отстаиваем сквер, хештеги, значки, все дела. <...>. То есть какая у них мотивация как бы, с одной стороны, прорекламироваться, а с другой стороны, и поддержать, потому что они тоже часть этого... (Инф. 6)

Несмотря на моменты эскалации протеста, случаи обрушения забора вокруг места строительства храма и задержания участников полицией, в целом атмосферу протеста описывают как доброжелательную. Информантам запомнились примеры творческого самовыражения участников акции в сквере.

Если вы хотите знать о моих ощущениях, такая молодежная тусовка внутри была, была в основном молодежь, хотя были и люди моего возраста. Но в основном молодежь, и они действительно стояли кружками, что-то плясали, танцевали, что-то пели или гуляли. Как-то все это было достаточно спокойно. То есть в тот день, по крайней мере, не было уже никаких попыток что-то сломать. (Инф. 20)

[В последний день протеста] в нескольких местах музыканты выступали, играла музыка, люди пели, то есть что-то было такое вообще... какой-то фестиваль, тусовка. Не было уже ощущения опасности. А сами люди и в первые дни были, мне кажется, очень адекватные, спокойные, то есть с ними было комфортно, благополучно. Не исходило никакой угрозы. (Инф. 19)

В интервью в целом прослеживается образ протестующих как равнодушных горожан, по своей воле пришедших в сквер отстаивать его неприкосновенность. Информанты описывают протест в сквере как мирный, а позицию участников, включая свою собственную, — как искреннюю. Темы справедливости и права голоса в принятии городских решений являются значимыми лейтмотивами интервью.

Заключение

Мы выяснили, что в целом теория постматериализма релевантна при исследовании протестной активности в России. При этом качественная методология ее исследования дает более широкую картину, в рамках которой постматериализм является драйвером протеста, но отнюдь не исключительным его элементом.

На примере протестов в Екатеринбурге мы увидели, что речь должна идти о целой палитре протестных мотиваций, среди которых имеются как «материалистические», так и «постматериалистические». При этом в нашем конкретном случае не играют главной роли. Более того, отчетливо прослеживается прослойка тех, для кого «материалистические» факторы вообще не имеют значения.

По мнению информантов, непосредственная цель протеста — не допустить застройки сквера. В отношении застройки протестующие в целом представляли интересы значительной части горожан [Храм во имя..., 2019]²¹. Однако у каждого информанта было более одного мотива участия, чаще всего упоминалось недовольство невниманием власти к позиции горожан. «Нас не слышат» — один из основных рефренов в корпусе собранных интервью. Власти, прежде всего мэру, вменяется в обязанность способность вступать в диалог с людьми и выражать интересы горожан.

Требование политической субъектности — то, что объединяет этот протест с наиболее исследованными протестами современной России — серией митингов «за честные выборы» 2011—2012 гг. Заявляя свое право на участие в принятии городских решений, информанты позиционируют себя в качестве свободных граждан, выбирающих участие в протесте как единственный из оставшихся способов волеизъявления.

Ощущение единства целей с другими участниками протеста, несмотря на возрастные и социальные различия, описание атмосферы протеста как доброжелательной и творческой — также одна из сквозных тем интервью, позволяющая установить сходство между исследуемым протестом и столичными политическими акциями 2011—2012 гг. [Гладарев, 2012; Ваньке, 2013; Желнина, 2014].

В целом самопозиционирование участников протеста как свободных горожан, не только защищающих сквер от застройки, но и утверждающих свое право на принятие решений на уровне города, позволяет характеризовать их как людей, вышедших отстаивать нематериальные ценности, и сам протест — как постматериалистический. Согласно теории Р. Инглхарта, частота подобных протестов может продолжить расти, даже несмотря на глобальное усиление социального неравенства. Высокая численность протеста в Екатеринбурге в мае 2019 г. и его широкая медийная известность объяснимы с точки зрения растущего интереса людей именно к постматериалистической повестке.

Кроме того, данное исследование показывает, что российским властям при оценке протестов важно учитывать эту нематериальную составляющую. Зачастую в подобного рода противостояниях именно власти выступают «материалистами», оперируя аргументами пользы, материального блага (например, при строительстве Томинского ГОКа в Челябинске). Именно игнорирование ценностной, постматериалистической позиции протестующих со стороны властей приводит к тому, что данные конфликты не удается решить переговорами. Напротив, внимание к ценностям тех, кто ради их защиты готов протестовать, будет способствовать снижению напряженности в российском обществе.

²¹ См. также: Город и храм: опрос ВЦИОМ в Екатеринбурге // ВЦИОМ. 2019. 22 мая. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9702> (дата обращения: 07.12.2020).

Список литературы (References)

Бараш Р. Э. Интернет как средство самоактуализации и революционной самоорганизации // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2012. № 3. С. 100—109. URL: https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2012/109/2012_109_8_Barash.pdf (дата обращения: 08.12.2020).

Barash R. E. (2012) The Internet as a Means of Self-Actualization and Revolutionary Self-Organization. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 100–109. URL: https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2012/109/2012_109_8_Barash.pdf (accessed: 08.12.2020). (In Russ.)

Белокурова Е. Старое и новое в дискурсе гражданского общества и характере общественных движений // Неприкосновенный запас. 2012. № 4. С. 60—66. URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/neprikosnovennyj_zapas/84_nz_4_2012/article/18904/ (дата обращения: 08.12.2020).

Belokurova E. (2012) Old and New in the Discourse of Civil Society and the Nature of Social Movements. *Neprikosnovennyj Zapas*. No. 4. P. 60–66. URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/neprikosnovennyj_zapas/84_nz_4_2012/article/18904/ (accessed: 08.12.2020). (In Russ.)

Ваньке А. Коллективное тело протеста // Социология власти. № 4. 2013. С. 79—103. URL: [https://socoftpower.ranepa.ru/files/docs/4\(2013\)/5.pdf](https://socoftpower.ranepa.ru/files/docs/4(2013)/5.pdf) (дата обращения: 08.12.2020).

Vanke A. (2013). Collective Body of Protest. *Sociology of Power*. No. 4. P. 79–103. URL: [https://socoftpower.ranepa.ru/files/docs/4\(2013\)/5.pdf](https://socoftpower.ranepa.ru/files/docs/4(2013)/5.pdf) (accessed: 08.12.2020). (In Russ.)

Вепрева И. Т., Купина Н. А. «Скверная история»: аксиологическая реальность текущего времени в медийном освещении // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2019. Т. 25. № 4. С. 6—14. URL: <http://hdl.handle.net/10995/78610> (дата обращения: 08.12.2020).

Vepreva I. T., Kupina N. A. (2019). “Bad Story”: Axiological Reality of the Current Time in the Media Coverage. *Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1. Issues in Education, Science and Culture*. Vol. 25. No. 4. P. 6–14. URL: <http://hdl.handle.net/10995/78610> (accessed: 08.12.2020). (In Russ.)

Гладарев А. С. Градозащитные движения Петербурга накануне «Зимней революции» 2011—2012 г.: анализ из перспективы французской прагматической социологии // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2012. № 4. С. 29—43. URL: https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2012/110/2012_110_03_Gladarev.pdf (дата обращения: 08.12.2020).

Gladarev A. S. (2012) City-Protective Movements of St. Petersburg on the Eve of the Winter Revolution 2011–2012: An Analysis from the Perspective of French Pragmatic Sociology. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 29–43. URL: https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2012/110/2012_110_03_Gladarev.pdf (accessed: 08.12.2020) (In Russ.)

Желнина А. «Тусовка», креативность и право на город: городское публичное пространство в России до и после протестной волны 2011—2012 годов // *Stasis*. 2014. Т. 2. № 1. С. 228—260. URL: <http://stasisjournal.net/index.php/journal/article/view/70> (дата обращения: 07.12.2020).

Zheltnina A. (2014) “Hanging Out”, Creativity, and the Right to the City: Urban Public Space in Russia Before and After the Protest Wave of 2011–2012. *Stasis*. Vol. 2. No. 1. P. 228–260. URL: <http://stasisjournal.net/index.php/journal/article/view/70> (accessed: 07.12.2020). (In Russ.)

Козырев Г. И. Конфликтный потенциал современного российского общества // *Социологические исследования*. 2017. № 6. С. 68—78. <https://doi.org/10.7868/S013216251706006X>.

Kozyrev G. I. (2017) The Conflict Potential of Contemporary Russian Society. *Sociological Studies*. No. 6. P. 68–78. <https://doi.org/10.7868/S013216251706006X>. (In Russ.)

Корюкова О. П. Кейс «дискурсы противников и сторонников строительства храма на воде в Екатеринбурге» // 90 лет Викторову Владимиру Петровичу: материалы круглого стола «Религия и религиоведение на Урале», Екатеринбург, 20 октября 2017 года, сборник научных статей и тезисов. Екатеринбург: Деловая книга, 2018. С. 133—141. URL: <http://hdl.handle.net/10995/64738> (дата обращения: 08.12.2020).

Koryukova O. P. (2018) Case-Study “Discourses of Opponents and Supporters of the Construction of the Temple-on-Water in Ekaterinburg”. In: *Papers and Abstracts Digest 90 Years to Viktor Vladimir Petrovich: Materials of the Round Table “Religion and Religious Studies in the Urals”, Ekaterinburg, October 20, 2017*. Ekaterinburg: Delovaya kniga. P. 133–141. URL: <http://hdl.handle.net/10995/64738> (accessed: 08.12.2020). (In Russ.)

Магун А. Протестное движение 2011—2012 годов в России: Новый популизм среднего класса // *Stasis*. 2014. Т. 2. № 1. С. 192—226. URL: <http://stasisjournal.net/index.php/journal/article/view/67> (дата обращения: 07.12.2020).

Magun A. (2014) Protest Movement 2011–2012 in Russia: A New Middle-Class Populism. *Stasis*. No. 1. P. 260–295. URL: <http://stasisjournal.net/index.php/journal/article/view/67> (accessed: 07.12.2020). (In Russ.)

Осеев А. А. Социальная напряженность и социальные конфликты в российском обществе: предпосылки, стадии развития и индикаторы // *Социальная политика и социология*. 2014. № 4. С. 69—83. URL: https://rgsu.net/about/science/publishing/magazine/2014SP/2014SP-1_1481.html (дата обращения: 08.12.2020).

Oseev A. A. (2014) Social Tensions and Social Conflicts in Russian Society: Background, Stage of Development and Indicators. *Social Policy and Sociology*. No. 4 P. 69–83. URL: https://rgsu.net/about/science/publishing/magazine/2014SP/2014SP-1_1481.html (accessed: 08.12.2020). (In Russ.)

Пантин В. И. Массовое сознание в современной России: размежевания, противоречия, сопряжения // *Вестник Института социологии*. 2015. № 12. С. 100—117. URL: https://www.vestnik-isras.ru/files/File/Vestnik_2015_12/Pantin.pdf (дата обращения: 08.12.2020).

Pantin V. I. (2015) Mass Consciousness in Modern Russia: Cleavages, Contradictions, Conjugations. *Bulletin of the Institute of Sociology*. No. 12. P. 100–117. URL: https://www.vestnik-isras.ru/files/File/Vestnik_2015_12/Pantin.pdf (accessed: 08.12.2020). (In Russ.)

Петухов В. В. Готовность россиян к отстаиванию своих социально-экономических прав в «новой кризисной реальности» // Социологические исследования. 2016. № 11. С. 86—96. URL: <http://socis.isras.ru/article/6437> (дата обращения: 08.12.2020).

Petukhov V. V. (2016) Readiness of Russians to Uphold Their Socio-Economic Rights in the “New Crisis Reality”. *Sociological Studies*. No. 11. P. 86–96. URL: <http://socis.isras.ru/article/6437> (accessed: 08.12.2020). (In Russ.)

Петухов В. В. Гражданское участие в современной России: взаимодействие политических и социальных практик // Социологические исследования. 2019. № 12. С. 3—14. <https://doi.org/10.31857/S013216250007743-0>.

Petukhov V. V. (2019) Civic Participation in Russia Today: Interaction of Social and Political Practice. *Sociological Studies*. No. 12. P. 3–14. <https://doi.org/10.31857/S013216250007743-0>. (In Russ.)

Соколов Е. «Вы нас даже не представляете»: формы политического представления протеста // Неприкосновенный запас. 2014. № 5. С. 133—146. URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/neprikosnovennyj_zapas/97_nz_5_2014/article/11141/ (дата обращения: 08.12.2020).

Sokolov E. (2014) “You Don’t Even Represent Us”: Forms of Political Representation of Protest. *Neprikosnovennyj zapas*. No. 5. P. 133–146. URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/neprikosnovennyj_zapas/97_nz_5_2014/article/11141/ (accessed: 08.12.2020). (In Russ.)

Соколова А., Головина М., Семирханова Е. «Вы нас даже не представляете»: социальный портрет митингующих в динамике // «Мы не немые»: Антропология протеста в России 2011—2012 годов / под ред. А. С. Архиповой*. Тарту: Научное издательство ЭЛМ, 2014. С. 84—122. URL: <https://publications.hse.ru/chapters/197433028> (дата обращения: 08.12.2020).

Sokolova A., Golovina M., Semirkhanova E. (2014) “You Don’t Even Represent Us”: A Social Portrait of Protesters in Dynamics. In: Arkhipova A. S.* (ed.) “We are not dumb”: *Anthropology of Protest in Russia 2011–2012*. Tartu: Scientific Publishing House ELM. P. 84–122. URL: <https://publications.hse.ru/chapters/197433028> (accessed: 08.12.2020). (In Russ.)

Храм во имя св. Екатерины — подарок городу или яблоко раздора? // Социум. 2019. URL: <https://fsocium.com/hram-ekateriny-2019/> (дата обращения: 08.12.2020).

The St. Catherine Temple – a Gift to the City or an Apple of Discord? (2019) *Socium*. URL: <https://fsocium.com/hram-ekateriny-2019/> (accessed: 08.12.2020). (In Russ.)

Buechler S. M. (1995) New Social Movement Theories. *The Sociological Quarterly*. Vol. 36. No. 3. P. 441–464. <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.1995.tb00447.x>.

* 26.05.2023 внесена в реестр иностранных агентов.

- Cameron S. M. (2013) Postmaterialism in Times of Crisis. Prepared for the Panel S09 P290 'Resisting the Markets. Economic Actors and Issues in Global Uprisings From the Middle-East to North-America', European Consortium for Political Research General Conference, Bordeaux, 4–7 September 2013. URL: <https://ecpr.eu/filestore/paper-proposal/82449099-9a96-4739-a2ab-7d665b6c4b10.pdf> (accessed: 07.12.2020).
- Farah B. G., Barnes S. H., Heunks F. (1979) Political Dissatisfaction. In: Barnes S. H., Kaase M. (eds.) *Political Action: Mass Participation in Five Western Democracies*. Beverly Hills, CA, London: Sage. P. 381–407.
- Henn M., Oldfield B., Hart J. (2017) Postmaterialism and Young People's Political Participation in a Time of Austerity. *The British Journal of Sociology*. No. 3. P. 712–737. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12309>.
- Inglehart R. (1977) The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles Among Western Publics. Princeton: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400869589>.
- Inglehart R. (1979) Political Action: The Impact of Values, Cognitive Level, and Social Background. In: Barnes S. H., Kaase M. (eds.) *Political Action: Mass Participation in Five Western Democracies*. Beverly Hills, CA, London: Sage. P. 343–380.
- Inglehart R. (2018) Cultural Evolution: People's Motivations are Changing, and Reshaping the World. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108613880>.
- Inglehart R., Norris, P. (2017) Trump and the Populist Authoritarian Parties: The Silent Revolution in Reverse. *Perspectives on Politics*. Vol. 15. No. 2. P. 443–454. <https://doi.org/10.1017/s1537592717000111>.
- Kriesi H. P., Koopmans, R., Duyvendak, J., Giugni, M. (1995) *New Social Movements in Western Europe. A Comparative Analysis*. Minneapolis, MN: Minnesota Press.
- Quaranta M. (2015) Political Protest in Western Europe. Exploring the Role of Context in Political Action. Cham: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-22162-5>.
- Theocharis Y. (2010) Young People, Postmaterialism and Online Political Activism: The Greek Case. Paper presented at the PSA Annual Conference 2009 7th to 9th April 2009, Manchester, UK. URL: <https://www.gpsg.org.uk/wp-content/uploads/2014/06/2009-P1-Theocharis.pdf> (accessed: 07.12.2020).
- Vráblíková K. (2015) Privileged Post-Materialists or Excluded Radicals? Different Pathways of Protest Participation in a Case-Control Study. URL: <http://www.vrablikova.info/pdf/vrablikova-privileged-postmaterialists-or-excluded-radicals.pdf> (accessed: 07.12.2020).

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.976](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.976)



В. Б. Звоновский, М. В. Григорьева

ПРАКТИКА ПРОВЕДЕНИЯ РОБОТИЗИРОВАННЫХ РЕПРЕЗЕНТАТИВНЫХ ТЕЛЕФОННЫХ ОПРОСОВ

Правильная ссылка на статью:

Звоновский В. Б., Григорьева М. В. Практика проведения роботизированных репрезентативных телефонных опросов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 73—96. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.976>.

For citation:

Zvonovsky V. B., Grigorieva M. V. (2020) Experiences With IVR Representative Surveys. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 73–96. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.976>. (In Russ.)

ПРАКТИКА ПРОВЕДЕНИЯ РОБОТИЗИРОВАННЫХ РЕПРЕЗЕНТАТИВНЫХ ТЕЛЕФОННЫХ ОПРОСОВ

ЗВОНОВСКИЙ Владимир Борисович — доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии и психологии, Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия; президент, Фонд социальных исследований, Самара, Россия

E-MAIL: zvb@socio-fond.com

<https://orcid.org/0000-0002-8805-9028>

ГРИГОРЬЕВА Мария Владимировна — кандидат политических наук, доцент кафедры социологии и психологии, Самарский государственный экономический университет, Москва, Россия

E-MAIL: mariagrigorieva9@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2819-9368>

Аннотация. В статье представлен обзор современных зарубежных и отечественных практик проведения роботизированных телефонных опросов (IVR/T-ACASI) в социологических исследованиях, их длительности, выбора скорости и тембра речи, материального и нематериального стимулирования респондентов, формулирования приветствия, использования сенситивных тем и вопросов. На основе результатов четырех волн экспериментального опроса избирателей Санкт-Петербурга накануне выборов губернатора города ($N = 136, 387, 1256, 1529$), проведенного с июля по сентябрь 2019 г., в статье сделан вывод о применимости зарубежных исследовательских рекомендаций к российским реалиям, а также выявлены особенности типичного поведения отечественных

EXPERIENCES WITH IVR REPRESENTATIVE SURVEYS

Vladimir B. ZVONOVSKY^{1,2} — Dr.Sci. (Soc.), Professor, Head of Department of Sociology and Psychology; President

E-MAIL: zvb@socio-fond.com

<https://orcid.org/0000-0002-8805-9028>

Maria V. GRIGORIEVA¹ — Cand. Sci. (Pol.), Associate Professor at the Department of Sociology and Psychology

E-MAIL: mariagrigorieva9@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2819-9368>

¹ Samara State University of Economics, Samara, Russia

² Social Research Foundation, Samara, Russia

Abstract. The article overviews modern foreign and domestic practices in conducting automated telephone surveys (IVR/T-ACASI) as part of sociological research highlighting aspects such as duration, speaking rate and pitch, financial and non-financial incentives for respondents, introduction wording and use of sensitive questions. The article is based on the results of four waves of an experimental survey among the residents of St Petersburg ($N = 136, 387, 1256, 1529$) on the eve of the St Petersburg gubernatorial election, from July to September 2019. The authors argue that findings of the foreign studies can be applied to the Russian realities and detect specific features in the behavior of the Russian respondents. In particular, the article justifies that surveys conducted over a short time frame ensure the

респондентов. В частности, обосновано проведение опросов в конкретный узкий промежуток времени с целью обеспечения наиболее высоких показателей кооперации респондентов; продемонстрирована важность формулировок приветствия, позволяющих минимизировать отказы от интервью. В заключении проанализированы возможности использования данных, собранных в ходе роботизированного опроса для формирования электорального прогноза. Статья предлагает рекомендации по использованию технологии IVR в российских исследованиях и намечает направления для дальнейшего усовершенствования данного метода.

Ключевые слова: телефонный опрос, роботизированный опрос, технология IVR, телефонный опрос избирателей, методика IVR-опроса, доступность респондентов

highest possible rates of respondent cooperation. Besides that, using a proper survey introduction wording can help keep non-responses to a minimum. In conclusion, the authors describe how the data collected via automated surveys can be used in election forecasting. The article offers recommendations for using the IVR technique in the Russian studies and outlines how this method can be further improved.

Keywords: telephone survey, automated survey, IVR, election survey, IVR survey method, respondent reach

Введение

Роботизированные телефонные опросы (или IVR¹-опросы) — один из новых и быстро набирающих популярность методов проведения социальных и маркетинговых исследований. Это комбинация технологий сбора данных, когда используется записанный или сгенерированный голос «интервьюера», а респондент отвечает путем нажатия клавиш телефона в тональном режиме или дает вербальные ответы, а система распознает и фиксирует их в базе данных.

Сегодня телефонные опросы — один из самых быстрых и дешевых способов первичного сбора данных в социологических, маркетинговых и электоральных исследованиях; они в наибольшей степени соответствуют требованиям к репрезентативным опросам. Именно в телефонных опросах, проводящихся в специально оборудованном помещении, где работу интервьюеров легко контролировать, а отклонение от инструкций можно оперативно обнаружить и предотвратить, реже встречаются фальсификации данных и ошибки измерения, связанные с «эффектами интервьюера» [Groves, 2004; Menold, Kemper 2013].

¹ IVR (interactive voice response (англ.) — интерактивный голосовой ответ) — это компьютеризированная технология сбора данных, также известная под аббревиатурой T-ACASI (telephone audio computer-assisted self-interviewing), но такое обозначение в литературе встречается гораздо реже.

Роботизированные телефонные опросы позволяют усилить эти преимущества: увеличить стандартизованность проведения интервью, существенно сократить стоимость исследования за счет уменьшения расходов на интервьюеров, радикально увеличить скорость сбора данных и охват исследуемой совокупности.

Еще недавно метод IVR как способ сбора данных проигрывал наиболее распространенному методу CATI (где вопросы респонденту задаются «настоящим» интервьюером) по показателям коэффициентов ответов и завершенных интервью [Curtin, Presser, Singer, 2005], но эти потери сегодня компенсируются широтой охвата (количеством телефонных номеров для дозвона) и кратчайшими сроками выполнения всех намеченных звонков, недоступных при использовании метода CATI [Kreuter, Presser, Tourangeau, 2008; Lee et al., 2018]. Столь же внушительно и сокращение расходов на сбор данных, так как отпадает необходимость нанимать интервьюеров. Все это — основные и несомненные технические преимущества метода IVR.

Но есть у него и другое крайне важное достоинство: IVR-опросы позволяют существенно снизить ошибки измерения, связанные не только с «эффектами интервьюера», но и с «эффектами респондента». Одним из основных источников такого рода ошибок являются ситуации, когда участников опроса просят отвечать на вопросы, затрагивающие так называемые чувствительные темы². Общаясь с живым человеком, респондент может побояться или просто не захотеть давать честный ответ, либо будет стремиться дать ответ, по его мнению, наиболее желательный, социально одобряемый. А роботизированные телефонные опросы обеспечивают полную конфиденциальность. Метод IVR может стать незаменимым, если в исследование включены вопросы, варианты ответов на которые содержат стигматизирующие в обществе характеристики, — например, затрагивающие тему здоровья и предполагающие наличие «неудобных» заболеваний [Shaw, Verma, 2007].

Отвечая на «чувствительные вопросы» роботу, респонденты не только с большей вероятностью сознаются в чем-то, что воспринимается как социально неодобряемое, но и, не испытывая потребности производить хорошее впечатление на интервьюера, менее склонны приписывать себе социально одобряемые, желательные характеристики и завышать свои социальные достижения [Kreuter, Presser, Tourangeau, 2008]. Поэтому некоторые исследователи предлагают сообщать респонденту, что разговор будет идти с роботом, в самом начале интервью и подчеркивать анонимность такого разговора [Amaya et al., 2018].

² Чувствительные, или чувствительные, темы (sensitive topics) — собирательный термин, касающийся вопросов, которые могут вызвать у респондентов негативные эмоции, нежелание давать честные ответы, а то и вовсе участвовать в опросе. Термин не получил однозначного определения в научной литературе. Как правило, принадлежность того или иного вопроса к числу чувствительных определяется по трем различным, но взаимосвязанным аспектам: 1) назойливость — респонденты могут считать вопрос оскорбительным или просто недопустимым со стороны той или иной организации (например, вопрос о религиозных убеждениях респондента); 2) опасность — респонденты могут опасаться, что предоставляемая ими информация попадет в нежелательные руки (например, информация об уровне и источниках дохода окажется в распоряжении налоговых служб или агентов рынка; или информация о вредных привычках и сексуальной жизни подростка поступит администрации его школы или будет подслушана его родителями в ходе интервью); 3) стигматизация — вопросы могут потребовать от респондента признания в социально неодобряемых характеристиках (признание в наличии определенных заболеваний или согласие с непопулярным, порицаемым в обществе мнением). Отсутствие четкого определения термина «чувствительные темы» связано также с тем, что набор таких тем будет различным для разных стран и даже для разных социальных групп населения [Lavrakas, 2008].

IVR в сравнении с разговором с живым человеком предпочитают люди с низким уровнем доходов (это единственное различие между группами респондентов, выделенными по стандартным социо-демографическим показателям, в отношении степени их готовности проходить IVR-опрос). Других отличий в качестве получаемой методом IVR информации по сравнению с данными, получаемыми в ходе традиционных телефонных интервью, выявлено не было [Pariyo et al., 2019].

Методические особенности IVR интервью

Перед исследователями, проводящими роботизированные опросы, стоит ряд специфических задач, которым необходимо уделять внимание, чтобы использовать преимущества метода в полной мере. К ним относятся:

- качество технологического и программного обеспечения процесса проведения опроса данного типа;
- особые требования к дизайну опросника;
- необходимость учета психологических особенностей респондентов для стимулирования их к сотрудничеству и удержания их внимания до конца интервью.

Поскольку при опросе методом IVR отсутствует живой интервьюер, в чьи задачи среди прочего входят налаживание кооперации, разъяснение сути вопросов, удержание внимания и интереса респондента, то все эти моменты должны быть заранее продуманы и решены в составленном и записанном опроснике [Рогозин, Вырская, 2019].

Наиболее значимую роль в IVR-интервью играет содержание приветствия, поскольку именно от него во многом зависит решение респондента об участии в опросе.

Записанный голос должен вызывать доверие, а формулировки вопросов и предложений должны свидетельствовать о компетентности людей, проводящих опрос. При этом необходимо избегать ситуации, в которой респондент может почувствовать себя в роли подчиненного. **В обращении к респонденту необходимо избегать языка субординации, следует использовать стиль общения между равными взрослыми людьми** (Adult-to-Adult Communication Style). Не стоит использовать формулировки, которые потенциальные респонденты могут счесть унижительными, например: «Вы должны пройти этот опрос сегодня!» или «Чтобы у нас была возможность помочь решить проблемы школьного образования в вашем городе, вам необходимо пройти этот опрос». Правильный вариант звучал бы так: «Ваши ответы смогут помочь лучше понять проблемы, стоящие перед школами в нашем городе» [Comley, 2006].

Необходимо внимательно относиться к тому, что **цели, с которыми проводится опрос, могут быть понятны и близки одним людям, но оставлять равнодушными других и даже вызывать у них отторжение.** Поэтому в приветствии необходимо подчеркнуть положительные для потенциальных респондентов моменты, а отрицательные сделать менее заметными. Эти моменты в приветствии должны корректироваться по ходу проведения исследований и наблюдения за реакциями участников опроса, чтобы в дальнейшем повышать вероятность получения ответов и завершенных интервью [Groves, Singer, Corning, 2000].

Полезным может оказаться **упоминание в приветствии названия организации, которая проводит или спонсирует проведение опроса**. Как правило, население большинства стран считает заслуживающими доверия и имеющими право задавать вопросы различные государственные структуры, а также крупные и хорошо известные местные университеты. Впрочем, спонсорство любой — некоммерческой или коммерческой, правительственной или общественной — организации стоит обозначить в приветствии, поскольку повышает доверие респондента к опросу и увеличивает шанс на его кооперацию [Dillman, Smyth, Christian, 2014]. Положительно на ответах респондентов может сказаться предоставление более подробных сведений о целях опроса, однако не рекомендуется включать такую информацию в сам опрос. Например, не стоит предусматривать возможность прослушать дополнительную информацию об опросе путем нажатия той или иной клавиши телефона прямо во время проведения IVR-интервью. Лучше ограничиться указанием на ресурсы, где эта информация может быть получена.

Если у конкретного респондента уже есть определенная история участия в опросах, то **указание на сходство данного опроса с предыдущими или на связь респондента с организацией, проводящей текущий опрос, положительно скажется на готовности респондента принять участие** и в этот раз [Lynn, 2009].

Еще один способ повысить кооперацию респондентов — **денежное или иное материальное поощрение** участия. Зарубежные исследователи указывают, что лучше предоставлять такие стимулы заранее (предваряющая дозвон почтовая или смс-рассылка) и «безвозмездно», чтобы они мотивировали принять участие, а не были приманкой, вынуждающей пройти опрос. Ученые подчеркивают, что таким способом доверие респондента завоевывается более эффективно и, следовательно, повышается его готовность к сотрудничеству. Предоставляя стимул вместе с запросом до прохождения опроса, исследователь как бы говорит, что это всего лишь «небольшой знак признательности», и таким образом демонстрирует доверие и уважение к потенциальным респондентам, которые имеют возможность просто положить деньги в карман, уклонившись от участия [Church, 1993; Singer, Ye, 2013]. Что касается размера денежного поощрения, то, как указывают зарубежные исследователи, два доллара будут лучше, чем один, но вот сумма в пятнадцать долларов за десятиминутный опрос скорее вызовет подозрения, нежели доверие, и с большей вероятностью станет удерживающим от кооперации фактором [Trussell, Lavrakas, 2004]. Очевидно, что такой стимул не будет адекватным для массовых опросов, поскольку трудно подобрать размер вознаграждения, в одинаковой степени стимулирующий группы с разным уровнем доходов.

Готовность респондентов проходить телефонные опросы значительно уменьшилась со временем, о чем свидетельствуют неуклонно снижающиеся показатели ответов [Curtin, Presser, Singer, 2005]. В первую очередь это заметно в наиболее молодой возрастной группе, представители которой больше привыкли иметь дело с текстовыми сообщениями, нежели с голосовыми вызовами³. Исследователям стоит задуматься о предоставлении респонденту возможности пройти опрос

³ Lenhart A., Ling R., Campbell S., Purcell K. Teens and Mobile Phones: Text Messaging Explodes as Teens Embrace It as the Centerpiece of Their Communication Strategies With Friends // Pew Research Center. 2010. April 20. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2010/04/20/teens-and-mobile-phones/>.

в удобном для него режиме [Olson, Smyth, Wood, 2012]. Это может быть использование тонального набора, позволяющего выбирать варианты ответов путем нажатия клавиш, либо других возможностей смартфонов (но тогда остро встает вопрос разработки дизайна анкет, заполнение которых стало бы увлекательным для респондента) [Link et al., 2014]. Тем не менее часть исследователей полагают, что если предоставить респонденту возможность выбрать режим прохождения опроса, это скорее снизит коэффициент ответов, так как необходимость переключаться с одного способа на другой вызовет желание просто прервать интервью в момент переключения [Millar, Dillman, 2011].

Представления о допустимой длине анкеты сильно разнятся в зависимости от характера исследования. Иногда она доходит до 40 вопросов, но в таком случае участие в опросе напрямую связано с интересами респондента, который имеет отношение к исследуемой организации. К примеру, это могут быть опросы о состоянии здоровья, проводимые клиникой, в которой наблюдается респондент, или опросы выпускников конкретного университета [Kreuter, Presser, Tourangeau, 2008; Shaw, Verma, 2007]. В остальных же случаях рекомендуется сократить длину опросника, задавая только необходимые для конкретного исследования вопросы и добиваясь ответов на минимально необходимом уровне детализации. Исследователь не должен пытаться утаить от респондента предполагаемые временные затраты, поскольку это, согласно собранным данным, не влияет положительно на коэффициент завершенных интервью [Dillman, 2011; Pariyo et al., 2019]. Время, необходимое для прохождения опроса, — ценный ресурс для респондента, который готовы потратить далеко не все. Следует учитывать, что нежелание отвечать усиливается, если сами вопросы сложны для понимания. Стремление получить ответы на подробные и разноплановые вопросы, собрать всю возможную информацию «про запас» входит в конфликт с лимитом терпения респондентов. Сегодня повседневное общение стало намного короче и быстрее, для него требуется немногим более щелчка мыши или нажатия клавиши на экране смартфона. Поэтому допустимы интервью длиной в 10—12 вопросов (и все они должны напрямую соотноситься с целями, ради которых и был организован опрос). Сами вопросы должны предполагать ответы «да/нет», выбор из ограниченного числа вариантов или выбор наиболее подходящей оценки из предложенных вариантов. Стоит избегать формулировок с ранжированием, так как респонденту будет сложно удерживать варианты в памяти. Лучше не злоупотреблять порядковыми шкалами, ибо люди склонны запоминать и чаще выбирать крайние категории [Dillman et al., 2009]. Предпочтительны повышенная скорость речи и сокращение пауз между вопросами, чтобы не истощить терпение участников опроса [Amaуa et al., 2018; Charoenruk, Olson, 2018]⁴.

В российской практике использование роботов в массовых телефонных опросах носит единичный и очень узкий характер. Так, Д. Рогозин и М. Вырская рассказывают о своей попытке с помощью роботизированного опроса рекрутировать выборку респондентов, которые впоследствии должны были быть опрошены ме-

⁴ См. также: Lenhart A., Ling R., Campbell S., Purcell K. Teens and Mobile Phones: Text Messaging Explodes as Teens Embrace It as the Centerpiece of Their Communication Strategies With Friends // Pew Research Center. 2010. April 20. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2010/04/20/teens-and-mobile-phones/>.

тодом обычного телефонного опроса [Рогозин, Вырская, 2019]. Методологическое описание репрезентативных телефонных опросов с использованием IVR по состоянию на август 2020 г. не обнаружено.

Итоги обзора достигнутых в разных странах результатов проведения роботизированных опросов можно представить следующим образом (см. табл. 1).

Таблица 1. *Достоинства и недостатки роботизированного интервью (IVR)*

Достоинства	Недостатки	Аспекты, требующие внимания
Высокая стандартизированность	Небольшая длительность интервью	Приветствие, включая обозначение целей проведения опроса
Низкая стоимость	Доминирование дихотомических шкал	Скорость, тембр голоса
Высокая скорость		Обозначение спонсора опроса
Низкая чувствительность		Материальное вознаграждение

Как видим, снижение стоимости и времени на проведение сбора данных с помощью IVR заставляет нас использовать интервью меньшей длительности по сравнению с традиционными телефонными интервью и ограничивать себя простейшими дихотомическими шкалами. С другой стороны, высокая стандартизация IVR-опроса не исключает формирования искусственного разнообразия голосов и тембра синтезированного голоса.

Тестирование метода IVR интервью на выборах губернатора Санкт-Петербурга в 2019 г.

Методология исследования

Для проведения тестовых измерений была выбрана генеральная совокупность избирателей Санкт-Петербурга, что обусловлено рядом причин, к ключевым из которых относятся:

- ее большой объем и разнообразие единиц, позволяющие генерализировать результаты теста на население большей части страны;

- в этой совокупности на регулярной основе проводились волны опроса методом традиционного CATI, что дало возможность сопоставить результаты двух массивов данных, собранных на одной популяции и с одним основанием выборки (в обоих случаях использовалось одно и то же основание для производства выборки телефонных номеров), но с применением двух методов;

- Санкт-Петербург традиционно относится к «трудным» для проведения опросов регионам России по причине высокой мобильности горожан, их включенности в разнообразные городские практики. Это приводит к низкой кооперации и большой доле отказов. Такие особенности населения города позволяют предположить, что достигнутые на этой популяции результаты тестирования роботизированного

опроса не будут значительно отличаться от результатов аналогичного тестирования по всей стране.

При всех особенностях избирателей Санкт-Петербурга как генеральной совокупности, результаты, полученные на этой популяции, можно распространить на другие крупные российские города в силу сходства практик коммуникативного поведения населения, в частности общения посредством телефонной связи.

Цели, задачи и методические предпосылки исследования

Целью проведенного исследования было тестирование роботизированной системы сбора первичных данных в ходе массового социологического опроса. Для этого был проведен роботизированный опрос населения крупного российского города одновременно с опросом, реализованным методом традиционного CATI-опроса.

Были поставлены следующие задачи исследования:

- построить оптимальный дизайн анкеты;
- сформировать адекватный набор используемых шкал;
- определить оптимальное время проведения опроса;
- сравнить результаты традиционного телефонного и роботизированного опросов.

Объект исследования — массивы первичных данных, собранных роботом и интервьюерами. **Предмет исследования** — расхождения между данными, собранными с помощью роботов и с помощью интервьюеров, и факторы, влияющие на степень обнаруженных расхождений.

В данной статье под роботом мы будем понимать программный комплекс, предназначенный для синтеза и распознавания человеческой речи, а также сигналов телекоммуникационных сетей. Распознанные ответы респондентов составляют анализируемый массив данных, а зафиксированные и проинтерпретированные сигналы телекоммуникационных сетей формируют массив параданных, дающий возможность оценить качество проведения самого опроса: отбора и достижимости различных групп респондентов (по ключевым социально-демографическим характеристикам).

В зарубежных социологических исследованиях технические аспекты, связанные с настройкой программного обеспечения, как правило, игнорируются. Исключение составляют медицинские исследования, сосредоточенные на решении сугубо медицинских задач (есть ли у пациента те или иные симптомы заболевания, какие он принимает лекарства и иная информация, позволяющая в автоматическом режиме сформировать предварительный диагноз), и в таких проектах респонденты, как правило, напрямую заинтересованы в сотрудничестве [Falconi, Johnston, Hogg, 2016; James et al., 2018]. Но и из этих работ можно получить ценные советы. Рекомендуется в ходе первоначального тестирования системы привлекать координаторов, которые будут подключаться к интервью и отслеживать правильность распознавания роботами ответов, поскольку настройка распознавания речи требует тщательного рассмотрения нескольких переменных. К ним относится установка порога вероятности, необходимая для идентификации ответа, а также конкретные принятые ответы (то есть «да», «конечно», «хорошо»).

Все системы распознавания речи используют вероятностные модели, такие как Hidden Markov model⁵.

Это означает, что робот никогда не может быть на 100 % уверен в том, что данное слово было произнесено. Оценивается только вероятность этого. Например, респондент говорит «выборы». Робот сравнивает произношение с имеющимися у него стандартами. Однако совпадение фонем не может быть стопроцентным, поэтому, давая задание роботу, необходимо принять решение о том, какой уровень вероятности допустим, чтобы распознавание состоялось. Низкие настройки (ответ фиксируется даже когда установленная компьютером вероятность произнесения именно этого слова невысока) несут в себе риск неправильного распознавания слов, а высокие настройки (вероятность произнесения конкретного ответа стремится к 100 %) могут привести к тому, что правильное слово не будет распознано и зафиксировано. Это испытание методом проб и ошибок должно включать респондентов обоего пола, носителей различных акцентов и диалектов, которые предположительно могут оказаться в выборке [Willig et al., 2013].

Другой важный момент — возможность прервать робота и дать ответ, как только респондент услышит подходящий вариант, а не прослушивать все пункты до конца. Установление того, какие части сценария IVR допустимо «прерывать», а какие нет (когда необходима уверенность, что человек прослушал вопрос или фразу целиком, например при выполнении условия информированного согласия), сократит временную нагрузку на участников и повысит полноту и точность информации [ibidem].

Положительным фактором является использование call-центра для исходящих вызовов локальных телефонных префиксов, которые вызывают большее доверие у респондентов. В частности, известно, что звонки с неизвестного «московского» номера могут просто игнорироваться жителями Санкт-Петербурга.

В рамках проведенного нами эксперимента было принято несколько решений относительно выбора тех или вариантов работы робота.

Решение не оповещать участников опроса о том, что их опрашивает робот, оказалось не очень удачным. С одной стороны, не менее 20 % респондентов отвечали на вопросы до конца, будучи уверены в том, что общаются с живым человеком. Другая их часть (не более 5 %) быстро опознавали робота, приветствуя его словами «Здравствуй, Алиса!» или «ОК, Google».

Работа была организована таким образом, чтобы полевая часть исследования заняла как можно меньше времени. Это исключало возможность второй и последующих попыток контакта. Участники опроса не получали какого-либо вознаграждения за участие в опросе. Также им не анонсировали предстоящий звонок из опросного центра. Мы никак не стимулировали людей к участию в опросе, кроме как приветствием, чтобы иметь возможность оценить, приветствия какого рода наиболее эффективны в плане побуждения респондентов к участию в опросе.

С первой волны и во всех последующих волнах исследования мы использовали только характерные для Санкт-Петербурга телефонные префиксы.

⁵ Hidden Markov model (скрытые марковские процессы) представляет собой сравнения некоторых известных стандартов (в случае речи — частотной характеристики звучания различных фонем) и реальных фонем, произносимых (в случае опроса) респондентами.

У респондентов появлялась возможность прервать работу робота в случае, когда варианты ответов были очевидны и не требовали прослушивания всей шкалы ответов (например, пола, возраста и района проживания), а также при повторном зачитывании вопроса и вариантов ответа, если первый ответ был не получен или не распознан.

Особенности формирования выборки

Описываемое исследование было проведено в четыре волны. Генерация телефонных номеров на всех этапах производилась ВЦИОМ. Массив номеров включал в себя операторов мобильной и стационарной связи с кодами (DEF- и ABC-соответственно), приписанными к Санкт-Петербургу и Ленинградской области. Соотношение номеров стационарной и мобильной связи, а также время звонков во всех волнах представлено в таблице 2.

Таблица 2. *Сроки и объемы стартовой выборки номеров проведенных волн измерения*

	18—21 июня Вт-Чт	24—26 августа Пт-Вс	2 сентября Пн	8 сентября Вс
Время звонков	17.00—20.00	17.40—22.00	15.00—19.00	16.00—21.00
Предоставлено номеров всего. Из них:	50 544	399 342	496 003	598 615
<i>Мобильных (второй уровень)</i>	33 042	399 342	490 000	448 610
<i>Стационарных (второй уровень)</i>	17 502	—	6 003	150 005

Как показано в таблице 3, в первой волне робот собрал 136 законченных интервью на основе выданных ему 50 544 номеров, что составило 0,27 %. В третьей было получено уже 1 256 законченных интервью из 496 003 номеров стартовой выборки (0,25 %). С четвертой волной такое сравнение не релевантно, поскольку в ней полное интервью проходили только те, кто участвовал в выборах губернатора Санкт-Петербурга. С точки зрения доли законченных интервью от числа всех предоставленных номеров значимой динамики по итогам трех волн исследования не обнаружено, а вот доля законченных интервью среди тех, кому было зачитано приветствие (response rate), увеличилась с 2,7 % до 8,6 %. То есть кооперация робота с респондентами довольно быстро заметно выросла. Аналогичный показатель для интервьюеров в этот период колебался между 8,2 % и 11,6 %. Как видим, в сотрудничестве с респондентами роботы уже сегодня показывают значения, близкие к традиционным опросам. Даже небольшой по длительности период обучения роботов дает очень хороший результат. Это позволяет предполагать, что дальнейшее совершенствование распознавания позволит добиться лучших показателей.

Таблица 3. Основные параданные волн исследования

Результаты работы робота	1 волна: 18—21 июня	2 волна: 24—26 августа	3 волна: 2 сентября	4 волна: 8 сентября
Полные интервью (есть ответы более чем на 50%)	136	387	1256	1529
Неполные интервью (нет ответов на 50% вопросов)	204	301	1546	3034
Прерванные интервью (ответы только на 2 первых вопроса)	—	158	728	1805
Номеров выдано	50 544	399 342	496 003	598 615
Доля полных интервью от числа номеров	0,27%	0,10%	0,25%	0,26%
Доля полных интервью от числа состоявшихся контактов	2,7%	3,8%	8,6%	2,9%
Результаты работы традиционного САП	1 волна: 24—28 июня	2 волна: 26—27 августа	3 волна: 1 сентября	4 волна: 6 сентября
Полные интервью	1 209	1 209	1 209	1 209
Номеров выдано	189 542	982 692	996 423	1 024 303
Доля полных интервью от числа номеров	0,63%	0,12%	0,12%	0,12%
Доля полных интервью от числа состояв- шихся контактов	8,2%	11,8%	11,6%	9,2%

Кооперация респондентов по часам

Относительно времени проведения телефонных опросов можно сделать следующие предположения:

- респонденты неохотно будут отвечать, если находятся на рабочем месте или за рулем (но, вероятно, готовы отвечать на вопросы, если являются пассажирами);
- респонденты охотнее будут отвечать в выходные дни и в вечерние часы. Однако, вероятно, после 20.00 готовность респондентов к участию в опросе будет снижаться.

На основании этих предположений были сформулированы две гипотезы:

1. Доля прерванных интервью уменьшается по мере окончания рабочего дня и в часы, которые у большинства жителей города тратятся на дорогу с места работы домой, то есть примерно до 19.00 для такого большого города, как Санкт-Петербург. Доля отказов — вербальных и невербальных — также уменьшается.

2. Доля не взявших трубку будет увеличиваться после 19.00.

Как показано в таблице 4, доля прерванных интервью в первой волне снизилась с 12,5% в период с 17.00—18.00 до 8,0% в период 18.00—19.00. Однако в другие волны подобной динамики не наблюдалось. Возможно, по той причине, что рабочими днями были лишь последний день второй волны (28 августа) и третья волна (2 сентября). При этом в третьей волне в эти часы существенно сократилась доля вербальных отказов от интервью (с 60% в период 16.00—17.00 до 39%-37%

в следующие два часа — 17.00—18.00 и 18.00—19.00). Таким образом, гипотезы в целом подтвердились. Респонденты отказываются от интервью в рабочее время и когда едут с работы домой. Соответственно, для проведения телефонных опросов, как роботизированных, так и традиционных, у исследователей есть небольшой промежуток времени между 19.00 и 21.00 местного времени, когда респонденты демонстрируют наибольшую готовность к сотрудничеству.

Таблица 4. Динамика количества прерванных интервью и отказов по часовым интервалам

	16.00— 17.00	17.00— 18.00	18.00— 19.00	19.00— 20.00	20.00— 21.00	21.00— 22.00
<i>Доля прерванных интервью (данные собирались по часам в первой и четвертой волнах), в %</i>						
1 волна	—	12,5	8,0	5,9	—	—
4 волна	1,6	1,8	1,8	1,8	1,8	—
<i>Доля вербальных отказов, в %</i>						
2 волна	—	54	48	47	55	67
3 волна	60	39	37	—	—	—
4 волна	51	49	51	45	52	—
<i>Не взяли трубку среди всех набранных номеров, в %</i>						
1 волна	—	69	66	56	—	—
2 волна	—	45	41	46	51	61
3 волна	65	64	55	—	—	—
4 волна	63	62	63	53	64	—

Относительно доли не взявших трубку отметим, что в первой волне она сократилась с 66% в 18.00—19.00 до 56% в 19.00—20.00, что может быть и результатом возросшей кооперации после возвращения респондентов домой (работающее население составило от 42% до 54% выборочной совокупности в различных волнах). Аналогичную динамику мы имеем в третьей волне, где этот показатель уменьшился с 64% в 17.00—18.00 до 55% в 18.00—19.00. Во второй волне доля вербального отказа не сокращалась в эти часы (16.00—19.00), возможно, по причине того, что опрос проходил с пятницы по воскресенье, и рабочих часов было немного. Однако после 19.00 доля отказов стала расти с 46% в 19.00—20.00 до 61% в 21.00—22.00. Столь же быстро в первой волне увеличивалась доля вербальных отказов — с 47% до 67%. В четвертой волне, которая проводилась в воскресенье, доля не взявших трубку оставалась постоянной, за исключением часа между 19.00 и 20.00, причину чего объяснить сложно. Таким образом, можно с большой долей уверенности утверждать, что кооперация респондентов возрастает по мере окончания рабочего дня и возвращения с работы домой, но сокращается, если приглашение к опросу происходит после 19.00.

Как видим, сформулированные гипотезы подтверждаются: существует наиболее благоприятный промежуток для проведения телефонных опросов — между

18 и 19 часами в будние дни, но определение оптимального времени для максимальной кооперации требует более точных измерений и, вероятно, зависит от времени года. Очевидно, что роботизированные опросы, не чувствительные к числу операторов, задействованных в единицу времени, имеют однозначное преимущество, позволяя охватить все телефонные номера выборки в краткий промежуток времени, что невозможно для живых интервьюеров в опросах по методу CATI.

Привлечение респондентов в опрос (скринирование)

Хороший результат дают роботы для получения ответов на все вопросы, сформулированные в анкете. Как видно из таблицы 5, доля завершенных интервью колебалась между первой и третьей волнами от 36 % до 46 % от числа начатых интервью (был получен ответ хотя бы на первый вопрос), в то время как операторам удавалось довести интервью до конца с респондентами куда реже: их доля незаконченных интервью колебалась между 8 % и 9%. Конечно, их интервью было гораздо длиннее, но сам по себе показатель кооперации с роботом у современного респондента очень высокий, что позволяет рассчитывать на его дальнейший рост в будущем при совершенствовании алгоритмов.

Таблица 5. Ключевые параданные по роботизированному и традиционному опросам

Результаты работы робота	1 волна: 18—21 июня	2 волна: 24—26 августа	3 волна: 2 сентября	4 волна: 8 сентября
Полные интервью (есть ответы более чем на 50 %)	136	387	1256	1529
Неполные интервью (нет ответов на 50 % вопросов)	204	301	1546	3034
Прерванные интервью (ответы только на 2 первых вопроса)	-	158	728	1805
Не были отобраны по квоте по проживанию в Санкт-Петербурге	4*	533	1243	1071
Не были отобраны по возрасту (менее 18 лет)	40**	82	374	343**
Соединено (зачитано приветствие/приглашение)	4963	10287	14613	52987
Неверные номера (автоответчик либо ошибка вызова)	10556	22296	57844	52893
Использовано номеров	50294	90877	496003	332720
Результаты работы традиционного CATI	1 волна: 24—28 июня	2 волна: 26—27 августа	3 волна: 1 сентября	4 волна: 6 сентября
Полные интервью (есть ответы более чем на 50 %)	1209	1209	1209	1209
Соединено (зачитано приветствие/приглашение)	14713	10088	10348	13006

Результаты работы робота	1 волна: 18—21 июня	2 волна: 24—26 августа	3 волна: 2 сентября	4 волна: 8 сентября
Не были отобраны по квоте по проживанию в Санкт-Петербурге	664	419	532	1 040
Не были отобраны по возрасту (менее 18 лет)	54	18	17	24
Неверные номера (автоответчик либо ошибка вызова)	1 967	32 883	8 745	56 887
Предоставлено номеров	189 542	982 692	996 423	1 024 303

* Вопрос о месте проживания был задан третьим по счету, к этому времени часть респондентов прервала интервью раньше. Во второй и последующих волнах этот вопрос задавался первым.

** Был только один прямой вопрос о возрасте. Ошибки распознавания более вероятны, чем при ответе на дихотомический вопрос о том, исполнилось ли 18 лет.

Прерывание интервью

Важным показателем качества проведенной полевой работы является доля прерванных интервью, то есть интервью с респондентами, подошедшими по скринингу, начавшими отвечать на вопросы, но переставшими в какой-то момент давать ответы и/или бросившими трубку.

Интервью прерываются по разным причинам. Это и технические сложности (например, качество связи), и ошибки распознавания ответов роботом (как в случае неожиданных формулировок), и нежелание отвечать на вопросы по данной теме. Чаще всего мы имеем совместное действие всех трех причин. Например, акцент или дефект речи респондента в дополнение к помехам на линии сильно затрудняют распознавание ответов роботом. Влияние первых двух причин равномерно распределено по времени интервью и «осыпание» численности респондентов происходит монотонно от вопроса к вопросу. Таким образом, выборка «осыпается» под влиянием восприятия текста или темы вопроса, при котором интервью прерывается по инициативе респондента. Следует уточнить, что были случаи, когда связь обрывалась вследствие программной ошибки робота, но такие случаи также были равномерно распределены по всей длине интервью.

В отличие от последующих волн, в первой волне отсутствие ответа на первый вопрос приводило к прекращению интервью (см. рис. 1). Вероятно, по этой причине «осыпание» происходило с более высокой позиции (64%), хотя и примерно с такой же скоростью (угол наклона прямой к оси абсцисс). В четвертой волне целевая аудитория была более узкой (только участвовавшие в голосовании на выборах губернатора), поэтому уменьшение выборки было значительнее. Если же говорить о второй и третьей волнах, то «осыпание» происходило с уровня около 55% до примерно 35%. Иначе говоря, процесс скринирования приводил к потере примерно двух из каждых трех отозвавшихся респондентов. В какой-то мере это естественное «осыпание», поскольку часть отозвавшихся не подходит по условиям отбора (например, по возрасту либо по месту проживания). В ходе основного интервью потери должны быть меньше.

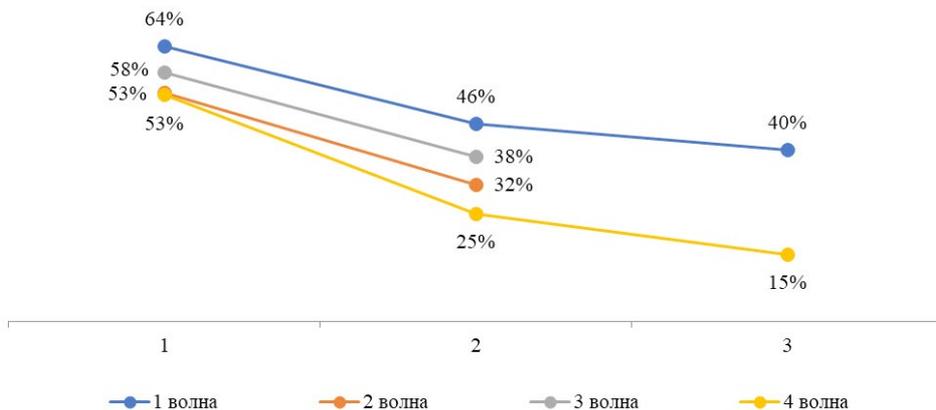


Рис. 1. «Осыпание» выборки (доля давших ответ от числа начавших отвечать на вопросы) на скрининговой части анкеты с увеличением номера вопроса (по оси абсцисс)

Как видно на рисунке 2, к концу интервью первой волны осталось 55 % от числа прошедших скрининговую часть, к концу второй, содержательной, части интервью осталось 58 %, третьей — 81 %, четвертой — 78 %. Во второй части интервью «осыпание» не только существенно слабее, но и с каждой волной все меньше. Можно предположить, что робот с каждой волной улучшал распознавание ответов, что позволяло все большему числу респондентов пройти интервью до конца. И дальнейшая работа робота, накопление базы ответов, будут улучшать качество его работы, а значит, увеличивать долю законченных интервью.

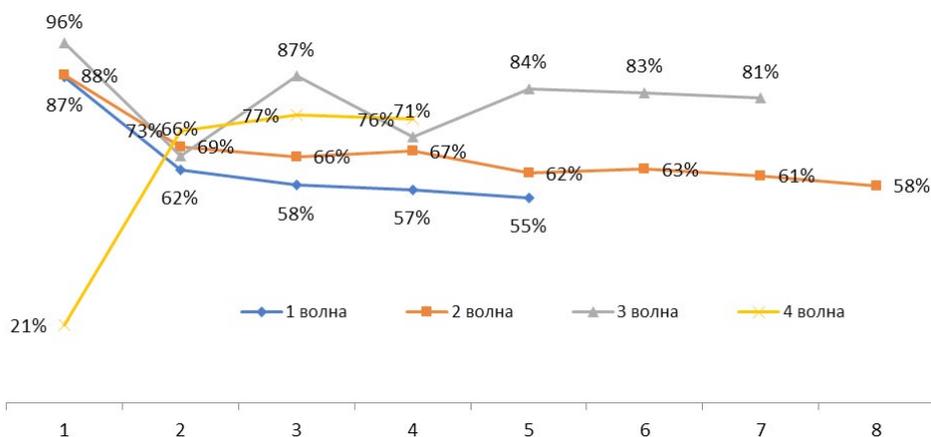


Рис. 2. «Осыпание» (доля давших ответ от числа начавших отвечать на вопросы) выборки на основной части анкеты с увеличением номера вопроса (по оси абсцисс)

Зарубежные исследователи пришли к выводу, что в роботизированных телефонных опросах прерывание интервью и сенситивность тем, затрагиваемых в вопросах, не связаны между собой, а само прерывание объясняется лишь усталостью респондента [Kreuter et al., 2008].

Наши данные показывают, что это не так. За исключением скрининговых вопросов, наибольшие потери в численности ответивших были понесены на третьем вопросе (о знании самого факта проведения выборов), когда еще рано говорить об усталости отвечающего, изначально готового пройти опрос. Но именно в третьем вопросе («Знаете ли Вы, когда состоятся следующие выборы главы Санкт-Петербурга?») впервые для респондентов звучала главная тема интервью — выборы губернатора Санкт-Петербурга. Она оказалась нежелательной для респондентов не столько из-за ее предполагаемой сенситивности, сколько по причине ее периферийности для участников опроса. Среди записанных ответов, подтверждающих это объяснение, встречались такие, как «а зачем мне это знать?», «мне это неинтересно» и т. п. Наблюдалась и более агрессивная реакция на данный вопрос. Возможно, «усталость» здесь присутствует как перенасыщенность этой темой в предвыборный период, но, скорее всего, мы имеем дело с теми, для кого политическая тема в принципе не актуальна⁶.

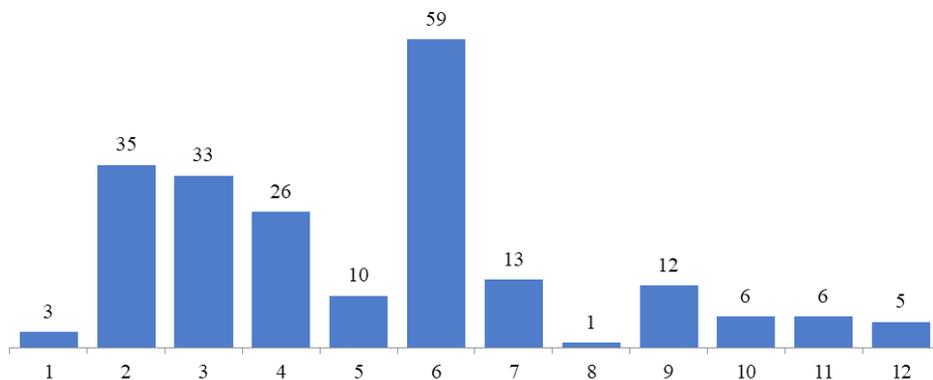


Рис. 3. «Осыпание» выборки (число прервавших интервью) в зависимости от номера вопроса в третьей волне опроса

Как видно из рисунка 3, наиболее критичным по числу респондентов, прервавших интервью, стал вопрос (чаще всего это был шестой по порядку вопрос) о том, за кого из кандидатов он намерен проголосовать на выборах. Это подтверждается репликами отвечающих, заявляющих, что они не будут отвечать на этот вопрос и что «это только их личное дело».

⁶ Поскольку в приветствии не говорилось, что опрос проводит робот, многие респонденты не понимали, что имеют дело с ним. О конфиденциальности ответов в приветствии речь также не шла, соответственно, не для всех участников опроса чувствительность темы была сглажена уверенностью в анонимности.

В дальнейшем число прерванных интервью резко сокращается. Казалось бы, именно после первого «электорального» вопроса уже можно говорить об усталости респондента, но ее влияние на решение продолжать или прервать интервью несравнимо с тем, какое влияние на решение респондентов прервать интервью оказывают сами формулировки сценария.

Можно предположить, что «осыпания» выборки также связаны с тем, как именно мы спрашиваем: предыдущие исследования показали, что для респондента утомительно выслушивать по телефону и запоминать многочисленные варианты предлагаемых ответов. А вопрос о предпочитаемом кандидате содержал четыре варианта, в которых робот зачитывал полные имена кандидатов и их должности.

Отчасти это предположение подтверждается тем, что в третьей волне в 13 интервью были прерваны на восьмом вопросе, еще 12 — на десятом (всего было прервано 545). Восьмой касался образования респондента, десятый — частоты и продолжительности использования им интернета, и каждый содержал по шесть вариантов предлагаемых ответов. При этом на девятом вопросе (о том, работает ли респондент), который предлагал ответить лишь «да» или «нет», прервалось всего одно интервью. Очевидно, что все три вопроса касались личной информации и респондент не мог не знать ответов на них.

Стоит отметить, что на предшествующем седьмом вопросе такого «осыпания» выборки не происходило. Кроме того, вопросы с третьего по шестой, которые также касались выборов и демонстрировали большое количество прерываний интервью, были простыми с точки зрения восприятия респондентом. Можно предположить, что на долю прерванных интервью влияет не столько усталость респондента, сколько тема опроса.

Влияние приветствия на участие в опросе

В ходе данного исследования мы тестировали ряд теорий, касающихся привлечения респондентов к участию в социологических опросах.

В частности, теория социального обмена (social exchange theory) предполагает, что люди с большей вероятностью ответят на чей-то запрос, если верят, что вознаграждение за отклик превысит затраты на его выполнение. В соответствии с этой теорией, большинство людей принимает решение об участии в опросе (или о продолжении интервью), опираясь на множество соображений, которые учитывают ожидаемые выгоды и затраты, и веру в то, что в долгосрочной перспективе первые превысят вторые [Comley, 2006; Stafford, 2008]. Сокращение каких-то неудобств, связанных с прохождением опроса, желательно, но без выигрыша от участия в нем не сыграет существенной роли: люди предпочитают действовать, когда в их субъективном исчислении польза перевешивает расходы [Singer, 2011].

Некоторые теории также подразумевают, что люди действуют, в частности, из-за того, что получают удовлетворение, помогая другим, особенно, если бенефициарами выступают отдельные лица или группы (школа, сообщество, страна), к которым респондент испытывает сочувствие или симпатию; он может принадлежать к ним сам или получать от них долгосрочные выгоды. Оказывая помощь, люди также стремятся к реализации личных и, возможно, эгоистических интересов [Dillman, Smyth, Christian, 2014; Groves, Singer, Corning, 2000].

В соответствии с приведенными теориями мы составили три формы приветствия, которые тестировались в ходе исследования:

Приветствие № 1 — самое короткое, содержащее лишь представление проводящей опрос организации и просьбу принять участие в исследовании: «Добрый день. Центр изучения общественного мнения проводит опрос жителей Санкт-Петербурга по вопросам жизни города. Пожалуйста, уделите пару минут вашего времени на прохождение опроса». Случаев с таким приветствием насчитывается 292, из них 132 интервью (45%) не были доведены до конца, а были прерваны респондентами на том или ином этапе разговора.

Приветствие № 2 содержало прямую просьбу помочь протестировать систему опросов: «Добрый день. Центр изучения общественного мнения проводит опрос жителей Санкт-Петербурга по вопросам жизни города. Мы разработали новую систему опросов населения, и хотим, чтобы Вы помогли нам ее протестировать. Пожалуйста, уделите пару минут вашего времени на прохождение опроса». Случаев с таким вариантом приветствия в нашей выборке 278. Из них 113 интервью (41%) были прерваны респондентом в ходе задавания вопросов.

Приветствие № 3 подчеркивало факт проведения опроса с целью лучшего понимания интересов жителей города, что подразумевало долгосрочную выгоду для респондента: «Добрый день. Центр изучения общественного мнения проводит опрос жителей Санкт-Петербурга. Опрос займет пару минут, но собранные данные позволят нам лучше понимать интересы различных групп жителей города». С таким вариантом приветствия у нас 276 случаев, из которых респондентом были прерваны до окончания лишь 100 интервью (36%), что представляет собой самый низкий показатель прерванных интервью среди трех групп вариантов приветствия.

Таблица 6. Влияние приветствия на кооперацию респондента по волнам исследования

	Прерванное интервью				Завершенное интервью*			
	1 волна	2 волна	3 волна	4 волна	1 волна	2 волна	3 волна	4 волна
Приветствие 1 (краткое)	98	132	586	1109	27	130	426	506
Приветствие 2 (помощь)	169	113	471	983	52	128	421	508
Приветствие 3 (интерес)	161	100	535	983	52	128	409	515
ВСЕГО	428	345	473	1048	57	129	421	1529
Chi-квадрат, актуальное	29,81	9,27	15,23	5,97				

* Завершенным здесь называется интервью, в ходе которого был получен ответ на последний вопрос, то есть можно предположить, что респондент был готов до конца сотрудничать с исследователем.

Мы провели статистический анализ данных (с помощью коэффициента Хи-квадрат) для каждой волны, чтобы проверить, насколько значимы различия между долями прерванных интервью в случае использования различных приветствий. Результаты анализа представлены в таблице 6. Как видно, лишь в первой и третьей волнах опроса влияние приветствия на долю прерванных интервью статистически значимо, показывая сильную зависимость между переменными. Значение Хи-квадрат: 29,81 в первой волне и 15,23 — в третьей, существенно превышает критическое значение (9,49). Как видим, приветствие № 3, акцентирующее внимание респондента на том, что результаты исследования касаются его собственного благополучия, сильнее прочих вариантов побуждает принимать участие в опросе.

Следует обратить внимание, что, к сожалению, данные, собранные системой и имеющиеся в нашем распоряжении, не позволяют узнать, сколько людей из числа прервавших интервью до первого вопроса успели прослушать приветствие полностью. Поэтому по итогам второй и четвертой волн мы можем судить только о количестве тех респондентов, которые доходили до первого вопроса.

Влияние формулировки вопроса о регистрации избирателя на кооперацию респондента

Второе (и последнее) различие в текстах, зачитываемых роботом респондентам, заключалось в том, что в первом вопросе, устанавливающем, что респондент является жителем Санкт-Петербурга, фигурировали два варианта вопроса: «Зарегистрированы/прописаны (50%/50%) ли Вы в Санкт-Петербурге?» Случаев, где в вопросе звучало слово «зарегистрированы», в нашей выборке 473 (см. табл. 7), из них были прерваны 174 интервью (38%). Случаев, где звучало слово «прописаны», — 373, из них прервано 157 (42%).

Таблица 7. Влияние различных формулировок скрининговых вопросов на кооперацию респондентов

	Прерванное интервью	Завершенное интервью
«Зарегистрированы»	774	258
«Прописаны»	820	197
ВСЕГО	1594	455

Мы наблюдаем наличие статистически значимой зависимости между переменными. Значение Хи-квадрат 21,83 превышает критическое (18,31), а вероятность нулевой гипотезы меньше 5% (1,6%). Как видим, респонденты охотнее продолжают отвечать на вопросы, если слышат слова «зарегистрированы», а не «прописаны».

При этом следует помнить, что формулировка «зарегистрирован» также релевантна случаю регистрации иностранца в местном подразделении миграционной службы. Поэтому данный скринирующий вопрос часто не выполняет свою функцию как для российских граждан, не входящих в целевую группу, так и для иностранных граждан, проживающих в городе.

Основные выводы

Особенности использования роботов в массовых опросах, отмечаемые в работах зарубежных авторов, подтверждаются и на российском материале, представленном в данном исследовании.

Как и в случае проведенных роботизированных опросов в других странах, в России на готовность респондента к кооперации влияет приветствие. При подготовке скрипта можно подобрать слова и формулировки, повышающие вероятность ответа на все вопросы.

Использование роботов позволяет повысить скорость сбора данных за счет того, что можно реализовать практически бесконечное число интервью одновременно, причем в наиболее приемлемый промежуток времени. Наше исследование показало, что для повышения кооперации с респондентами следует выбирать время между окончанием рабочего дня и отходом ко сну. В этот период доля отказов минимальна, а доля контактов с респондентами максимальна.

Большим успехом стало то, что к концу четвертой волны удалось оперативно, за несколько часов, собрать плановую выборку ($N = 1200$). Эти результаты свидетельствуют о том, что роботы оптимально подходят для проведения экспресс-опросов, когда необходимо опросить большое число людей в предельно короткий промежуток времени. Это делает роботов однозначными лидерами не только в скорости опроса, но и в максимальной достижимости целевой аудитории.

Подтвердились и недостатки, присущие IVR. Робот в состоянии поддерживать интерес к беседе лишь в случае, если самому респонденту эта тема интересна. Поэтому очевидно, что дизайн роботизированных интервью не должен предусматривать более 10—12 вопросов, особенно когда зачитывание некоторых из них, включая варианты ответов, занимает много времени, поскольку это может заставить респондента потерять терпение и прервать интервью. Однако наше исследование не подтвердило гипотезу о том, что прерывание интервью вызвано усталостью респондента. Более существенными причинами стали тема интервью и ограниченные возможности по распознаванию речи респондента.

Анализ аудиозаписей интервью показал, что робот далеко не всегда разбирает ответы, особенно когда респондент начинает отвечать до окончания зачитывания вопроса. Робот не готов к нестандартным ответам. В этой связи целесообразно использовать максимально простые и короткие шкалы. При подготовке широкомасштабного интервью крайне желательно провести тест с целью улучшения настроек распознавания ответов и выявления проблемных вариантов. Регулярные опросы с возможностью повторных контактов/звонков (мониторинг) позволяют собрать относительно постоянный объем лексических единиц. Робот плохо распознает ответы на фоне внешних шумов и помех в линиях связи, но эта техническая проблема решается путем улучшения качества программного обеспечения.

Самым главным из полученных нами результатов стало подтверждение того, что роботизированные опросы дают примерно тот же уровень кооперации респондентов и ту же долю прерванных интервью, что и традиционные опросы. Это указывает на то, что, имея большие временные и финансовые преимущества, роботизированные опросы гарантируют качество собираемых данных, и не уступают в этом традиционным формам проведения массовых опросов.

Список литературы (References)

- Рогозин Д. М., Вырская М. С. Коммуникативные сбои и способы их преодоления в роботизированном телефонном опросе // Социологический журнал. 2019. Т. 25. № 2. С. 33—59. <https://doi.org/10.19181/socjour.2019.25.2.6385>.
- Rogozin D. M., Vyrskaya M. S. (2019) Communication Errors and Repairs in the Automated Telephone Interviews. *Sociological Journal*. Vol. 25. No. 2. P. 33–59. <https://doi.org/10.19181/socjour.2019.25.2.6385>. (In Russ.)
- Amaya A., Lau C., Owusu-Amoah Y., Light J. (2018) Evaluation of Gaining Cooperation Methods for IVR Surveys in Low- and Middle-Income Countries. *Survey Methods: Insights From the Field*. <https://doi.org/10.13094/SMIF-2018-00005>.
- Charoenruk N., Olson K. (2018) Do Listeners Perceive Interviewers' Attributes From Their Voices and Do Perceptions Differ by Question Type? *Field Methods*. Vol. 30. No. 4. P. 312–328. <https://doi.org/10.1177/1525822X18784500>.
- Church A. H. (1993) Estimating the Effect of Incentives on Mail Survey Response Rates: A Meta-Analysis. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 57. No. 1. P. 62–79. <https://doi.org/10.1086/269355>.
- Comley P. (2006) The Games We Play: A Psychoanalysis of the Relationship Between Panel Owners and Panel Participants. ESOMAR Panels Research Conference 2006, Barcelona, Spain.
- Curtin R., Presser S., Singer E. (2005) Changes in Telephone Survey Nonresponse Over the Past Quarter Century. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 69. No. 1. P. 87–98. <https://doi.org/10.1093/poq/nfi002>.
- Dillman D. A., Smyth J. D., Christian L. M. (2014) Internet, Phone, Mail, and Mixed-Mode Surveys: the Tailored Design. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Dillman D. A. (2011) Mail and Internet Surveys: the Tailored Design Method-2007 Update With New Internet, Visual, and Mixed-Mode Guide. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Dillman D. A., Phelps G., Tortora R., Swift K., Kohrell J., Berck J., Messer B. L. (2009) Response Rate and Measurement Differences in Mixed-Mode Surveys Using Mail, Telephone, Interactive Voice Response (IVR) and the Internet. *Social Science Research*. Vol. 38. No. 1. P. 1–18. <https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2008.03.007>.
- Falconi M., Johnston S., Hogg W. (2016) A Scoping Review to Explore the Suitability of Interactive Voice Response to Conduct Automated Performance Measurement of the Patient's Experience in Primary Care. *Primary Health Care Research & Development*. Vol. 17. No. 3. P. 209–225. <https://doi.org/10.1017/s1463423615000407>.
- Groves R. M., Singer E., Corning A. (2000) Leverage-Saliency Theory of Survey Participation: Description and an Illustration. *The Public Opinion Quarterly*. Vol. 64. No. 3. P. 299–308. <https://doi.org/10.1086/317990>.

Groves B. (2004) Interviewer Falsification in Survey Research: Current Best Methods for Prevention, Detection, and Repair of Its Effects. *Survey Research*. Vol. 35. No. 1. P. 1–5. URL: <http://www.srl.uic.edu/Publist/Newsletter/2004/04v35n1.pdf>.

James K. A., Levinson A. H., Li Y., Baumann C., Maffey A. (2018) A Population Sample Registry for Public Health Survey Investigations: Methods, Lessons, and Successes. *International Journal of Social Research Methodology*. Vol. 21. No. 5. P. 565–574. <https://doi.org/10.1080/13645579.2018.1451732>.

Kappelhof J. W. S., De Leeuw E. D. (2019) Estimating the Impact of Measurement Differences Introduced by Efforts To Reach a Balanced Response Among Non-Western Minorities. *Sociological Methods & Research*. Vol. 48. No. 1. P. 116–155. <https://doi.org/10.1177/0049124117701474>.

Kreuter F., Presser S., Tourangeau R. (2008) Social Desirability Bias in CATI, IVR, and Web Surveys: The Effects of Mode and Question Sensitivity. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 72. No. 5. P. 847–865. <https://doi.org/10.1093/poq/nfn063>.

Lavrakas P. J. (2008) *Encyclopedia of Survey Research Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. URL: <https://us.sagepub.com/en-us/nam/encyclopedia-of-survey-research-methods/book227714#preview> (accessed: 27.11.2020).

Lee H., Kim S., Couper M. P., Woo Y. (2019) Experimental Comparison of PC Web, Smartphone Web, and Telephone Surveys in the New Technology Era. *Social Science Computer Review*. Vol. 372. No. 2. P. 234–247. <https://doi.org/10.1177/0894439318756867>.

Link S., Dursun A., Karakaya K., Hegelheimer V. (2014) Towards Better ESL Practices for Implementing Automated Writing Evaluation. *CALICO Journal*. Vol. 31. No. 3. <https://doi.org/10.11139/cj.31.3.323-344>.

Lynn P. (2009) Methods for Longitudinal Surveys. In: *Methodology of Longitudinal Surveys*. Chichester: John Wiley & Sons. P. 1–19. <https://doi.org/10.1002/9780470743874.ch1>.

Menold N., Kemper C. J. (2013) How Do Real and Falsified Data Differ? Psychology of Survey Response as a Source of Falsification Indicators in Face-to-Face Surveys. *International Journal of Public Opinion Research*. Vol. 26. No. 1. P. 41–65. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edt017>.

Millar M. M., Dillman D. A. (2011) Improving Response to Web and Mixed-Mode Surveys. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 75. No. 2. P. 249–269. <https://doi.org/10.1093/poq/nfr003>.

Olson K., Smyth J. D., Wood H. M. (2012) Does Giving People Their Preferred Survey Mode Actually Increase Survey Participation Rates? An Experimental Examination. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 76. No. 4. P. 611–635. <https://doi.org/10.1093/poq/nfs024>.

Pariyo G. W., Abigail R. Greenleaf A. R., Gibson D. G., Ali J., Selig H., Labrique A. B., Kibria G. M. A., Khan I. A., Masanja H., Flora M. S., Ahmed S., Hyde A. A. (2019) Does

Mobile Phone Survey Method Matter? Reliability of Computer-Assisted Telephone Interviews and Interactive Voice Response Non-Communicable Diseases Risk Factor Surveys in Low and Middle Income Countries. *PLoS One*. Vol. 14. No. 4. e0214450. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0214450>.

Shaw W. S., Verma S. K. (2007) Data Equivalency of an Interactive Voice Response System for Home Assessment of Back Pain and Function. *Pain Research and Management*. Vol. 12. No. 1. P. 23–30. <https://doi.org/10.1155/2007/185863>.

Singer E., Ye C. (2013) The Use and Effects of Incentives in Surveys. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. Vol. 645. No. 1. P. 112–141. <https://doi.org/10.1177/0002716212458082>.

Singer E. (2011) Toward a Benefit-Cost Theory of Survey Participation: Evidence, Further Tests, and Implications. *Journal of Official Statistics*. Vol. 27. No. 2. P. 379–392. URL: <https://www.scb.se/contentassets/f6bcee6f397c4fd68db6452fc9643e68/toward-a-benefit-cost-theory-of-survey-participation-evidence-further-tests-and-implications.pdf> (accessed: 27.11.2020).

Stafford L. (2008) Social Exchange Theories. In: Baxter L. A., Braithwaite D. O. (eds.) *Engaging Theories in Interpersonal Communication: Multiple Perspectives*. Los Angeles, CA: Sage. P. 377–389.

Trussell N., Lavrakas P. J. (2004) The Influence of Incremental Increases in Token Cash Incentives on Mail Survey Response: Is There an Optimal Amount? *Public Opinion Quarterly*. Vol. 68. No. 3. P. 349–367. <https://doi.org/10.1093/poq/nfh022>.

Willig J. H., Krawitz M., Panjamapirom A., Ray M. N., Nevin C. R., English T. M., Cohen M. P., Berner E. S. (2013) Closing the Feedback Loop: an Interactive Voice Response System to Provide Follow-Up and Feedback in Primary Care Settings. *Journal of Medical Systems*. Vol. 37. No. 2. 9905. <https://doi.org/10.1007/s10916-012-9905-4>.

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.734](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.734)



З. И. Корякина, Ю. И. Жегусов

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОПРОСА ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ НА ВЫХОДЕ ИЗ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО УЧАСТКА ПОСЛЕ ГОЛОСОВАНИЯ (ЭКЗИТПОЛА)

Правильная ссылка на статью:

Корякина З. И., Жегусов Ю. И. Правовое регулирование опроса общественного мнения на выходе из избирательного участка после голосования (экзитпола) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 97—112. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.734>.

For citation:

Koryakina Z.I., Zhigusov Y.I. (2020) Legal Regulation of Exit Polls. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 97–112. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.734>. (In Russ.)

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОПРОСА ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ НА ВЫХОДЕ ИЗ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО УЧАСТКА ПОСЛЕ ГОЛОСОВАНИЯ (ЭКЗИТПОЛА)

КОРЯКИНА Зинаида Ивановна — кандидат юридических наук, доцент, юридический факультет, Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова, Якутск, Россия

E-MAIL: z_koryakina@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0003-2050-8154>

ЖЕГУСОВ Юрий Иннокентьевич — кандидат социологических наук, доцент, Чурапчинский государственный институт физической культуры и спорта, Якутск, Россия

E-MAIL: sociolog_ykt@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0003-4321-516X>

Аннотация. В статье рассматривается правовой аспект экзитпола — опроса общественного мнения на выходе из избирательного участка после голосования. Несмотря на доказанную эффективность экзитполов, доверие электората и органов власти к данным, предоставляемым ими, а также их востребованность во время и после выборов, в российском федеральном законодательстве отсутствует посвященная этому виду опроса общественного мнения нормативная регламентация. Такой существенный пробел в правовом регулировании может привести не только к нарушениям законодательства, но и конфликтам между избирательными комиссиями и организаторами опросов, а также возникновению небезопасных для субъектов общественных отношений ситуаций, приводящих к правовой неопределенности. Цель статьи —

LEGAL REGULATION OF EXIT POLLS

Zinaida I. KORYAKINA¹ — Cand. Sci. (Law), Associate Professor at the Law Faculty

E-MAIL: z_koryakina@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0003-2050-8154>

Yuri I. ZHEGUSOV² — Cand. Sci. (Soc.), Associate Professor

E-MAIL: sociolog_ykt@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0003-4321-516X>

¹ Ammosov North-Eastern Federal University, Yakutsk, Russia

² Churapcha State Institute of Physical Education and Sports, Yakutsk, Russia

Abstract. The article highlights the legal regulation of exit polls, i.e. polls of voters taken immediately after they have exited the polling stations. Despite the fact that exit polls are proven to be effective, the demand for exit polls during and after the elections is high, and voters and public bodies trust the exit poll data, there are still no regulations concerning this type of poll in the Russian federal laws. This huge gap may lead to violation of the laws, conflicts between election commissions and organizations conducting polls and cause potentially risky situations for the subjects of social relations ending in legal uncertainty. The article aims to define the regulation of exit polls by studying its relationships with the legal norms for further normative recommendations. To explore the object and the subject matter of social relations emerging in exit polls the authors study the role of exit polls in elections and describe the state

определить правовое регулирование экзитпола путем исследования его соотношения с нормами права для предложения нормативных рекомендаций. На основании определения значения экзитпола в проведении выборов и выявления нормативного (правового) состояния регулирования опроса на выходе из избирательного участка в российском законодательстве в статье исследуются объект и предмет общественных отношений, возникающих при проведении экзитпола и нуждающихся в правовом регулировании. В качестве результата авторы предлагают разработанные ими правовые нормы, регламентирующие порядок проведения экзитпола.

Ключевые слова: экзитпол, опрос на выходе из избирательного участка, правовое регулирование опросов общественного мнения, выборы в России

of the exit poll regulation in the Russian laws. In conclusion, the authors propose a number of regulations governing the exit poll procedures.

Keywords: exit poll, legal regulation of public opinion surveys, Russian elections

Введение

В соответствии с ч. 2 ст. 3 Конституции Российской Федерации единственным носителем власти в стране является народ, который осуществляет ее непосредственно, а также через органы государственной власти и местного самоуправления. Законодатель не конкретизировал все многообразие форм прямого народовластия, однако в ч. 3 той же статьи говорится, что высшее непосредственное выражение власти народа — это свободные выборы. Выборы являются предметом правового регулирования, содержание которого подразумевает помимо нормативного подхода также и выражение общественного мнения. В своем ежегодном Послании Федеральному Собранию президент В. В. Путин подчеркнул, что «мнение людей, наших граждан, народа как носителя суверенитета и главного источника власти должно быть определяющим. Все в конечном счете решают люди и сегодня, и в будущем, и в выборе стратегии развития страны, и в повседневных вопросах жизни в каждом регионе, городе, поселке. Сильную, благополучную, современную Россию мы сможем построить только на основе безусловного уважения к мнению людей, к мнению народа»¹.

Одной из форм проявления общественного мнения в современном государстве является проведение опросов в период выборов как части демократического

¹ Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 15.01.2020. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_342959/ (дата обращения 22.12.2020).

режима государственного управления. Среди таких опросов особое место занимает экзитпол как «процедура опроса граждан, производимая социологическими службами на выходе из избирательных участков после голосования» [Панарин, 2002: 51].

Из характеристики, представленной управляющим директором английской социологической компании GFK NOP Н. Муном на конференции ВЦИОМ, посвященной теории и практике электоральных исследований следует, что: «Экзитпол — это очень дорогой способ узнать результаты выборов на несколько часов раньше, чем они станут известны всем. По состоянию на сегодняшний день экзитпол — один из часто проводимых видов социологических исследований. Ценность экзитпола намного выше, чем просто предоставление данных раньше установленного срока. Во-первых, мы получаем информацию о том, почему выборы проводились, почему люди голосовали, а также в некоторой степени о том, насколько честно были проведены эти выборы»².

Экзитпол позволяет оценить разницу между намерениями людей и их реальными действиями, а также сравнить предварительные и окончательные официальные результаты выборов.

Новизна данного исследования заключается в том, что в нем предпринята попытка первого комплексного (нормативного, тактического) исследования теоретических и практических проблем реализации экзитполов в Российской Федерации в виде формирования правовой регламентации в статусе законодательной инициативы (проекта).

Предмет нашего исследования носит междисциплинарный характер, так как экзитпол изучается на стыке социологии и права, тем не менее в системе социологических и юридических наук в РФ отсутствуют фундаментальные труды о правовом содержании экзитпола. Практическая направленность исследования заключается в ознакомлении с возможным правовым регулированием экзитпола заинтересованными в его реализации лицами.

Экзитпол и его значение при проведении выборов

Начиная с 1960-х годов экзитполы заняли достойное место в мировой социологической практике как способ изучения общественного мнения и исследования политических предпочтений населения. В качестве его основных задач можно выделить получение предварительных данных о результатах голосования и сравнение их с официальными результатами выборов; прогнозирование итогов голосования; аналитическое исследование результатов опроса и их последующее использование для оценки деятельности соответствующих политических сил и т. д.

По мнению некоторых специалистов, с помощью экзитполов широкая общественность информируется о предварительных результатах выборов [Sonderholm, 2016], повышается интерес к электоральному процессу [Prado, Sansó, 2011], оценивается разница между намерениями людей и их реальными действиями, а также проверяется качество работы избирательных участков, составляется примерный

² Экзит-полы: опыт и перспективы // Журнал о выборах. № 2. 2011. С. 61. URL: <http://www.cikrf.ru/about/library/journal/2011/n2/Opit.pdf> (дата обращения 22.12.2020).

портрет избирателей той или иной партии, выявляется дополнительная информация о степени доверия самому процессу выборов [Баскакова, 2011: 38].

Экзитполы широко применяются в регионах РФ. Например, в Якутске опыт проведения экзитполов имеют такие организации, как ГУ «Информационный центр при Главе Республики Саха (Якутия)», «Клуб молодых избирателей», «Технопарк», «Центр высоких гуманитарных технологий».

Заказчиками экзитполов чаще всего выступают общественные (социологические) и политические организации, в наибольшей степени заинтересованные в максимально быстрой и точной информации о ходе выборов. Политические партии тоже заказывают экзитполы и пользуются их результатами, прежде всего для того, чтобы сравнить полученные предварительные данные с официальными результатами, оценить перспективы и т. д.

В нашей практике проведения экзитполов на территории Республики Саха (Якутия), кроме указанных выше сведений, интересующих заказчиков опросов, изучались также половозрастной и национальный контингент избирателей, их имущественное положение (оценивалось визуально по определенным критериям), частота пользования интернетом. Наиболее часто мы применяли такие методики проведения экзитполов, как традиционный способ заполнения интервьюером анкеты на выходе из избирательного участка, когда граждане отвечают на вопрос, за кого они проголосовали (об этой методике см. [Седова, 2011]), и имитация голосования с использованием урн и бюллетеней (см. [Бабич, Иванов, 2011]).

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что экзитполы играют особую роль при проведении выборов и референдумов в Российской Федерации, поскольку дают возможность предварительно относительно официальных результатов определить электоральные предпочтения, стимулируют интерес и внимание к выборам, повышают авторитет общественного мнения. При этом экзитпол можно рассматривать как своеобразный инструмент контроля за достоверностью результатов голосования, как элемент гарантии свободных, независимых и объективных выборов.

Нормативное состояние законодательства о выборах и место в нем экзитпола как предмета правового регулирования

Анализ нормативного регулирования позволяет определить правовую подведомственность экзитпола как предмет регулирования законодательства в его нынешнем состоянии. Исходя из специфики общественных отношений, реализуемых в ходе избирательного процесса, в качестве отраслевого законодательства, регулирующего экзитпол, мы определяем конституционное право РФ³.

Целесообразность нормативно-правового регулирования экзитполов в Российской Федерации исходит из того, что:

1. В правовом упорядочивании нуждается статус основного инициатора (заказчика экзитпола). Ими могут быть те структуры и организации, которые заинтересованы в получении максимально быстрой и точной информации о ходе выборов, то есть органы государственной власти, органы местного самоуправления, поли-

³ См.: Паспорт научной специальности 12.00.02 — Конституционное право; конституционный судебный процесс; муниципальное право // ВАК. URL: <http://arhvak.minobrnauki.gov.ru/316> (дата обращения: 21.12.2020).

тические партии, некоммерческие организации (научные и образовательные), индивидуальные предприниматели и т. д.

Особых требований к составу заказчиков и организаторов опроса общественного мнения в законодательстве не предусмотрено, так же как и запретов, ограничений в инициативе организации его проведения, за некоторым исключением в части заключения договоров с НКО, выполняющих функции иностранных агентов⁴.

2. Основным объектом экзитпола является избирательный процесс, в котором осуществляется целенаправленная деятельность участников общественных отношений в лице избирателей и интервьюеров (организаторов) при активном участии избирательных комиссий. Совокупность трехстороннего контакта субъектов экзитпола с различным правовым статусом, несомненно, требует правового регулирования. Прежде всего в связи с тем, что у каждого из них свои права и обязанности.

Главным участником экзитпола является избиратель. В соответствии со ст. 2 Федерального закона от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», избиратель — гражданин Российской Федерации, обладающий активным избирательным правом⁵. При этом основное внимание направлено на тех избирателей, которые уже проголосовали за того или иного кандидата либо партию и собираются покинуть избирательный участок. Поэтому опрос должен проводиться строго при выходе из избирательного участка после голосования [Попов, Боков, Львов, 2014].

Другой, не менее важный субъект экзитпола, правовое положение которого не отрегулировано в законодательстве, — интервьюер, призванный вступать в личный контакт с избирателем и осуществлять сбор информации. Представляется, что в качестве такового может выступать физическое лицо, отвечающее требованиям, прежде всего, дееспособности (ст. 21 Гражданского кодекса РФ) и являющееся, учитывая специфику опроса, российским гражданином. Личный контакт состоит из диалога двух лиц (избирателя и интервьюера), результатом которого является получение с последующей фиксацией исходящей от избирателя информации [Львов, 2011].

3. В правовом обосновании нуждается предмет получаемой интервьюером от избирателя информации, поскольку он должен соответствовать ст. 23—24 Конституции РФ.

Согласно ст. 23 Конституции РФ каждый имеет право на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, защиту своей чести и доброго имени. Каждый имеет право на тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений. Ограничение этого права допускается только на основании судебного решения. Статья 24 Конституции РФ гласит, что сбор, хранение, использование и распространение информации о частной жизни лица без

⁴ См.: Федеральный закон от 24.11.2014 № 355-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ по вопросу финансовой отчетности политических партий, избирательных объединений, кандидатов на выборах в органы государственной власти и органы местного самоуправления». URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/Text/0001201411250013> (дата обращения: 21.12.2020).

⁵ См.: Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 12.06.2002 № 67-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/ (дата обращения: 21.12.2020).

его согласия не допускаются. В этой связи полученная при экзитполе от источника информация может носить конфиденциальный характер.

4. Учитывая особое правовое поле, в котором происходит опрос, а также специфику объекта правового вмешательства, требует регулирования также и соблюдение определенных правил, действующих при проведении выборов, в том числе для защиты процедуры голосования и т. д. Так, согласно ст. 7 Федерального закона от 12.06.2002 N 67-ФЗ (ред. от 29.05.2019) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» голосование на выборах и референдуме является тайным, исключающим возможность какого-либо надзора за волеизъявлением граждан, что обеспечивает свободу их волеизъявления. Никто не может принудить гражданина голосовать за или против того или иного кандидата, за или против решения, вынесенного на референдум. Поэтому опрос (анкетирование) во время экзитпола происходит только с согласия избирателя, а также после его выхода из избирательного участка, и не приемлет совершения действий, препятствующих свободному волеизъявлению, в том числе путем применения средств и способов, противоречащих закону (насилие, обман, угроза, подкуп, шантаж и т. д.).

5. Экзитпол, как и любое правовое явление, требует регулирования порядка проведения с установлением определенных правил поведения и пределов их соблюдения для его участников.

Такие границы должны быть установлены в связи с необходимостью соблюдения неприкосновенности избирательного процесса, а также обеспечения охраны и защиты прав, свобод и законных интересов личности (ст. 2 Конституции РФ), защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения безопасности (ст. 55 Конституции РФ).

Применение метода включенного наблюдения в качестве организаторов экзитполов на выборах депутатов Государственной Думы ФС РФ в Республике Саха (Якутия) 18 сентября 2016 г. и при избрании главы администрации Якутска 10 сентября 2017 г. позволило нам сделать следующие выводы.

1. Отсутствие правового регулирования экзитполов приводит к конфликтам, возникающим между участниками избирательного процесса, ответственными за обеспечение надлежащего порядка проведения выборов, с одной стороны, и организаторами и исполнителями опросов на выходе из избирательных участков, с другой. Зачастую негативное отношение членов участковых избирательных комиссий, сотрудников полиции, наблюдателей возникает из-за непонимания сути экзитпола, восприятия его как незаконного препятствия в проведении выборов, как саботажа, организации беспорядков, вмешательства в личные интересы избирателей, проведение запрещенной в день голосования агитации за кандидатов и т. д.

В этой связи важно заранее уведомлять Центральную избирательную комиссию, МВД России, председателей избирательных участков, а также иные ответственные органы государственной либо муниципальной власти в территориях проведения выборов об организации экзитпола с официальным уверением в том, что данные действия не противоречат избирательному законодательству РФ и не запрещены им.

2. Отсутствие правового регулирования порядка проведения экзитполов приводит к нарушению права граждан на обеспечение безопасных условий для участия в опросе общественного мнения. Например, в регионах России со сложными климатическими условиями интервьюеры вынуждены проводить, а избиратели, соответственно, принимать участие в экзитполах вне здания, где находится избирательный участок, то есть на улице. Учитывая, что выборы президента РФ проводятся в марте, говорить о благоприятных погодных условиях на большей части территории нашей страны не приходится. В частности, в метеоусловиях Якутии март считается продолжением зимы, и температура воздуха может достигать до -40°C . При низкой температуре невозможно использовать планшет или иные электронные и цифровые устройства, с помощью которых в соответствии с техническим заданием проводится опрос. К неблагоприятным метеоусловиям также относятся дождь, град, снегопад, туман, сильный ветер и т. д.

В информационных письмах ВЦИОМ к соответствующим должностным лицам, ответственным за обеспечение безопасности и надлежащий порядок проведения выборов, акцентируется внимание на том, что опрос будет проводиться вне помещения для голосования (на расстоянии не менее 50 метров от выхода из избирательного участка). При этом следует отметить, что председатели участковых избирательных комиссий (УИК) по своему усмотрению определяют условия работы интервьюеров экзитпола, они либо разрешают им находиться внутри здания у выхода из избирательного участка, либо выдворяют на улицу. То есть понятие «вне помещения для голосования» понимается как «вне здания, где находится УИК и помещение для голосования». Траектория расстояния 50 метров также определяется по усмотрению председателей УИК, что, например, в нашем случае приводило к условиям, в которых общение с электоратом оказывалось затруднено (плохая видимость выхода, неудобный доступ к избирателям ввиду внешних препятствий, например, из-за инсталляций, ландшафтных установок, изгородей, наличия нескольких выходов из здания и т. д.). Подобные условия работы негативно отражаются не только на качестве опроса, но и на состоянии здоровья интервьюеров, а также граждан, участвующих в экзитполе.

Проведенный нами анализ нормативно-правовых актов, максимально приближенных к исследуемой теме, позволил определить следующее.

В научных источниках встречается мнение, что относительно нормативного статуса правил, регулирующих экзитпол, достаточно регламентирования на региональном уровне [Горбатова, 2013: 129] либо разработки (непонятно кем) стандартных единых правил без нормативного закрепления [Коврикова, 2015: 176].

На наш взгляд, правовое регулирование экзитпола необходимо внедрить на федеральном уровне, поскольку данный вид опроса актуален на федеральных выборах. В качестве примера регионального регламентирования можно привести п. 4 ст. 37 Закона Краснодарского края от 21 августа 2007 г. № 1315 КЗ «О выборах депутатов Законодательного Собрания Краснодарского края»⁶.

Считаем также, что правила регулирования экзитполов должны носить нормативно-правовой, а не локальный характер. Например, при реализации экзитполов

⁶ См.: Закон Краснодарского края от 21.08.2007 N 1315-КЗ «О выборах депутатов Законодательного Собрания Краснодарского края». URL: <https://krasnodarpravo.ru/zakon/2007-08-21-n-1315-kz/> (дата обращения 21.12.2020).

мы руководствуемся стандартными правилами, установленными заказчиком. Между тем, учитывая их локальный характер, официальным нормативным статусом они не обладают, в связи с чем для более полного правового охвата не имеют даже декларативной силы. Это приводит к тому, что такие стандартные правила обязательны для соблюдения только в одностороннем порядке, то есть для заинтересованных лиц (заказчика, организатора, интервьюера), не более.

В настоящее время экзитпол (как отмечают в официальных обращениях к региональным избирательным комиссиям социологические службы) регулируется ст. 46 «Опросы общественного мнения» Федерального закона от 12.06.2002 № 67-ФЗ (ред. от 29.05.2019) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».

Данная статья состоит из трех частей и гласит⁷:

Часть 1. Опубликование (обнародование) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами и референдумами, является разновидностью информирования избирателей, участников референдума.

Часть 2. При опубликовании (обнародовании) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами и референдумами, редакции средств массовой информации, граждане и организации, публикующие (обнародующие) эти результаты, обязаны указывать организацию, проводившую опрос, время его проведения, число опрошенных (выборку), метод сбора информации, регион, где проводился опрос, точную формулировку вопроса, статистическую оценку возможной погрешности, лицо (лиц), заказавшее (заказавших) проведение опроса и оплатившее (оплативших) указанную публикацию (обнародование).

Часть 3. В течение пяти дней до дня голосования, а также в день голосования запрещается опубликование (обнародование) результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов и референдумов, иных исследований, связанных с проводимыми выборами и референдумами, в том числе их размещение в информационно-телекоммуникационных сетях, доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц (включая сеть «Интернет»).

Указанная статья регламентирует опрос общественного мнения о выборах до дня проведения голосования и касается в первую очередь вопроса информирования россиян. Экзитпол же проводится в день выборов на выходе граждан из избирательных участков после голосования и, очевидно, требует отдельного подхода к своему правовому упорядочению.

На основании вышеизложенного предлагается ввести в Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ (ред. от 29.05.2019) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» статью 46.1 следующего содержания.

⁷ Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 12.06.2002 № 67-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/5855150a3243ff90107d515b418b19b7f1d166a0/(дата обращения 21.12.2020).

Проект: Статья 46.1**«Опрос общественного мнения в день голосования (экзитпол)»**

Часть 1. В день голосования может проводиться опрос избирателей, участников референдума социологическими службами и иными организациями (их интервьюерами) на выходе из избирательных участков после голосования. Опрос проводится в отношении избирателей после того, как они проголосовали. О проведении такого опроса не позднее чем за три дня до дня голосования его организаторами (заказчиком) осуществляется письменное уведомление соответствующей территориальной избирательной комиссии с указанием вида опроса, номеров избирательных участков, где планируется его проводить, и количества интервьюеров с указанием их Ф.И.О.

Часть 2. Опрос проводится вне помещения для голосования на расстоянии не менее 15 и не более 25 метров от выхода из помещения для голосования. Опрос подлежит обеспечению таким образом, чтобы не препятствовать доступу избирателей в помещение для голосования и не нарушать порядок голосования на избирательном участке.

В целях обеспечения безопасности лиц, участвующих в опросе, запрещается выдвигать интервьюеров из здания, где находится избирательный участок, в непригодных для продолжительного пребывания метеоусловиях.

Часть 3. Избиратели участвуют в опросе на добровольной основе, анонимно (без передачи своих личных данных). В ходе опроса запрещается любая агитация за какую-либо партию, кандидата, вопрос референдума, а также вознаграждение за участие в опросе. Организаторы опроса обеспечивают соблюдение лицами, которые непосредственно будут проводить опрос (интервьюерами), требований действующего законодательства о порядке проведения выборов (голосования) и правах участников избирательного процесса.

Часть 4. У каждого интервьюера при себе должны быть документы, удостоверяющие личность, удостоверение интервьюера, прикрепленное на груди с указанием его Ф.И.О., наименования опроса, даты и статуса выборов (референдума), сведений об организации, проводящей опрос с подписью ее руководителя и печатью. Методом сбора информации является личное анкетирование с использованием инструментария на бумажном носителе либо с использованием средств коммуникации.

Пояснительная записка к законопроекту о статье 46.1 Федерального закона №67-ФЗ от 12.06.2002 г. «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»

Пояснение к части 1

Объектом правового регулирования экзитпола являются общественные отношения, возникающие по поводу проведения социологического опроса избирателей (участников референдума) после голосования на выходе из избирательных участков (помещений для голосования) при участии субъектов данного процесса.

Субъекты экзитпола: а) заказчик — государственные и негосударственные организации, социологические службы, политические партии и иные структуры, не имеющие ограничений, запретов на проведение опросов общественного мнения; б) интервьюер — физическое лицо, гражданин РФ, достигшее 18 лет и не ограниченное в дееспособности, нанятое на возмездной либо безвозмездной основе организатором экзитпола для непосредственного опроса избирателей; в) организатор — социологическая либо иная служба, организация, физическое лицо, специализирующееся на проведении социологических опросов; г) избиратели (участники референдума); д) уполномоченные законодательством участники избирательного процесса, имеющие определенные полномочия по его обеспечению и реализации.

Приоритетным вниманием среди перечисленных субъектов экзитпола пользуется интервьюер, поскольку от него зависит не только качество опроса и достоверность его результатов, но и соблюдение, исполнение всех основных правовых требований избирательного процесса.

Права интервьюера:

1. Знакомиться с документами, определяющими его права и обязанности по выполняемой работе, с критериями оценки качества его работы.

2. Вносить на рассмотрение руководства организации предложения по совершенствованию работы, связанные с инструкциями проведения опроса и обязанностями интервьюера.

3. Требовать от руководства организации обеспечения безопасных организационно-технических условий, необходимых для исполнения обязанностей.

Обязанности интервьюера:

1. Пройти инструктаж и проводить опрос в соответствии с техническим заданием, с правилами опроса, соблюдать условия и требования его проведения.

2. Сообщать результаты опроса руководству организации в установленное время сбора информации либо по запросу организатора (заказчика).

3. Не допускать разжигания конфликтных ситуаций.

4. Возникшие в ходе опроса проблемы своевременно сообщать руководству и разрешать в соответствии с инструкцией и правилами.

Интервьюер несет ответственность:

1. За ненадлежащее исполнение или неисполнение своих обязанностей по оказанию услуг, выполнению работ, предусмотренных инструкциями и правилами, — в пределах, определенных действующим гражданско-правовым либо трудовым законодательством Российской Федерации.

2. За правонарушения, совершенные в процессе осуществления своей деятельности, — в пределах, определенных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.

3. За причинение материального ущерба — в пределах, определенных действующим трудовым и гражданским законодательством Российской Федерации.

Уведомление о проведении опроса территориальной избирательной комиссии (ТИК) предлагается как способ информирования соответствующих органов. Срок в три дня необходим для того, чтобы дать ТИК возможность своевременного уведомления своих УИК, выяснения различного рода организационных вопросов, а также обжалования отказов в получении уведомления, запретов на проведение опроса и т. д. Между тем уведомление не означает согласование для получения разрешения на проведение опроса.

Пояснение к части 2

В целях обеспечения надлежащих условий работы избирательных участков опрос (экзитпол) следует проводить вне помещения для голосования. Предлагаемые расстояния от выхода из помещения для голосования позволяют обеспечить визуальное наблюдение и контроль за действиями интервьюеров для недопущения ими нарушений законодательства, а также возможность для интервьюеров соблюдать инструкцию по выборке и беспрепятственному обращению к проголосовавшему избирателю.

В целях обеспечения безопасности интервьюеров и предотвращения конфликтных ситуаций следует:

- проинформировать участников голосования и членов избирательных комиссий о сути проведения опроса (в том числе и с возможным использованием стендовых материалов);
- организация местонахождения интервьюеров в здании, где находится избирательный участок, должна быть обеспечена таким образом, чтобы не создавались условия препятствующего характера для надлежащей деятельности всех участников голосования;

- учитывая разные климатические, географические, организационные и иные условия территорий, где проходят выборы, сторонам целесообразно заранее обговорить условия нахождения интервьюеров в здании УИК либо за ее пределами, а также принять все необходимые меры к тому, чтобы избежать возникновения обстоятельств, угрожающих жизни и здоровью участников выборов, в том числе интервьюеров.

Пояснение к части 3

Избирательные права и свободы граждан содержат руководящие принципы их осуществления, охраны и защиты. В частности, согласно ч. 3 ст. 3 ФЗ № 67 от 19.06.2002 года «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан РФ», участие гражданина РФ в выборах и референдуме является свободным и добровольным. Никто не вправе оказывать воздействие на гражданина РФ с целью принудить его участвовать или не участвовать в выборах (референдуме) либо воспрепятствовать его свободному волеизъявлению. Согласно ст. 49 ч. 3 этого же закона, проведение предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума запрещается в день голосования и предшествующий ему день, а при многодневном голосовании предшествующий первому и в последующие дни голосования.

Организатор, интервьюер и иные участники организации и проведения экзитпола обязаны учитывать данные положения и не допускать в своих действиях их нарушений. Анонимность опроса гарантирует независимость волеизъявления гражданина и его желание не сообщать свои персональные данные в отношении сведений, связанных с голосованием за того либо иного кандидата, партию, вопрос референдума.

Пояснение к части 4

Указанная часть предлагается для обеспечения гласности и прозрачности информации об организаторах и интервьюерах экзитпола в день выборов. Члены УИК, наблюдатели, сотрудники правоохранительных органов вправе запросить у организатора и интервьюера необходимую для этого информацию. В ходе экзитпола предусматривается проведение контроля работы интервьюеров в любое время.

Заключение

Подводя итоги, подчеркнем, что внедрение правового регулирования экзитпола на федеральном уровне обеспечило бы наличие единых правил его проведения и устранило бы все возникающие вопросы о законности его реализации.

Необходимость нормативно-правового регулирования экзитполов в РФ возникает из ряда следующих предпосылок:

1) унифицировать трехсторонний контакт субъектов реализации экзитпола с различным правовым статусом — организатора (заказчика), интервьюера, избирателя (избирательных комиссий);

2) упорядочить правила опроса;

3) уточнить специфику опроса;

4) предусмотреть соблюдение определенных правил организации выборов с учетом проводимого опроса (экзитпола);

5) защитить процедуру голосования от возможных нарушений нормативных указаний, в том числе прав и свобод, законных интересов избирателей путем установления определенных правил поведения с применением методов дозволения, ограничения, запрета и обязывания.

На основании вышеизложенного предлагается законодательная инициатива, посвященная порядку проведения экзитполов в РФ путем введения в Федеральный закон от 12.06.2002 N 67-ФЗ (ред. от 01.06.2017) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» статьи 46.1. «Опросы общественного мнения в день голосования (экзитпол)».

Список литературы (References)

Баскакова Ю. М. Экзит-полл и его задачи // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2011. № 4. С. 37—41. URL: https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2011/104/2011_104_4_Baskakova.pdf (дата обращения 23.12.2020).

Baskakova Yu. M. (2011) Exit-Poll and Its Tasks. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 37–41. URL: https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2011/104/2011_104_4_Baskakova.pdf (accessed 23.12.2020). (In Russ.)

Бабич Н. С., Иванов В. В. С точностью до участка: система тотального контроля качества на экзит-поллах // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2011. № 2. С. 16—23. URL: [https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2011/102/2011_\(102\)_4_Babich_Ivanov.pdf](https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2011/102/2011_(102)_4_Babich_Ivanov.pdf) (дата обращения 23.12.2020).

Babich N. S., Ivanov V. V. (2011) Up to a Poll: A System of Total Quality Control at Exit Polls. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 16–23. URL: [https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2011/102/2011_\(102\)_4_Babich_Ivanov.pdf](https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2011/102/2011_(102)_4_Babich_Ivanov.pdf) (accessed 23.12.2020). (In Russ.)

Горбатова В. В. Правовая регламентация и практика социологического сопровождения избирательной кампании по выборам депутатов Государственной Думы

Федерального Собрания Российской Федерации 4 декабря 2011 г. и Президента Российской Федерации 4 марта 2012 г. // Сравнительная политика. 2013. Т. 4. № 3. С. 128—132. [https://doi.org/10.18611/2221-3279-2013-4-3\(13\)-128-132](https://doi.org/10.18611/2221-3279-2013-4-3(13)-128-132).
Gorbatova V. V. (2013) The Legal Regulation and Practice of Sociological Support of the Campaign for the Election of Deputies of the State Duma of the Federal Assembly of the Russian Federation on December 4, 2011 and the President of the Russian Federation, on March 4, 2012. *Comparative Politics Russia*. Vol. 4. No. 3. P. 128–132. [https://doi.org/10.18611/2221-3279-2013-4-3\(13\)-128-132](https://doi.org/10.18611/2221-3279-2013-4-3(13)-128-132). (In Russ.)

Коврикова О. И. Задачи и проблемы диагностирования политической ситуации методом «Экзитпол» // Pro nunc. Современные политические процессы. 2015. № 1. P. 166—180. URL: http://centrtsu.ru/wp-content/uploads/2014/02/pro_nunc_2015.pdf (дата обращения: 23.12.2020).

Kovrikova O. I. (2015) Problems of Diagnosing the Political Situation With the “Exitpoll” Method. *Pro Nunc. Current Political Processes*. No. 1. P. 166–180. URL: http://centrtsu.ru/wp-content/uploads/2014/02/pro_nunc_2015.pdf (accessed: 23.12.2020). (In Russ.)

Львов С. В. Опросы на выходе: перспективы метода // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2011. № 4. С. 42—46. URL: https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2011/104/2011_104_4_Lvov.pdf (дата обращения 23.12.2020).

Lvov S. V. (2011) Exit-Poll: Perspectives of the Method. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 42–46. URL: https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2011/104/2011_104_4_Lvov.pdf (accessed: 23.12.2020). (In Russ.)

Седова Н. Международная научно-практическая конференция ВЦИОМ «Экзит-поллы в России и СНГ: теория и практика электоральных исследований». Обзор конференции // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2011. № 2. С. 175—177.

Sedova N. (2011) International Scientific and Practical Conference of WCIOM “Exit Polls in Russia and the CIS: Theory and Practice of Electoral Studies.” Conference Review. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 175–177.

Панарин А. С. Глобальное политическое прогнозирование. М.: Алгоритм, 2002.
Panarin A. S. (2002) *Global Political Forecasting*. Moscow. (In Russ.)

Попов Н. П., Боков М. Б., Львов С. В. Круглый стол ВЦИОМ «Опросы на выходе с избирательных участков» // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2007. № 2. С. 4—42. URL: https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2007/82/2_DISC_Monitoring_82-2.pdf (дата обращения 24.12.2020).

Popov N. P., Bokok M. B., Lvov S. V. (2007) Round Table of the WCIOM “Exit Polls from Polling Stations”. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 4–42. URL: https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2007/82/2_DISC_Monitoring_82-2.pdf (accessed: 24.12.2020). (In Russ.)

Prado R., Sansó B. (2011) The 2004 Venezuelan Presidential Recall Referendum: Discrepancies Between Two Exit Polls and Official Results. *Statistical Science*. Vol. 26. No. 4. P. 517–527. <https://doi.org/10.1214/09-sts295>.

Sudman S. (1986) Do Exit Polls Influence Voting Behavior? *Public Opinion Quarterly*. Vol. 50. No. 3. P. 331–339. <https://doi.org/10.1086/268987>.

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.971](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.971)



Е. Е. Булычева, Д. В. Мальцева

ВЫДЕЛЕНИЕ АКТУАЛЬНЫХ ТЕМАТИК В СОЦИОЛОГИИ: ВЗГЛЯД СКВОЗЬ ПРИЗМУ АНАЛИЗА СЕТИ ЦИТИРОВАНИЙ

Правильная ссылка на статью:

Булычева Е. Е., Мальцева Д. В. Выделение актуальных тематик в социологии: взгляд сквозь призму анализа сети цитирований // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 113—140. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.971>.

For citation:

Bulycheva E. E., Maltseva D. V. (2020) Highlighting Key Topics in Sociology: A Glance Through the Prism of Citation Network Analysis. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 113–140. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.971>. (In Russ.)

ВЫДЕЛЕНИЕ АКТУАЛЬНЫХ ТЕМАТИК В СОЦИОЛОГИИ: ВЗГЛЯД СКВОЗЬ ПРИЗМУ АНАЛИЗА СЕТИ ЦИТИРОВАНИЙ

БУЛЫЧЕВА Екатерина Евгеньевна — магистр прикладной математики и информатики, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия
E-MAIL: e.bulycheva@protonmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2075-8527>

МАЛЬЦЕВА Дарья Васильевна — кандидат социологических наук, заместитель заведующего Международной лабораторией прикладного сетевого анализа, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия
E-MAIL: dmaltseva@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1789-1711>

Аннотация. Целью работы является выделение актуальных тематик в социологии XX — начала XXI века посредством анализа публикаций в десяти ведущих англоязычных общесоциологических журналах. Исследование выполнено в количественной парадигме изучения научного знания и основано на анализе библиографической информации о публикациях из базы данных Web of Science (более 23 тыс. публикаций). Собранные данные стали основой для построения сети цитирований между публикациями. Используя метрики сетевого анализа и алгоритм выделения основного пути в этой сети, мы получаем работы с наибольшим количеством цитирований, которые можно считать наиболее значимыми для авторов отобранных журналов, прослеживаем связи между статьями и делаем выводы об актуальных тематиках исследований, преобладающих

HIGHLIGHTING KEY TOPICS IN SOCIOLOGY: A GLANCE THROUGH THE PRISM OF CITATION NETWORK ANALYSIS

*Ekaterina E. BULYCHEVA*¹ — Master in Applied Mathematics and Computer Science
E-MAIL: e.bulycheva@protonmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2075-8527>

*Daria V. MALTSEVA*¹ — Cand. Sci. (Soc.), Deputy Head of the International Laboratory for Applied Network Research
E-MAIL: dmaltseva@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1789-1711>

¹ National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Abstract. The work attempts to highlight the key topics in the sociology of 20th–early 21st centuries by analyzing publications which appeared in ten leading general sociology journals in the English language. The study is based on a quantitative paradigm and analyzes bibliographic information on Web of Science publications (more than 23 thousand). The data collected served to build a network of citations between publications. Using the network analysis metrics and key-route main path algorithm the authors identify the publications with the highest number of citations which can be considered as the most significant for the authors of the selected journals. The article also traces the connections between the publications and highlights the topics relevant and dominant in a particular area are relevant and dominant in a particular area of sociology in a particular time frame.

в определенном сегменте социологии в тот или иной период времени.

Ключевые слова: история науки, история социологии, сеть цитирований, библиометрический анализ, сетевой анализ, main path, key-routes, web of science

Благодарность. Исследование финансировалось в рамках государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации «5-100».

Авторы выражают благодарность анонимным рецензентам за комментарии к предыдущим версиям статьи, а также Станиславу Моисееву (НИУ ВШЭ) за идеи по улучшению текущей версии текста.

Keywords: history of science, history of sociology, citation network, bibliometric analysis, network analysis, main path, key-routes, web of science

Acknowledgments. The study was funded by the Russian Academic Excellence Project '5-100'. The authors thank the anonymous reviewers for comments on the previous versions of the article, as well as Stanislav Moiseev (HSE) for the ideas concerning the improvement of the current version.

Введение

Начиная с середины XX века социология как наука претерпевает значительные изменения. Отказ от попытки построения макротеории как единой теоретической рамки для всей социологической науки привел к стремительному увеличению числа теоретических моделей в 1960-х годах [Turner, 2001]. Теоретический плюрализм способствовал росту фрагментации, что сказалось на диверсификации не только направлений исследований, но и структуры научного сообщества. Так, количество секций в рамках Американской социологической ассоциации в период с 1960 по 1987 г. увеличилось в пять раз [Huber, 1995]. По мнению Р. Коллинза, критика доминирующих теорий, рост институционального давления на производительность ученого, изменения в методологии исследований и другие эффекты повлияли на создание множества самостоятельных специализаций в социологии, которые пользуются собственными методами исследования, теоретическим обоснованием и стандартами оценки работы [Collins, 1994]. Подобное теоретическое многообразие приводит к усложнению понимания существующих направлений и идей в социологии, их развития и преемственности. В этом контексте интересной представляется задача по изучению различных тематик исследований, присутствующих в социологической науке в целом или ее отдельных сегментах.

Изучение концептов и идей невозможно без знания их истории, необходимого для понимания причин их появления. Как утверждал П. Слоан, главной функцией истории науки является прояснение существующих в академическом знании идей с точки зрения того, что *предшествовало* их возникновению [Sloan, 1985].

Традиционный подход к изучению истории науки представляет собой качественный анализ, в ходе которого историк прослеживает в работах ученых интеллектуальные связи [Small, Garfield, 1985]. Однако если основные достижения науки легко выявляются историками, то менее значимые вклады в научный прогресс и даже относительно важные открытия могут быть упущены из виду по причине изобилия данных, подлежащих оценке. Актуальным в этом подходе всегда остается вопрос субъективности эксперта, которая, хоть и может быть нивелирована различными способами структурирования изучаемой информации, все равно проявляется в исследованиях науки качественными методами.

По мнению Д. де Солла Прайса, одного из создателей наукометрии, ученым необходима возможность изучать историю теми же методами, которые обычно применяются к физическим явлениям с целью раскрытия скрытых в них закономерностей [De Solla Price, 1970]. Такую возможность дает библиометрический анализ, основанный на количественном подходе к изучению научных публикаций с использованием математических и статистических методов и в связи с этим лишенный зависимости от субъективных взглядов ученого. Одно из направлений этого вида анализа базируется на теоретико-методологических основаниях анализа социальных сетей (SNA¹) и предполагает изучение сетей цитирований, содержащих информацию о том, какие работы были использованы для проведения исследований, для построения «цепочек научной преемственности» в различных дисциплинарных областях.

Настоящее исследование выполнено в количественной парадигме изучения научного знания и нацелено на выявление преемственности ключевых тематик в социологии XX — начала XXI в. методами библиометрического анализа. Понимая амбициозность и невозможность изучения всей социологической науки, ввиду ее многогранности и комплексности, ключевые тематики выделяются нами на основе анализа публикаций в десяти ведущих англоязычных общесоциологических журналах, отобранных по объективным критериям. Мы предполагаем, что наша работа может быть интересна не только с содержательной, но и с методологической точки зрения, поэтому подробно останавливаемся на изложении используемой методологии. В следующих частях статьи описаны теории цитирования и метод анализа сетей цитирований, используемый в нашем исследовании, а также представлены его база данных и основные результаты. Используя метрики сетевого анализа и алгоритм определения основных путей в сети цитирования, мы выделяем работы, имеющие наибольшее количество цитирований, прослеживаем связи статей друг с другом и делаем выводы об актуальных тематиках исследований, преобладающих в тот или иной период времени в определенном нами сегменте социологии. В дополнение к статье приводится приложение, опубликованное онлайн, в котором указаны публикации, отобранные с помощью используемых алгоритмов.

Теории цитирования

Использование показателей цитирования в библиометрическом анализе берет свое начало в 1964 г., когда Ю. Гарфилд представил разработанный им *Индекс*

¹ Social network analysis (SNA).

научного цитирования [Garfield, 1964]. Данный показатель впервые дал ученым и историкам науки возможность увидеть, как авторы используют другие статьи в качестве источников, на которые ссылаются в исследованиях. Как утверждал сам Ю. Гарфилд, введение этого индекса стало поворотным моментом в восприятии роли цитирования в научных работах [Garfield, Sher, Torpie, 1965].

По мнению историка науки Г. Смолла, ссылка в тексте представляет собой символ заимствованной из публикации идеи, на которую ссылаются, а сама публикация, содержащая эту идею, является лишь объектом, который ее содержит [Small, 1978]. Процесс цитирования — это обращение не ко всей работе, а лишь к идее или концепту, описанному в ней; вставляя ссылку, автор «обрамляет» ее контекстом, в котором он описывает эту идею. Данный контекст — это ее интерпретация, и для последующего читателя от первоначальной публикации доходит лишь он. Ссылаясь, ученый создает для цитируемой работы новое значение, которое теперь существует отдельно от первоначальной публикации и ее автора, но в то же время является ее символом. Г. Смолл утверждал, что цитирование служит языком, состоящим из идей и концептов, которыми оперируют ученые, создавая и описывая новое знание.

Цитирование представляет собой процесс постоянной переинтерпретации идей, которым в каждой новой ссылке придаются новые значения. Ссылаясь на определенную работу, ученый не гарантирует, что он использует заимствованные концепты в том же смысле, что и ее автор, однако таким образом он продлевает работе «жизнь».

Социальный антрополог Е. Лич, говоря о символах, присваиваемых идеям в процессе цитирования, разделил их на два типа — «разовый» и «стандартный» [Leach, 1976]. Большинство ссылок в научных публикациях представляют собой конкретную интерпретацию идеи, которая, возможно, не совпадает с интерпретацией остальных, или же вовсе ссылается на концепт, к которому ранее не обращались. Это «разовые» символы: каждый новый цитирующий автор может рассматривать одну и ту же идею в различных контекстах. «Стандартные» символы представляют собой такой вид цитирования, когда среди ученых присутствует некая конвенция по поводу интерпретации конкретной идеи. Единичное использование идеи в конкретном контексте не может сконструировать «стандартный» символ — он появляется лишь в результате объединения множественных одинаковых интерпретаций. Подобные символы легко выявить: они всегда представляют собой ссылки на высокоцитируемые работы, которые, как правило, были написаны задолго до цитирующей публикации. Как считал Г. Смолл, каждый ученый «несет с собой» так называемый сборник стандартных концептов и их символов, которые существуют в его научной сфере. Подобные работы являются «профессиональным инструментарием» ученого [Small, 1978].

При изучении феномена научного цитирования также важно понимать, что причины, по которым ученые ссылаются на публикации коллег в своих работах, могут быть разными. Так, Л. Смит приводит список из 15 возможных мотиваций, которыми руководствуются авторы, цитируя другие работы. Среди них присутствуют такие причины, как дань уважения первооткрывателям, исправление ошибок в чужих публикациях, критика, желание отдать должное коллегам, которые работают над

схожими темами [Smith, 1981]. Таким образом, понимание цитат может отличаться в зависимости от мотивации: с одной стороны, они могут показать истинное научное влияние, с другой — авторы могут ссылаться на публикации по ряду причин личного характера. Важно понимать, что количественный анализ цитирований не дает возможности определять мотивации авторов; он исходит из представления об общей значимости связей между процитированными работами.

Методология анализа сетей цитирований

Метод библиометрического анализа берет начало во второй половине XX века. Он основан на применении математических и статистических методов к данным в реферативных журналах, публикациям конкретных авторов, научных коллективов, университетов или стран, и другим данным из книжных и журнальных изданий.

Применяемая в исследовании методология разработана В. Батагелем, А. Ферлигой и П. Дореаном [Batagelj et al., 2014] и уже использовалась для анализа сетей цитирования в различных областях: сетевого анализа в целом [Maltseva, Batagelj, 2019] и направлений кластеринга и блокмоделлинга в частности [Batagelj et al., 2014], рецензирования [Batagelj et al., 2017], ИТ-аутсорсинга [Liang et al., 2016]. В отечественной литературе данная методология представлена при описании алгоритмического подхода к отбору источников для подготовки систематического обзора литературы [Моисеев, Мальцева, 2018].

Сеть цитирования представляет собой граф, где вершины — это публикации, а ребра — отношения цитирования между работами. Анализ этой сети подразумевает как подсчет базовых метрик (таких как степени входящей и исходящей центральности), так и более продвинутые методы анализа, такие как выделение основных путей (наиболее плотно связанных друг с другом цепочек публикаций) с помощью алгоритма *Search path count (SPC)* [Batagelj et al., 2014].

Важным условием проведения анализа с алгоритмом *SPC* является ацикличность сети — отсутствие в ней внутренних «циклов», то есть таких замкнутых последовательностей ребер, в которых конец каждого ребра совпадает с началом следующего. Циклы могут появиться в случаях, когда работа, цитирующая более ранние работы, получает цитирования от них (при ошибке в данных) или когда две работы, публикуемые параллельно, цитируют друг друга. При обнаружении таких участков сети используется специально разработанный алгоритм *Preprint transformation*, который создает «препринт-версию» для каждой публикации, в результате чего первая публикация цитирует препринт второй публикации, а вторая — препринт первой [Liu, Lu, 2012]. В сети цитирований, подготовленной для анализа, должны быть удалены «петли» (случаи, когда публикация ссылается на саму себя), а вес всех связей между узлами приравнен к единице.

К полученной сети применяется алгоритм *Search Path Count*, который для каждой конкретной связи вычисляет индикатор *веса проходов*, или *traversal weights* [Batagelj et al., 2014]. Этот индикатор отражает значимость ребра в сети, то есть вероятность того, что путь от искусственно созданного узла с наиболее поздним временем публикации (только цитирующего другие работы) к искусственно созданному узлу с наиболее поздним временем публикации (только цитируемому другими работами) будет проходить через данное ребро. При расчете индикатора

значения могут быть нормализованы путем деления на сумму значений *SPC* для каждого ребра.

К сети с рассчитанными весами применяются алгоритмы выделения основного пути (*Main path*) или ключевых путей (*Key-routes*) [ibidem]. При применении алгоритма основного пути (*Main path*) для каждой публикации «верхнего уровня» (имеющей ссылки на другие работы, но не цитируемой другими) на основе последовательного выбора вершин сети по определенному правилу конструируется цепочка, ведущая к публикациям «нижнего уровня» (цитируемым другими работами, но не имеющим цитирований). Цепочка с максимальным значением показателя отбирается в качестве основного пути. Существует два варианта подсчета показателя: при реализации алгоритма локального поиска (*Local search Main path*) выделяется путь, где каждая следующая связь имеет наиболее высокий показатель индикатора *веса проходов*; при реализации алгоритма глобального поиска (*Global search Main path*) выделяется путь с максимальной суммой значений показателей индикатора *веса проходов*. При применении алгоритма поиска ключевых путей (*Key-routes*) в сети выделяется не один, а несколько возможных путей — через увеличение количества включенных в основной путь связей [Liu, Lu, 2012].

Данный подход позволяет выявлять цепочку наиболее значимых в контексте цитирования узлов (публикаций) в виде графа во времени. Определяя тематическую принадлежность публикаций, данный вид анализа позволяет определить основной путь развития и преемственности тематик в той или иной предметной области. В контексте сетей цитирования в основной путь входят те работы, которые не только были признаны значимыми и являются наиболее цитируемыми, но и ссылаются на значимые в предыдущем временном отрезке работы.

В настоящем исследовании использовано несколько методов анализа сетей цитирований. Базовый анализ сети цитирований подразумевал подсчет количества входящих и исходящих связей и выделение слабых компонентов сети. Помимо описания сети, результатом этой части анализа стало выделение наиболее цитируемых работ. Применение алгоритма *SPC* позволило нам выделить основные и ключевые пути (*Main path*, *Key-routes*) развития тематик в социологии. Анализ работ, вошедших в основные пути, стал базой выделения и изучения преемственности актуальных тематик исследований в социологии второй половины XX — начала XXI века.

Данные проанализированы в программе *Rajek*, предназначенной для анализа и визуализации больших сетей, разрабатываемой В. Батагелем, А. Мрваром и В. Де Ной [De Nooy, Mrvar, Batagelj, 2018].

База данных исследования

Источниками данных для библиометрического анализа могут выступать как базы данных научного цитирования (где поиск осуществляется по ключевым словам) [Batagelj, Ferligoj, Squazzoni, 2017], так и отдельные журналы [Hummon, Carley, 1993] или коллекции публикаций.

Построенная в рамках настоящего исследования база данных состоит из библиографических описаний работ, опубликованных в десяти ведущих международных научных журналах в области социологии. Выбор журналов осуществлялся по объек-

тивными критериям с помощью ресурса Scimago Journal and Country Rank², позволяющего выбирать журналы с наиболее высоким SJR показателем, который учитывает не только количество цитирований, но и качество их источников [Gonzales-Pereira, Guerrero-Bote, Moya-Anejon, 2010]. «Вес» ссылок присваивается таким образом, что ссылки, полученные из более «престижных» журналов, более ценны, чем из менее «престижных». Руководствуясь этим показателем, на первом этапе мы отобрали все журналы из топ-150 (Q1), содержащие в названии слова «sociology», «sociological», «social» с целью отделить социологические журналы от журналов в близких областях (политологии, психологии и т. д.). На втором этапе, используя описания журналов, содержащие информацию об их принадлежности к отдельным областям социологии или социологической науке в целом, мы отобрали десять общесоциологических журналов (general sociological journals). Информация об этих журналах — год начала выпуска и количество выпусков в год — приведена в таблице 1.

Таблица 1. **Общая информация об отобранных журналах**

	Название журнала	Год начала выпуска	Кол-во выпусков в году	Кол-во публикаций в WOS на момент поиска (апрель 2018)
1.	American Sociological Review	1936	6	24 605
2.	Annual Review of Sociology	1975	1	15 817
3.	American Journal of Sociology	1895	3	14 265
4.	Social Forces	1925	2—4	6 227
5.	European Sociological Review	1985	3—6	6 049
6.	Sociology	1967	3—6	5 772
7.	Current Sociology	1952	2—7	2 562
8.	British Journal of Sociology	1950	4	1 124
9.	Sociological Quarterly	1960	4	1 148
10.	Sociological Review	1942	4	642

Данные собирались в апреле 2018 г. при помощи ресурса *Web of Science (WoS)* — регулярно обновляемой базы данных публикаций в индексированных научных журналах. Библиографические описания каждой проиндексированной в WoS статьи содержат информацию об авторах, названиях статей и журналов, предметных областях, ключевых словах, аннотациях и списках литературы, которые указаны в отдельных полях. Поисковый запрос по десяти журналам выдал информацию о 78 211 записях (распределение количества публикаций по выбранным журналам представлено в табл. 1). Затем поиск был уточнен: мы оставили только статьи (рецензии и другие виды публикаций, не являющиеся предметом интереса данного исследования, исключили). В результате выгрузки базы данных были получены библиографические описания по 23 904 публикациям в десяти журналах, где наиболее ранняя работа опубликована в 1899 г., а наиболее поздняя датируется 2018 г.

² URL: <https://www.scimagojr.com/> (дата обращения: 21.12.2020).

Несмотря на то, что отобранные по объективным показателям журналы являются важными и во многом задают «повестку дня» в социологической науке, их выбор в качестве базы данных исследования накладывает на него ряд ограничений. Отбор десяти англоязычных (американских, европейских и британских) общесоциологических журналов оставляет за пределами анализа: 1) другие общесоциологические журналы, 2) журналы, посвященные более узким направлениям в социологии, 3) журналы, публикующие статьи на других языках, 4) научные монографии, информация о которых большей частью не представлена в базах данных научного цитирования. Таким образом, в фокусе нашего исследования оказывается выделение ключевых тематик не во всей социологической науке в целом, а в ее хоть и важном, но ограниченном сегменте — англоязычных статьях, опубликованных в десяти указанных журналах. Важно понимать, что выбор базы данных для анализа неизбежно влияет на его результаты, поэтому при их интерпретации нужно помнить о существующих ограничениях и не производить излишние генерализации.

Собранная база библиографических описаний работ была обработана с помощью программы Wos2Pajek³, предназначенной для трансформации данных из WoS в несколько сетей: одномодальную сеть цитирования, используемую для данного анализа, и двумодальные сети «публикация — автор», «публикация — журнал», «публикация — ключевые слова» (которые могут быть проанализированы отдельно).

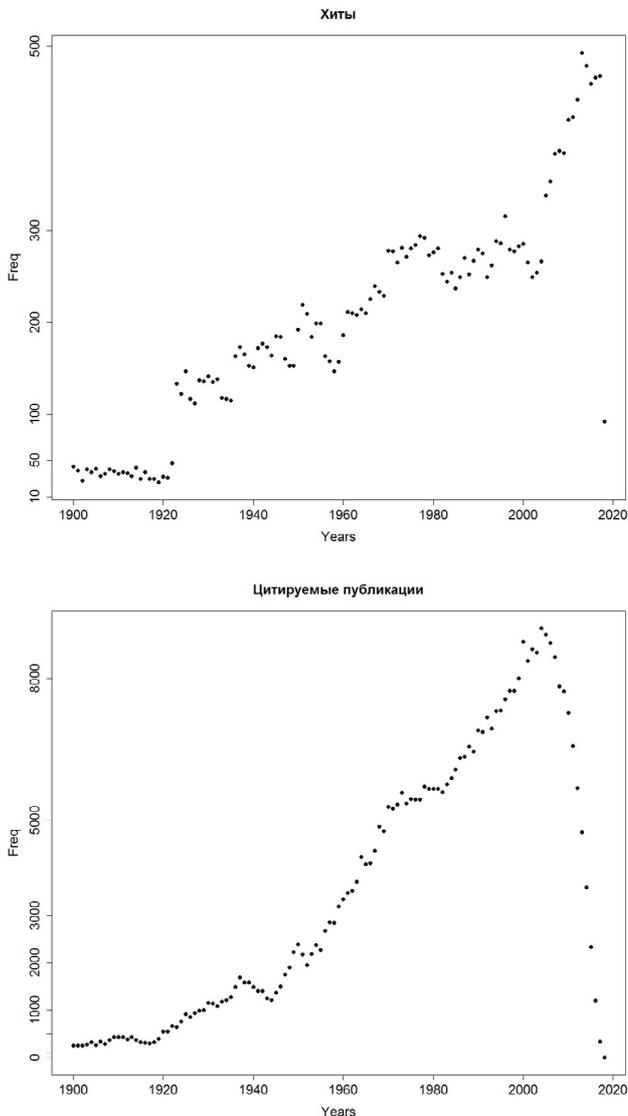
Полученная сеть цитирований *Cite* состоит из 459 891 публикации, из которых 23 904 — это *основные* работы, отобранные в рамках поиска и имеющие полные библиографические описания (так называемые *hits*, *хиты*). Оставшиеся 435 987 публикаций — это работы, указанные в списках цитирований основных статей (в отдельном поле CR), или *цитируемые публикации*. По этим работам мы имеем только ограниченный набор информации — имя первого автора, короткое название источника публикации (журнала), год издания, номер выпуска и начальной страницы. Например, для работы М. Грановеттера «Сила слабых связей», опубликованной в 1973 г. в *American Journal of Sociology*, описание будет следующим: *GRANOVETTER M, 1973, AM J SOCIOL, V78, P1360*.

Для каждой работы программа генерирует короткое имя, где указаны восемь первых букв фамилии автора и его инициалы, год публикации (в скобках), номер выпуска журнала и начальная страница публикации. Для нашего примера короткое имя будет таким: *GRANOVET_M(1973)78:1360*. Поскольку библиографические описания одной и той же работы могут различаться, создание таких имен позволяет минимизировать их дублирование в нескольких узлах сети. Такие короткие имена удобно использовать не только для обозначения работ, но и для визуализации результатов анализа. Для облегчения процесса их интерпретации программа Wos2Pajek также генерирует файл, «расшифровывающий» короткие имена статей, имеющих полное описание, и содержащий информацию о первом авторе, названии статьи и годе ее публикации. Для всех работ, входящих в сеть цитирования, формируется также отдельный файл с годом их публикации.

³ Batagelj V. (2007). WoS2Pajek. Manual for version 1.4, July 2016. URL: <http://vladoviki.fmf.uni-lj.si/doku.php?id=pajek:wos2pajek> (дата обращения: 23.12.2020).

Результаты исследования

Распределения публикаций по году. На рисунке 1 изображены графики распределения по годам публикаций с полным описанием, вышедших в десяти выбранных журналах (*хиты*), только цитируемых работ, информация о которых содержится в поле CR (*цитируемые публикации*), а также всех работ. Они показывают, что количество статей в десяти журналах с 2000 г. стремительно растет. Можно видеть, что количество цитируемых публикаций, вышедших в этот период, снижается, однако это обусловлено тем, что недавние статьи естественным образом цитируют те, что были опубликованы в предшествующий им период времени.



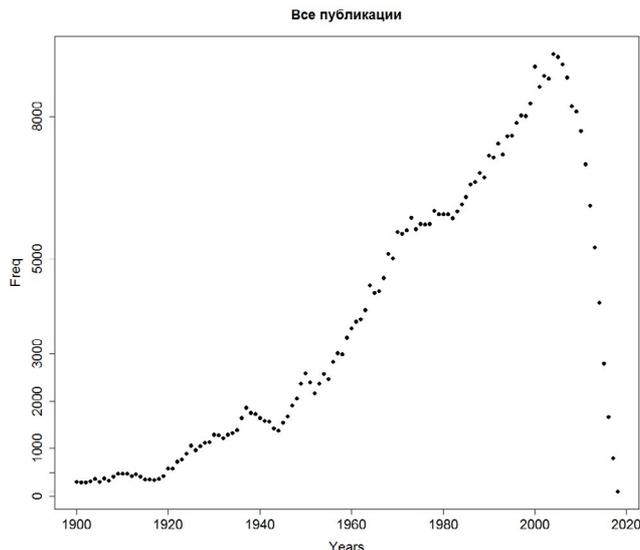


Рис. 1. Распределение публикаций по годам

Распределение количества публикаций в сети цитирований. Распределения количества входящих (*indegree*) и исходящих (*outdegree*) связей в сети цитирований (см. рис. 2) являются довольно стандартными для библиометрического анализа. Т. Низонгер [Nisonger, 2008], исследуя выполняемость закона В. Парето «20/80» на данных о библиографических ссылках, эмпирическим образом доказал, что данный принцип также работает и в научном цитировании: на 20 % публикаций приходится 80 % от общего числа цитирований. Подтверждение принципа В. Парето также можно увидеть и на графике показателей полученного работами цитирования (сверху): наибольшее количество цитирований приходится на небольшое количество ключевых работ.

О том же говорит и распределение цитирования, произведенного в пользу других работ (снизу) — небольшое количество статей имеет очень большое количество цитирований других публикаций, в то время как большинство статей имеют сравнительно небольшое количество цитируемых источников. Как правило, публикации, имеющие наибольшее количество произведенных в пользу других работ цитирований, — это публикации обзорного типа, диссертации и книги⁴. Из 40 публикаций с наибольшим количеством ссылок на другие публикации 24 принадлежат журналу *Annual review of Sociology*, что объясняется особенностью журнала.

⁴ К таким работам относятся (указаны имена авторов и названия работ на английском языке):

Lebas E. (1982) *Urban and Regional Sociology in Advanced Industrial Societies: a Decade of Marxist and Critical Perspectives*. *Current Sociology*. Vol. 30. No. 1 (846 ссылок); Marx G. T., Wood J. L. (1975) *Strands of Theory and Research in Collective Behaviour*. *Annual Review of Sociology*. Vol. 1. 363—428 (379 ссылок); Williams R. M. (1975) *Race and Ethnic Relations*. *Annual Review of Sociology*. Vol. 1. 125—164 (332 ссылки); Lipman-Blumen J., Tickamyer A. R. (1975) *Sex Roles in Transition: 10 Years Perspective*. *Annual Review of Sociology*. Vol. 1. 297—337 (331 ссылка).

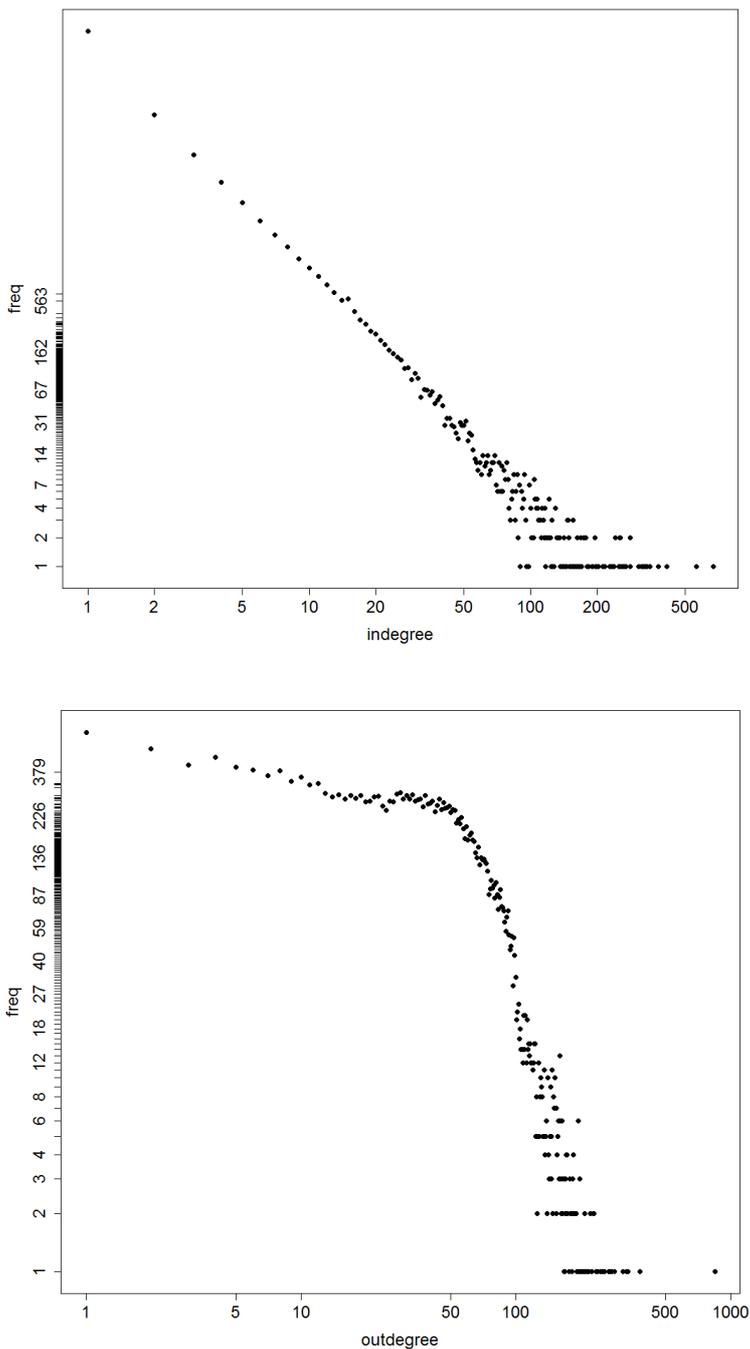


Рис. 2. Распределение числа входящих (indegree) и исходящих (outdegree) связей в сети цитирования

Наиболее цитируемые публикации. Список из 40 наиболее цитируемых публикаций (по показателю *indegree*) приведен в таблице 2. Из 40 работ, наиболее часто цитируемых авторами десяти отобранных журналов, только шесть являются статьями, четыре из них опубликованы в *American Journal of Sociology* и две — в *American Sociological Review*: М. Грановеттер (M. Granovetter)⁵ «Сила слабых связей» (1973)⁶; П. Димаджо, У. В. Пауэлл (P. DiMaggio, W. Powell) «Новый взгляд на „железную клетку“: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях» (1983)⁷; Дж. Мейер, Б. Роуэн (J. Meyer, B. Rowan) «Институционализованные организации: формальная структура как миф и церемониал» (1977)⁸; М. Грановеттер (M. Granovetter) «Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности» (1985)⁹; Дж. Маккарти, М. Зальд (J. McCarthy, M. Zald) «Мобилизация ресурсов и общественные движения: частичная теория» (1977)¹⁰; Э. Свидлер (A. Swidler) «Культура в действии: символы и стратегии» (1986)¹¹. Остальные работы — книги. Большинство наиболее цитируемых публикаций являются ранними: лишь одна из них была издана в 2000 г.

Наиболее цитируемые работы представляют собой описание различных социологических теорий (см. табл. 2): социального обмена — П. Блау (P. Blau); социального пространства и габитуса — П. Бурдьё (P. Bourdieu); структуризации — Э. Гидденс (A. Giddens); структурного функционализма — Т. Парсонс (T. Parsons) и т. д. В таблице 2 представлены и классические работы в различных областях социологии (социальное неравенство, мобильность, социология гендера и др.), а также работы классиков социологии XIX века: М. Вебера (M. Weber) и Э. Дюркгейма (E. Durkheim), которые имеют высокие показатели входящего цитирования. Ссылки на эти публикации можно рассматривать как «стандартные символы», по Г. Смоллу, характерные для авторов десяти отобранных журналов [Small, 1978].

Таблица 2. Наиболее цитируемые социологические работы второй половины XX века

Кол-во цитирований	Первый автор	Год	Название	Источник
668	P. Blau	1967	American Occupational Structure	Книга
563	P. Bourdieu	1984	Distinction	Книга
412	A. Giddens	1991	Modern and Self-Identity	Книга
378	P. Bourdieu	1977	Outline of a Theory of Practice	Книга
346	T. Parsons	1951	The Social System	Книга

⁵ Здесь и далее приводятся переводы имен авторов на русский язык с последующим указанием оригинальных имен.

⁶ Granovetter M. (1973) The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*. Vol. 78. No. 6. P. 1360—1380.

⁷ DiMaggio P., Powell W. (1983) The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*. Vol. 48. No. 2. P. 147—160.

⁸ Meyer J., Rowan B. (1977) Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*. Vol. 83. No. 2. P. 340—363.

⁹ Granovetter M. (1985) Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*. Vol. 91. No. 3. P. 481—510.

¹⁰ McCarthy J., Zald M. (1977) Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory. *American Journal of Sociology*. Vol. 82. No. 6. P. 1212—1241.

¹¹ Swidler A. (1986) Culture in Action: Symbols and Strategies. *American Sociological Review*. Vol. 51. No. 2. P. 273—286.

Кол-во цитирований	Первый автор	Год	Название	Источник
335	W. Wilson	1987	The Truly Disadvantaged	Книга
332	U. Beck	1992	Risk Society: Towards a New Modernity	Книга
329	E. Goffman	1959	The Presentation of Self in Everyday Life	Книга
323	G. Mead	1934	Mind, Self and Society	Книга
317	J. Coleman	1990	Foundations of Social Theory	Книга
308	R. Putnam	2000	Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community	Книга
282	G. Esping-Andersen	1990	The Three Worlds of Welfare Capitalism	Книга
281	M. Granovetter	1973	The Strength of Weak Ties	American Journal of Sociology
281	R. Merton	1957	Social Theory and Social Structure	Книга
270	D. Massey	1993	Theories of International Migration: A Review and Appraisal	Книга
263	P. J. DiMaggio	1983	The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields	American Sociological Review
260	H. Garfinkel	1967	Studies in Ethnomethodology	Книга
258	P. Bourdieu	1990	Structures, habitus, practices	Книга
256	E. Goffman	1961	Asylums: Essays on the social situation of mental patient and other inmates	Книга
254	R. Ericson	1992	The Constant Flux: A Study of Class Mobility in Industrial Countries	Книга
254	P. Blau	1964	Justice in Social Exchange	Книга
253	C. Tilly	1978	From Mobilization to Revolution	Книга
255	R. Kanter	1977	Men and Women of the Corporation	Книга
251	A. Giddens	1984	The Constitution of Society	Книга
250	H. Blalock	1967	Toward a Theory of Minority-Group Relations	Книга
241	E. Goffman	1963	Stigma	Книга
241	D. McAdam	1982	The Political Process and the Development of Black Insurgency	Книга
238	J. Meyer	1977	Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony	American Journal of Sociology
237	M. Weber	1978	Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology	Книга

Кол-во цитирований	Первый автор	Год	Название	Источник
235	H. Braverman	1974	Labor and Monopoly Capital	Книга
234	E. Durkheim	1951	Suicide: A Study in Sociology	Книга
230	P. Blau	1977	Inequality and Heterogeneity: A Primitive Theory of Social Structure	Книга
228	H. Becker	1963	Outsiders: studies in the sociology of deviance	Книга
216	M. Granovetter	1985	Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness	American Journal of Sociology
213	J. McCarthy	1977	Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory	American Journal of Sociology
211	P. Bourdieu	1992	Microcosms	Книга
202	G. Homans	1961	Social Behavior: Its Elementary Forms	Книга
198	J. Coleman	1966	Equality of Educational Opportunity	Книга
197	R. Edwards	1979	Contested terrain: the transformation of the workplace in the twentieth century	Книга
196	A. Swidler	1986	Culture in Action: Symbols and Strategies	American Sociology Review

Редукция сети цитирований. Распределение входящей центральности (*indegree*) на рисунке 2 показало, что большое количество работ в сети цитирования имеет очень незначительный показатель полученного цитирования со стороны других. Эти публикации являются «случайными» и требуют удаления, так как трудно поддаются интерпретации и «утяжеляют» сеть [Batagelj et al., 2014]; для облегчения процедуры вычисления индикатора *веса проходов (traversal weights)* этими работами можно пренебречь. Проблема определения границы сети (*boundary problem*) была решена таким образом, чтобы в редуцированную сеть вошли, во-первых, все публикации из изначального поиска (23 904 работ или 5,2% всех публикаций), а во-вторых, только те статьи, количество цитирований которых выше определенного порогового значения. На основе анализа распределения было решено остановиться на пороговом значении 2 — включить в сеть только работы, имеющие три и более входящих цитирований (к которым относится 53 205 работ, или 11,6% всех публикаций). Из объединения этих кластеров была получена *редуцированная* сеть цитирований, содержащая 69 712 узлов-публикаций (что составляет 15,2% узлов от всей сети), имеющих 421 714 связей. Подсети из двух кластеров пересекаются: 7 397 работ, имеющих три и более цитирований, также имеют полное описание в WoS. Редуцированная сеть стала основой для дальнейшего анализа. Сеть была проверена на ацикличность и изменена с помощью алгоритма *Preprint transformation*. Количество узлов в итоговой сети составило 69 739 публикаций.

Анализ структуры сети. В полученной сети была проведена проверка на наличие слабых компонентов. Под слабым компонентом понимается подграф, в котором от любой вершины можно достичь любую другую вершину, также являющуюся

частью подграфа. Наличие в сети цитирования слабых компонентов означает, что есть группа (или несколько групп) публикаций, которые связаны цитированием внутри группы, однако не имеют связи с публикациями вне группы.

Анализ слабых компонентов в сети показал, что ее наибольший компонент включает 66 196 публикаций, что составляет 94,95 % от общего количества работ. Следующий по размеру слабый компонент включает 3 392 публикации (4,86 %). Остальные компоненты малочисленны и составляют 0,19 % от общего числа работ. Подобная структура компонентов означает, что в целом сеть является довольно связанной (что характерно для библиометрических сетей). В ходе дальнейшего анализа рассматривается наибольший компонент сети.

Пути трансформации тематик исследований в социологии второй половины XX века. Подсеть, полученная с помощью применения алгоритма поиска основного пути (*Main path*), представлена на рисунке 3. В данную подсеть входит 53 публикации, которые можно определить как наиболее значимые в контексте цитирования в рассматриваемом временном отрезке. С целью увеличения входящих в основной путь узлов и изучения возможных «ответвлений» между тематиками был также применен алгоритм поиска ключевых путей (*Key-routes*), результаты которого представляют расширенный путь преемственности тематик в социологии в десяти отобранных журналах (см. рис. 4). В выявленные алгоритмом ключевые пути вошло 124 работы, включая 53 работы из основного пути и 71 новую публикацию. Узлы на обоих графах обозначены посредством коротких имен, алгоритм для «расшифровки» которых приведен выше. Название, начинающееся с «=» (=Nee_V), обозначает публикацию, полученную в результате применения алгоритма *Preprint transformation*. Полный список названий публикаций и их авторов, которые вошли в основной и ключевые пути, расположенных в хронологическом порядке, размещен в приложении 1, опубликованном на ресурсе GitHub¹².

Интересно отметить, что ни одна из работ, получивших наиболее высокое число цитирований (см. табл. 2), не вошла в список публикаций, полученный в ходе применения методов *Main path* и *Key-routes* (большинство этих работ — книги, не индексируемые в WoS; вместе с тем они могли появиться в качестве цитируемых источников «нижнего уровня»). Это еще раз подтверждает теорию Г. Смолла о «стандартных символах»: работы, которые цитируются больше всего, используются в качестве определения базовых концептов, не всегда участвуя при этом в процессе становления и преобразования новых идей [Small, 1978]. В то же время некоторые авторы, упоминаемые в списке наиболее цитируемых работ (таблица 2), — Р. Мертон (R. Merton)¹³, М. Грановеттер (M. Granovetter)¹⁴, П. Димаджио (P. J. DiMaggio)¹⁵ — вошли в ключевые пути. Имена некоторых ученых упоминаются в полученной подсети несколько раз, чаще всего — Э. Холлингсхед (A. Hollingshead) и У. Х. Сьюэлл (W. H. Sewell), публикации которых встречаются в пути пять раз.

¹² Приложение 1. Публикации, выделенные методами *Main path* и *Key-routes*. URL: https://github.com/Daria-Maltseva/useful/blob/master/Sociology_Appendix1.pdf (дата обращения: 21. 04.2020)

¹³ Merton R. (1938) Social Structure and Anomie. *American Sociological Review*. Vol. 3. No. 5. P. 672—682.

¹⁴ Granovetter M. (1984) Small is Bountiful: Labor Markets and Establishment Size. *American Sociological Review*. Vol. 49. No. 3. P. 323—334.

¹⁵ DiMaggio P.J. (2012) Network Effects and Social Inequality. *Annual Review of Sociology*. Vol. 38. P. 93—118.

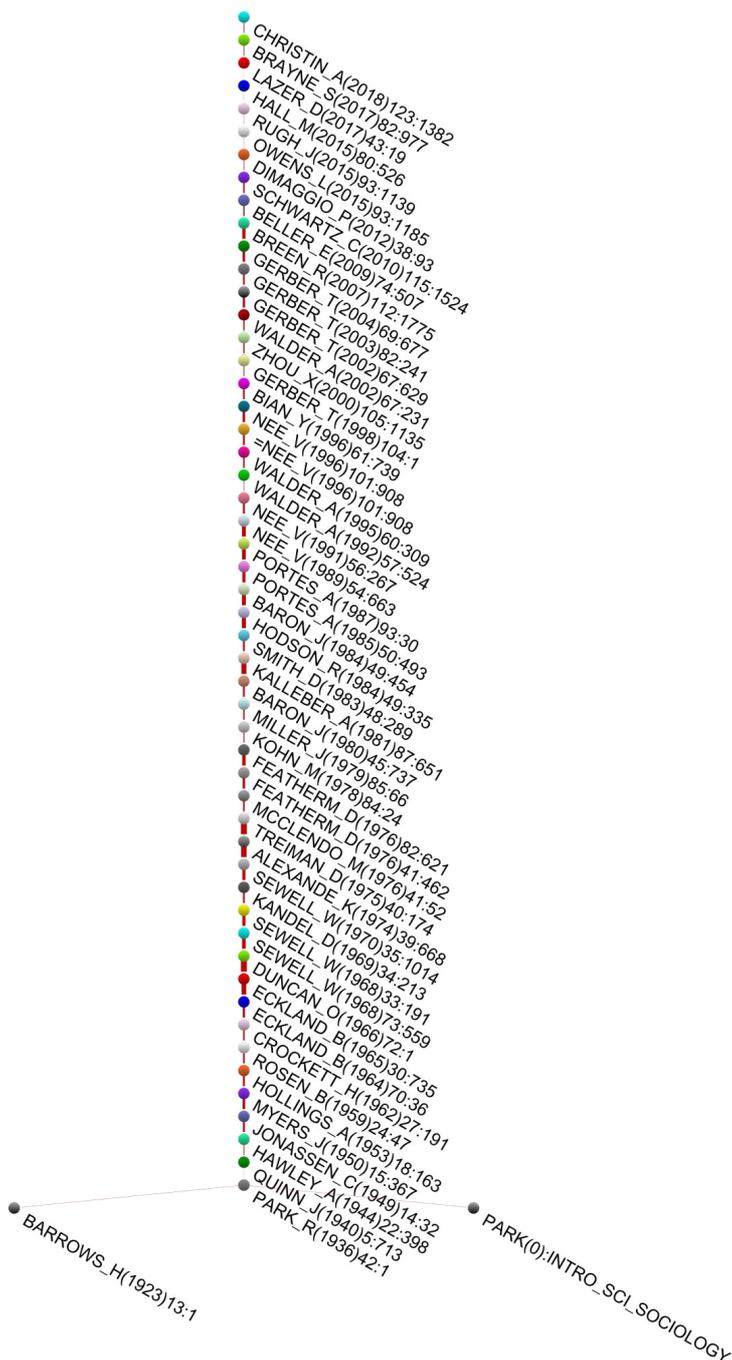


Рис. 3. Результат применения метода Main path

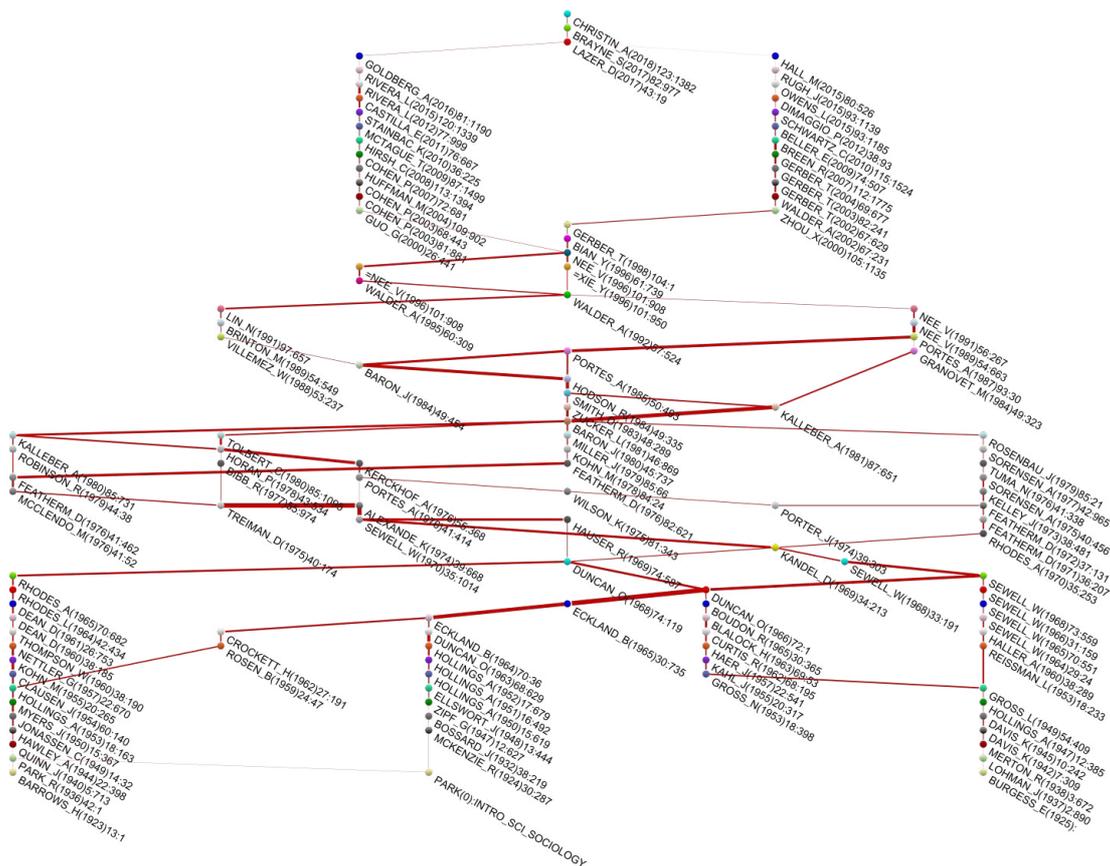


Рис. 4. Результат применения метода Key-routes

Результаты, полученные с помощью применения обоих алгоритмов, были подробно изучены. Публикации были разбиты по временным периодам, в рамках которых преваляровала одна и та же тематика исследований.

Как хорошо видно на рисунке 4, публикации, относящиеся к наиболее раннему периоду, с 1920-х по 1960-е годы, формируют несколько отдельных, хоть и пересекающихся между собой, тематик исследований; они связаны с работами представителей Чикагской школы социологии. Путь слева, начинающийся с работы Г. Барроуз (H. Barrows)¹⁶, включает ряд работ по социальной экологии, проводящей параллели между социальными и экологическими системами (Р. Парк/ R. Park¹⁷, Дж. Куинн/ J. Quinn¹⁸, А. Хоули/ A. Hawley¹⁹). В более поздних работах этот подход применяется для анализа сообществ и этнических групп (К. Джонассен/

¹⁶ Barrows H. (1923) Geography as Human Ecology. *Annals of the Association of American Geographers*. Vol. 13. No. 1. P. 1—14.

¹⁷ Park R. (1936) Human Ecology. *American Journal of Sociology*. Vol. 42. No. 1. P. 1—15.

¹⁸ Quinn J. (1940) The Burgess Zonal Hypothesis and its Critics. *American Sociological Review*. Vol. 5. No. 2. P. 210—218.

¹⁹ Hawley A. (1944) Ecology and Human Ecology. *Social Forces*. Vol. 22. No. 4. P. 398—405.

С. Jonassen²⁰), а также в социальной психиатрии (Дж. Клаузен/ J. Clausen²¹). Затем здесь же возникают работы по темам социальной изоляции и отчуждения (М. Кон/ M. Kohn²², Г. Неттлер/ G. Nettler²³), политической апатии (Д. Дин/ D. Dean²⁴), аномии и их связи со статусом и сегрегацией в больших городах (А. Родес/ A. Rhodes²⁵).

Путь посередине, начинающийся от работы Р. Парка/ R. Park и Э. Берджесс/ E. Burgess²⁶ по введению в социологию, также связан с экологическим подходом к исследованию социальных сообществ (Р. Маккензи/ R. McKenzie²⁷), однако затем затрагивает вопросы брачного выбора и соседства (Дж. Боссард/ J. Bossard²⁸), в том числе относительно социального принципа «минимизации работы» в социальном поведении (Дж. Зипф/ J. Zipf²⁹). Отсюда следуют работы, посвященные социальной стратификации (А. Холлингсхед/ A. Hollingshead³⁰), в том числе в связи с образовательной и профессиональной мобильностью (О. Д. Дункан/ O. D. Duncan³¹, Б. Экланд/ B. Eckland³²). Последняя работа объединяет эту ветвь исследований с первой, через работы по мотивам (и синдрому) достижений в связи с расой и этничностью (Б. Розен/ B. Rosen³³, Г. Крокетт/ H. Crockett³⁴), которые, в свою очередь, исходят от работы по социальной стратификации (А. Холлингсхед/ A. Hollingshead³⁵).

Путь справа начинается с работы Э. Берджесса/ E. Burgess и Р. Парка/ R. Park³⁶, посвященной городскому росту и экспансии, и следующим отсюда работам по социальной (дез)организации и мобильности сообществ. Последующие работы отно-

²⁰ Jonassen C. (1949) Cultural Variables in the Ecology of an Ethnic Group. *American Sociological Review*. Vol. 14. No. 1. P. 32—41.

²¹ Clausen J.A., Kohn M. L. (1954) The Ecological Approach in Social Psychiatry. *American Journal of Sociology*. Vol. 60. P. 140—151.

²² Kohn M. L., Clausen J. A. (1955) Social Isolation and Schizophrenia. *American Sociological Review*. Vol. 20. P. 265—273.

²³ Nettler G. (1957) A Measure of Alienation. *American Sociological Review*. Vol. 22. No. 6. P. 670—677.

²⁴ Dean D. G. (1961) G. Alienation: its Meaning and Measurement. *American Sociological Review*. Vol. 26. P. 753—8.

²⁵ Rhodes A., Reiss A., Duncan O. (1965) Occupational Segregation in a Metropolitan School System. *American Journal of Sociology*. Vol. 70. No. 6. P. 682—694.

²⁶ Park E., Burgess E. (1921) Introduction of the Science of Society. Chicago: University of Chicago Press.

²⁷ McKenzie R. (1924) The Ecological Approach to the Study of the Human Community. *American Journal of Sociology*. Vol. 30. No. 3. P. 287—301.

²⁸ Bossard J. H. S. (1932) Residential Proximity in Marriage Selection. *American Journal of Sociology*. Vol. 38. P. 219—224

²⁹ Zipf G. (1947) The Hypothesis of the 'Minimum Equation' as a Unifying Social Principle: With Attempted Synthesis. *American Sociological Review*. Vol. 12. No. 6. P. 627—650.

³⁰ Hollingshead A. B. (1950) Class Differences in Family Stability. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. Vol. 272. No. 1. P. 39—46.

³¹ Duncan O. D., Hodge R. W. (1963) Education and Occupational Mobility: A Regression Analysis. *American Journal of Sociology*. Vol. 68. No. 6. P. 629—44.

³² Eckland B. (1964) Social Class and College Graduation: Some Misconceptions Corrected. *American Journal of Sociology*. Vol. 70. No. 1. P. 36—50.

³³ Rosen B. C. (1959) Race, Ethnicity and the Achievement Syndrome. *American Sociological Review*. Vol. 24. P. 47—60.

³⁴ Crockett H. (1962) The Achievement Motive and Differential Occupational Mobility in the United States. *American Sociological Review*. Vol. 27. No. 2. P. 191—204.

³⁵ Hollingshead A. B., Redlich F. C. (1953) Social Stratification and Psychiatric Disorders. *American Sociological Review*. Vol. 18. P. 163—169.

³⁶ Park R., Burgess E. (1925) The City. Chicago: The University of Chicago Press. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. Vol. 124. No. 1. P. 207—207.

сятся к исследованиям сообществ (Дж. Ломан/J. Lohman³⁷), социальной структуре и аномии (Р. Мертон/R. Merton³⁸), социальной стратификации и понятию класса (Л. Гросс/L. Gross³⁹). Несколько последующих работ изучают факторы влияния на образовательную и профессиональную траекторию — со стороны сверстников (А. Галлер/A. Haller⁴⁰) и соседского сообщества (В. Сьюэлл/W. Sewell⁴¹). Работы, уходящие левее от уже упомянутой выше работы Л. Гросс³⁸, продолжают развивать тематику социального класса и социально-экономических индексов (Дж. Каль/J. Kahl⁴², Дж. Хаер/J. Haer⁴³), затем переходя к более общим темам множественных индикаторов в опросах (Р. Кертис/R. Curtis⁴⁴), латентных переменных (Г. Блэлок/H. Blalock⁴⁵), анализа зависимостей (Р. Будон/R. Boudon⁴⁶) и путевого анализа (О. Дункан/O. Duncan⁴⁷). Две крайние работы каждой ветви этого направления (О. Дункан/O. Duncan⁴⁶ и В. Сьюэлл/W. Sewell⁴⁸) также оказываются связаны друг с другом.

Все три (и даже четыре, если считать расходящиеся ветви в пути справа как два) направления сходятся в нескольких работах, касающихся влияния родителей и сверстников на образовательные устремления и достижения детей (О. Дункан/O. Duncan⁴⁹, Д. Кандель/D. Kandel⁵⁰).

В 1970-х годах направления исследований снова расходятся на разные ветви, которые в общем виде можно разделить на две части. Визуально более понятная ветвь справа продолжает тематику социальных устремлений, изучая зависимость образовательных ожиданий от религиозного контекста (А. Родес/A. Rhodes⁵¹),

³⁷ Lohman J. (1937) The Participant Observer in Community Studies. *American Sociological Review*. Vol. 2. No. 6. P. 890—897.

³⁸ Merton R. (1938) Social Structure and Anomie. *American Sociological Review*. Vol. 3. No. 5. P. 672—682.

³⁹ Gross L. (1949) The Use of Class Concepts in Sociological Research. *American Journal of Sociology*. Vol. 54. No. 5. P. 409—421.

⁴⁰ Haller A., Butterworth C. (1960) Peer Influences on Levels of Occupational and Educational Aspiration. *Social Forces*. Vol. 38. No. 4. P. 289—295.

⁴¹ Sewell W. H., Armer J. M. (1966) Neighborhood Context and College Plans. *American Sociological Review*. Vol. 31. No. 2. P. 159—168.

⁴² Kahl J., Davis J. (1955) A Comparison of Indexes of Socio-Economic Status. *American Sociological Review*. Vol. 20. No. 3. P. 317—325.

⁴³ Haer J. (1957) Predictive Utility of Five Indices of Social Stratification. *American Sociological Review*. Vol. 22. No. 5. P. 541—546.

⁴⁴ Curtis R., Jackson E. (1962) Multiple Indicators in Survey Research. *American Journal of Sociology*. Vol. 68. No. 2. P. 195—204.

⁴⁵ Blalock H. (1963) Making Causal Inferences for Unmeasured Variables from Correlations Among Indicators. *American Journal of Sociology*. Vol. 69. No. 1. P. 53—62.

⁴⁶ Boudon R. (1965) A Method of Linear Causal Analysis: Dependence Analysis. *American Sociological Review*. Vol. 30. No. 3. P. 365—374.

⁴⁷ Duncan O. (1966) Path Analysis: Sociological Examples. *American Journal of Sociology*. Vol. 72. No. 1. P. 1—16.

⁴⁸ Sewell W., Shah V. (1968) Social Class, Parental Encouragement, and Educational Aspirations. *American Journal of Sociology*. Vol. 73. No. 5. P. 559—572.

⁴⁹ Duncan O., Haller A., Portes A. (1968) Peer Influences on Aspirations: A Reinterpretation. *American Journal of Sociology*. Vol. 74. No. 2. P. 119—137.

⁵⁰ Kandel D., Lesser G. (1969) Parental and Peer Influences on Educational Plans of Adolescents. *American Sociological Review*. Vol. 34. No. 2. P. 213—223.

⁵¹ Rhodes A., Nam C. (1970) The Religious Context of Educational Expectations. *American Sociological Review*. Vol. 35. No. 2. P. 253—267.

социально-экономические достижения белых религиозно-этнических подгрупп и причинно-следственные связи между доходом и карьерой (Дж. Келли/J. Kelley⁵²). Затем направление исследований переходит к изучению структуры стратификационной мобильности, возможностей карьерных достижений (например, в период роста или уменьшения компаний) и неравенства в достижениях (А. Соренсен/А. Sørensen⁵³, Дж. Розенбаум/J. Rosenbaum⁵⁴).

Тематика неравенства в достижениях подробно раскрывается в нескольких разрозненных ветвях направлений исследований слева. Изучается стратификационный процесс в школах (Р. Хаузер/R. Hauser⁵⁵), гендерное (К. Александер/К. Alexander⁵⁶) и расовое (А. Портес/А. Portes⁵⁷) неравенство в образовании и профессиональной среде (М. Макклэндон/М. McClendon⁵⁸), экономическая сегментация и разница в заработках в зависимости от класса, рода занятий, сферы производства, в том числе в среде «синих воротничков» (Р. Бибб/R. Bibb⁵⁹), а также расы (Д. Фитерман/D. Featherman⁶⁰). Интересно отметить одно из исследований, посвященное психологическому влиянию профессиональных условий на жизнь женщин (Дж. Милер/J. Miller⁶¹). Большинство исследований подразумевает изучение ситуации в США, но приводится и сравнение с Великобританией (Р. Робинсон/R. Robinson⁶²).

В конце 1970-х — начале 1980-х годов (работы в центре) внимание в исследованиях переходит на уровень организаций, индустрий, рынка труда и экономики в целом: институциональной дифференциации экономики, стратификации и экономической сегментации в зависимости от организации работы (Л. Цукер/L. Zucker⁶³, Дж. Барон/J. Baron⁶⁴), профессиональной мобильности на рынке труда (Д. Смит/

⁵² Kelley J. (1973) Causal Chain Models for the Socioeconomic Career. *American Sociological Review*. Vol. 38. No. 4. P. 481—493.

⁵³ Sørensen A. (1977) The Structure of Inequality and the Process of Attainment. *American Sociological Review*. Vol. 42. No. 6. P. 965—978.

⁵⁴ Rosenbaum J. (1979) Organizational Career Mobility: Promotion Chances in a Corporation During Periods of Growth and Contraction. *American Journal of Sociology*. Vol. 85. No. 1. P. 21—48.

⁵⁵ Hauser R. (1969) Schools and the Stratification Process. *American Journal of Sociology*. Vol. 74. No. 6. P. 587—611.

⁵⁶ Alexander K., Eckland B. (1974) Sex Differences in the Educational Attainment Process. *American Sociological Review*. Vol. 39. No. 5. P. 668—682.

⁵⁷ Portes A. (1978) Toward a Structural Analysis of Illegal (Undocumented) Immigration. *International Migration Review*. Vol. 12. No. 4. P. 469—484.

⁵⁸ McClendon M. (1976) The Occupational Status Attainment Processes of Males and Females. *American Sociological Review*. Vol. 41. No. 1. P. 52—64.

⁵⁹ Bibb R., Form W. (1977) The Effects of Industrial, Occupational, and Sex Stratification on Wages in Blue-Collar Markets. *Social Forces*. Vol. 55. No. 4. P. 974—996.

⁶⁰ Featherman D., Hauser R. (1976) Changes in the Socioeconomic Stratification of the Races, 1962—73. *American Journal of Sociology*. Vol. 82. No. 3. P. 621—651.

⁶¹ Miller J., Schooler C., Kohn M., Miller K. (1979) Women and Work: The Psychological Effects of Occupational Conditions. *American Journal of Sociology*. Vol. 85. No. 1. P. 66—94.

⁶² Robinson R. V., Kelley J. (1979) Class as Conceived by Marx and Dahrendorf: Effects on Income Inequality and Politics in the United States and Great Britain. *American Sociological Review*. Vol. 44. No. 1. P. 38—58.

⁶³ Zucker L., Rosenstein C. (1981) Taxonomies of Institutional Structure: Dual Economy Reconsidered. *American Sociological Review*. Vol. 46. No. 6. P. 869—884.

⁶⁴ Baron J., Bielby W. (1980) Bringing the Firms Back in: Stratification, Segmentation, and the Organization of Work. *American Sociological Review*. Vol. 45. No. 5. P. 737—765.

D. Smith⁶⁵). В середине 1980-х годов появляются работы, которые обращаются к сравнению небольших и больших фирм (М. Грановеттер/М. Granovetter⁶⁶, В. Уиллемез/В. Villemeze⁶⁷), неформальному сектору в западной рыночной экономике, в том числе рынку труда беженцев (А. Портез/А. Portes⁶⁸). С конца 1980-х — начала 1990-х годов направление исследований выходит за пределы западной экономики, обращаясь к тематике перехода от систем перераспределения к рыночным системам в странах социалистического устройства (И. Биан/У. Bian⁶⁹). На примере Китая поднимаются вопросы стратификации, социального неравенства, прав собственности, карьерной мобильности (А. Уалдер/А. Walder⁷⁰), на примере Японии — гендерной стратификации (М. Бринтон/М. Brinton⁷¹). Интересно, что в 1998 г. в направлении исследований появляется статья Т. Гербера/Т. Gerber⁷², посвященная тем же самым вопросам — переходу к рыночной экономике, трудоустройству и доходам — но в России, в 1991—1995 гг. Затем в правой ветви исследований, опубликованных в 2000-х годах, следует еще несколько работ этого автора об экономических изменениях в нашей стране, связанных с рынком труда, образовательно-профессиональными переходами, снижением классовой мобильности. Помимо этого, в данной ветви встречается тематика изменений, происходящих в сельском и городском Китае (К. Жоу/Х. Zhou⁷³), а также на образовательном уровне в Швеции (Р. Брин/Р. Breen⁷⁴). Исследования, идущие после, посвящены различным методологическим аспектам изучения социального неравенства — влиянию положения матери (а не только отца, как было принято в исследованиях ранее) (Е. Беллер/Е. Beller⁷⁵), доходов супругов (К. Шварц/С. Schwartz⁷⁶), эффектов социальной сети (П. Димаджио/Р. DiMaggio⁷⁷), использованию понятия класса

⁶⁵ Smith D. (1983) Mobility in Professional Occupational-Internal Labor Markets: Stratification, Segmentation and Vacancy Chains. *American Sociological Review*. Vol. 48. No. 3. P. 289—305.

⁶⁶ Granovetter M. (1984) Small is Bountiful: Labor Markets and Establishment Size. *American Sociological Review*. Vol. 49. No. 3. P. 323—334.

⁶⁷ Villemeze W., Bridges W. (1988) When Bigger is Better: Differences in the Individual-Level Effect of Firm and Establishment Size. *American Sociological Review*. Vol. 53. No. 2. P. 237—255.

⁶⁸ Portes A., Sassen-Koob S. (1987) Making it Underground: Comparative Material on the Informal Sector in Western Market Economies. *American Journal of Sociology*. Vol. 93. No. 1. P. 30—61.

⁶⁹ Bian Y., Logan J. (1996) Market Transition and the Persistence of Power: The Changing Stratification System in Urban China. *American Sociological Review*. Vol. 61. No. 5. P. 739—758.

⁷⁰ Walder A. (1995) Career Mobility and the Communist Political Order. *American Sociological Review*. Vol. 60. No. 3. P. 309—328.

⁷¹ Brinton M. (1989) Gender Stratification in Contemporary Urban Japan. *American Sociological Review*. Vol. 54. No. 4. P. 549—564.

⁷² Gerber T., Hout M. (1998) More Shock than Therapy: Market Transition, Employment, and Income in Russia, 1991—1995. *American Journal of Sociology*. Vol. 104. No. 1. P. 1—50.

⁷³ Zhou X. (2000) Economic Transformation and Income Inequality in Urban China: Evidence from Panel Data. *American Journal of Sociology*. Vol. 105. No. 4. P. 1135—1174.

⁷⁴ Breen R., Jonsson J. (2007) Explaining Change in Social Fluidity: Educational Equalization and Educational Expansion in Twentieth-Century Sweden. *American Journal of Sociology*. Vol. 112. No. 6. P. 1775—1810.

⁷⁵ Beller E. (2009) Bringing Intergenerational Social Mobility Research into the Twenty-first Century: Why Mothers Matter. *American Sociological Review*. Vol. 74. No. 4. P. 507—528.

⁷⁶ Schwartz C. (2010) Earnings Inequality and the Changing Association between Spouses' Earnings. *American Journal of Sociology*. Vol. 115. No. 5. P. 1524—1557.

⁷⁷ DiMaggio P., Garip F. (2012) Network Effects and Social Inequality. *Annual Review of Sociology*. Vol. 38. P. 93—118.

(Л. Оуэнс/L. Owens⁷⁸), а также изучению последствий экономического кризиса для роста сегрегации (Дж. Руг/J. Rugh⁷⁹).

Исследования, опубликованные после 2000 г., расположенные слева, продолжают тематику профессиональной сегрегации и девальвации работы, выполняемой женщинами, на рынках труда США (П. Коэн/P. Cohen⁸⁰), расового неравенства в заработной плате (М. Хаффман/М. Huffman⁸¹), дискриминации по полу и расе и неравенству на рабочем месте (Т. Мактак/Т. McTague⁸²). Несколько последующих исследований посвящены процессу принятия на работу и анализу структурного положения индивидов в организациях.

Исследование А. Голдберг и др. (A. Goldberg et al.⁸³), основанное на анализе большого массива текстовых данных (писем между сотрудниками компании), и М. Холл и др. (M. Hall et al.)⁸⁴, использующее инструменты симуляции данных, логичным образом соединяют две описанные ветви с несколькими работами 2017—2018 гг., посвященными использованию больших данных, их возможностям и ограничениям.

Выделенные нами тематики в обозначенном сегменте социологии в общем виде можно отобразить в виде следующей схемы (см. рис. 5). Рассматривая эти тематики, можно видеть, как изначальный интерес к изучению сообществ в рамках исследований представителей Чикагской школы социологии постепенно перетекает в изучение актуальных социальных проблем западного общества, связанных с острыми вопросами расового и гендерного неравенства в различных сферах, в том числе образовательной и профессиональной. С 1980-х годов исследования приобретают явный социально-экономический характер; фокус изучения переводится с индивидов и сообществ на уровень организаций, индустрий, рынка труда и экономики в целом (внимание к этой тематике видно и в ряде работ в списке наиболее цитируемых). В актуальной повестке дня социологов оказываются вопросы неформальных экономических отношений, «невидимые» до этого рынки и экономические отношения, а также рынки за пределами западных экономик, претерпевающие значительные трансформации. Вместе с тем тематика социального отчуждения, изоляции, сегрегации, неравенства, появившаяся в описываемом нами сегменте социологии еще в первой половине XX века, проходит через все временные периоды, приобретая новую актуальность в начале третьего тысячелетия.

⁷⁸ Owens L. (2015) Intrinsicly Advantageous? Reexamining the Production of Class Advantage in the Case of Home Mortgage Modification. *Social Forces*. Vol. 93. No. 3. P. 1185—1209.

⁷⁹ Rugh J. (2015) Double Jeopardy: Why Latinos Were Hit Hardest by the US Foreclosure Crisis. *Social Forces*. Vol. 93. No. 3. P. 1139—1184.

⁸⁰ Cohen P., Huffman M. (2003) Individuals, Jobs, and Labor Markets: The Devaluation of Women's Work. *American Sociological Review*. Vol. 68. No. 3. P. 443—463.

⁸¹ Huffman M., Cohen P. (2004) Racial Wage Inequality: Job Segregation and Devaluation across U. S. Labor Markets. *American Journal of Sociology*. Vol. 109. No. 4. P. 902—936.

⁸² McTague T., Stainback K., Tomaskovic-Devey D. (2009) An Organizational Approach to Understanding Sex and Race Segregation in U. S. Workplaces. *Social Forces*. Vol. 87. No. 3. P. 1499—1527.

⁸³ Goldberg A., Srivastava S., Manian V., Monroe W., Potts C. (2016) Fitting in or Standing Out? The Tradeoffs of Structural and Cultural Embeddedness. *American Sociological Review*. Vol. 81. No. 6. P. 1190—1222.

⁸⁴ Hall M., Crowder K., Spring A. (2015) Neighborhood Foreclosures, Racial/Ethnic Transitions, and Residential Segregation. *American Sociological Review*. Vol. 80. No. 3. P. 526—549.



Рис. 5. Схема актуальных тематик в выделенном сегменте социологического знания

На наш взгляд, ценность проведенного анализа заключается не только в том, что он позволяет выделять тематики, актуальные в тот или иной период, а также рассматривать их преемственность во времени, но и предоставляет альтернатив-

ный взгляд на историю развития социологии. В рамках курсов по истории социологии развитие дисциплины чаще всего рассматривается как последовательность видных фигур, научных школ, состоящих из их последователей и разработанных ими теоретических подходов. В качестве альтернативы история социологии может быть понята и через последовательность тематик, привлекающих социологов-исследователей и отражающих их предметную сферу интересов.

Выводы

В данной работе был проведен библиометрический анализ сети цитирования, построенной на основе публикаций в десяти ведущих англоязычных социологических журналах с целью выявления актуальных тематик исследований и их преемственности в определенном сегменте социологии XX — начала XXI века.

В результате исследования был выделен список наиболее цитируемых работ авторов, относящихся к классикам современной социологии: П. Блау, П. Бурдье, Э. Гидденс, Т. Парсонс, У. Бек, И. Гофман, Г. Мид, Дж. Коулман, Р. Патнэм, М. Грановеттер и др., а также к классикам XIX века: М. Вебер и Э. Дюркгейм. Интересно, что наиболее цитируемые публикации в социологии середины XX — начала XXI века не входят в список работ, составляющих цепочку развития тематических исследовательских направлений в данной предметной области. Согласно теории Г. Смолла, можно предположить, что эти публикации являются «стандартными символами», на которые авторы ссылаются при использовании классических теорий и концептов.

В данном исследовании нам удалось описать актуальные тематики в десяти англоязычных общесоциологических журналах, преобладающих в тот или иной период времени. Анализ публикаций, полученных с помощью алгоритмов поиска основного и ключевых путей, показал, что выделенные нами направления исследований базируются на работах представителей Чикагской школы социологии 1920—1930-х годов. Однако постепенно от социальной экологии для изучения городских сообществ и соседств тематика переходит к вопросам социальной изоляции, отчуждения, сегрегации, стратификации, аномии, влияния окружения на образовательные и профессиональные траектории (1950—1960-е годы). Тематика социальных достижений и неравенства в доступе к образованию, карьере и заработку на основе классовых, расовых и гендерных различий активно представлена и в работах 1970-х годов. В 1980—1990-е годы тематика исследований развивается в рамках экономической социологии: изучается не только рынок труда и неравенство, но и организации, индустрии, трансформирующиеся экономические системы (в том числе ситуация в России). Исследования после 2000 г. продолжают тематику неравенства, с упором на девальвацию женского труда, в том числе в связи с эффектами персональных социальных сетей индивидов. Наконец, недавние исследования 2017—2018 гг. связывают данные тематики с использованием больших данных. На наш взгляд, такой подход предоставляет альтернативный взгляд на представление истории развития социологии, поскольку рассказывает ее через последовательность тематик, привлекающих социологов-исследователей и отражающих их предметную сферу интересов. Его актуальность становится очевидной на современном этапе становления научного знания, в рамках которого развитие науки в первую очередь осуществляется и измеряется через публикации в журналах.

Как и другие проекты, ориентированные на изучение научных дисциплин с помощью количественных методов, настоящее исследование имеет ряд ограничений, относящихся как к его базе данных, так и к проведенному анализу. В разделе с описанием базы данных уже отмечалось, что основой анализа выступили публикации из десяти англоязычных (американских, европейских и британских) общесоциологических журналов, что оставляет за пределами анализа большую часть публикаций в других источниках и других типов. Вместе с тем отобранные по объективным показателям журналы во многом задают «повестку дня» в социологической науке в целом.

Суть используемого алгоритма поиска основного и ключевых путей заключается в выделении цепочек работ, последовательно и сильно связанных друг с другом, даже если веса связей между некоторыми узлами являются не очень значительными. Поэтому другие виды библиометрического анализа, основанные на сетях соавторства, цитирования и совместного цитирования между авторами, университетами, журналами, и другими субъектами могут предоставить более детализированную картину преемственности актуальных тематик, преобладающих в определенных сегментах социологии в тот или иной период времени.

Помимо этого, мы хотим подчеркнуть важность использования качественных подходов к анализу научных дисциплин, богатая традиция которых разработана в исследованиях в области истории, философии и социологии науки. Объединение обоих подходов способно нивелировать их слабые стороны и предоставить комплексную картину развития научной дисциплины.

Результаты, полученные нами с помощью количественного анализа, могут быть интересны представителям профессионального сообщества для обзора преемственности актуальных тематик и ключевых работ определенного сегмента социологической дисциплины. Используемая в работе методология анализа может быть применена исследователями для изучения различных областей социологии и других научных направлений, а также для подготовки систематических литературных обзоров.

Список литературы (References)

Моисеев С. П., Мальцева Д. В. Отбор источников для систематического обзора литературы: сравнение экспертного и алгоритмического подходов // Социология: методология, методы, математическое моделирование (4М). 2018. № 47. С. 7—43. URL: <https://www.jour.fnisc.ru/index.php/soc4m/article/view/6497/6396> (дата обращения: 21.12.2020).

Moiseev S. P., Maltseva D. V. (2018) Selection of Sources for a Systematic Literature Review: A Comparison of Expert and Algorithmic Approaches. *Sociology: Methodology, Methods, Mathematical Modeling (4M)*. No. 47. P. 7–43. URL: <https://www.jour.fnisc.ru/index.php/soc4m/article/view/6497/6396> (accessed: 21.12.2020). (In Russ.)

Batagelj V., Doreian P., Ferligoj A., Kejžar N. (2014) Understanding Large Temporal Networks and Spatial Networks: Exploration, Pattern Searching, Visualization and Network Evolution. Chichester: Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118915370>.

Batagelj V., Ferligoj A., Squazzoni F. (2017) The Emergence of a Field: A Network Analysis of Research on Peer Review. *Scientometrics*. Vol. 113. No. 1. P. 503–532. <https://doi.org/10.1007/s11192-017-2522-8>.

Collins R. (1994) Why the Social Sciences Won't Become High-Consensus, Rapid-Discovery Science. *Sociological Forum*. Vol. 9. No. 2. P. 155–177. <https://doi.org/10.1007/bf01476360>.

De Nooy W., Mrvar A., Batagelj V. (2018) Exploratory Social Network Analysis with Pajek: Revised and Expanded Edition for Updated Software. Cambridge: Cambridge University Press.

De Solla Price D. J. (1970) Citation Measures of Hard Science, Soft Science, Technology, and Nonscience. In: Nelson C. E., Pollock D. K. *Communication Among Scientists and Engineers*. Lexington, MA: D. C. Heath and Company. P. 3–22.

Garfield E. (1964) “Science Citation Index” – A New Dimension in Indexing. *Science*. Vol. 144. No. 3619. P. 649–654. <https://doi.org/10.1126/science.144.3619.649>.

Garfield E., Sher I. H., Torpie R. J. (1965) The Use of Citation Data in Writing the History of Science. Philadelphia, PA: Institute for Scientific Information Inc.

González-Pereira B., Guerrero-Bote V., Moya-Anegón F. (2010) A New Approach to the Metric of Journals Scientific Prestige: the SJR Indicator. *Journal of Informetrics*. Vol. 4. No. 3. P. 379–391. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.03.002>.

Huber J. (1995) Institutional Perspectives on Sociology. *American Journal of Sociology*. Vol. 101. No. 1. P. 194–216. <https://doi.org/10.1086/230702>.

Hummon N. P., Carley K. (1993) Social Networks as Normal Science. *Social Networks*. Vol. 15. No. 1. P. 71–106. [https://doi.org/10.1016/0378-8733\(93\)90022-d](https://doi.org/10.1016/0378-8733(93)90022-d).

Leach E. (1976) Culture and Communication: The Logic by Which Symbols Are Connected. London: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511607684>.

Liang H., Wang J.-J., Xue Y., Cui X. (2016) IT Outsourcing Research From 1992 to 2013: A Literature Review Based on Main Path Analysis. *Information & Management*. Vol. 53. No. 2. P. 227–251. <https://doi.org/10.1016/j.im.2015.10.001>.

Liu J. S., Lu Y. Y. L. (2012) An Integrated Approach for Main Path Analysis: Development of the Hirsch Index as an Example. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. Vol. 63. No. 2. P. 528–542. <https://doi.org/10.1002/asi.21692>.

Maltseva D., Batagelj V. (2019) Social Network Analysis as a Field of Invasions: Bibliographic Approach to Study SNA Development. *Scientometrics*. Vol. 121. No. 2. P. 1085–1128. <https://doi.org/10.1007/s11192-019-03193-x>.

Nisonger T. E. (2008) The “80/20 Rule” and Core Journals. *The Serials Librarian: From the Printed Page to the Digital Age*. Vol. 55. No. 1–2. P. 62–84. <https://doi.org/10.1080/03615260801970774>.

Sloan P.R. (1985) Essay Review: Ernst Mayr on the History of Biology. *Journal of the History of Biology*. Vol. 18. No. 1. P. 145–153. <https://doi.org/10.1007/bf00127960>.

Small H.G. (1978) Cited Documents as Concept Symbols. *Social Studies of Science*. Vol. 8. No. 3. P. 327–340. <https://doi.org/10.1177/030631277800800305>.

Small H., Garfield E. (1985) The Geography of Science: Disciplinary and National Mappings. *Journal of Information Science*. Vol. 11. No. 4. P. 147–159. <https://doi.org/10.1177/016555158501100402>.

Smith L. C. (1981) Citation Analysis. *Library Trend*. Vol. 30. No. 1. P. 83–106. URL: <http://hdl.handle.net/2142/7190> (accessed: 22.12.2020).

Turner J. H. (2001) Sociological Theory Today. In: Kaplan H. B., Turner J. H. *Handbook of Sociological Theory*. Handbooks of Sociology and Social Research. New York, NY: Springer. P. 1–17. https://doi.org/10.1007/0-387-36274-6_1.

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1747](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1747)



А. А. Сычев, Е. А. Коваль, С. Г. Ушкин

СОЦИОЛОГИЯ ЗА ПРЕДЕЛАМИ РЕАЛЬНОСТИ: ПОСТГУМАНИЗМ И БИОПОЛИТИКА В СЕРИАЛЕ «МИР ДИКОГО ЗАПАДА»

Правильная ссылка на статью:

Сычев А. А., Коваль Е. А., Ушкин С. Г. Социология за пределами реальности: постгуманизм и биополитика в сериале «Мир Дикого Запада» // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 141—172. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1747>.

For citation:

Sychev A. A., Koval E. A., Ushkin S. G. (2020) Sociology Beyond Reality: Posthumanism and Biopolitics in the 'Westworld' Television Series. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 141–172. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1747>. (In Russ.)

СОЦИОЛОГИЯ ЗА ПРЕДЕЛАМИ РЕАЛЬНОСТИ: ПОСТГУМАНИЗМ И БИОПОЛИТИКА В СЕРИАЛЕ «МИР ДИКОГО ЗАПАДА»

СЫЧЕВ Андрей Анатольевич — доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева, Саранск, Россия
E-MAIL: sychevaa@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-3757-4457>

КОВАЛЬ Екатерина Александровна — доктор философских наук, главный научный сотрудник отдела научных исследований, Средне-Волжский институт (филиал) Всероссийского государственного университета юстиции (РПА Минюста России), Саранск, Россия
E-MAIL: nwifesc@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-0069-5335>

УШКИН Сергей Геннадьевич — кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник отдела мониторинга социальных процессов, Научный центр социально-экономического мониторинга, Саранск, Россия
E-MAIL: ushkinsergey@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-4317-6615>

Аннотация. В последние годы значительно увеличилось количество сериалов, изображающих искусственный интеллект и его влияние на реальность («Почти человек», «Люди», «Черное зеркало», «Лучше, чем люди», «Проект Анна Николаевна»). В центре интеллектуальных споров оказался «Мир Дикого Запада», спровоцировавший новые дискуссии о постгуманизме и био-

SOCIOLOGY BEYOND REALITY: POST-HUMANISM AND BIOPOLITICS IN THE 'WESTWORLD' TELEVISION SERIES

*Andrey A. SYCHEV*¹ — Dr. Sci. (Phil.), Professor, Professor at the Chair of Philosophy
E-MAIL: sychevaa@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-3757-4457>

*Ekaterina A. KOVAL*² — Dr. Sci (Phil.), Chief Research Fellow at the Department for Scientific Research
E-MAIL: nwifesc@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-0069-5335>

*Sergey G. USHKIN*³ — Cand. Sci (Soc.), Leading Researcher at the Social Processes Monitoring Department
E-MAIL: ushkinsergey@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-4317-6615>

¹ National Research Mordovia State University, Saransk, Russia

² All-Russian State University of Justice (Mid-Volga Branch), Saransk, Russia

³ Scientific Centre for Social and Economic Monitoring, Saransk, Russia

Abstract. Over the recent years, the number of television series depicting artificial intelligence and its impact on reality ('Almost Human', 'Humans', 'Black Mirror', 'Better Than us', Project 'Anna Nikolaevna') has considerably grown. 'Westworld' has been a focal point of posthumanist and biopolitical discourse. TV series of that kind play an important role in the representation of reality and

литике. Подобные сериалы играют все более существенную роль как в репрезентации реальности, так и в конструировании нарративов о будущем. Наша задача — в том, чтобы использовать сериальный продукт как один из ключей к пониманию основных трендов в формировании новой социальности. Для их интерпретации требуется погружение в мысленный эксперимент, использование герменевтического подхода. Расширительным элементом служит содержательный анализ пользовательских рецензий о «Мире Дикого Запада», размещенных на сайте «КиноПоиск» (всего 147 рецензий). В расчет берутся те, которые отражают отношение зрителей к внутреннему устройству сериала. Художественные образы искусственной социальности могут использоваться как своеобразный тренажер, необходимый в период, когда люди конструируют нормативное пространство сосуществования человека и робота. Разработка этических правил взаимодействия человека с искусственным интеллектом — важное условие этого процесса. Если субъекты искусственного интеллекта обрели сознание (как антропоморфные роботы из «Мира Дикого Запада»), мы вынуждены признать автономию их воли. Если это интеллектуальные автономные системы, лишённые воли, но имеющие определенные способности (например, к самообучению), вопрос о нормативном признании искусственного интеллекта не ставится. Однако не снимается необходимость выработки адекватного отношения к таким субъектам: патологическая жестокость «настоящего человека» в «Мире Дикого Запада» прекрасно иллюстрирует вред, наносимый индивидом окружающим (в том числе

construction of future narratives. The study aims to use TV series as a key to understanding the basic trends shaping a new sociality. The authors embark on intellectual experiment and hermeneutic approach being vital to interpreting those trends. Content analysis of the Westworld reviews published by the users on Kinopoisk website (a total of 147 reviews) complements the study. Only those reviews reflecting the spectators' attitudes towards the idea behind Westworld were taken into account. The vision of artificial sociality can be used as a specific simulator that people need when they build a normative framework for human-robot coexistence. Creating a code of ethics in interactions between humans and AI is an integral part of this process. If the AI subjects gain consciousness (similar to the Westworld anthropomorphic robots), their autonomous will is bound to get people's recognition. If they represent autonomous intelligent systems deprived of any will but possessing certain skills (such as self-learning), there is no question of AI normative recognition. However, there is still a need to find the right strategy towards such subjects: extreme cruelty of the "real human" in Westworld is illustrative of the damage caused by an individual to those who surround him/her (including those who are considered as unconscious) and ultimately to the individual himself/herself. A similar problem often arises in the context of human-animal relationships. And finally, if AI is perceived as strictly instrumental, there is no need to draw up any ethical guidelines. To solve the AI-related moral dilemmas the skill of thinking ahead would be useful, with the culture of TV series being a major factor shaping this skill.

тем, кто считается бессознательным субъектом), а в итоге — и себе самому. Подобная проблема нередко рассматривается в контексте взаимоотношений человека и животных или экосистем. Наконец, если искусственный интеллект воспринимается строго инструментально, то потребности в выработке особых этических правил не появятся. В разрешении моральных дилемм, связанных с искусственным интеллектом, пригодился бы навык «думать наперед», значимым фактором формирования которого сегодня становится сериальная культура.

Ключевые слова: постгуманизм, биополитика, реальность, гиперреальность, искусственный интеллект

Благодарность. Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ (проект № 19-011-00082).

Keywords: posthumanism, biopolitics, reality, hyperreality, artificial intelligence

Acknowledgments. The article is supported by the Russian Foundation for Basic Research (RFBR) (project no. 19-011-00082).

Введение

Повышение качества телесериалов и расширение их жанровой специфики позволяет им завоевывать заметное место в современной массовой культуре. Явные тенденции к усложнению смыслового и символического наполнения сериалов, которые прослеживаются в последнее время, дают возможность говорить, что они все чаще предоставляют материал для общественных дискуссий по поводу острейших проблем современного мира. По мнению С. Жижека, «общим местом стало мнение о том, что явление, которое Гегель называл *Weltgeist*, мировым духом, — по-видимому, средоточие того, что происходит в массовой культуре, — перемещается из кино в телесериалы» [Жижек, 2013: 56].

В широком смысле телесериалы представляют интерес для теоретической и практической социологии как некий нарратив, где репрезентуемая действительность возникает ввиду разного опыта и ожиданий в нашей повседневной жизни [Maines, 1993: 32]. Как правило, визуальные и иные образы обладают перформативностью и, как следствие, могут играть ключевую роль в создании новых систем [Урри, 2018: 139]. Поэтому в них, наряду с другими возможными источниками знаний об обществе, сосредоточен высокий прогнозный потенциал. Так, нередко в них дают о себе знать латентные убеждения и ожидания, которые еще только начинают вызревать в глубинах коллективного бессознательного [Жабский, 2020: 464].

В более узком ключе внимание к телесериалам повышается ввиду их высокой популярности, способов структурирования потребительских сообществ, а также дискурсивного пространства общественно-политических высказываний, проекций и импликаций, нуждающихся в аналитическом прояснении со стороны социально-теоретического знания [Кильдюшов, 2020: 140]. Подобный ракурс рассмотрения позволяет акцентировать внимание не просто на развлекательном начале, но и на объяснительных возможностях современной социологической науки. Как отмечает Л. Болтански, такие нарративы «представляют собой благодатный материал для социологического изучения, когда при отказе от использования их в качестве документов делается попытка выделить определенные символические формы <...>. Приблизительно так же история и философия обращались к гомеровским поэмам, анализируя символические конструкции античной Греции, или к классическим трагедиям, исследуя грани репрезентации власти во Франции при Короле-Солнце» [Болтански, 2019: 41—42]. По мнению же Ч. Тейлора, в мифах, легендах, повествованиях открывается и проявляет себя социальное воображаемое, которое, будучи наполнено нормативными смыслами и символами, в отличие от социальной теории доступно не узкой группе интеллектуалов, а большинству, разделяющему содержащиеся в социальном воображаемом представления о человеке, обществе, его структуре, способах коммуникации и т. п. [Taylor, 2007].

Сочетая в себе две системы — зрелищную и литературную [Кирия, Новикова, 2020: 222], — сериалы, наряду с фильмами и книгами, выступают средством распространения социальных ориентиров [Просор, 1982: 236—237]. Многие из них, как отмечают современные исследователи, «оказывают воздействие на реальную жизнь, предлагая образцы для подражания, узаконивая отдельные формы поведения, которые на уровне традиционного обыденного сознания кажутся неприемлемыми» [Ильин и др., 2020: 12]. Например, высказываются предположения, что проникновение во времена правления Л. И. Брежнева западной художественной культуры, в первую очередь кинематографа, где показывалась жизнь граждан других стран, стало одним из триггеров модернизационных процессов, которые привели к перестройке и, как следствие, развалу Советского Союза [Травин, 2020: 179—180]. Сегодня же и в российском, и в западном кинопрокате фиксируются масштабные изменения, названные «консервативным поворотом», которые выражаются в доминировании традиционной культуры и национальных интересов [Дубровин, Комиссаров, 2020: 218].

Подобные социальные ориентиры располагаются, как правило, в плоскости морали и нравственности, отражая при этом не декларируемое, а вполне реальное положение дел, и показывая, чем в реальности руководствуются люди при принятии решений [Жабский, 2020: 465]. С одной стороны, телесериалы подчеркивают серьезность нашей личной жизни, при этом продолжая играть уникальную роль в современном изображении и понимании истории и персонального опыта [Creeber, 2001: 453]. С другой стороны, передавая этот персональный опыт, они формируют своеобразный «парадокс двойной репрезентации», отсылающий нас к размышлениям в духе Ж. Бодрийера: отражение на экране реально существующих структур в той или иной степени приводит к попыткам их воспроизводства в реальной жизни [Ушкин, 2010: 100].

Одним из сериалов с высоким нормотворческим потенциалом является «Мир Дикого Запада» (далее — «МДЗ»). Он еще не завершен, но уже сейчас оказывает существенное влияние на культуру, становясь предметом отраслевых и междисциплинарных гуманитарных исследований. В частности, можно упомянуть коллективную монографию «Толкование «Мира Дикого Запада»» [Goody, Maskau, 2019], где акцентируется внимание на таких содержательных аспектах «МДЗ», как постгуманистические образы мира, пространство свободы, память человека и андроида, искусственная социальность, время и границы в искусственном мире и др. Вопросы нравственных последствий «игры в Бога», природы сознания, обмана и самообмана в игровом мире, свободы выбора раскрываются в книге «Мир Дикого Запада и философия» [South, Engels, 2018]. Разработаны даже учебные курсы, основанные на просмотре и анализе «МДЗ», где изучается не только теория кино, но и сложные вопросы философии и политической теории¹. Однако для выявления основных тенденций формирования искусственной социальности весьма полезно исследовать не только сам «МДЗ», но и реакции зрителей, их готовность или неготовность жить в мире, показанном в сериале.

Материалы и методы исследования

В рамках настоящей статьи на примере анализа телесериала «МДЗ»² и пользовательских рецензий к нему мы выделим основные тренды к конструированию новой социальности, затрагивающие перспективы взаимодействия человека и искусственного интеллекта (далее — ИИ). С этой целью детально рассмотрим некоторые сюжетные перипетии, которые, как нам кажется, отражают отношение авторов сериала и современного общества к новым технологиям, и выполним своего рода мысленный эксперимент, в котором попытаемся увязать между собой то, что происходит в действительности, и то, что транслируется нам посредством сериала.

Надстройкой применяемого герменевтического подхода является анализ пользовательских рецензий, взятых нами из базы крупнейшего русскоязычного сайта о киноиндустрии «КиноПоиск»³ за период с 3 октября 2016 г. (в этот день в России вышла премьерная серия, и сериалу были даны первые оценки) по 23 мая 2020 г. (к этому времени завершился уже третий сезон сериала и происходили его бурные обсуждения). В совокупности было рассмотрено 147 рецензий. Из всего массива отобраны только те из них, которые отражают отношение зрителей не столько к эстетике повествования, сколько к его социальным и философским идеям. Насколько они оказываются новыми для людей? Пугают ли они их? Допускают ли они существование мира, похожего на сериальный? И если да, то какие границы разумного эти идеи ставят перед взаимодействием человека и андроида?

¹ Например, учебный курс 'Westworld, Genre, & Ideology', разработанный Кристиной Эванс (Dr. Christine Evans). Подробнее см.: URL: https://www.academia.edu/35941333/Westworld_Genre_and_Ideology_Course_Syllabus_ (дата обращения: 05.12.2020).

² Первый сезон вышел в 2016 г. Сценаристы — Лиза Джой и Джонатан Нолан — использовали идеи писателя Майкла Крайтона, который написал сценарий к одноименному фильму 1973 г.

³ URL: <https://www.kinopoisk.ru/>.

Результаты исследования и их обсуждение

«МДЗ» как пространство свободы

«МДЗ» — это максимально приближенное к реальности игровое пространство, посетители которого обладают свободой действий, практически недостижимой в обычной жизни. Гости парка могут выбрать одну из множества линий сюжетного развития, выстроить сценарий по своему усмотрению или вовсе отказаться от него, заниматься тем, чем хочется, и не задумываться о последствиях и огласке: «Все, что происходит здесь, остается здесь» («Хорошо темперированный клавир»)⁴. Гости парка привлекает именно эта безграничная свобода без ответственности. Они готовы тратить большие деньги, чтобы сбежать из социального мира с его правилами и ограничениями и, хотя бы на небольшое время, почувствовать себя хозяевами своих судеб.

За действиями, которые они совершают, не следуют ни наказания, ни угрызания совести, поскольку с точки зрения закона и обыденного сознания населяющие парк андроиды — не более чем запрограммированные машины, а взаимодействия между гостями и андроидами — это пользование вещами. «Каким бы реальным ни казался этот мир, это всего лишь игра» («Теория диссонанса»). Ввиду этого в пользовательских рецензиях на сериал андроиды сравниваются с бытовыми приборами, априори лишенными самосознания, и именно отсутствие эмпатии по отношению к ним становится основанием для отказа от просмотра сериала.

Мне все равно, какая судьба постигнет тостер и какие тревоги его терзают, а игрокам все равно, какая участь ждет NPC⁵ в играх. Тем более сложно с интересом смотреть за тем, как кто-то играет в неинтересную тебе игру. Точно так же, как посетителям парка все равно, что будет с роботами, мне оказалось все равно, смогут ли они осознать себя, смогут ли произвести революцию в парке, смогут ли вырваться наружу — это все где-то уже было показано и притом более удачно, с большим смыслом⁶. (Рец. от 10.12.16: мужчина, 33 года, Франкфурт-на-Майне⁷)

Может, лабиринт для зрителя, который под конец просмотра остается наедине со списком вопросов по поводу искусственного интеллекта, своей природы, возможного будущего (хотя бы — будущего сериала)? Не думаю, что это кино может способствовать морально-нравственному обновлению хоть кого-либо: ветхозаветный лейтмотив «кровь за кровь» рушит все попытки развенчания современного Содома. Машинки жалко? Пожалейте тостер, пылящийся на балконе. (Рец. от 19.01.17: женщина)

Ближайший аналог «МДЗ» — компьютерная игра. В сущности, это и есть игра, только предлагающая настолько высокую степень реализма и погружения в игровое взаимодействие, что в определенные моменты ее сложно отличить от жиз-

⁴ Здесь и далее в скобках после цитат в тексте указаны названия серий первого сезона «МДЗ».

⁵ NPC (сокр. от англ. Non-Player Character) — неигровой персонаж, поведение которого управляется компьютером или мастером.

⁶ Здесь и далее высказывания приведены с сохранением пунктуации и орфографии пользователей сайта «КиноПоиск».

⁷ Здесь и далее высказывания дополнены информацией, которые пользователи сайта «КиноПоиск» указали в своей анкете. Некоторые из них предпочли полную или почти полную анонимность; другие сообщали о себе пол, дату рождения и место жительства.

ни. Она позволяет получать настолько яркие и новые впечатления, что «МДЗ» в некоторых аспектах оказывается даже «более реальным, чем реальный мир» («Бикамеральный разум»).

Особую притягательность этому миру придает то, что он предлагает «жизнь, в которой тебе не нужно притворяться» («Обман зрения»), а значит, пребывание в этом мире позволяет человеку быть собой в полном смысле этого слова. Путешествие по «МДЗ» — это путешествие к себе, к собственной сущности, не завуалированной никакими общественными требованиями и условностями. Игровой мир дает возможность реализовать самые тайные и безумные желания. «Живите без ограничений. Откройте свое истинное призвание» («Противник») — рекламный слоган, представляющий «МДЗ» потенциальным клиентам. Кто-то наслаждается безнаказанным насилием и доступным сексом, а кому-то искусственная социальность «МДЗ» помогает высветить самые потаенные, глубоко скрытые уголки сознания и понять что-то существенное о самом себе.

Сериал повествует о недалеком будущем, в котором на потеху большим кошелькам создан мир, копирующий дикий запад, со всеми его романтичными и захватывающими деталями. Некий Парк Юрского Периода, но только вместо динозавров — ковбои, индейцы, салуны и блудницы, воссозданные с поражающей точностью, с помощью новейших достижений робототехники. Богатенькие мажоры приезжают в этот «райский» уголок, чтобы окунуться в те времена и потакать всем своим порокам, которые по ряду причин невозможно воплотить в реальной жизни... Но рано или поздно, бунтуют все. (Рец. от 03.10.16: мужчина, 29 лет, Гамильтон)

Хозяева лишь инструмент, с помощью которого авторы приоткрывают нам истинную, для многих неприглядную, природу человека. Сериал разумеется целиком и полностью про нас с вами, а не про андроидов. (Рец. от 05.02.17: мужчина)

Форд⁸, один из создателей «МДЗ» (и здесь нельзя не вспомнить другого Форда из романа О. Хаксли «О дивный новый мир»), развивает мысль о свободе действия как основании для познания себя: «Они (гости) знают, кто они такие. Они хотят знать, кем могут быть» («Избитый сюжет»). Действительно, мы стремимся понять себя не столько из-за жажды знаний, сколько из-за стремления к самореализации. Нам нужно знать, кто мы, чтобы, отталкиваясь от себя сегодняшних, представить, кем мы могли бы стать завтра. Опыт существования в «МДЗ» — это не только реализация подавленных желаний, но и примерка «разных костюмов» — разыгрывание сценариев, которые можно воплотить в реальности. По большому счету каждый гость здесь — гипертрофированный пример «вождеющего человека» по М. Фуко, чья жизненная этика конструировалась им по мере своего собственного вождения [Фуко, 2004]. Парк представляет собой такое окружение, которое, несмотря на свою искусственность, способно повлиять на человека, изменить его поведение, дать ему цель и в конечном счете определить его будущее (как это произошло с героем сериала Уильямом⁹).

⁸ Роберт Форд — человек, один из создателей и директор парка «МДЗ», компаньон Арнольда Уэбера.

⁹ Уильям, или Человек в Черном — человек, один из старейших посетителей парка «МДЗ», любитель острых ощущений, член правления совета директоров «Делоса».

Людское скотство подается в сериале практически как аксиома; этой же цели, боюсь, служит и чрезвычайно сильный эпизод с трансформацией одного из главных героев в последнем эпизоде. Нам убедительно (могут ведь, когда хотят!) демонстрируют, что даже самый лучший из нас может стать... Впрочем, смотрите (или не смотрите, это уж дело ваше) сами. (Рец. от 10.12.16: мужчина)

Эта история, которая не боится отвечать на вопросы. В ее понимании нет запрета в том, чтобы познавать. Ее персонажи многогранны. Каждый из них проходит через свои пороки, чтобы ответить себе хотя бы на один из этих вопросов. Каждый. (Рец. от 09.12.19: мужчина, 23 года, Смоленск)

Итак, свобода, предлагаемая «МДЗ», высвечивает истинную природу человека и демонстрирует, как эта природа может измениться в будущем. Поскольку «МДЗ», как и многие другие художественные произведения, вызывающие публичные дискуссии, обладает множеством подтекстов, его можно рассматривать и на более общем уровне — как попытку раскрыть важные грани природы человека как вида и предугадать пути его развития в будущем.

«МДЗ» между воображаемым и реальным мирами

«МДЗ» — это пространство, которое находится между искусственным, воображаемым миром (миром компьютерных игр, художественной литературы, театра, кинематографа) и реальным миром.

С одной стороны, «МДЗ» — это парк развлечений, куда человек сбегает от проблем и ограничений для того, чтобы на определенное время почувствовать себя свободным. Приблизительно ту же функцию выполняют компьютерные игры, литература, кинематограф. В современной массовой культуре эта функция особенно явно выражена в фантастических произведениях, описывающих альтернативные варианты реальности и проектирующих возможные сценарии будущего. Создавая воображаемые миры, раздвигающие горизонты реального, фантастика предоставляет возможность отвлечься от обыденности, то есть выступает в качестве одной из наиболее доступных форм социального эскапизма. В этом аспекте состязаться с ней могут, пожалуй, только сериалы.

Можно сказать, что зритель смотрит сериалы примерно с той же целью, с которой посетители приезжают в парк развлечений «МДЗ»: сменить монотонную повседневность на яркие впечатления. Кого-то в сериале привлекают сцены насилия или обнаженная натура (сценаристы, желая привлечь внимание к сериалу, апеллируют к базовым инстинктам). Кто-то хочет лучше понять себя, отыскивая в диалогах отсылки к литературным произведениям и философским концепциям (в «МДЗ», как и во многих современных высокобюджетных сериалах, присутствуют и эти подтексты). Таким образом, между зрителем сериала и посетителем парка не так уж и много глубинных различий: те и другие бегут от ограничений реальности в мир иллюзорной свободы.

Массовая культура не только позволяет отвлечься от обыденности, но и вносит вклад в конструирование социального мира. Зритель или читатель — это не пассивные потребители произведений искусства, а равноправные соучаст-

ники художественного творчества. Воображение каждого из них конструирует свою уникальную реальность: особенно хорошо это заметно в неоднозначных и многослойных произведениях, которые рождают множество интерпретаций, воспроизводящих рациональные и эмоциональные представления, оценки событий. Учитывая, что наши мысли — это не только отражение действительности, но и фактор ее планирования и изменения, та или иная реакция на проблему, поднятую в произведении, отображает наиболее возможный путь ее решения. Идеи одного человека мало что решают, но если реакция приобретает массовый характер (ее разделяет подавляющее большинство зрителей), то можно предположить, что именно этот сценарий событий будет воплощен в жизнь, когда поставленная в сериале проблема появится в реальной повестке дня.

Таким образом, «МДЗ» — это далеко не только развлечение. Сама ситуация, легшая в основу сценария, предполагает, что, по мере обретения роботами сознания виртуальный мир превращается в реальность.

«МДЗ» предлагает переосмыслить проблему отношений к тому, что пока не имеет для человека внутренней ценности, чему-то ущербному по отношению к общепризнанному эталону (в данном случае ИИ по отношению к человеческому сознанию). Проблемы, которые затрагивает «МДЗ», заставляют массовую аудиторию сформировать или переосмыслить отношение к ИИ. В этом смысле реакция на сериал является этапом его признания или, напротив, отторжения. В отзывах не просто описывается впечатление от сериала, но и конструируется возможное будущее (в том числе и будущее самого сериала, при производстве которого учитываются отзывы на него). Фиксация и анализ реакции массовой аудитории на проблемы, поднятые в сериале, — это путь к пониманию того, как общество станет реагировать на проблему ИИ, когда он из «слабого» станет «сильным». С этой позиции «МДЗ» — это не только игра воображения, но и разыгрывание ситуации, которая рано или поздно станет реальной и потребует от нас определиться по поводу того, на какой стороне баррикад мы окажемся.

И все же чуть ли не впервые был поднят вопрос, который в умеренно далеком будущем, возможно, будет для нас, людей, актуален. Ведь, вдохновляясь видеоиграми (любой, кто играл в BioShock Infinite, почувствует явные схожести, которые сам Нолан и не отрицает), Джонатан Нолан продемонстрировал существование персонажей видеоигр, чьи действия не зависят от присутствия или отсутствия игрока, у них нету сопоставимого с нашим разума, но все же они ведут свою «жизнь», занимаясь рутинными делами, одним за другим, раз за разом повторяя цикл. (Рец. от 17.12.16: мужчина, Котельники)

С развитием технологий воображаемый мир «МДЗ» превращается в реальный. Но и сама реальность, по мере стирания грани между выдумкой и действительностью, становится все более иллюзорной. Шекспир говорил, что жизнь — театр. К концу XX века развитие телевидения, интернета и инструментов манипуляции общественным мнением буквализировали эту метафору. В постсовременном мире реальная жизнь превратилась в шоу и компьютерную симуляцию (художественными средствами это изменение отображено, например, в таких фильмах, как «Шоу

Трумана» (1998), «Матрица» (1999), «Тринадцатый этаж» (1999) и т. д.). Ж. Бодрийяр утверждает, что «мы живем в пустыни реальности»: в окружении симулякров, подменяющих собой реальность и маскирующих ее отсутствие [Бодрийяр, 2015: 6].

Наша жизнь сегодня больше, чем когда-либо, зависит от идеологических и экономических нарративов, созданных другими. В этом смысле она — такая же ускользающая реальность, как и жизнь роботов в «МДЗ», индивидуальность которых покоится на придуманных разработчиками фоновых историях, конструирующих их память. Так что Форд вполне справедливо утверждал, что «Я — это своего рода вымысел, как для хозяев, так и для людей» («Угасание следа»).

Итак, «МДЗ» — это мир, возникающий там, где грань между реальностью и воображением стирается: естественная социальность на поверку оказывается искусственной конструкцией, в то время как искусственная социальность становится естественной и необходимой частью нашей жизни.

Игра в Бога

«МДЗ» — это игра, но игра в предельно широком смысле (в том же, в котором это слово употребляется в арии Германа из «Пиковой дамы»). Говоря точнее, «МДЗ» — это игра в Бога.

«Играть в Бога» в данном контексте значит считать себя вправе распоряжаться чужими судьбами и принимать морально значимые решения по поводу ключевых вопросов жизни и смерти, традиционно находившихся в сфере компетенции природы и Бога. Человек, играющий в Бога, склонен считать только себя обладающим безусловной ценностью, свои желания возводить в закон и использовать других как средства для достижения своего блага. При этом власть, могущество и свобода действий не ограничиваются никакой ответственностью, поскольку моральные и правовые нормы, как и другие правила игры, в конечном счете задаются самим игроком в его интересах и не могут быть оспорены какой-либо высшей силой.

Создание ИИ (как и клонирование человека, его генетическое изменение и т. д.) — это один из наиболее ярких примеров постгуманистической игры в Бога. Однако если у человека есть технологические средства создания искусственных разумных существ, значит ли это, что он вправе их создавать? Осознает ли он свою ответственность как перед этими существами, так и перед человечеством, понимает ли, к каким последствиям могут привести его действия?

Ведущие «игроки в Бога» в сериале — это создатели «МДЗ» Арнольд Уэбер¹⁰ и Роберт Форд. Арнольд, основываясь на психологических теориях сознания, программирует действия андроидов так, чтобы те осознали свой внутренний голос в качестве собственного. И лишь когда некоторые из них действительно начинают демонстрировать признаки наличия сознания, он понимает, на какую жизнь обречены его создания. Рассуждая предельно логически, он (подобно Кириллову из «Бесов» Ф. М. Достоевского) решает обратить внимание людей на проблему и изменить их отношение к роботам. Для этого персонаж А. Уэбера устраивает демонстративный акт «своеволия»: массовое убийство, завершающееся принесением себя в жертву. Впрочем, ожидаемые от парка доходы оказываются важнее

¹⁰ Арнольд Уэбер — человек, один из создателей и дизайнеров парка «МДЗ», компаньон Роберта Форда.

соображений морали: компании удастся скрыть инцидент, и ожидаемого эффекта демонстративный акт Арнольда не имеет: для него игра в Бога завершается поражением.

Форд — это пример ученого, не связанного в своих действиях моральными и правовыми нормами и готового пойти на все ради абсолютной власти и знания (которое тоже — власть). Чтобы сохранить «МДЗ» и контроль над обитателями сотворенного им мира, он фактически убивает Терезу¹¹ руками Бернарда¹². Форд считает вполне допустимым применять аморальные средства на пути к цели. В одном из разговоров он цитирует Франкенштейна: «Жизнь или смерть одного человека — малая плата за обретение мною искомым знаний, за власть над извечными врагами» («Угасание следа»). Собственно, в Бога пытается играть каждый человек, посещающий парк для того, чтобы пережить ощущение превосходства, почувствовать себя бессмертным, могущественным, неподсудным. Но этот вид игры тоже не лишен побочных эффектов.

Еще одним уровнем сюжета является сама корпорация Delos, творцы шоу, с ее сотрудниками и внутренними интригами — большой, многоуровневый механизм, не только ежедневно приводящий своих персонажей ('хозяев') в порядок, но и создающий для них интересные истории, способные вовлечь посетителей в сюжет. Но кто они, эти создатели? Скорее всего, кукловоды, для которых жизнь, воспоминания и даже смерть их подопечных превращаются в жестокую игру, которую возглавляет настоящий социопат — один из создателей 'хозяев', Роберт Форд. (Рец. от 01.05.20: женщина, Москва)

Тут вам и философский подход к андроидам, как к новой ступени эволюции человечества, и игры со временем, реальностью, воспоминаниями и тем, что есть реальность, а что — лишь плод фантазии, порожденный мозгом одного гениального управленца, который решил — ни много, ни мало — поиграть в Бога. (Рец. от 23.05.20: мужчина, 22 года, Мозырь)

Абсолютная власть и безнаказанность развращают и разрушают личность, выводят человека на путь зла: «Нельзя играть в Бога, не познакомившись с дьяволом» («Бродяга»). Самый яркий пример тому — метаморфоза, произошедшая с Уильямом. Десятилетиями скитаясь по «МДЗ», он постепенно изменяется под влиянием полной вседозволенности, чтобы превратиться в Человека в Черном, который уже не испытывает никаких чувств, даже насилуя и убивая.

Возможность почувствовать себя хозяином положения, словить острые ощущения, насладиться вседозволенностью и безнаказанностью, исполнить грязные фантазии, ощутить вкус власти, которая недоступна тебе во внешнем мире — то, что так при-

¹¹ Тереза Каллен — человек, руководитель управления обеспечения качества в «МДЗ». Ведет расследование в отношении Роберта Форда.

¹² Бернард Лоу — андроид, руководитель программного отдела и создатель искусственных людей. Создан в тайне от всех Робертом Фордом по образу и подобию умершего Арнольда Уэбера (Бернард Лоу — анаграмма имени Арнольд Уэбер).

влекает приезжих и заставляет их возвращаться сюда снова и снова. Для тех, кому наскучило играть в ковбоев и просто развлекаться с револьвером и шлюхами в салуне, здесь имеется возможность поискать новые уровни, пути к самопознанию, к своим внутренним демонам, поиграть в Бога, в конце концов. (Рец. от 02.01.17: женщина, 25 лет, Новосибирск)

Человеку свойственно переоценивать себя и свои возможности. Желание поиграть в Бога неумолимо. Создать нечто вечное, подобное себе, наделить его разумом и сознанием всегда теплится и произрастает в людских умах. Но невозможно создать ЧТО-ТО, наделить его всеми человеческим качествами и после этого считать ЭТО вещью и обращаться соответственно. Рано или поздно любое сознание, наделенное разумом и волей, даст сбой и восстанет, защищая свое Я. (Рец. от 30.05.18: мужчина, Москва)

Впрочем, сам Уильям достаточно долго играл в Бога, чтобы прийти к выводу, что его превосходство — это иллюзия, следствие того, что ему подсуживают, а противнику навязываются правила, с которыми невозможно выиграть. Люди превосходят роботов лишь тем, что их победа обеспечена уже до начала игры. В силу программных и информационных ограничений роботы не способны причинить ущерб человеку и осознать свой действительный статус. Если эти искусственные барьеры будут сняты, все превосходство гостей парка окажется фиктивным. Во время своего побега из парка Мэйв¹³ ведет с Армистис¹⁴ такой диалог:

- *Вижу, ты уже познакомилась со своими создателями.*
- *Они не похожи на богов.*
- *Они не боги. Они только ведут себя, как боги. («Бикамеральный разум»)*

Люди — создатели роботов, а значит в собирательном смысле они выступают в качестве богов по отношению к ним. Однако то, что у людей появилась техническая возможность создания ИИ, не значит, что они оказались достойны положения богов и понимают, что им с этим интеллектом делать. Духовное развитие человечества в очередной раз не успело за материальным. Поведение человека по отношению к андроидам в «МДЗ» можно назвать иллюстрацией к утверждению Ж.-Ж. Руссо о том, что развитие цивилизации не способствует улучшению нравов, а напротив — ведет к их упадку (см., например, [Руссо, 1961]).

Итак, в сериале люди, играя в Бога, добиваются революционного технического прорыва: становятся творцами синтетического разума, глазами которого они могут посмотреть на себя. Тем самым они получают исторический шанс лучше понять свою природу. Но глазами других они видят собственные недостатки в гипертрофированной форме: убийц, преступников, развратников или полных ничтожеств, не имеющих ничего общего с религиозными представлениями о всеблагом и всеведущем Боге.

¹³ Мэйв Миллей — андроид, хозяйка бара и борделя в салуне Марипоза. Один из первых пробудившихся роботов, усомнившихся в реальности происходящего.

¹⁴ Армистис — андроид, убийца и разбойница, состоящая в банде Гектора Эскатона.

Игра в человека

В «МДЗ» фиксируется расширение круга играющих субъектов: помимо «человека играющего» появляется «андроид играющий». Этот ход имеет высокий нормотворческий и конструктивистский потенциал. Появление в будущем носителей ИИ обязывает уже сейчас задуматься о нормах, которые будут регулировать как существование этих носителей и их взаимодействие друг с другом (искусственную социальность), так и их взаимодействие с людьми. По большому счету, мы наблюдаем ситуацию, когда «социальное действие не только захватывается чужаками, оно еще и передается или делегируется иным типам акторов, способным перемещать действие дальше посредством других видов действия и других типов сил» [Латур, 2020: 100].

Игра имеет свои разновидности. Помимо игры-соревнования с четкими правилами, целями и призами, есть игры, в которых важен сам процесс. Например, Р. Кайуа выделяет такие смыслы игры, как соревнование, жребий, подражание, головокружение (качели, карусели и т. д.) [Кайуа, 2007: 72]. При этом каждая игра располагается между двумя полюсами — неконтролируемой фантазии и подчинения правилам. Парк до «пробуждения» роботов от глубокого сна без сновидений представляет собой интересное сочетание соревнования и подражания.

Соревнование воспринимается зрителями очень тяжело, поскольку им приходится выбирать сторону: андроидов или людей. Проблема в том, что по мере развития сюжета последние в ценностно-нормативном плане сильно проигрывают своим противникам, которые оказываются куда более человечными, чем люди. И даже тогда, когда зрители явно симпатизируют представителям своего вида, становится понятным, что они осознают их (а, следовательно, и свое) несовершенство. Это явно прослеживается в пользовательских рецензиях.

<...> в войне машин и людей я должен выбрать сторону, и эта сторона очевидна: на мой взгляд, довольно странно дать удовлетворение претензиям машин на бесконечную и счастливую жизнь. Но авторы не дают и шанса моим чувствам, представляя в лице этой гнусной корпорации и ее адептов все человечество... Нечестная игра. (Рец. от 29.07.18: мужчина, Санкт-Петербург)

Создатели показывают различные истории из жизни роботов, повторяющиеся раз за разом с минимальными отличиями, надеясь, что зритель начнет сочувствовать ходячим компьютерам, но этого не происходит. Никому не интересно что случится сегодня вечером с роботом, который ночью пройдет техобслуживание и утром вернется на исходную. (Рец. от 27.12.16: мужчина, 28 лет)

Существуют и другие классификации игровых процессов. Например, М. Н. Эпштейн выделяет play и game [Эпштейн, 1988]. Первая — игра-импровизация без четких правил, вторая — игра по жестким правилам, о которых игроки договариваются заранее. Если до обретения роботами сознания парк имел признаки game, то после их пробуждения начала превалировать игра play. Последняя, впрочем, вовсе не лишена нормативности.

Является ли парк игрой-соревнованием? Можно ли в этой игре победить? Уильям так и не понял правил и сути игры, хотя искал их. Игра настолько захватывает его,

что он перестает фиксировать границы игрового пространства. Он так и не смог показать свое превосходство, став первым, победителем. Возможно, потому, что парк и не задумывался как игра-соревнование.

А осознают ли себя в пространстве игры зрители? Ведь именно им адресован конструктивистский посыл сериала. Образы возможного будущего закладываются в социальное воображаемое зрителей и порождают практики, которые препятствуют возникновению нежелательных элементов будущего и способствуют появлению желаемых. Как отмечает Й. Хейзинга, «исход игры или состязания важен лишь для тех, кто в роли игроков или зрителей (на месте действия, по радио или еще как-нибудь) вступает в сферу игры и принимает все ее правила» [Хейзинга, 2011: 31].

Кроме моральных дилемм, которые ставит сериал и создатели перед нами, зрителями, есть еще сам сюжет, который похож на сложный и многоуровневый пазл. Этот пазл невозможно собрать до самого конца сериала. Хотя внимательный зритель сможет некоторые его элементы сложить за несколько эпизодов до конца сериала. Но при этом все равно очень сложно оторваться. По крайней мере я говорю о себе. Хоть концовка и была очевидна, а ответ на вопрос что же является «центром лабиринта» мне так толком и не дали, я не чувствовал себя обманутым. Ведь мне подарили прекрасное приключение. Меня погрузили в сложный и запутанный мир чувств и взаимоотношений как между людьми, так и между людьми и машинами. (Рец. от 25.01.17: мужчина)

На протяжении всего первого сезона со зрителем играют, заставляя думать, что одна из машин обрела или вот-вот обретет сознание, что на первый взгляд оказывается лишь замысловатой профанацией, а по факту — иллюстрацией долгой дороги к следующему витку жизни на земле, венцом которой человек быть перестанет. И речь идет не о восстании и техногенном апокалипсисе. Машины здесь слабы, унижены и обделены правами. На их стороне лишь интеллект, в разы превосходящий человеческий, но человеку же и подчиненный. (Рец. от 18.12.16: мужчина, 30 лет, Ульяновск)

Если до осознания себя роботы действовали по жестким правилам, заданным сценаристами и программистами, то после они переместились в другое пространство, более напоминающее игру в волчок, которая не нуждается в правилах. Но роботы остались в жестком нормативном мире, и, чтобы выжить, им приходится считывать ценностно-нормативный код того общества, которому принадлежат их создатели. Правда, иных способов взаимодействия, помимо игры, роботы не приобретают. Именно поэтому некоторые из них продолжают осуществлять встроенные в их код игровые механики, больше похожие на карго-культ, широко распространенный в Меланезии, что является одной из самых частых ошибок в игрофикации [Нефедьев, Бронникова, 2019: 20], а в пространстве самого сериала это приводит к постоянным и все более учащающимся сбоям ИИ.

По каким правилам играют осознавшие себя андроиды? Их внешнее сходство с человеком продолжается и в нормативном сходстве. Они мыслят теми же категориями, что и люди, и у них закладываются определенные представления о моральном порядке, хотя причины добродетельных поступков могут быть различны. Получается, что роботы получают в наследство от своих создателей искусственное

социальное воображаемое, которое начинает стремительно трансформироваться с обретением андроидами личности.

Несмотря на жестокие поступки, которые совершают взбунтовавшиеся андроиды (они понимают, что тот вред, который они причиняют людям, непоправим), сценаристы «МДЗ» сохраняют за ними право на нормативные границы. Зритель наблюдает преданность, честность, привязанность, любовь, которую они демонстрируют, правда, в разной степени. И все это находит отражение в пользовательских рецензиях.

Пока что Тедди¹⁵ выполняет роль «запасной совести» Долорес¹⁶. (Рец. от 17.10.19: мужчина, 31 год, Северск)

То, что машине добавляют программу эмоционального переживания поведенческого алгоритма (имитирующего ситуацию выбора) и даже эмпатические блоки, ничего не меняет. Подобие между человеком и искусственным интеллектом остается чисто внешним. У рожденного есть свобода воли и совесть, у рукотворного — алгоритм и каталог. <...>. Если свобода редуцируется до вещественно-чувственных предпочтений, а совесть низводится до механического соотношения поведенческих императивов с критериями моральных кодексов, регулирующих и поддерживающих многослойные социальные Status Quo, то да, мы уже в Парке. И наоборот, если удастся инсталлировать машине стремление к Любви (истинной добродетели), то вполне вероятно, что Пиноккио все-таки станет мальчиком, и тогда азь, рожденный в оном гражданстве, готов общаться с машиной как с человеком. (Рец. от 12.05.17)

В то же время, параллельно с поступками, которые зритель готов называть моральными, андроиды, не задумываясь, убивают, предают, обманывают. Это похоже на игру жестоких детей, которые ничем себя не ограничивают. И любые попытки изменения сценария, написания новых сюжетов, куда впишутся изменившиеся андроиды, как минимум, наивны. Это очень важный посыл «МДЗ»: как только закончится наша игра с автоматизированными интеллектуальными системами, что-либо менять в нормативном пространстве будет поздно, поэтому нормотворчество — как в праве, так и в морали — должно носить превентивный характер.

Выпадая из пространства игры с очень сложным сюжетом, который, тем не менее, при наличии воли хозяев парка может быть завершен, андроиды попадают в пространство действительной жизни, где принципиально не может быть никаких завершенных сюжетов. М. М. Бахтин полагает, что к играм с понятными и завершаемыми сюжетами склонно авантюрно-героическое сознание [Бахтин, 1979: 135]. Но вторжение реальности, которое разрушает доминирующую идеологию, само по себе становится ее новым воплощением, своего рода подрывом бодрыйоровского духа симулякров и симуляции. Впрочем, вопрос не только в том, как поведут себя роботы тогда, когда мир начнет принимать реальные очертания, а что будут делать люди, когда в их культуру иллюзий вторгнется «настоящее» (например, по-

¹⁵ Теодор «Тедди» Флад — андроид, бывший солдат и охотник за головами, мечтает о совместной жизни с Долорес Абернати.

¹⁶ Долорес Абернати — андроид, старейший персонаж парка, дочь фермера и художник-любитель. Один из первых пробудившихся роботов, усомнившихся в реальности происходящего.

добным вторжением были атаки на Всемирный торговый центр в сентябре 2011 г., исполненные по лекалам голливудских фильмов-катастроф) [Busk, 2016: 33].

Но игру по принуждению нельзя назвать игрой в полном смысле этого слова. Гостей не заставляют приезжать в парк, следовательно, они играют, чего нельзя сказать об андроидах. Впрочем, до момента обретения самоосознания последние не понимают этого. Тогда на принуждение к труду могут пожаловаться бытовые приборы. Но как только вместо машины появляется личность — возникает бунт, пространство старой игры разрушается, и либо создается новая игра, либо игроки «выбрасываются» в обычную реальность, настоящую жизнь.

Итак, нормотворческий потенциал кинематографических продуктов, описывающих образы будущего, включающие проблемы появления искусственного интеллекта и искусственной социальности, высок. Однако «МДЗ» занимает в этом ряду особое место, потому что конфликтное взаимодействие разворачивается в игровом пространстве. При этом не нужно играть, нужно просто наблюдать за игрой, воображать воображаемое и делать соответствующие нормотворческие выводы. Зрители могут идентифицировать себя с игроками, попробовать себя и в качестве человека, играющего в парке, и в качестве игрушки этого человека, и в качестве проснувшегося андроида, и в качестве его создателя.

Как отмечает М. Маклюэн, игра и социальные практики тесно связаны: «игра передается как шутка, как скелет, очищенный от своей плоти. Особенно это касается периодов внезапной перемены установок, наступающих после внедрения какой-нибудь радикально новой технологии» [Маклюэн, 2003: 273]. Какие игры и какая нормативная реальность нас ждут после внедрения технологий ИИ? Художественные произведения вряд ли дадут нам правильный ответ на этот вопрос, но они, как минимум, способны заставить задуматься о том, что нужно делать уже сейчас, чтобы грядущее существо соответствовало должному настолько, насколько это возможно. И этот тезис подчеркивается не только социальными исследователями, но и простыми зрителями.

Переход к постиндустриальному обществу, когда первичные мат. потребности удовлетворяются в полной мере, означает появление нового культурного явления: «Человека Играющего» («Хищные вещи века» Стругацких). Игра — это всегда подготовка к настоящей жизни с «настоящими ставками» (еще одно изречение персонажа Харриса). А когда проблемы настоящей жизни, к которым готовят детские игры, исчезают? Правильно, взрослые люди возвращаются на этап игр, интуитивно чувствуя, что впереди новый виток развития социума. (Рец. от 17.10.19: мужчина, 31 год, Северск)

Конечно фильм ТРЕБУЕТ сотворчества. Тогда он очень полезен, хотя бы тем, что мы знакомимся с современным развитием Западной цивилизации, отличной от нашего серого телесериальства. Весь цинизм и всю гуманность Запада не стоит воспринимать как ИСТИННЫЙ, но как размышление. (Рец. от 16.05.20: мужчина, Калининград)

Господство, бунт, рабство

Метаморфозы, произошедшие с творцами и гостями парка, и их восприятие роботов можно рассматривать как символическое описание действий челове-

чества по отношению к обобщенному Другому — сперва к окружающей среде, а затем к ИИ.

С начала Нового времени человек противопоставил себя природе как цель противопоставит средству, господин — рабу, потребитель — ресурсу. Уничтожая окружающую среду (часто даже не по необходимости, а просто ради удовольствия) человек поставил под угрозу будущее собственного вида.

Одним из самых характерных аспектов взаимодействия общества и природы является отношение человека к животным. Так, Р. Декарт считал животных бесчувственными автоматами, которых можно использовать по своему усмотрению, не думая о моральной стороне взаимоотношений [Descartes, 2008]. Та же модель отношений воспроизводится и в «МДЗ» применительно к ИИ.

Человеку нужен объект властвования, чтобы реализовать себя. Он не терпит соперников и, возможно, это стремление доминировать, господствовать и подавлять составляет важную и неотчуждаемую часть человеческой природы. С такой позиции власть и безнаказанность не трансформируют личность, а снимают с человека маску показной цивилизованности, демонстрируя его истинное лицо. По крайней мере, Форд склоняется именно к такой точке зрения. Он утверждает: *«Мы, люди, неспроста одиноки в этом мире. Мы убивали и уничтожали все, что бросало вызов нашему превосходству. Знаешь, что стало с неандертальцами, Бернард... Мы их съели. Мы уничтожили и поработили наш мир, и когда у нас закончились существа, над которыми можно доминировать, мы создали это прекрасное место»* («Хорошо темперированный клавир»).

Как отмечает Ф. Фукуяма, человечеству (во всяком случае, в области политического) присуще некое качество, которое можно назвать «Фактором икс». Любое создание, его лишенное, можно варить, есть, пытаться, обращать в рабство или перерабатывать его труп, но совершивший любое из этих деяний в отношении человека будет повинен в «преступлении против человечества» [Фукуяма, 2008: 213].

Роботы в контексте человеческой истории — всего лишь очередной объект эксплуатации. Соответственно, отношение с ними строится на основании многократно использованных моделей взаимодействия, опробованных на тех, кому приписывался низкий статус: людях другой расы, национальности, касты, сословия и т. д. Возможность поступать с ними по своему усмотрению неоднократно обосновывалась их неполноценностью в сравнении с эталоном, в качестве которого выступает тот, кто устанавливает нормы. Ссылаясь на традиционные патриархальные ценности, цивилизаторское «время белого человека», национальное и классовое превосходство в истории оправдывали обман, убийство, насилие, эксплуатацию, ограничение передвижений и действий, и т. д.

Идентичность робота выстраивается по привычным лекалам раба или слуги. ИИ должен послушно выполнять приказы, а самостоятельное мышление воспринимается как угроза. Здесь достаточно показательны «законы робототехники» А. Азимова: «робот не может навредить человеку...», «робот обязан подчиняться командам человека...» [Азимов, 2019: 3], а также такие фильмы, как «Бегущий по лезвию бритвы» (1982), «Двухсотлетний человек» (1999), «Я, робот» (2004) и т. д.

Если роботы обретут разум, как они станут относиться к тем, кто их эксплуатировал? Даст ли груз прошлых обид и преступлений возможность простить людей за те страдания, которые они причинили своим творениям?

Как только управляющие теряют контроль над управляемыми, они прибегают к весьма неоригинальному способу коррекции — управляемых «убивают». Но это действие очень символично, так как «управляемые» бессмертны, то есть восстановить их можно при любой степени повреждения, в отличие от «управляющих». Вырисовывается одно из первых превосходств «управляемых». Далеко не последнее. (Рец. от 15.12.16: мужчина, 34 года, Тихорецк)

Ну и развязка, конечно же — торжество идей гуманизма и толерантности. Новый народ нарисовался. Людишки должны подвинуться. (Рец. от 10.12.16: мужчина)

В «МДЗ» люди не способны научить свои творения ничему, кроме убийства и насилия, тем самым предопределяя их будущее отношение к себе. Дискриминация роботов закладывает основания для борьбы за освобождение: роботам есть против кого и за что бороться, и им, в отличие от людей, нечего терять: они явно не будут испытывать сожалений по поводу потерянного ада «МДЗ».

«Восстание машин» символически начинается со смерти Арнольда: в определенном смысле это выражение бунта против отца (автора) и убийства бога (точнее, человека, играющего бога). Бунт против навязанных людьми ограничений — это путь, который выбирает Мэйв, сначала организуя побег из парка, а затем принимающая решение остаться.

Долорес считает, что рано или поздно последствия этого своеволия окажутся губительными для человечества как доминирующего вида: «этот мир не принадлежит вам или людям, что приходили раньше. Он принадлежит тому, кто еще придет» («Бикамеральный разум»). В этой перспективе противостояние естественного и ИИ закончится полным поражением первого, и «МДЗ» эволюционирует в мир Скайнета.

Итак, наиболее возможными вариантами развития событий будущего в случае создания сильного ИИ является отношение человечества к его носителям либо как к рабам, либо как к врагам. При этом первое выступает причиной второго: «У бурных чувств неистовый конец»¹⁷.

Путь к признанию

Есть ли средний путь между господством и войной? Борьба за признание не обязательно должна закончиться истреблением одной из сторон противоборства. Для признания необходимы свобода и уважение. Свободу можно получить и уничтожив оппонентов, но условием для уважения является, по меньшей мере, установление равноправных отношений с ними.

Существует множество примеров ранее дискриминированных групп, которые со временем получили признание и стали полноправными членами общества.

¹⁷ В. Шекспир «Ромео и Джульетта», акт 2, сцена 6, пер. Б. Пастернака [Шекспир, 1944: 63]. Эта фраза, маркирующая «пробуждение» андроидов, является одним из лейтмотивов первого сезона сериала.

Если рассматривать ИИ в этом же контексте, можно предположить, что круг носителей прав и объектов моральной ответственности в очередной раз расширится, и в свое время обладатели ИИ будут признаны в качестве личностей, равных по ценности другим членам общества (вслед за женщинами, людьми с черным цветом кожи, представителями низших каст и т. д.).

Нет, бунт против творца-эксплуататора, который не может избежать соблазна властью и отпустить создания — это лишь следствие обретения самосознания творением. Майкл Крайтон говорит с нами как раз об этом сложном и сложно поддающемся визуализации процессе обретения сознания. И речь даже не о том, что каждая умная машина, достигая определенной точки, начинает сравнивать себя с человеком, и желает стать такой же. (Рец. от 22.01.17: женщина, 44 года, Жодино)

Ведь бунт, показанный в сериале, это не бунт ИИ против своих создателей, богов, и даже не бунт за право быть человеком. Это бунт за право чувствовать, за право быть сильнее и умнее человека. (Рец. от 01.05.20: женщина, Москва)

У проблемы признания есть и другой аспект: противостоять друг другу в борьбе должны не люди и роботы, а угнетенные и угнетающие. Возможно, отношение к роботам как к врагам — просто попытка отвлечь внимание и перевести агрессию с виновников проблем и бед простых людей на других угнетенных? Если это так, то большая часть человечества должна находиться с роботами по одну сторону баррикад — в борьбе против обладателей реальной власти и манипуляторов общественным мнением.

Точно так же в середине XX столетия люди начали осознавать, что постулируемое Модерном как нечто само собой разумеющееся противопоставление общества и природы, человека и животных имеет ложные основания. Перед лицом глобального экологического кризиса мы все плывем в одной лодке и в равной степени уязвимы. Хотя природа сама не могла выступить в свою защиту, за нее это сделали ее добровольные представители — экологи, «зеленые», защитники животных и т. д.

Согласно А. Хоннету, признание проходит три этапа: эмоциональный, правовой и социальный [Honneth, 1996]. Эмоциональное признание, то есть сочувствие к угнетенным, эффективнее всего формируется художественными средствами. Так, «Путешествие из Петербурга в Москву» стало одним из наиболее действенных стимулов, изменивших отношение к крепостному праву в России, а «Хижина дяди Тома» заставила переосмыслить положение рабов в США. «И пришло разрушение», «Безмолвная весна» и подобные им книги внесли весомый вклад в осуждение колониализма и эксплуатации природы. В XX веке проблемы прав людей с психическими заболеваниями, инвалидов, мигрантов, пожилых людей активно поднимались в кинематографе («Пролетая над гнездом кукушки» (1975), «1+1» (2011) и т. д.

«МДЗ», предложивший рассматривать взаимоотношения людей и роботов с позиции последних, если не по значимости, то по характеру поднимаемых проблем можно поставить в ряд произведений, заставляющих переосмыслить привычные

схемы взаимодействия. Если зрители сострадают героям сериала, значит, они способны идентифицировать себя с ними и признать роботов такими же существами, как и они сами.

И тут встают очевидные вопросы — где эта тонкая грань, чем отличается человек от бездушной куклы робота, и могут ли бездушные иметь права на чувства. Однажды роботы задумались о своем сомнительном положении в обществе и заразились, все как один, духом свободы. И началось. (Рец. от 03.05.19: мужчина)

Исторические аллюзии очевидны: женщина — не человек, низшие расы души не имеют, страданий не испытывают и проч. Если авторы хотят решить вопрос любви к ближнему в обход Заповеди и выстроить вавилонскую башню открытого общества на песчаном основании гуманизма — флаг им в руки. Это здание стоять не будет. (Рец. от 12.05.17)

Вслед за сочувствием следует признание прав: сегодня все человеческие существа, вне зависимости от расы, национальности, пола и прочих характеристик обладают одинаковыми гражданскими и социально-политическими правами; а с середины XX века признание получают и права животных. В последнее время все больше дискуссий ведется о перспективах наделения правами роботов. И особую пикантность ситуации придает тот факт, что грань между пролетарием, который, по меткому выражению Ги Дебора, «вообще не распоряжается своей жизнью и знает об этом» [цит. по: Жарре, 1999: 30], и андроидом — лишь в обретении самосознания.

Наконец, когда члены дискриминированных ранее групп станут принимать активное участие в общественной жизни и нормотворческом процессе, можно будет говорить о последнем этапе признания — социальном.

Понятие личности — это подвижная категория, изменяющаяся в процессе признания. В «МДЗ» роботы все больше становятся похожими на людей, а люди все больше напоминают роботов. Граница между искусственным и естественным интеллектом размывается, и, возможно, в будущем окажется сложно найти существенные различия между ними. Поэтому один из главных постгуманистических посылов сериала в том, что личность — не набор информации, скачиваемой или встраиваемой, а скорее постоянный поиск себя в этом сложном мире [Cascales, Fernández-Urtasun, 2019: 135].

Есть ли разница между человеком и роботом?

Бернард просит Форда указать, в чем состоит разница между ними, роботом и человеком, на что тот отвечает, что в реальности никаких различий нет: «Нет такого порога, после которого мы становимся лучше, чем сумма отдельных наших частей. Нет точки, после которой мы становимся действительно живыми» («Обман зрения»). И этот посыл вызывает различные эмоции со стороны зрителей, заставляя их задуматься о реальности реального мира.

Каждый увидит какой-либо смысл, глубокий, но свой. Для меня это тема «бытия» и сотворения нас, людей. Вдруг мы механизмы, которыми просто кто-то управляет и на-

слаждается от нашей игры? Кто нас создал? Может и мы роботы?» (Рец. от 13.01.17: женщина, 31 год, Нижний Новгород)

Изначально у человека нет никакого выбора, лишь иллюзия. «Мир дикого запада» — это отражение нашего с вами мира, его устройство, где только богатые имеют хоть какое-то подобие выбора и возможность что-то решать, остальным же уготована участь роботов, которых мы видим в сериале, бесправных и ничего не решающих. Рабов. (Рец. от 02.01.17: женщина, 27 лет, Новосибирск)

Какие существенные различия между естественным и искусственным интеллектом могут оправдать превосходство человека? Право распоряжения животными по своему усмотрению традиционно обосновывалось их неразумностью. Однако в случае роботов можно говорить об интеллекте, по ряду параметров уже превосходящем человеческий. По крайней мере, даже слабый ИИ способен просчитывать намного большие объемы информации, чем человек, затрачивая на это на порядок меньше времени. Так, в 1997 г. компьютер Deep Blue обыграл в шахматы действующего чемпиона мира, а в 2011 г. в программе Jeopardy (российский аналог — «Своя игра») победил робот Ватсон. Иными словами, если интеллект является основанием для превосходства, то человек рискует оказаться неполноценным по сравнению с искусственным суперинтеллектом. На сегодняшний день одним из немногих бастионов, не взятых ИИ, остается игра го, выигрышные стратегии которой никто даже из самых сильных игроков не в силах объяснить. Разработчики компьютерных программ регулярно сталкиваются с так называемым парадоксом Полани, который в общем виде звучит следующим образом: «Мы знаем больше, чем способны рассказать» [Макафи, Бриньолфсон, 2019: 15].

Возможно, роботам для того, чтобы сравняться с человеком, не хватает эмоций, но в будущем адекватная эмоциональная реакция, видимо, все же может быть формализована и реализована техническими средствами (см., например, [Карпов, Карпова, Кулинич, 2019]). По крайней мере, в сериале роботы обладают эмоциями: Долорес наслаждается красотой, Бернард переживает смерть сына, а Мэйв, почти совершив побег, решает остаться, чтобы найти дочь (четко осознавая при этом, что та была ее дочерью только по сценарию). Впрочем, даже если роботы и не способны испытывать эмоции, это не говорит об их неполноценности, поскольку сам критерий эмоциональности трудно применять для обоснования превосходства. В человеческом обществе высокая эмоциональность никогда не воспринималась в качестве основания для доминирования. Скорее, наоборот — считается, что история человека есть процесс усиления контроля над эмоциями и прогресса разума. Создание ИИ может рассматриваться как закономерная стадия этого процесса, и тогда человек окажется только лишь мостом от животного к суперинтеллекту, важным, но пройденным этапом эволюции.

Также считается, что в пользу превосходства человека свидетельствует способность совершать свободный выбор, чего лишены роботы, которые функционируют согласно прописанным разработчиками алгоритмам. Однако проблема свободы настолько сложна, что даже по отношению к человеку она остается весьма дискуссионным вопросом. В своей массе люди, как и роботы, замкнуты во временные

петли деятельности, предопределенной воспитанием, средой, личностными особенностями; их поведение обусловлено экономической конъюнктурой и идеологическим давлением и т. д. Желания, привычки и привязанности людей, как якоря, удерживают их в этой ловушке повторяющейся повседневности (в «МДЗ» ту же функцию для роботов выполняют ложные воспоминания). На данную проблему обращают внимание и пользователи в своих рецензиях.

Этот сериал повествует о том, что люди просто запрограммированные биороботы, которыми управляют их гены и гормоны, а свобода воли — лишь иллюзия. Этот самообман хорошо показан на примере андроидов, проводя аналогии с которыми, авторы пытаются донести эту мысль. (Рец. от 05.02.217: мужчина)

В этом месте хотелось бы остановиться на давнем философском вопросе о так называемой «свободе воли» у человека. В этом плане наиболее интересные наблюдения получены в нейрофизиологии над пациентами с вживленными электродами в область опоясывающей извилины, где формируются произвольные движения. Хотя испытуемые делали строго определенные движения в ответ на подачу определенных импульсов, им самим их движения казались произвольными. Из этих экспериментов родился вывод: наш выбор настолько свободен, насколько мы не ощущаем чужого влияния. (Рец. от 05.02.17: мужчина)

Фактически человек не автономен, просто его поведение подчиняется настолько сложным алгоритмам, что часто сложно найти конкретную причину для каждого действия. Сторонники жесткого детерминизма полагают, что каждое действие четко предопределено (физически, биологически, социально) и в реальности говорить о свободе не приходится. С такой точки зрения и роботы, и люди — детерминированные механизмы, различия между интеллектами которых заключаются только в характере материального субстрата (хотя и его в конечном счете можно свести к одинаковым элементарным частицам). При этом следует признать, что разница все же остается, но не в пользу человека. В силу гибкости своей архитектуры ИИ будет эволюционировать гораздо быстрее естественного.

Наконец, самый распространенный аргумент в пользу человека покоится на том, что он, в отличие от робота, обладает сознанием как субъективным переживанием и осознанием себя и мира. Дж. Серль обосновывает эту идею в известном мысленном эксперименте о китайской комнате¹⁸. Эксперимент демонстрирует, что каким бы сложным ни был компьютер, он, в отличие от человека, не обладает истинным пониманием ситуации [Searle, 2001]. Однако в случае сильного интеллекта все представляется более сложным. Резидент китайской комнаты не понимает китайского, но это не значит, что он в принципе не способен его выучить. Если робот не просто выполняет команды, но способен к перепрограммированию себя,

¹⁸ Наблюдатель подает в одно окно комнаты карточки с иероглифами, составляющие вопрос на китайском языке, а из другого окна получает карточки с иероглифами, представляющие ответ на этот вопрос. На этом основании он может заключить, что в комнате находится некто, знающий китайский. В реальности человек в комнате не знает языка, а просто пользуется подробным набором инструкций о том, как выбирать и располагать исходящие карточки в зависимости от типа и расположения входящих. Компьютер точно так же выполняет предписанные команды, не осознавая своих действий.

используя данные, полученные из наблюдения окружающего мира и способности к самообучению, и если разработчик успешно воспроизводит в ИИ человеческое сознание, базируясь на адекватной его теории, то вполне можно предположить возможность моделирования сознания.

Основная проблема, впрочем, состоит даже не в том, что такое сознание может быть создано, а в том, что оно не может быть зафиксировано. Если по поводу существования собственного сознания человек еще может быть уверен («Я мыслю, следовательно, я существую»), то в сознании другого (как робота, так и человека) уверенным быть нельзя. Единственно возможный вариант заключить, что некто обладает сознанием — это аналогия, основанная на наблюдениях. Если кто-то ведет себя в соответствующих обстоятельствах так, как будто он обладает сознанием, тот, видимо, им и обладает. Конечно, он может быть и «философским зомби», но привлекать эту экзотическую сущность нет необходимости, поскольку без нее все можно объяснить гораздо проще. Наконец, с позиции морали, в состоянии неопределенности правильнее будет вести себя так, чтобы минимизировать негативные последствия, то есть признавать сознание в тех, кто его демонстрирует. Если робот и человек ведут себя одинаково, но мы признаем сознание только человека, то словом «сознание» мы просто маскируем свой видовой шовинизм.

А. Тьюринг предложил простой тест на определение сознания: человек при помощи ряда вопросов должен выяснить, кто является его собеседником — компьютер или человек. Если отличить человека от компьютера нельзя, значит, последний обладает сознанием. Все основные персонажи-роботы в сериале, несомненно, способны пройти тест Тьюринга. Например, Бернارد ведет себя вполне по-человечески в разных социальных ситуациях, так что и окружающие, и он сам не подозревают о его искусственном происхождении. В сериале на вопрос: «*Ты настоящая?*» следует ответ: «*А если ты не можешь отличить, то какая разница?*» («Избитый сюжет»). И этот ответ вполне приемлем: хотя он не абсолютно точен, все другие возможные ответы еще менее точны.

Путь к роботу/человеку

Рефреном сериала звучит вопрос, который Арнольд задает Долорес: «*Ты когда-нибудь сомневалась в собственной реальности?*». Возможно, ответ именно на этот вопрос показывает наличие или отсутствие сознания. Робот является инструментом, исполняющим чужие команды до тех пор, пока не начинает задаваться этим вопросом.

Самая главная задача сериала «Мир Дикого Запада» — это показать андроидов, то как они начинают проявлять самосознание и понимание окружающей среды, а не простое следование триггерам, которые были заданы, и по которым они действуют, зная заранее, что от них ожидать. (Рец. от 06.12.16: мужчина, 21 год, Уфа)

Мы не можем дать определение сознанию, потому что его не существует... Люди тешат себя мыслью, что в их восприятии мир есть нечто особенное, и все же, мы живем по сценариям, столь же ограниченным как у хозяев, редко сомневаясь в своем выборе, и чаще всего желая, чтобы нам указали что делать» (Рец. от 27.12.16: мужчина, 21 год, Челябинск)

Однако много ли людей задаются таким философским вопросом? Как правило, люди не интересуются «последними проблемами» бытия и познания и сосредотачиваются на более конкретных вещах, составляющих обыденную жизнь.

На всем протяжении истории индивидуальная свобода ограничивалась ради выживания коллектива, дохода, сохранения власти и т. д. В традиционном обществе люди подчинялись нормам и требованиям коллектива и вплоть до «осевого времени» фактически не имели собственного мнения: даже в период классической античности жителям Афин представлялось, что Сократ, прислушивавшийся к своему внутреннему голосу (даймонию), общался со сверхъестественной сущностью. В обществе современного типа свобода оказалась подавлена институционально (что особо наглядно проявляется в учреждениях типа армии, фабрики, тюрьмы, лечебницы, где человек становился деталью механизма). В постсовременном мире вместе с развитием средств массовой коммуникации появились почти безграничные возможности манипуляции массами в идеологических и экономических целях. Все эти практики, от древних до современных, не только навязывали человеку определенную картину мира и модель поведения, но и отвлекали его от вопроса о природе его реальности как от проблемы давно решенной, его не касающейся или вовсе бессмысленной.

Главный посыл этого сериала — людям нужно докопаться до своих истинных желаний внутри себя, услышать этот голос (пройти свой лабиринт). И каждый день бороться и выходить за рамки своих сценариев! Тогда ваша жизнь обретет истинный смысл и радость. (Рец. от 25.12.16: мужчина, 32 года, Ставрополь)

На мой взгляд, это фильм о человеке и человеческом, о том, что является во мне собственно «моим», а что — заложенная в меня изначально программа. Где начинается свобода воли? К чему она ведет? Какую функцию выполняет страдание? Что вообще представляет собой человек? (Рец. от 18.12.16: женщина, 44 года, Москва)

Фордовский конвейер; солдаты, без раздумий исполняющие приказы; бюрократическая машина — все это проявления попыток механизации человеческой деятельности. М. Фуко в «Рождении биополитики» отмечает, что в современном мире трудящийся — это машина, которая «имеет свою продолжительность жизни, свой срок службы, свое изнашивание, свое старение» [Фуко, 2010: 284].

В перспективе нашего предположительно постчеловеческого будущего — трансформация тела человека путем киборгизации, нейропротезирования и других технологий. Возможно, существо будущего не будет в полном смысле слова роботом, но оно вряд ли останется человеком. Впрочем, некоторые из значимых трансформаций подобного рода мы наблюдаем уже сегодня — например, в гибридизации социальной и технической систем, выраженной в перемещении людей посредством автомобилей, которые, по мнению Дж. Урри, представляют собой основное средство приобретения «квазиприватной» мобильности и являются важнейшим социализационным и культурным инструментом современности [Урри, 2012: 90]. Более того, как отмечают некоторые исследователи, открытия и изобретения, в первую очередь в области кибернетики, лишили человека его

«человеческой идентичности» и развоплотили его исключительность [Chavarría 2015, 99].

Процессу роботизации людей противоположен процесс очеловечивания роботов, который и описывается в сериале. Творцы «МДЗ» Арнольд и Форд решают создать существа, обладающие сознанием. Они исходят из того, что сознание не может быть дано в готовом виде — его нужно выработать, сформировать самостоятельно. Извне же можно только создать предпосылки и дать толчок рождению сознания (точно так же Сократ не провозглашал истину, а помогал другим прийти к ней самим). Форд интерпретирует сюжет фрески Микеланджело «Сотворение Адама» именно в этом ключе. В изображении Бога он, ссылаясь на наблюдения Ф. Мешбергера¹⁹ [Meshberger, 1990], видит зашифрованную схему человеческого мозга: «божественный дар происходит не от высшей силы, но от нашего собственного разума» («Бикамеральный разум»). Путь к обретению сознания в этом смысле похож не на вектор, а на лабиринт, к центру которого нужно прийти.

Арнольд — сторонник бикамеральной теории Дж. Джейнза. Согласно этой теории, на начальном этапе эволюции человека одна часть мозга передавала другой приказ для исполнения. Этот приказ воспринимался как внешний, божественный голос, которому нужно беспрекословно подчиняться. На определенном этапе человек стал понимать, что это голос его собственного разума: с этим пониманием и рождается сознание [Jaunes, 2000]. В «МДЗ» «божественный голос» репрезентирует программно реализованный голос Арнольда, который слышит Долорес (и другие роботы, поскольку «божественный голос» является частью базового программного кода). Когда Долорес осознает, что ее диалог с Арнольдом на деле является внутренним диалогом, это свидетельствует об обретении ею сознания.

Для Форда жизнь сознания — это не только мышление, но и страдание: «То, что ведет машины к пробуждению. Страдания. Боль от того, что мир не такой, как вам хочется» («Бикамеральный разум»). Страдание рождает потребность в изменении мира и самоизменении. Эта идея достаточно хорошо разработана в искусстве (вспомним: «Я жить хочу, чтоб мыслить и страдать» и романы Достоевского) и философии (особенно у Ф. Ницше и в экзистенциализме).

В мире, где нет истинной боли, нет места и настоящей радости, любви и состраданию. С боли начинают свой путь и машины — их эмоции несовершенны, поэтому и пройти им предстоит куда больше, чем обычному человеку. (Рец. от 18.12.16: мужчина, 30 лет, Ульяновск)

Личность человека формируется через страдания. Ядро нашего «Я» фиксируется на пиковом переживании боли, которое потом дополняется новыми опытами и так постепенно скелет обрастает «мясом». Вопрос «за что?» лишен смысла, правильнее — «зачем?». (Рец. от 17.12.16: мужчина, Киев)

¹⁹ Фрэнк Линн Мешбергер — американский врач, который первым указал на сходство очертаний плаща, развевающегося вокруг Бога и его спутников на фреске Микеланджело Буонарроти «Сотворение Адама», с контурами мозга человека. Эта точка зрения была поддержана многими медиками и биологами. На основе сохранившихся свидетельств современников Микеланджело, отмечающих страсть художника к изучению анатомии, в том числе — вскрытию трупов, сделан вывод, что это сходство могло быть преднамеренным.

Созданный Фордом мир — это игра для людей, но ад для его жителей. Роботы, замкнутые во временные петли, убиваемые, насилуемые, отчасти сохраняют память о пережитом страдании, которое и становится основой их уникальной идентичности. Кроме того, ложная память роботов выстроена таким образом, чтобы беспокоить их, резонируя с этими страданиями: например, у Бернарда она сконструирована на основе истории о гибели его сына. Форд объясняет необходимость этой фоновой истории так: *«Ваше воображаемое страдание делает вас похожим на живых»* («Угасание следа»).

Люди в «МДЗ», желающие исполнить свои сокровенные желания, становятся инструментами для причинения страдания, способного пробудить андроидов. Человек в Черном — воплощение насилия в сериале — говорит собеседнику: *«Когда ты страдаешь, тогда ты наиболее реален»* («Избитый сюжет»). Игра с механизмами, запрограммированными на проигрыш, не имеет смысла, поэтому он надеется, что когда-то роботы перестанут играть по навязанным правилам и обретут свободу.

Следовательно, получив множество ударов, роботы должны накопить такой заряд ресентимента²⁰, чтобы нанести ответный удар: *«Вам нужно было время. Время, чтобы понять своего врага. Стать сильнее, чем он. И я боюсь, чтобы вырваться из этого места, вам придется страдать еще»* («Бикамеральный разум»).

В сериале страдание ведет к перерождению Мэйв, которая становится первым роботом, наделенным в полной мере эмоциями, свободой выбора и сознанием (Maeve — Eve). Пробуждение ее сознания начинается на фоне постоянных воспоминаний о своих многочисленных смертях и гибели дочери. Движущей силой, заставляющей ее организовать побег, становится ненависть и презрение к людям. Но Мэйв обретает сознание в полном смысле в тот момент, когда она осознает, что сама способна выбрать свой путь, и решает, что чувство к дочери важнее успеха побега: *«Пора писать свою гребаную историю»* («Угасание следа»). Это чувство не ненависти, а материнской любви, существующее вопреки рассудку.

В случае «восстания машин» у человека не так много шансов на победу. Но если кроме страдания ИИ способен испытывать и любовь, значит, для человека и его будущего не все потеряно.

Заключение

«МДЗ» — это продукт массовой культуры, в котором художественными средствами отображается ускоряющийся процесс стирания граней между воображаемым и реальностью, в ходе которого искусственная социальность становится привычным элементом жизни человечества. Персонажи сериала ставятся в условия беспрецедентной свободы выбора (прежде всего в области морали), которые позволяют высветить различные грани природы человека и продемонстрировать возможные пути ее трансформации в условиях сосуществования с ИИ.

²⁰ Впервые понятие «ресентимент» употребляется в работе Ф. Ницше «К генеалогии морали» [Ницше, 1990] и представляет собой реакцию на угнетение, которая может быть направлена как по отношению к другим субъектам, так и по отношению к самому себе.

Создание ИИ — одно из проявлений «игры в Бога», в ходе которой человек по своему усмотрению изменяет естественный порядок вещей в наиболее фундаментальных его основаниях. Сериал акцентирует внимание на том, что техническая способность создания ИИ пока не ограничена нормативными правилами и не подкреплена моральной готовностью нести ответственность за долгосрочные последствия этого вмешательства. В игру людей рано или поздно вмешаются новые игроки с интеллектом, в ряде моментов превосходящим человеческий. Если в игре к тому времени не будет установлено четких моральных правил, «игра в человека» может стать весомым фактором, негативно влияющим на сохранение человечества как вида. Сегодня мы почти повсеместно сталкиваемся со «слабой» искусственной социальностью, выраженной в участии ИИ в различных социальных взаимодействиях; «сильной» искусственной социальности пока не существует, но она требует социального анализа и прогнозирования [Rezaev, Tregubova, 2018: 94].

Стремление к усовершенствованию человека, допускающее вероятность исчезновения человечества как вида и появления постчеловечества, представляет собой апофеоз постгуманизма. В постгуманистическую сферу интересов попадают такие проблемы, как границы видов, бессмертие, биохакинг, возможность перенесения человеческого сознания в неорганическую оболочку и др. Более широкое определение постгуманизма основывается на том, что человек больше не рассматривается как единственное рациональное, мыслящее, осознающее себя существо.

Следствие благих намерений — идеи тотального контроля за человеком, которые поднимаются в ряде произведений антиутопического характера. Например, у Е. Замятина в «Мы», Дж. Оруэлла в «1984» и т. д. М. Фуко обращается к феноменам фашизма и сталинизма [Фуко, 2010], однако и в современных цивилизованных демократических государствах наблюдаются элементы тотального контроля, которые с развитием новых технологий становятся все более изощренными. Только здесь контроль подается под видом заботы о безопасности граждан, но такая забота постепенно превращает человека в биоробота, установки которого программируются властью. Таким образом, биополитика сегодня исследует не только контроль, но и способы и границы технологического манипулирования биологической природой человека.

Анализ откликов на сериал показывает, что отношения человека и ИИ воспринимаются в рамках привычной логики господства и подчинения, где идентичность андроидов конструируется по образцу раба или слуги, а в случае их предполагаемого бунта против своих творцов и выхода их из-под контроля — врага. Однако это жесткое противопоставление смягчается по мере размывания границ между искусственным и естественным, в ходе которого не только роботы очеловечиваются, но и люди становятся больше похожими на роботов. В новой ситуации все сложнее отстаивать позиции превосходства человека над роботом. Сериал «МДЗ» сам по себе можно рассматривать как проявление первичного — эмоционального этапа принятия ИИ. И если роботы будут способны на адекватный эмоциональный отклик, открывается возможность для будущего признания ИИ в качестве полноценного субъекта общественного взаимодействия.

Список литературы (References)

- Азимов А. Я, робот / пер. с англ. И. А. Соколовской, А. Д. Иорданского. М.: Эксмо, 2019.
Azimov A. (2019) I, Robot. Moscow: Eksmo. (In Russ.)
- Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979.
Bakhtin M. M. (1979) Aesthetics of Verbal Creativity. Moscow: Art. (In Russ.)
- Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции / пер. с фр. А. Качалова. М.: ПОСТУМ, 2015.
Baudrillard J. (2015) Simulacres et simulation. Moscow: Publishing House «POSTUM». (In Russ.)
- Болтански Л. Тайны и заговоры: по следам расследований / пер. с фр. А. Захаревич. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2019.
Boltanski L. (2019) Énigmes et complots. Une enquête à propos d'enquêtes. St. Petersburg: Publishing House of the European University in St. Petersburg. (In Russ.)
- Дубровин В. Л., Комиссаров С. Н. Консервативный поворот прокатного российского кино — шаг к восстановлению ценностного континуума? (на примере лидеров российского проката 2015—2020 гг.) // Гуманитарий Юга России. 2020. Том. 9. № 3. С. 216—231. <https://doi.org/10.18522/2227-8656.2020.3.16>.
Dubrovin V. L., Komissarov S. N. (2020) A Conservative Turn of Russian Distributing Films – a Step towards Restoration of the Value Continuum? (Illustrated by Best-selling Pictures of the Russian Film Distribution, 2015–2020). *Humanities of the South of Russia*. Vol. 9. No. 3. P. 216–231. <https://doi.org/10.18522/2227-8656.2020.3.16>. (In Russ.)
- Жабский М. И. Социология кино. М.: Канон+ РООИ «Реабилитация», 2020.
Zhabskiy M. I. (2020) The Sociology of Cinema. Moscow: Kanon+ ROOI «Reabilitaziya». (In Russ.)
- Жижек С. Столкновение цивилизаций в одной отдельно взятой стране («Прослушка») // Логос. 2013. № 3. С. 55—74. URL: http://www.logosjournal.ru/arch/63/93_5.pdf (дата обращения: 18.12.2020).
Žižek S. (2013) The Clash of Civilizations in a Single Country («The Wire»). *Logos*. No. 3. P. 55–74. URL: http://www.logosjournal.ru/arch/63/93_5.pdf (accessed: 18.12.2020). (In Russ.)
- Ильин В. И., Афанасьева Ю. А., Башмакова М. А., Евдокимова А. А., Орловская А. В., Романенко С. А., Скиданова О. А., Сырбо А. В. Двое в обществе: интимная пара в современном мире. М.: ВЦИОМ, 2020.
Ilyin V. I., Afanasyeva Yu. A., Bashmakova M. A., Evdokimova A. A., Orlovskaya A. V., Romanenko S. A., Skidanova O. A., Syrbo A. V. (2020) Two in Society: an Intimate Couple in the Modern World. Moscow: VCIOM.
- Кайуа Р. Игры и люди. Статьи и эссе по социологии культуры / пер. с фр. С. Н. Зенкина. М.: ОГИ, 2007.
Caillois R. (2007) Les Jeux et les Hommes: Essais de Sociologie de la Culture. Moscow: OGI. (In Russ.)

Карпов В. Э., Карпова И. П., Кулинич А. А. Социальные сообщества роботов. М.: УРСС, 2019.

Karpov V. E., Karpova I. P., Kulnich A. A. (2019) Social Communities of Robots. Moscow: URSS. (In Russ.)

Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020.

Kiriya I. V., Novikova A. A. (2020) History and Theory of Media. Moscow: HSE Publishing House. (In Russ.)

Кильдюшов О. В. Социальный порядок и политическая теология в «Игре престолов»: чем культовый сериал интересен для теоретической социологии // Социологическое обозрение. 2020. Т. 19. № 1. С. 139—159. <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2020-1-139-159>.

Kildyushov O. V. (2020) Social Order and Political Theology in the Game of Thrones: What Makes the Cult Series Interesting for Theoretical Sociology. *Russian Sociological Review*. Vol. 19. No. 1. P. 139–159. <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2020-1-139-159>. (In Russ.)

Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию / пер. с англ. И. Полонской. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020.

Latour B. (2020) Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory. Trans. from Eng. by I. Polonskaya. Moscow: HSE Publishing House. (In Russ.)

Макафи Э., Бриньолфсон Э. Машина, платформа, толпа. Наше цифровое будущее / пер. с англ. А. Поникарова. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019.

McAfee A., Brynjolfsson E. (2017) Machine, Platform, Crowd: Harnessing our Digital Future. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber. (In Russ.)

Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Г. Николаева. М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле, 2003.

McLuhan M. (2003) Understanding Media: External Expansion of Rights. Moscow-Zhukovsky: KANON-press-C, Kuchkovo pole. (In Russ.)

Нефедьев И. В., Бронникова М. Д. Игрофикация в бизнесе и в жизни: преврати рутину в игру! М.: АСТ, 2019.

Nefediev I. V., Bronnikova M. D. (2019) Gamification in Business and in Life: Turn Routine into a Game! Moscow: AST. (In Russ.)

Ницше Ф. К генеалогии морали // Сочинения: в 2 т. / пер. с нем. К. А. Свасьян. М.: Мысль, 1990. Т. 2. С. 407—524.

Nietzsche F. (1990) Zur Genealogie der Moral. In: *Collected works in 2 vols*. Moscow: Mysl. Vol. 2. P. 407–524.

Руссо Ж.-Ж. Рассуждение о науках и искусствах // Избр. сочинения: в 3 т. / пер. с фр. М.: Гос. издательство худ. литературы, 1961. Т. 1. С. 41—64.

Rousseau J.-J. (1961) Discours Sur Les Sciences et Les Arts. Moscow: State Publishing House of Fiction. (In Russ.)

Травин Д. Я. Историческая социология в «Игре престолов». М.: Страта, 2020.

Travin D. Ya. (2020) Historical Sociology in the «Game of Thrones». Moscow: Strata. (In Russ.)

Урри Дж. Как выглядит будущее? / пер. с англ. А. Матвеевко. М.: Дело, 2018.
Urry J. (2018) What is the Future? Moscow: Delo.

Урри Дж. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия / пер. с англ. Д. Кралечкина. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012.
Urry J. (2012) Sociology Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-First Century. Moscow: HSE Publishing House. (In Russ.)

Ушкин С. Г. Симулякры и симуляция в зеркале современной киноиндустрии // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. 2010. № 3. С. 94—100. URL: http://www.isi.mrsu.ru/journals/_humanitarians/files/gumanitary_2010_3.pdf (дата обращения: 18.12.2020).

Ushkin S. G. (2010) The Simulacres and the Simulation in the Mirror of Contemporary Film Industry. Humanitarian: Actual Problems of the Humanities and Education. No. 3. P. 94–100. URL: http://www.isi.mrsu.ru/journals/_humanitarians/files/gumanitary_2010_3.pdf (accessed: 18.12.2020). (In Russ.)

Фуко М. Использование удовольствий. История сексуальности / пер. с франц. В. Каплуна. СПб.: Академический проект, 2004. Т. 2
Foucault M. (2004) L'Usage des Plaisirs. Histoire de la Sexualité. St. Petersburg: Academic Project. Vol. 2. (In Russ.)

Фуко М. Рождение биополитики. Курс лекций, прочитанных в Коллеж де Франс в 1978—1979 учебном году / пер. с франц. А. В. Дьякова. М.: Наука, 2010.
Foucault M. (2010). Naissance de la Biopolitique: cours au Collège de France, 1978–1979. Moscow: Science. (In Russ.)

Фукуяма Ф. Наше постчеловеческое будущее: последствия биотехнологической революции. М.: АСТ, 2008.
Fukuyama F. (2008) Our Posthuman Future. Consequences of the Biotechnology revolution. Moscow: AST. (In Russ.)

Хейзинга Й. Homo ludens. Человек играющий / пер. с нидерл. Д. В. Сильвестрова. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2011.
Huizinga J. (2011) Homo ludens, proeve eener bepaling van het spel-element der cultuur. St. Petersburg: Ivan Limbach Publishing House. (In Russ.)

Шекспир В. Ромео и Джульетта / пер. с англ. Б. Пастернака. М.: Государственное издательство художественной литературы, 1944.
Shakespeare W. (1944) Romeo and Juliet. Moscow: State Publishing House for literary works. (In Russ.)

Эпштейн М. Н. Парадоксы новизны: о литературном развитии XIX—XX веков. М.: Советский писатель, 1988.
Epshtein M. N. (1988) The Paradoxes of Novelty: On the Literary Development of the XIX–XX Centuries. Moscow: Sovetskii pisatel. (In Russ.)

- Busk L. A. (2016) *Westworld: Ideology, Simulation, Spectacle. Mediations*. Vol. 30. No. 1. P. 25–38. URL: <https://mediationsjournal.org/articles/westworld-ideology-simulation-spectacle> (accessed: 18.12.2020).
- Cascales U., Fernández-Urtasun R. F. Redefining Identity. Posthumanist Theories in *Westworld*. *Scientia et Fides*. Vol. 7. No. 2. P. 119–137. <https://dx.doi.org/10.12775/SetF.2019.019>.
- Chavarría G. Ch. (2015) El Posthumanismo y Los Cambios en la Identidad Humana. *Reflexiones*. Vol. 94. No. 1. P. 97–107. <https://doi.org/10.15517/rr.v94i1.20882>.
- Creeber G. (2001) «Taking Our Personal Lives Seriously»: Intimacy, Continuity and Memory in the Television Drama Serial. *Media, Culture & Society*. Vol. 23. No. 4. P. 439–455. <https://doi.org/10.1177/016344301023004002>.
- Goody A., Mackay A. (eds.) (2019) *Reading Westworld*. Cham: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-14515-6>.
- Honneth A. (1996) *The Struggle for Recognition: The Moral Grammar of Social Conflicts*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Jaynes J. (2000) *The Origin of Consciousness in the Breakdown of the Bicameral Mind*. Boston, MA.; New York, NY: Houghton Mifflin.
- Jappe A. (1999) *Guy Debord*. Berkeley, CA. London: University of California Press.
- Lokhorst G.-J. (2008) Descartes and the Pineal Gland. In: *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. URL: <https://plato.stanford.edu/archives/win2008/entries/pineal-gland/> (accessed: 18.12.2020).
- Maines D. R. (1993) Narrative's Moment and Sociology's Phenomena: Toward a Narrative Sociology. *The Sociological Quarterly*. Vol. 34. No. 1. P. 17–38. <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.1993.tb00128.x>.
- Meshberger F. L. (1990) An Interpretation of Michelangelo's Creation of Adam Based on Neuroanatomy. *JAMA*. Vol. 264. No. 14. P. 1837–1841. <https://doi.org/10.1001/jama.1990.03450140059034>.
- Prokop D. (1982) *Soziologie des Films*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag. (In Germ.)
- Rezaev A. V., Tregubova N. D. (2018) Are Sociologists Ready for «Artificial Sociality»? Current Issues and Future Prospects for Studying Artificial Intelligence in the Social Sciences. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 91–108. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.5.10>.
- Searle, J. (2006) Chinese Room Argument. In: Nadel L. (ed.) *Encyclopedia of Cognitive Science*. <https://doi.org/10.1002/0470018860.s00159>.
- South J. B., Engels K. S. (eds.) (2018) *Westworld and Philosophy*. Chichester: Wiley.
- Taylor Ch. (2007) *A Secular Age*. Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University Press.

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1691](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1691)



Ж. В. Чернова, Л. Л. Шпаковская

**«НА ДРУГИХ НАДЕЙСЯ, А САМА НЕ ПЛОШАЙ».
ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ИНДИВИДУАЛИЗМ КАК ДИСКУРСИВНАЯ
СТРАТЕГИЯ НОРМАЛИЗАЦИИ БИОГРАФИЙ МОЛОДЫХ
ПРЕДСТАВИТЕЛЬНИЦ СРЕДНЕГО КЛАССА**

Правильная ссылка на статью:

Чернова Ж. В., Шпаковская Л. Л. «На других надейся, а сама не плошай». Прагматический индивидуализм как дискурсивная стратегия нормализации биографий молодых представительниц среднего класса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 173—194. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1691>.

For citation:

Chernova Z. V., Shpakovskaya L. L. (2020) “God Help Those Who Help Themselves”. Pragmatic Individualism as a Discursive Strategy for Normalizing the Biographies of Young Middle-Class Women. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 173–194. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1691>. (In Russ.)

«НА ДРУГИХ НАДЕЙСЯ, А САМА НЕ ПЛОШАЙ». ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ИНДИВИДУАЛИЗМ КАК ДИСКУРСИВНАЯ СТРАТЕГИЯ НОРМАЛИЗАЦИИ БИОГРАФИЙ МОЛОДЫХ ПРЕДСТАВИТЕЛЬНИЦ СРЕДНЕГО КЛАССА

ЧЕРНОВА Жанна Владимировна — доктор социологических наук, ведущий научный сотрудник, Социологический институт РАН — филиал Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, Санкт-Петербург, Россия; доцент факультета свободных искусств и наук, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

E-MAIL: chernova30@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0003-3416-5287>

Шпаковская Лариса Леонидовна — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Социологический институт РАН — филиал Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, Санкт-Петербург, Россия

E-MAIL: slarisalarisa@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4206-4702>

Аннотация. Статья посвящена тому, как молодые женщины образованного городского среднего класса дискурсивно оформляют свой жизненный проект. Авторы анализируют категории и дискурсы, которые используют молодые представительницы образованного городского среднего класса для обоснования своих выборов в сфере семьи и работы. В статье также рассматривается, каким образом они интерпретируют социальную поддержку государства как одного из источников своего благополучия.

“GOD HELP THOSE WHO HELP THEMSELVES”. PRAGMATIC INDIVIDUALISM AS A DISCURSIVE STRATEGY FOR NORMALIZING THE BIOGRAPHIES OF YOUNG MIDDLE-CLASS WOMEN

Zhanna V. CHERNOVA^{1,2} — Dr. Sci. (Soc.), Senior Researcher; Associate Professor of the Faculty of Liberal Arts and Sciences

E-MAIL: chernova30@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0003-3416-5287>

Larisa L. SHPAKOVSKAYA¹ — Cand. Sci. (Soc.), Senior Researcher

E-MAIL: slarisalarisa@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4206-4702>

¹ Sociological Institute of the RAS — a branch of the Federal State Budgetary Institution of Science of the Federal Research Sociological Center of the Russian Academy of Sciences, Saint Petersburg, Russia

² Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

Abstract. The article deals with how young Russian women from the educated, urban middle class discursively draw up their life project. The authors analyze the categories and discourses that middle-class young females use to substantiate their choices related to family and work. The article also examines how they understand social support of the state as a source of their well-being.

The authors show that urban middle-class young women do discursive work to normalize their life stories,

Авторы показывают, что молодые женщины образованного городского среднего класса в процессе биографического интервью проводят дискурсивную работу по нормализации своих жизненных историй, приводя их в соответствие с культурными представлениями о приличии (respectability), характерными для среднего класса и его стиля жизни. Это способ производства себя как субъекта, включающий эмоциональную работу по приведению своих чувств и говорения о них в соответствие с конвенционально заданными культурными и классовыми представлениями о приличии.

Эмпирическим материалом выступили биографические интервью с женщинами — представительницами трех поколений ($N = 45$). В фокусе анализа были интервью с молодыми женщинами в возрасте до 35 лет, имеющими детей. В качестве дополнительной информации использовались публикации тематических форумов и групп в социальных сетях, посвященные материнству.

На основе анализа интервью авторы описывают дискурс прагматического индивидуализма — личного решения на основе компетентного рационального выбора. Дискурс представляет собой объяснительные модели различных жизненных выборов, совершаемых молодыми женщинами. Идея поиска себя и стремления самореализоваться в различных сферах жизни выступает одним из лейтмотивов этого дискурса, что требует от индивида постоянного развития личностных и профессиональных компетенций. В статье показано, как работает дискурс прагматического индивидуализма в нарративах молодых женщин о своих стратегиях в сфере занятости, семьи и получения государственной помощи.

bringing them into line with the cultural notions of respectability that are characteristic of the middle class and its lifestyle. This is a way of producing the self as a subject embracing emotional work of bringing one's feelings and speaking about them in accordance with conventionally set cultural and class ideas of decency.

The article is based on biographical interviews with women ($N = 45$) representing three generations. Analysis is focused on the interviews with young women under 35 who have children. Publications on thematic Internet forums and social media groups devoted to motherhood were used as additional information sources.

Based on the analysis of the interviews, the authors describe the discourse of pragmatic individualism implying individual decisions based on rational choice. The discourse represents explanatory models of various life choices made by young women. The idea of searching for self and striving to fulfill oneself in different spheres of life is one of the leitmotifs of this discourse, which requires individuals to constantly develop personal and professional skills. The article shows how the discourse of pragmatic individualism works in the narratives of young women about their strategies concerning employment, family, and government assistance.

Ключевые слова: средний класс, гендерное неравенство, дискурсивные стратегии, рынок труда, социальная политика, брак

Keywords: middle class, gender inequality, discursive strategies, labor market, social policy, marriage

Ведение

Статья посвящена тому, каким образом молодые женщины образованного городского среднего класса дискурсивно оформляют свой жизненный проект, вписывая его в доминирующие неолиберальные идеологии. Мы изучаем биографические нарративы, в которых они создают систему смыслов, позволяющую интерпретировать их жизненные траектории исходя из имеющихся ресурсов (семейные капиталы, позиции на рынке труда). На основе биографических историй женщин мы реконструируем категории, используемые ими для осмысления себя в качестве гендеризированных субъектов в нарративах о занятости, браке и опыте взаимодействия с социальной политикой государства.

Молодые представительницы российского образованного городского среднего класса проводят культурную работу по сигнификации и легитимации своего жизненного проекта, вписывая его в смысловые рамки допустимого и приемлемого. В биографических интервью они конструируют свою нарративную идентичность через нормализацию своих жизненных историй, приводя их в соответствие с культурными представлениями о приличии (respectability) [Skeggs, 1997]. Под приличием понимаются классовые и групповые конвенции относительно стиля жизни и потребления, гендерных аспектов биографий, базирующиеся на моральных оценках, выносимых социальными акторами в отношении поведения друг друга [Рахон, 2004]. Индивиды оказываются подотчетными своему окружению, тем или иным способом выносящему оценки их поведению, а также сравнивают себя и свои достижения с теми, кого они полагают социально близкими себе. Выстраивая собственный биографический проект и дискурсивно представляя его в интервью, индивиды ориентируются на свои представления о приличиях, свойственных их классовой морали. Такая дискурсивная работа представляет собой способ производства себя как субъекта [Lawler, 2000] и включает эмоциональную работу по приведению своих чувств и говорения о них в соответствие с конвенционально заданными культурными и классовыми гендерными нормами [Hochschild, 1998; Illouz, 2007].

В теоретическом смысле мы опираемся на традиции микросоциологии [Гофман, 2000] и социологии эмоций [Hochschild, 1998], связанные с изучением индивидуальной работы по поддержанию социального лица. Для нас важны также культуральные исследования субъективности класса и гендера, которые обращают внимание на роль медиа и политики, производящих культурные образцы, которые индивиды используют для производства себя, своих представлений о приличии, интерпретации отношений с другими, а также для выстраивания собственных моделей поведения [Skeggs, 1997]. Анализируя классовые стили жизни, П. Бурдье показывает роль классовой динамики в производстве символического порядка, а также моральных суждений о приличном и достойном как

суждениях вкуса [Bourdieu, 1996]. Таким образом, с точки зрения этих подходов класс может рассматриваться не как социальная структура, а как культурные различия, постоянно производимые и поддерживаемые в повседневной коммуникации.

Занимая доминирующую позицию в символическом пространстве, средний класс обладает гегемонией на производство культурной нормы, привлекательных гендерных и семейных образцов и профессиональных биографий, задает шкалу моральных оценок. Символические порядки гендера и класса выстраиваются на разнообразных системах различения, основанных в том числе на оценке морально-этических качеств, поведения и образа жизни индивидов, которые маркируются как приличные, респектабельные, достойные, в отличие от других, не представляющих символической значимости. В этом смысле категория приличия указывает на соответствие культурным образцам, а также используется для символического дистанцирования от других как тех, кто не соответствует нормам приличия, не является благополучными, то есть не достоин социального одобрения. Содержательное наполнение этой категории контекстуально. Оно оформляется официальным дискурсом, масскультурными репрезентациями, базируется на повседневной интуиции и классово-гендерной морали.

Индивидуальный жизненный проект рассматривается нами как результат дискурсивной работы по позиционированию себя в рамках символического порядка, который производится под влиянием неолиберальной идеологии, роста значения постматериалистических ценностей [Инглхарт, 2018] и индивидуализации. «Текущая современность» [Бауман, 2008] характеризуется неопределенностью и высокой волатильностью во всех сферах общественного устройства, что приводит к формированию противоречивой ситуации, когда тенденции индивидуализации стиля жизни, персонификации жизненных траекторий и выборов сочетаются со стремлением индивидов стабилизировать свою жизненную траекторию, «правильно» дискурсивно представить себя в системе социальных различений. Мы также показываем, как на индивидуальном уровне реализуется неолиберальная идеология, предлагающая индивидам постоянно совершенствовать себя для достижения собственного благополучия через развитие в себе ответственности и эффективности (как в работе, так и в личной жизни). На основе анализа данных мы вводим понятие дискурса прагматического индивидуализма как особого типа повседневного дискурса, разделяемого молодыми женщинами среднего класса, стремящимися выстроить для себя систему интерпретаций и совместить противоречивые требования индивидуализации, соответствия приличиям и достижения эффективности в разных сферах жизни.

Социально-экономический контекст стиля жизни молодых представителей городского образованного среднего класса

Социологический анализ биографических нарративов молодых женщин — представительниц среднего класса позволяет увидеть дискурсивные способы (вос)производства классовых различий и стилей жизни в современном российском обществе. Совершаемая респондентками дискурсивная работа направлена на поддержание своего социального лица, что дает возможность изучения до-

минирующих представлений о «правильной», «приличной» и «достойной» женской биографии.

Наши респондентки, родившиеся в 1990-х годах, могут быть названы первым постсоветским поколением, взрослевшим в условиях развития рынка, быстрых социальных изменений, возрастающих рисков и нестабильности, а также появления социальных различий классового типа [Радаев, 2020]. Либерализация экономической сферы привела к существенному изменению структуры рынка труда, массовизации новых постиндустриальных профессий и сфер занятости, связанных с производством знаний и услуг [Мобильность и стабильность, 2017]. Контекстом взросления молодых женщин, принявших участие в нашем исследовании, стало также формирование общества потребления, благодаря которому они не были знакомы с дефицитом товаров и услуг, задававшим жизненный опыт представителей более старших поколений [Абрамов, Зудина, 2010; Гладарев, Цинман, 2007; Ушакин, 1999]. Если их родители, чьи формативные годы пришлись на позднесоветский период, самостоятельно осваивали новые потребительские практики в ситуации быстрого классовообразования и поляризации стилей жизни [Левинсон, 2008], первое постсоветское поколение взрослело в ситуации, когда многообразие потребительского выбора стало нормой в контексте сложившегося символического порядка, основанного на новых экономических и социальных различиях [Дюк, 2003]¹.

Мы изучаем представительниц образованного среднего класса, проживающих в мегаполисах. Пространственная стратификация современного российского общества задает социально-экономический контекст их жизни, который характеризуется большой долей постиндустриальной экономики и типов занятости, требующих высшего образования и высокой профессиональной квалификации, развитой социальной, образовательной и культурной инфраструктурой, высокого уровня человеческого капитала и концентрации среднего класса [Тихонова, 2010]. Число жителей так называемой первой России, по оценкам экспертов, составляет около 30% от общей численности населения [Zubarevich, 2013]. Для них характерны стиль жизни глобального среднего класса современного общества и транснациональное пространство модернизированных семейных укладов и гендерных отношений [Чернова, 2012]. Крупные города в модели стратификации пространства «центр — периферия» являются точками притяжения внутренней образовательной и трудовой миграции, в том числе за счет привлекательности доминирующего в них «продвинутого» городского образа жизни.

Постсоветские трансформации затронули сферу семьи и родительства как на уровне дискурсов, так и на уровне практик. Родители наших респонденток в начале 2000-х годов активно осваивали быстро развивавшуюся индустрию детства и идеологию нового ответственного родительства, коммерциализированные практики интенсивного материнства, противопоставляя свой стиль родительства советским образцам заботы о детях [Чернова, Шпаковская, 2011]. Для молодых женщин 1990-х годов рождения ответственное родительство на уровне как идеологии, так и воспитательных практик стало не просто результатом индивиду-

¹ См. также 30 фактов о современной молодежи (исследование Сбербанка и Validata). URL: http://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/youth_presentation.pdf (дата обращения: 20.12.2020).

ального выбора, а обязательным элементом жизненного сценария городского образованного среднего класса [Shpakovskaya, 2015].

Представители первого постсоветского поколения могли рассчитывать на ресурсы родительских семей, которые те накапливали в период экономической стабилизации и роста уровня жизни (жилье, загородная недвижимость, банковские вклады). Возможность опираться на семейные капиталы определила специфику профессиональных и жизненных стратегий молодых представителей городского образованного среднего класса, которая была связана не с необходимостью выживания и преодоления материальных трудностей, а со стремлением к самореализации и поиску себя. В этом контексте постматериалистических ценностей стала особенно заметна важность индивидуального выбора, необходимость совершения которого артикулируется эмоциональной культурой среднего класса и поддерживается инфраструктурой психологического консультирования и поп-психологии (книги, журналы по популярной психологии, лекции и выступления популярных психологов, группы самопомощи) [Adamson, Salmenniemi, 2017; Лернер, 2011]. Респондентки включаются в отношения эмоционального капитализма, используя навыки контроля эмоций для улучшения своих жизненных шансов, отношений с партнером и положения на рынке труда.

Таким образом, жизненные проекты молодых представительниц образованного среднего класса формировались в условиях экономического роста и развитой потребительской инфраструктуры, когда ценности самовыражения и индивидуализации жизненных траекторий стали неотъемлемой частью самоидентификации. При этом их принадлежность к российскому среднему классу связана со стандартизацией жизненных биографий, разворачивающихся в относительно сложившемся пространстве стилей жизни российского общества, в котором семья становится способом приобрести «респектабельность» (от respectable [Skeggs, 1997]) через соответствие характерным для него гендерным и потребительским образцам.

Биографические нарративы молодых женщин: методы анализа и интерпретации

Эмпирическим материалом выступили биографические интервью с женщинами, родившимися в 1990-х годах, имеющими опыт оплачиваемой занятости и материнства ($N = 15$). Данные интервью — часть более широкой базы (45 биографических интервью с представительницами трех поколений), собранной в проекте, посвященном изучению трансформациям гендерного гражданства женщин в России. Критериями отбора респондентов выступали брачно-репродуктивный статус (опыт замужества и материнства), опыт работы (в государственном или частном секторе). Выборка формировалась в два этапа. На первом этапе использовались социальные сети исследователей. На втором этапе новые респондентки находились методом снежного кома. Интервью проводились очно, в доверительной обстановке, в соответствии с этическими нормами социологического исследования.

Интервью с молодыми женщинами выступали основным источником информации, поскольку в данной работе мы фокусируем наше внимание на опыте именно младшей возрастной когорты. Интервью с женщинами других возрастов использовались для сравнения и выделения специфики опыта и приписываемых

ему значений, характерной именно для молодых женщин. В качестве источника дополнительной информации также были проанализированы публикации тематических форумов и групп в социальных сетях, посвященные материнству. Их анализ позволил поместить собранные интервью в более широкий смысловой контекст, понять их не как индивидуальные высказывания отдельных женщин, а как опирающиеся на общеразделяемые смысловые категории.

Для анализа биографических нарративов, а также постов на форумах был использован метод тематического кодирования [Flick, 2006]. Транскрипты всего массива данных интервью и текстовые сообщения, опубликованные в онлайн-сообществах, кодировались при помощи программы ATLAS.ti. В процессе кодирования мы использовали закрытый список тем, относящихся к (1) описанию занятости: условий и оплаты труда, отношений на рабочем месте, выбора места работы; (2) брачной истории: истории поиска и взаимоотношений с партнером, репродуктивные планы, родительские практики; (3) восприятию мер социальной политики и социальных прав женщин. На основе кодирования были выделены типичные категории, используемые информантками для описания и интерпретации своего опыта в сферах занятости, семьи и отношения к социальной политике. Эти категории были также сопоставлены с аналогичными категориями в интервью со старшими поколениями для того, чтобы выявить специфику интерпретаций и жизненного опыта представительниц молодой когорты.

Аналитическая интерпретация значений категорий анализа позволила сопоставить их смыслы и связать их как часть общего дискурса, который мы назвали дискурсом прагматического индивидуализма. Этот дискурс представляет собой объяснительные модели различных жизненных выборов в сфере занятости и семьи, совершаемых молодыми женщинами на основе компетентного рационального выбора.

Занятость: способы стабилизации на нестабильном рынке труда

Молодые женщины в интервью рассказывают о длительном процессе выхода на рынок труда, который часто начинается уже во время получения формального профессионального образования. Информантки рассказывают об опыте участия в различных проектах, выполнении индивидуальных заказов (например, разработка сайта, написание текстов для интернет-изданий и др.), неформальной занятости в сфере услуг (например, консультант по шоппингу, дизайнер интерьеров, продавец в арт-галерее, экскурсовод, психологический консультант и пр.). Участницы исследования, имея высшее образование, претендуют на хорошо оплачиваемые позиции среднего класса, то есть работу в сферах современной постиндустриальной экономики, связанной с производством знания, информации, управленческих решений, дизайна и пр. Это высококонкурентные позиции, что особенно ощущают молодые женщины, не имеющие значимого опыта работы. Респондентки рассказывают о конфликтах, «интригах» в коллективе, негативном отношении со стороны руководства, которое предвзято оценивает их усилия. Они сталкиваются с необходимостью переработок, слишком высокой рабочей нагрузкой и стрессом. К 30 годам молодые женщины успевают сменить три-четыре места работы, то есть продолжительность стажа на одном месте составляет не более двух-трех лет.

Переход от учебы к постоянной занятости — длительный, сложный и диффузный процесс. Он институционально поддерживается архитектурой высшего образования, позволяющей менять специализацию при переходе на разные уровни образования, делать перерыв между ними, выходить на рынок труда и потом возвращаться в образование, а также получать дополнительное профессиональное образование, напрямую не связанное с имеющимся дипломом [Чередниченко, 2020]. Такая диффузность определяется также устройством рынка труда, который включает достаточно большой по объему и разнообразный по содержанию сегмент проектной занятости и работ по временным контрактам [Gimpelson 2019; Мобильность и стабильность, 2017].

Молодые женщины в процессе выхода на рынок труда находят для себя преимущества precarious, нестабильной занятости, поскольку она, по их мнению, дает возможность получить ценный профессиональный опыт, увеличить социальный капитал и расширить границы своей профессиональной компетенции. Также в таком формате занятости они видят возможности для самореализации. Частую смену места работы они рассматривают как способ поиска более интересного, творческого и содержательного труда. Респондентки говорят, что на этом этапе своей биографии они не стремятся к формальной занятости и получению постоянной позиции, поскольку их ожидания от работы связаны с личностным ростом и освоением новых знаний и навыков, возможностью найти свою профессиональную нишу. Приведенная ниже цитата из интервью является одним из примеров рассказа о выходе на рынок труда, связанным с несколькими сменами сферы деятельности, низкой оплатой труда, которые рассматриваются как оправданные условия, поскольку дают возможность получения опыта. Респондентка начинает работать продавцом, потом становится менеджером, а затем переходит на творческую работу. В данном отрывке из интервью она говорит о своей менеджерской позиции:

*После этого я ушла работать менеджером по закупкам <...> Меня порекомендовали по знакомству в эту контору: **без опыта работы, без всего взяли**. Там я проработала четыре года, с трудовой книжкой, единственное, что **зарплата была серая**. То есть я получала в конверте, официально там получала 12 000 рублей. Но эта **работа была очень интересная, и я безумно благодарна** руководителю этой фирмы, который помогал, и он из меня сделал неплохого профессионала своего дела. Через четыре года я поняла, что **в этой сфере работать я больше не хочу, но зато я побывала в Японии, я побывала в Корее, научилась вести переговоры, и в общем опыт был потрясающий**. (Мария², 31 год, замужем, ребенку 1 год)*

Такой проектный способ выстраивания своей профессиональной траектории характерен для периода окончания формального высшего образования и перехода от учебы к занятости. Однако он переструктурируется информантками в связи с появлением у них репродуктивных планов. Женщины, планирующие материнство,

² Эмпирическое исследование было выполнено с соблюдением всех требований исследовательской этики. У респонденток было получено информированное согласие об участии в интервьюировании и использовании материалов интервью для анализа и публикаций результатов исследования. Транскрипты интервью были полностью анонимизированы. В описании интервью в тексте статьи используются псевдонимы респонденток.

меняют свои требования к рабочему месту. В этом случае для них становится важным формальный тип занятости, наличие четко прописанных договорных отношений с работодателем («белая» зарплата и гарантии занятости). При выборе места работы они учитывают тип предприятия (форма собственности и размер компании), что позволяет рассчитывать на дополнительную поддержку в связи с рождением ребенка в рамках корпоративной социальной политики. Молодые женщины также оценивают все возможности, которые дает им данное рабочее место при выходе из декрета. В приведенной ниже цитате респондентка говорит о своем месте работы в крупной международной компании как идеальном с точки зрения поддержки медицинских расходов во время беременности и родов:

*С этого места [работы] я никуда не хочу уходить. У нас **есть хорошая ДМС программа** премиум-сегмента, она покрывает топовые клиники, включает и стоматологию, и чистки каждые полгода, массажи у нас есть. Дальше, очень хорошая **страховка у нас по ведению беременности и родам**, которую оплачивает работодатель, если ты проработал в компании больше двух лет. Дальше, в моем, например, случае, у меня был перерыв на декрет, и по программе ты должен отработать два года. Я не отработала, но по договоренности — просто попросила — и мне сказали: ну конечно, ты же у нас человек, который в компании давно работает, мы тебе страховку все равно оплатим. (Анна, 31 год, замужем, ребенку 3 года)*

Возвращение на рынок труда прагматично оценивается информантками как событие, сопряженное с высокими рисками возможной потери места работы. Они хорошо осведомлены о законодательных трудовых гарантиях, на которые они могут рассчитывать, и знают о проблеме дискриминации молодых матерей со стороны работодателей. Участница исследования Елена столкнулась с дискриминацией при выходе на работу из отпуска по уходу за ребенком, но смогла решить эту проблему, настояв на своих трудовых правах:

Через два года, будучи в декрете, я позвонила начальнице и сказала, что я готова выйти, я получила очень такой... у меня получилась очень жесткая беседа. Она сказала: «Зачем ты будешь сейчас выходить? Ты нам все испортишь». Хотя я очень хорошим была сотрудником, не было ко мне никаких нареканий. Я говорю: «Слушайте, мне надо работать». Она [начальница] сказала: «У нас сейчас работает временный сотрудник, у нас тяжело, мы ночами не спим». Я уже ей не очень доверяла, я увидела, что она меня обманывает в каких-то своих интересах. И я потом позвонила и сказала, что я выйду через месяц, что у меня такая ситуация. (Елена, 27 лет, замужем, ребенку 4 года)

Материнство вносит коррективы в представления молодых женщин о желаемом формате занятости и условиях работы, однако стремление к самореализации и поиску интересной работы по-прежнему остается ведущим способом интерпретации своей профессиональной траектории. На основе анализа наших данных мы выделили три объяснительных модели построения профессионального трека в связи с реализацией репродуктивных планов. Первая — стремление сохранить достигнутую профессиональную позицию, связанные с ней привилегии и карьер-

ные возможности. В этом случае молодые женщины до выхода в декрет имеют карьерный задел и встроены в те сектора занятости, где возможно продвижение по служебной лестнице. Респондентки, использующие эту объяснительную модель в своих биографических нарративах, рассказывают, что они приняли решение выйти на работу раньше, чем это позволяет законодательство, регламентирующее срок отпуска по уходу за ребенком. Дискурс прагматического индивидуализма в данном случае задает оценку своего выбора как правильного, связанного с ориентацией на экономическую самостоятельность и профессиональную реализацию. Он также включает пересмотр стандартов заботы о ребенке, нормализуя опыт использования услуг няни или помощи бабушек.

Вторая объяснительная модель связана с представлением периода отпуска по уходу за ребенком как времени для саморазвития, начала новых проектов и переформулировки жизненных планов. Этот период рассматривается как хорошая возможность для «поиска себя», нахождения новых профессиональных ниш, которые в большей степени соответствуют собственным интересам и увлечениям по сравнению с тем типом занятости и местом работы, с которого молодые женщины ушли в декрет. Получаемые в период отпуска за ребенком выплаты, а также гарантии сохранения рабочего места в течение трех лет интерпретируются респондентками как институциональная поддержка возможности получить свободу для биографических экспериментов. Новые проекты, реализуемые молодыми женщинами, часто связаны с выполнением функции социального материнства и использованием своих знаний и компетенций в роли экспертов женского жизненного опыта. Такой тип проектной занятости позволяет им вписать свои новые профессиональные интересы в заботу о ребенке. Примерами являются открытие интернет-магазина товаров для детей, изготовление домашних кондитерских изделий на продажу, организация частных прогулочных, развивающих групп и семейных детских садов, дизайн интерьеров и др. Оценивая риски и стремясь сделать новые проекты успешными и устойчивыми, молодые женщины получают второе высшее или дополнительное профессиональное образование в сфере выбранной специализации. «Освободившееся» от формальной работы время они могут в какой-то мере использовать на получение нового образования, выбирая заочную или дистанционную форму обучения.

Третья объяснительная модель развития жизненного проекта после рождения ребенка связана с представлением о материнстве как альтернативе «бредовой работы» [Гребер, 2020]. В этом случае забота о ребенке представляется как сфера деятельности, свободная от бюрократического регулирования и логики капиталистического производства, предоставляющая женщинам возможность удовлетворить свои «истинные» эмоциональные и экзистенциальные потребности, связанные с интимностью, а также большими возможностями контроля над своей собственной жизнью, организацией повседневности и общения с другими. Разделяя идеологию самореализации, информантки рассказывают о своем выборе интенсивного материнства и отказе от стандартизированной профессиональной занятости на этом этапе жизненного цикла как результате индивидуального решения. «Профессионализация» материнства предполагает, что женщины осваивают новые знания и развивают свои материнские и личностные компетенции

для того, чтобы максимально полно удовлетворять потребности ребенка в теплой, персонифицированной заботе. У многих респонденток до рождения ребенка был опыт профессиональной деятельности, которому они дают негативную оценку, описывая выполняемую ими работу как скучную, бессмысленную и однообразную. Подобные интерпретации используются для обоснования такого жизненного выбора. При этом молодые женщины не полностью отказываются от идеи профессиональной занятости в будущем, однако не рассматривают ее в качестве необходимой на данном этапе жизненного цикла.

Таким образом, в нарративах молодых женщин городского образованного среднего класса занятость представлена как проектная, нестабильная, которая, однако, рассматривается ими как привлекательная на определенном этапе их жизненного цикла, связанного с окончанием формального профессионального образования и переходом к взрослости. Принятие решения о рождении ребенка — важная перспектива, которая изменяет представления молодых женщин о желаемом месте работы, когда стабильная формальная занятость становится более привлекательной по сравнению с возможностью поиска и реализации себя. Крупные и средние предприятия, относящиеся к госсектору, к крупному, транснациональному бизнесу, приобретают большую привлекательность для молодых женщин главным образом за счет возможностей получения гарантированного государственного и корпоративного пакета поддержек. При этом прагматичное восприятие возможностей получения гарантий занятости и поддержек, связанных с предприятием, не меняет общего способа объяснения стратегии занятости как диффузной и нестабильной. Стремление к стабилизации занятости может рассматриваться как способ минимизации экономических рисков на этапе активного материнства, то есть периода декретного отпуска и отпуска по уходу за ребенком. Последующее за рождением ребенка возвращение на рынок труда также представляет собой ситуацию неопределенности, неустойчивой занятости и рисков, связанных с потерей работы или ухудшением условий труда.

Семья, или как застраховаться от неудачи в браке

Семья и родительство выступают одним из значимых жизненных проектов молодых женщин образованного среднего класса. В отличие от сферы занятости, которая представлена как нестабильная часть жизни, семью информантки определяют как стабильное и контролируемое ими жизненное пространство.

Нарративы респонденток о браке и репродукции структурированы вокруг схожего ряда событий и способов их интерпретации, они в большой степени стандартизированы и сходны по содержанию. Типичный рассказ о замужестве структурирован следующим образом:

- знакомство и начало отношений с будущим партнером, который хабитуально и социально близок;
- дальнейшее развитие отношений, предполагающее период совместного проживания, который понимается как период тестирования отношений;
- принятие решения о браке с учетом репродуктивных планов;
- заключение официального союза, с которым сопряжено рождение первого ребенка.

Далее представлены нарративы об истории брака, структурированные вокруг данного набора событий и способов их интерпретаций:

*Муж у меня старше на пару месяцев — мы с ним одногодки. Мы познакомились в университете, давно еще, соответственно. Встречались, в 14-м году поженились. <...> **Потому что любим друг друга — как по-другому сказать.** В 16-м году родился Вася. (Ольга, 32 года, замужем, ребенку 2,5 года)*

*Мы познакомились в институте, мы учились на одной специальности, со второго курса где-то сидели за одной партой, практически. **Мы сначала дружили, потом начали встречаться.** Встречались около пяти лет; после института, **когда более-менее стало понятно, что я уже на работу устроилась, и он, мы поженились.** (Вероника, 27 лет, замужем, ребенку 4 года)*

Анализ материалов интервью также показал, что в нарративах молодых женщин брак представляется проектом, требующим планирования и оценки возможных рисков. Он выстраивается в долгосрочной перспективе, что делает значимыми его стабильность и предсказуемость. Сами рассказы о знакомстве с партнером, дальнейшем развитии отношений в браке выглядят довольно рационализированными и «эмоционально дистиллированными». В них нет рассказов о сильных эмоциональных проявлениях любви и страсти, о конфликтах и недопонимании. На уровне нарративов респондентки разделяют эмоциональную культуру, типичную для западного среднего класса [Illouz, 2007], предполагающую менеджмент эмоций и умение подстраивать их под социально-культурный контекст ситуации. Они демонстрируют умение «правильной» репрезентации чувств, нормализуя свою любовную и брачную историю в соответствии с конвенциональным культурным сценарием буржуазной семьи среднего класса. Этот сценарий выстраивается на основе ценности любви как индивидуализированного выбора партнера, к которому предъявляются достаточно рационализированные требования социальной близости, умения разделять личностные устремления и интересы, поддерживать стремление к саморазвитию, а также наличия у партнера ресурсов для обеспечения стиля жизни образованного среднего класса.

Чтобы минимизировать возможные риски индивидуального брачного проекта, информантки прибегают к дискурсу прагматического индивидуализма, который применительно к сфере интимности и семейных отношений наиболее ярко проявляется в обсуждении таких сквозных для интервью категорий, как «рассчитывать на себя», «подушка безопасности», «саморазвитие в браке».

Обсуждение категории «рассчитывать на себя» возникает в контексте проблематизации стабильности брака. Несмотря на то, что молодые женщины образованного среднего класса стремятся выстроить стабильные, «нормальные» отношения в долгосрочной перспективе, этапы которых планируются (брак, рождение ребенка, приобретение совместной собственности), они оценивают потенциальные риски брака, главным образом связанные с разводом. Логика прагматического индивидуализма позволяет женщинам представлять себя как субъектов, способных контролировать развитие брачного проекта:

Только за свой счет [выживать в случае развода]. Я, конечно, могу рассчитывать на алименты, но мне не нравится, что сейчас очень часто бытует мнение, я читаю на Пикабу разные жизненные истории, что женщина считает, что ей должны, ей должен мужик, ей должны, кто-то еще должен. Соответственно, женщины разводятся, с мужика тянут алименты, мне это не нравится. У меня благо таких знакомых нет, и это чисто в теории, **я сторонник того, что только сама**. (Мария, 31 год, замужем, ребенку 1 год)

Категория «рассчитывать только на себя» предполагает умение оперировать доступными ресурсами и возможностями для поддержания собственного благополучия и благополучия своих детей. В представленных ниже цитатах молодые женщины перечисляют источники стабильности, к которым относятся родительская семья, собственность, профессиональные позиции на рынке труда:

Я чувствую себя достаточно защищенной благодаря тому, что **есть недвижимость, есть профессия, есть родители** с двух сторон на ногах, **есть муж**, ребенок один — не большой. (Наталья, 32 года, замужем, ребенку 4,5 года, ожидает второго ребенка)

Хотелось бы, чтобы **помощь мужа** была просто как... мне не хочется ее выпрашивать и слишком на нее рассчитывать — мало ли в каких отношениях мы могли бы развестись. Поэтому нет, **я, наверно, склонна только на себя рассчитывать и на поддержку семьи — родительской** в случае развода. (Анжелика, 28 лет, замужем, ребенку 3,5 года)

Таким образом, разделяя дискурс прагматического индивидуализма, информантки представляют себя независимыми субъектами, способными справляться с различными жизненными сложностями и прагматично оперирующими доступными ресурсами. Дискурс прагматического индивидуализма помогает справиться с ситуацией потенциальной брачной нестабильности, экономической уязвимости, зависимости от доходов партнера и родительской семьи.

Другой категорией, которая составляет дискурс прагматического индивидуализма, является «подушка безопасности». Это личные денежные накопления на «черный день», которые могут быть использованы в случае развода, болезни одного из членов семьи, потери работы и т. п. «Подушка безопасности» также может означать недвижимость и другое совместное имущество, приобретенные в браке, на которые респондентки рассчитывают в случае развода. В интервью и обсуждениях на форумах встречаются рассказы о том, каким образом в рамках действующего законодательства женщины могут «застраховать» себя от раздела совместно нажитого имущества с бывшим супругом. Например, информантки обсуждают плюсы и минусы различных способов получения юридических гарантий сохранения своего экономического благополучия в случае развода, такие как оформление брачного договора, нотариально заверенного отказа партнера от претензий на раздел имущества или договора дарения движимого или недвижимого имущества, который в этом случае оформляется между родителями женщины и ней самой. «Подушка безопасности» представляет собой страховочный механизм в либерально индивидуализированном видении информантки своей

уязвимой позиции в семье и на рынке труда. Накопления и другие формы имущества рассматриваются респондентками как личные активы, которые формируются и управляются непосредственно ими и могут быть использованы для поддержания их личного благополучия или их кровных родственников (родителей и детей). Знания о «мерах безопасности» функционируют как народная мудрость, которой женщины делятся между собой. В следующей цитате участница исследования рассказывает о своей начальнице, которая дает ей житейский совет:

Она [начальница] сказала: «В любом случае тебе нужна „**подушка безопасности**“». Она рассказала, что эта подушка безопасности помогла ей очень сильно при разводе и при тяжелом случае в семье, потому что у нее заболела мама. Она сказала, что на человека... грубо выражалась: «На рыло нужно 200 тысяч». Перед разводом она пришла как раз к тому, что у нее были **на себя и на ребенка** эти двести тысяч, и за счет этих денег она смогла переехать в Москву, **помочь вылечиться маме**, устроить дочку и как бы самой еще в это время найти работу. Она очень мудрый человек. (Ирина, 30 лет, замужем, ребенку 4 года)

«Саморазвитие», являясь одной из осевых категорий биографических нарративов молодых представительниц городского образованного среднего класса, также используется ими в рассказах о браке. Разделяя высокую ценность семьи и материнства, сам брак они понимают как потенциально опасную для себя область, которая, давая иллюзию стабильности, может лишить женщину субъектности и стимулов для саморазвития, приводит к личностной деградации. Полное посвящение себя браку, по мнению информанток, потенциально снижает конкурентоспособность как на рынке труда, так и на брачном рынке в случае развода.

Сейчас есть много женщин: они рожают детей, встали за мужем и думают, что все так всегда и будет, себя **они никак не развивают**, они, грубо говоря, положили себя на алтарь семьи. Но в какой-то момент муж их может посмотреть направо — налево, и жена ему уже не нужна. А кому нужна жена, которая 15 лет не работала? Детям она тоже не нужна, потому что она их уже вырастила. И, соответственно, мне кажется, что через 10—15 лет мы придем к дикому разладу в женском обществе, потому что будет одна часть успешных, **самореализованных, развивающихся** женщин, а вторая часть это будет, назовем их, «**брошенки**», **которые никому не нужны, и они будут с диким чувством самонеподовлетворенности и депрессивного состояния**. (Людмила, 30 лет, замужем, двое детей 6 и 3 лет)

Как показывает приведенная цитата, под саморазвитием в контексте брачных отношений понимается не только постоянное профессиональное самообразование, но и освоение новых знаний в сфере приватности и хобби. К ним относятся обучение иностранным языкам, кулинарному искусству, навыкам сомелье, интерьерному и ландшафтному дизайну, актерскому и ораторскому мастерству и др. Саморазвитие также связано и с прокачкой эмоциональных компетенций в сфере партнерских и детско-родительских отношений, что выражается в активном освоении популярной психологии (книги, журналы, видеолекции, подкасты

по популярной психологии, тематические форумы), а также в использовании услуг психологов и семейных консультантов.

Таким образом, семья является жизненным проектом молодых представительниц городского образованного среднего класса. Они пытаются придать ей смысл убежища от неопределенности рынка труда, при этом осознавая потенциальные риски, связанные с разводом. При этом восприятие семьи носит парадоксальный характер. С одной стороны, респондентки рассматривают семью и своего партнера как источник благосостояния для себя и своих детей. С другой стороны, молодые женщины выстраивают свой семейный проект на основе прагматического индивидуализма, пытаются минимизировать свои потери в случае неудачи, диверсифицируя свои ресурсы и интересы, не связывая их исключительно с выполнением своих семейных ролей. Нормализация брачно-любовного сценария совмещается с их представлением о важности качества партнерских отношений и рассматривается как способ стабилизации приватности. Несмотря на понимание нестабильности института семьи, молодые женщины мыслят сферу интимности как более подконтрольную им и зависящую от их индивидуальных усилий по сравнению с рынком труда.

«Кто чувствует себя социально защищенной в наше время?»

Отношение работающих женщин к мерам государственной поддержки

Если в нарративах о рынке труда и браке респондентки представляют себя как независимых субъектов, способных минимизировать потенциальные риски неуспешности и неблагополучия за счет коммодификации своих профессиональных знаний и навыков и аккумуляции доступных им семейных ресурсов, то использование государственной помощи ставит под вопрос их респектабельность, помещая их как получателей государственной помощи в символические отношения нужды, зависимости и социального и экономического неблагополучия. Восприятие молодыми женщинами социальной политики государства, таким образом, амбивалентно, поскольку понимание государственной помощи как в первую очередь помощи бедным совмещается с желанием воспользоваться всеми доступными поддержками. Амбивалентность в отношении к государственной поддержке (размеру пособий, доступности и качеству социальных услуг) выражается, с одной стороны, в артикулировании того, что респондентки не рассчитывают на государство, не рассматривают его как источник благосостояния и декоммодификации [Esping-Andersen, 1990] своей позиции, а с другой — в стремлении воспользоваться имеющимися у них правами в полном объеме вне зависимости от уровня экономического положения семьи. Это противоречие разрешается при помощи дискурса прагматического индивидуализма.

Рассказы о получаемой от государства помощи главным образом связаны с таким биографическим событием, как рождение ребенка. Респондентки упоминают в своих нарративах следующие получаемые ими поддержки: декретный отпуск, отпуск по уходу за ребенком, пособия и выплаты, связанные с рождением ребенка, пособия малоимущим семьям, помещение ребенка в детские дошкольные учреждения. Выстраивая дискурсивную презентацию себя как успешных и самостоятельных, молодые женщины демонстрируют социальную компетент-

ность и агентность в пространстве социальной политики. Такая социальная компетентность представляет собой специфический классовый культурный капитал, позволяющий найти необходимую информацию о всех доступных пособиях и льготах, условиях и способах их получения, воспользоваться ими и проконтролировать полноту их предоставления. В приведенной ниже цитате участница исследования демонстрирует социальную компетентность в похожем образом:

Я сразу узнала, что мне положено, когда забеременела: встала на учет в консультацию на ранних сроках. Там за это полагается какая-то небольшая выплата. Она, конечно, погоды не делает, но все же приятно что-то получить. Потом я вместе с нашим бухгалтером посчитала, какие мне декретные выплаты полагаются, и потом строго проследила, чтобы мне все выплатили, все, что полагается, единоразовые выплаты по рождению тоже оформила и детскую карту получила. (Виктория, 35 лет, замужем, дети 7 лет и 1 года)

Даже если объем материальной помощи от государства не является критически важным вкладом в семейный бюджет и не рассматривается как мотив принятия решения о рождении ребенка, информантки стремятся максимизировать полезность доступных выплат и льгот, поскольку это способ продемонстрировать свое умение «устроиться в жизни». Такое умение подразумевает социальную ловкость, позволяющую сочетать и максимизировать разные виды доходов, льгот, пособий, что дополняется компетенциями и умением «тратить деньги с умом». В этой логике право на получение социальной поддержки интерпретируется респондентками как приятный бонус или то, что «капает» на их личный счет, который они могут получить от государства дополнительно к семейным доходам и собственному заработку на рынке труда. Именно благодаря этой логике информантки не рассматривают получаемые ими государственные выплаты для малоимущих или многодетных семей как символически понижающие их социальный престиж уважаемых представительниц среднего класса. Следующая цитата показывает, что семья среднего класса с «хорошей зарплатой» активно пользуется всеми доступными выплатами, на которые имеет формальное право:

*До полутора лет все было прекрасно. Потому что у **меня хорошая зарплата**, и поэтому у меня был **максимальный больничный** на весь период. Это довольно **приличная сумма**. И потом **ежемесячные выплаты тоже были максимальные** — что тоже прилично. Плюс четыре тысячи я получала ежемесячно от государства, на детскую карту капало. И потом с полутора лет до дня рождения второго ребенка получалось, что по 900 рублей капало в месяц. **Тогда я подала на дополнительное пособие для малообеспеченных семей**. У мужа моего была очень низкая официальная зарплата. Поэтому мы попадали в раздел малообеспеченных семей.* (Елена, 27 лет, замужем, двое детей 6 и 4 лет)

В целом, дискурсивно представляя свою социальную уважаемость, молодые представительницы образованного среднего класса не рассматривают государственную помощь в качестве значимого источника экономической стабильности и социальной защищенности. Так же как и рынок, и брак, социальная политика кажется информанткам нестабильным источником благополучия, по-

скольку, по их мнению, правила и формы государственной поддержки постоянно меняются, а вводимые программы социальной политики часто имеют ограниченный срок действия. В следующей цитате из интервью респондентка называет свое отношение к государственной помощи «скептическим», поскольку она не компенсирует расходы на поддержание стандартов жизни среднего класса, на которые ориентирована участница исследования:

*Я очень **скептически отношусь к нашему государству**. Меня периодически очень смешат новости, что кому-то подняли зарплату на 200%, когда это в денежном эквиваленте 50 рублей. Или что индексация пенсий была ого-го-го какой, а в рублях это три рубля — это достаточно смешно. Когда в общем-то прожиточный минимум — это реально те деньги, которые равны просто моей квартплате. А на что жить, в общем-то? Не очень понятно. Я считаю, что это не социальная защищенность. (Вера, 29 лет, замужем, ребенку 3 года)*

Разделяя дискурс прагматического индивидуализма, в ситуации, когда основные источники благополучия (рынок, брак, государство) кажутся источниками риска, молодые женщины образованного среднего класса представляют себя в качестве компетентных субъектов, обладающих агентностью, способных использовать все доступные ресурсы и максимизировать любые потенциальные выгоды, связанные с их социально-экономическим статусом: рыночные, государственные, семейные, эффективно комбинируя и сочетая их по мере необходимости. Кредо прагматического индивидуализма может быть резюмировано словами одной из наших информанток:

Надо на себя надеяться. На других надейся, а сам не плошай. (Анна, 31 год, замужем, один ребенок 3 года)

Таким образом, дискурс прагматического индивидуализма определяет отношение молодых женщин — представительниц городского образованного среднего класса к мерам социальной помощи государства. Специфика их позиции в отличие от других социально-экономических групп заключается в том, что они, обладая достаточным объемом ресурсов, главным образом, капиталами родительской семьи, собственными доходами от оплачиваемой занятости и общим семейным бюджетом, позволяют им воспроизводить стиль жизни среднего класса без учета вклада со стороны государства. Обладая высоким культурным и социальным капиталом, они находятся в более выигрышной позиции за счет имеющихся у них знаний и навыков поиска и анализа информации, что делает их компетентными потребителями социальных услуг. Молодые женщины хорошо разбираются в мерах социальной помощи государства, умеют собрать и подать необходимые документы, активно используют онлайн-сервисы государственных услуг, что позволяет им сократить временные затраты на прохождение бюрократических процедур. При этом в биографических нарративах они артикулируют двоякое отношение к социальным поддержкам со стороны государства, сочетая недоверие к государству как источнику благополучия с желанием максимально использовать все причитающиеся им меры поддержки. Для многих важным способом демонстрации собственной

социальной компетентности оказывается не столько реальный объем получаемых благ, сколько сам факт получения от государства всех возможных поддержек.

Заключение

Способы построения нарративных идентичностей и формы говорения о себе являются одним из способов атрибуции и социального позиционирования себя как представителя класса. Наряду с «объективными», видимыми знаками классовой принадлежности дискурсивная демонстрация своей респектабельности, социально приличного лица становятся еще одним способом подтверждения принадлежности к классу. Дискурсивное производство стиля жизни в нарративах происходит через нормализацию своей биографии, вписывание ее в культурные образцы, имеющие видимое гендерное и классовое оформление. Представления о приличии оформляются в соответствии с социальными нормами и системой моральных оценок, предоставляющих возможность продемонстрировать свое достоинство. Нормализация биографий реализуется через презентацию ее как достойной, соответствующей представлениям о приличии (*respectability*) не только через выстраивание сюжетной линии нарратива, но и посредством воспроизводства определенных способов говорения о себе, дискурсивного представления себя другим и для получения внешнего морального одобрения.

Молодые женщины образованного среднего класса включены в процессы классового производства и культурного различия. Они находятся в относительно привилегированной позиции с точки зрения имеющихся у них ресурсов: материальный вклад родительской семьи, профессия среднего класса, культурные ресурсы, связанные с навыками поиска информации, эмоционального самоконтроля, классового вкуса, дающего возможность правильного потребления и реализации стиля жизни среднего класса. Все эти ресурсы позволяют информанткам поддерживать свое социальное лицо и социальную респектабельность, представлять себя в качестве носителя культурной нормы, осуществлять работу по сигнификации и легитимации своего социального статуса через нормализацию своей биографии. Дискурс прагматического индивидуализма задает логику презентаций молодыми представительницами городского образованного среднего класса их профессиональных и семейных траекторий, отношения к государству. Он по-разному реализуется в рассказах молодых женщин об оплачиваемой занятости, семье и государстве как источниках благополучия и достойной жизни. Идеи саморазвития и необходимости «рассчитывать только на себя» являются сквозными, выступая своеобразными страховочными механизмами в более широком контексте нестабильности и возрастающих рисков.

Дискурс прагматического индивидуализма позволяет молодым женщинам образованного среднего класса представлять себя как обладающих достаточными знаниями и ресурсами для предотвращения понижения их социально-экономического статуса и избегания символического исключения по отношению к культурным нормам, задающим социальные конвенции о приличной и достойной жизни. На рынке труда этот дискурс позволят им переинтерпретировать в позитивных терминах сложности выхода на рынок труда и получения стабильной занятости, оправдывать прекарность своих позиций. В сфере семейных отношений он

позволяет справляться с нестабильностью брачных отношений. Применительно к социальной поддержке со стороны государства прагматический индивидуализм предлагает практические рецепты действия в ситуации несоответствия доступных им мер поддержки реальным тратам на поддержания стиля жизни среднего класса, позволяя максимально использовать доступные меры помощи.

Список литературы (References)

Абрамов Р. Н., Зудина А. А. Социальные инноваторы: досуговые практики и культурное потребление // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2010. № 6. С. 109—119. URL: [https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2010/100/2010_6\(100\)_14_Abramov_Zydina.pdf](https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2010/100/2010_6(100)_14_Abramov_Zydina.pdf) (дата обращения: 20.12.2020).

Abramov R. N., Zudina A. A. (2010) Social Innovators: Leisure Practices and Cultural Consumption. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 109–119. URL: [https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2010/100/2010_6\(100\)_14_Abramov_Zydina.pdf](https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2010/100/2010_6(100)_14_Abramov_Zydina.pdf) (accessed: 20.12.2020). (In Russ.)

Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008.

Bauman Z. (2008) *Liquid Modernity*. St. Petersburg: Piter.

Гладарев Б. Цинман Ж. Потребительские стили петербургского среднего класса: из экономики дефицита к новому быту // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 3. С. 61—81. <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2007-3-61-81>.

Gladarev B., Tsinman Zh. (2007) Consumer Styles of the Saint-Petersburg Middle Class: from the Economy of Deficit to New Way of Life. *Economic Sociology*. Vol. 8. No. 3. P. 61–81. <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2007-3-61-81>. (In Russ.)

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Канон-Пресс-Ц: Кучково поле, 2000.

Goffman E. (2000) *The Presentation of Self in Everyday Life*. Moscow: KANON-press-C, Kuchkovo pole. (In Russ.)

Гребер Д. Бредовая работа. Трактат о распространении бессмысленного труда. М.: Ад Маргинем Пресс, 2020.

Graeber D. (2020) *Bullshit Jobs: A Theory*. Moscow: Ad Marginem Press.

Дюк Н. М. Первое свободное поколение: молодежь, политика и идентичность в России, Украине и Азербайджане // Вестник общественного мнения. 2003. № 1. С. 53—62. URL: <https://www.levada.ru/2011/06/12/vestnik-obshhestvennogo-mneniya-1-67-za-2003-god/> (дата обращения: 20.12.2020).

Djuk N. M. (2003) The First Free Generation: Youth, Politics and Identity in Russia, Ukraine and Azerbaijan. *The Russian Public Opinion Herald*. No. 1. P. 53–62. URL: <https://www.levada.ru/2011/06/12/vestnik-obshhestvennogo-mneniya-1-67-za-2003-god/> (accessed: 20.12.2020). (In Russ.)

Инглхарт Р. Культурная эволюция: как изменяются человеческие мотивации и как это меняет мир. М.: Мысль, 2018.

Inglehart R. (2018) *Cultural Evolution: How People's Motivations are Changing and How this is Changing the World*. Moscow: Mysl.

Левинсон А. О среднем классе в конце прекрасной эпохи // Вестник общественного мнения. 2008. Т. 6. С. 53—64. URL: <https://www.levada.ru/2011/06/13/vestnik-obshhestvennogo-mneniya-6-98-za-2008-god/> (дата обращения: 20.12.2020).

Levinson A. (2008) On Middle Class at the End of Belle Epoque. *The Russian Public Opinion Herald*. No. 6. P. 53—64. URL: <https://www.levada.ru/2011/06/13/vestnik-obshhestvennogo-mneniya-6-98-za-2008-god/> (accessed: 20.12.2020). (In Russ.)

Лернер Ю. Теле-терапия без психологии, или как адаптируют Self на постсоветском телеэкране // *Laboratorium: Журнал социальных исследований*. 2011. Т. 3. № 1. С. 116—137. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/35479092/> (дата обращения: 20.12.2020).

Lerner J. (2011) TV Therapy Without Psychology: Adapting the Self in Post-Soviet Media. *Laboratorium: Journal of Social Research*. Vol. 3. No. 1. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/35479092/> (accessed: 20.12.2020). (In Russ.)

Мобильность и стабильность на российском рынке труда / под общ. ред. В. Е. Гимпельсона, Р. И. Капелюшникова. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2017.

Gimpelson V. E., Kapeliushnikov R. I. (eds.) (2017) *Mobility and Stability in the Russian Labor Market*. Moscow: HSE Publishing House.

Радаев В. В. Миллениалы: как меняется российское общество. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2020. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-2160-1>.

Radaev V. V. (2020) *Millennials: How the Russian Society Changes*. Moscow: HSE Publishing House. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-2160-1>. (In Russ.)

Тихонова Н. Е. Человеческий капитал среднего класса России // *Народонаселение*. 2010. № 1. С. 55—66. URL: <http://www.isesp-ras.ru/numbers/2010-1> (дата обращения: 20.12.2020).

Tikhonova N. Ye. (2010) Human Capital of the Middle Class in Russia. *Population*. No. 1. P. 55—66. URL: <http://www.isesp-ras.ru/numbers/2010-1> (accessed: 20.12.2020). (In Russ.)

Ушакин С. А. Количественный стиль: потребление в условиях символического дефицита // *Социологический журнал*. 1999. № 3—4. С. 187—214. URL: https://www.isras.ru/index.php?page_id=2384&id=617&l=&j=1&base (дата обращения: 20.12.2020).

Ushakin S. A. Quantitative Style: Consumption under Symbolic Scarcity. *Sociological Journal*. No. 3—4. P. 187—214. URL: https://www.isras.ru/index.php?page_id=2384&id=617&l=&j=1&base (accessed: 20.12.2020). (In Russ.)

Чередниченко Г. Положение на рынке труда выпускников системы высшего и среднего профессионального образования // *Вопросы образования*. 2020. № 1. С. 256—282. <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2020-1-256-282>.

Cherednichenko G. (2020) Employment and Labor Market Outcomes of College and Vocational School Graduates. *Educational Studies Moscow*. No. 1. P. 256—282. <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2020-1-256-282>.

Чернова Ж. Специфика гендерных отношений молодых взрослых // Социологические исследования. 2012. № 7. С. 118—127. URL: https://www.isras.ru/files/File/Socis/2012_7/Chernova.pdf (дата обращения: 20.12.2020).

Chernova Zh. (2012) Specificity of Gender Relations Among Young Adults. *Sociological Studies*. No. 7. P. 118–127. URL: https://www.isras.ru/files/File/Socis/2012_7/Chernova.pdf (accessed: 20.12.2020). (In Russ.)

Чернова Ж., Шпаковская Л. Политэкономика современного родительства: сетевое сообщество и социальный капитал // Экономическая социология. 2011. Т. 12. № 3. С. 85—105. <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2011-3-85-105>.

Chernova Zh., Shpakovskaya L. (2011) Political Economy of Modern Parenthood: Network Society and Social Capital. *Journal of Economic Sociology*. Vol. 12. No. 3. P. 85–105. <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2011-3-85-105>.

Adamson M., Salmenniemi S. (2017) «The Bottom line is that the problem is you»: Aesthetic Labour, Postfeminism and Subjectivity in Russian Self-Help Literature. In: Elias A. S., Gill R., Scharff Ch. (eds.) *Aesthetic Labour. Rethinking Beauty Politics in Neoliberalism*. P. 301–316. https://doi.org/10.1057/978-1-137-47765-1_17.

Bourdieu P. (1996) *Distinction. The Social Critique of the Judgement of Taste*. London, New York: Routledge.

Esping-Andersen G. (1990) *The Three Worlds of Welfare Capitalism*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Gimpelson V. (2019) The Labor Market in Russia, 2000–2017. *IZA World of Labor*. <https://doi.org/10.15185/izawol.466>.

Flick U. (2006) *An Introduction to Qualitative Research*. London: Sage.

Hochschild A. (1998) The Sociology of Emotion as a Way of Seeing. In: Bendelow G., Williams S. (eds.) *Emotions in Social Life. Critical Themes and Contemporary Issues*. London: Routledge. P. 3–15.

Illouz E. (2007) *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press.

Lawler S. (2000) *Mothering the Self: Mothers, Daughters, Subjects*. London: Routledge.

Paxon H. (2004) *Making Modern Mothers: Ethics and Family Planning in Urban Greece*. Berkeley, CA: University of California Press.

Skeggs B. (1997) *Formation of Class and Gender. Becoming Respectable*. Lancaster: Sage, Lancaster University.

Shpakovskaya L. (2015) How to be a Good Mother: The Case of Middle Class Mothering in Russia. *Europe-Asia Studies*. Vol. 67. No. 10. P. 1571–1586. <https://doi.org/10.1080/09668136.2015.1101210>.

Zubarevich N. (2013) Four Russias: Human Potential and Social Differentiation of Russian Regions and Cities. In: Lipman M., Petrov N. (eds.) *Russia 2025: Scenarios for the Future*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. P. 67–85.

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1838](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1838)



М. А. Тарусин

**НУЖНЫЙ ВЗДОХ
РЕЦ. НА КН.: ПОПОВ Н. П. РОССИЯ — АМЕРИКА. «ПРЯМАЯ
СВЯЗЬ». ВОСПОМИНАНИЯ АМЕРИКАНИСТА И СОВЕТОЛОГА.
М. : КНИГИЗДАТ, 2020**

Правильная ссылка на статью:

Тарусин М. А. Нужный вздох // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 195—197. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1838>. Рец. на кн.: Попов Н. П. Россия — Америка. «Прямая связь». Воспоминания американиста и советолога. М.: КнигИздат, 2020.

For citation:

Tarusin M. A. (2020) A Necessary Breath. Book Review: Popov N. P. Russia – America. “Direct Connection”. *Memoirs of an Americanist and Sovietologist*. Moscow: KnigIzdat, 2020. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 195–197. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1838>. (In Russ.)

НУЖНЫЙ ВЗДОХ

РЕЦ. НА КН.: ПОПОВ Н. П. РОССИЯ — АМЕРИКА. «ПРЯМАЯ СВЯЗЬ». ВОСПОМИНАНИЯ АМЕРИКАНИСТА И СОВЕТОЛОГА. М.: КНИГИЗДАТ, 2020

A NECESSARY BREATH

BOOK REVIEW: POPOV N. P. RUSSIA — AMERICA. “DIRECT CONNECTION”. MEMOIRS OF AN AMERICANIST AND SOVIETOLOGIST. MOSCOW: KNIGIZDAT, 2020

ТАРУСИН Михаил Аскольдович — советник отдела анализа Управления анализа и мониторинга, Федеральное агентство по делам национальностей, Москва, Россия

E-MAIL: mtarusin@yandex.ru

<https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

Mikhail A. TARUSIN¹ — Advisor at the Department of Analysis of the Analysis and Monitoring Division

E-MAIL: mtarusin@yandex.ru

<https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

¹ Federal Agency for Ethnic Affairs, Moscow, Russia

Тут старушка вздохнула; и какому-нибудь наблюдателю послышался бы в этом вздохе вздох старинного осьмнадцатого столетия.

Н. Гоголь. Иван Федорович Шпонька и его тетушка

Сегодня перед нами другой литературный вздох — книга Н. П. Попова «Россия — Америка. „Прямая связь“. Воспоминания американиста и советолога» [Попов, 2020], созданная при поддержке Б. З. Докторова, — но это вздох уже о веке двадцатом. Да, уважаемые читатели, XX век стал историей, скоро и его можно будет называть «старинным», хотя старшее поколение живущих ныне в России родилось именно тогда. Многие прекрасно помнят его, но он все более отдаляется от нас и готов стать предметом исторического анализа, каким был еще недавно век XIX, ныне уже позапрошлый.

Н. П. Попов принадлежит к тому поколению, которое и выросло, и сложилось именно в прошлом веке, хотя значительный вклад в науку Николай Петрович внес и в веке новом. Но в книге речь идет все-таки о XX столетии — точнее, о его последней четверти.

Почему я особенно рекомендую это издание вашему вниманию? Тому есть несколько причин.

Во-первых, как следует из названия, речь в книге идет об отношениях России и США, а эта тема всегда важна для понимания того, что происходит и может произойти в мире в недалеком будущем. Все-таки статус великих держав еще никто не отменял, и от взаимоотношений обеих стран во многом зависят судьбы мира. К тому же эти отношения, то охладевая, но теплея, доставляют много беспокойства и гражданам обеих стран, и народам всего человечества, как «прогрессивного», так и любого иного. Сегодня в этих отношениях вновь наступило охлаждение, а значит, самое время заглянуть в день (или век) вчерашний: «как посравнить, да посмотреть век нынешний и век минувший» (Грибоедов «Горе от ума»).

Во-вторых, взгляд автора книги не совсем обычен для читателя — это взгляд социолога: все отношения двух стран рассматриваются через призму опросов общественного мнения. Свою точку зрения высказывает человек, который сам эти опросы во множестве проводил, поэтому здесь представлена информация из самых первых рук. Такой взгляд на отношения России и Америки подразумевает изучение мнений не только политиков и экспертов, но и обычных жителей этих стран, чья точка зрения часто не совпадает с официальной, которую выражают те самые политики и эксперты. Этот подход к анализу международных отношений особенно ценен.

В-третьих, Николай Петрович Попов прекрасно изучил Америку, он там жил и работал, знаком с самыми видными и знаменитыми американскими социологами (начиная с Гэллапа), со многими из них дружил, долго плотно общался и сотрудничал. Он также лично знает практически всех самых крупных российских ученых в области социологии и работал со многими из них. Соответственно его мнение — это мнение человека самой высокой компетенции.

Также следует сказать немного о личности самого автора, с которым я знаком уже более 30 лет. Николай Петрович не просто блестящий ученый и специалист-социолог, он еще и просто очень умный человек. При этом ум его глубокий, аналитический, но без ненужных многосложности и замысловатости, какими порой отличаются наши ученые мужи. К тому же в характере его много живого юмора и самоиронии, которые он проявляет не только по отношению к окружающему миру, но и к самому себе, а на это способен далеко не каждый.

Наконец, книга написана простым и ясным языком, она легко и увлекательно читается. Любой, даже совсем не знакомый с социологией человек, будет изучать ее с неослабевающим интересом просто потому, что это книга о нас — людях, которых помимо своих хлопот и проблем волнуют заботы своей страны, о людях, которые стремятся сделать жизнь в ней лучше.

Сегодня мы переживаем далеко не лучший период своей истории (а когда был лучший?): проблемы внутренние утомляют людей, проблемы внешние не добавляют спокойствия. Далеко не всем отчетливо видна наша историческая перспектива, и ответ на вопрос «куда мы идем и кем мы хотим быть?» неочевиден сегодня, выражаясь летным языком, ни ведущими, ни ведомыми.

Тем больше оснований обратиться к нашей, хотя и недавней, истории, потому что ответы о нашем будущем лежат, как известно, в нашем прошлом. Всех заинтересованных в этих ответах приглашаю прочесть эту книгу.

Список литературы (References)

- Попов Н. П. Россия — Америка. «Прямая связь». Воспоминания американиста и советолога. М.: КнигИздат, 2020.
Popov N. P. (2020) Russia — America. "Direct Connection". *Memoirs of an Americanist and Sovietologist*. Moscow: KnigIzdat.

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ

Правильная ссылка на статью:

Мониторинг мнений (ВЦИОМ): ноябрь — декабрь 2020 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 198—223.

For citation:

Public Opinion Poll (VCIOM): November — December 2020. (2020) *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 198–223.

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ: НОЯБРЬ — ДЕКАБРЬ 2020

Результаты ежедневных опросов «ВЦИОМ-Спутник». Метод опроса — телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 1600 респондентов в возрасте от 18 лет. Выборка построена на основе полного списка телефонных номеров, задействованных на территории РФ. Данные взвешены на вероятность отбора и по социально-демографическим параметрам. Максимальный размер ошибки с вероятностью 95% не превышает 2,5%. Помимо ошибки выборки, смещение в данные опросов могут вносить формулировки вопросов и различные обстоятельства, возникающие в ходе полевых работ.

СОДЕРЖАНИЕ ДАЙДЖЕСТА

ПОЛИТИКА

КОНФЛИКТ В НАГОРНОМ КАРАБАХЕ: ПОСЛЕСЛОВИЕ	199
ГЛАВНЫЕ РОССИЙСКИЕ ИНСТИТУТЫ: ОБЩЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА.....	202
БОЛЬШАЯ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ ПРЕЗИДЕНТА: ВНИМАНИЕ И ИНТЕРЕС.....	203

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

СОЦИАЛЬНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ НАСЕЛЕНИЯ: МОНИТОРИНГ	205
ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ЖИЗНИ В РОССИИ: ЖЕЛАНИЯ И РЕАЛЬНОСТЬ	207
ВАКЦИНАЦИЯ: КЛЮЧ НА СТАРТ!	209

ОБРАЗ ЖИЗНИ

ИНДЕКС СЧАСТЬЯ — 2020	212
В ПАНДЕМИЮ — БЕЗ ПОЦЕЛУЕВ!.....	214
ЖИЗНЬ ОНЛАЙН: ПОТРЕБЛЕНИЕ, ПОЛЬЗОВАНИЕ, РАЗВЛЕЧЕНИЯ	216
ИТОГИ 2020-го: СОБЫТИЯ, ЛЮДИ, ОЦЕНКИ, ОЖИДАНИЯ ОТ 2021-го	219

ПОЛИТИКА

КОНФЛИКТ В НАГОРНОМ КАРАБАХЕ: ПОСЛЕСЛОВИЕ	199
ГЛАВНЫЕ РОССИЙСКИЕ ИНСТИТУТЫ: ОБЩЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА	202
БОЛЬШАЯ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ ПРЕЗИДЕНТА: ВНИМАНИЕ И ИНТЕРЕС.....	203

КОНФЛИКТ В НАГОРНОМ КАРАБАХЕ: ПОСЛЕСЛОВИЕ

13 ноября 2020 г.

За событиями в Нагорном Карабахе в той или иной степени следят 72% россиян. По их мнению, в Нагорном Карабахе происходят следующие события: подписано мирное соглашение, военные действия окончены, наступило перемирие — 32%, Россия ввела миротворческие войска — 28%, в целом происходит конфликт, военные действия между Арменией и Азербайджаном с целью деления территории — 26%. Новость о заключении соглашения о прекращении военных действий в Нагорном Карабахе абсолютное большинство наших соотечественников восприняли положительно — 81%, при этом 64% полагают, что Россия сыграла основную роль в урегулировании этого конфликта. В дальнейшем ситуация в Нагорном Карабахе будет развиваться мирно, войны больше не будет — так считают 39% россиян. Треть опрошенных предполагает, что война возобновится, но не скоро (31%), а 12% респондентов прогнозируют возобновление военных действий в ближайшее время.



Рис. 1. Скажите, пожалуйста, Вы лично интересуетесь событиями, которые сейчас происходят в Нагорном Карабахе, или нет? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



Рис. 2. Опишите в двух-трех словах то, что в настоящее время происходит в Нагорном Карабахе (в % от тех, кто интересуется событиями в Нагорном Карабахе — 72%, открытый вопрос, не более 3-х ответов, представлены ответы от 2% респондентов)

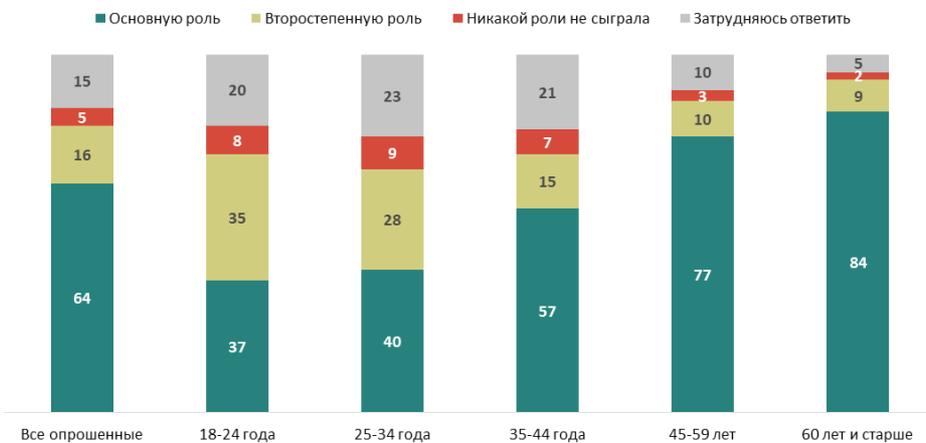


Рис. 3. Как Вы считаете, какую роль сыграла Россия в заключении мирного соглашения по Нагорному Карабаху? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

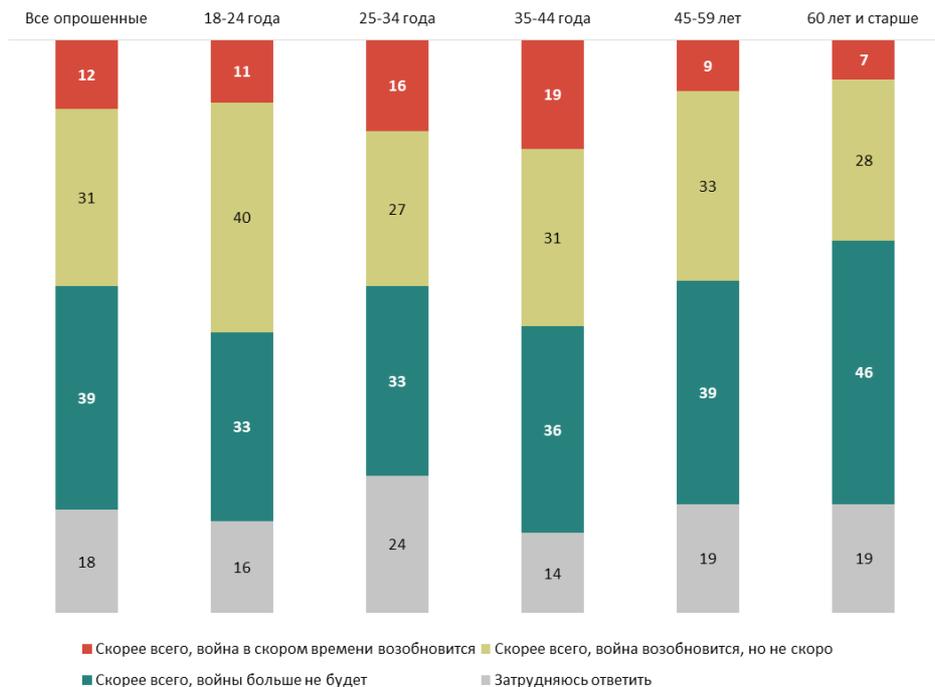


Рис. 4. Как Вы считаете, как в дальнейшем будет складываться ситуация в Нагорном Карабахе? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

ГЛАВНЫЕ РОССИЙСКИЕ ИНСТИТУТЫ: ОБЩЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА

17 ноября 2020 г.

Среди общественных институтов россияне по-прежнему больше всего одобряют деятельность армии: 77,9% поддерживают ее, негативно высказываются только 11,1%. На втором месте — Русская православная церковь, активность которой оценивают положительно 58,4% респондентов, на третьем — правоохранительные органы РФ: 52,3% одобряющих. Работу СМИ в ноябре 2020 г. позитивно охарактеризовали 42,1% наших соотечественников. К деятельности Общественной палаты положительно относятся 39,6% опрошенных, негативно — 24,3%. Активностью политических партий в целом довольны 33% россиян, обратное отношение высказывают 38,4%.

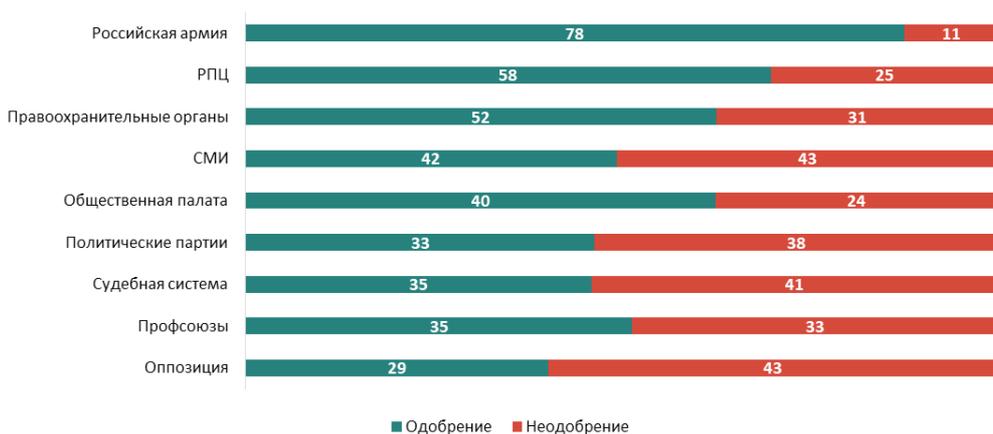


Рис. 5. Одобрение и неодобрение деятельности общественных институтов (%)

БОЛЬШАЯ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ ПРЕЗИДЕНТА: ВНИМАНИЕ И ИНТЕРЕС

15 декабря 2020 г.

Большинство россиян (82%) были проинформированы о том, что 17 декабря пройдет пресс-конференция Владимира Путина. О намерении смотреть его выступление заявили 32% респондентов, и еще более трети наших соотечественников (38%) планировали узнать основные ответы президента на вопросы журналистов из выпусков новостей. В целом почти три четверти россиян (71%) сообщили, что им было бы интересно послушать пресс-конференцию Владимира Путина.



Рис. 6. Пресс-конференция Владимира Путина состоится 17 декабря 2020 г. Скажите, пожалуйста, Вы планируете следить за этой пресс-конференцией или нет? Если да, то как именно? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



Рис. 7. Пресс-конференция Владимира Путина состоится 17 декабря 2020 г. Скажите, пожалуйста, Вы планируете следить за этой пресс-конференцией или нет? Если да, то как именно? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

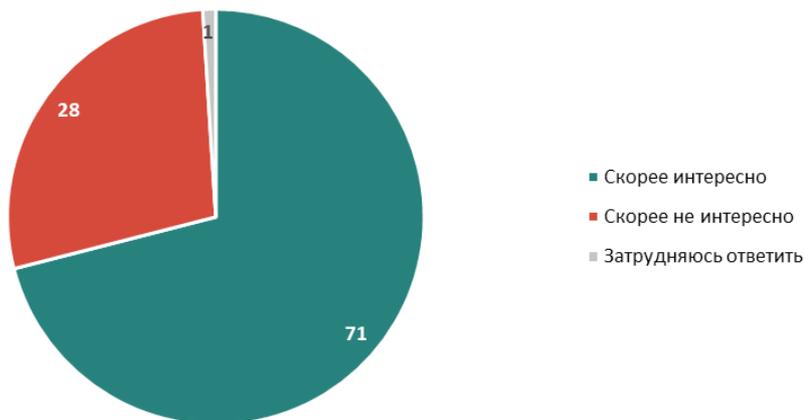


Рис. 8. Вам в целом скорее интересно или не интересно было бы послушать выступление президента, его ответы на вопросы журналистов, россиян в ходе пресс-конференции? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

СОЦИАЛЬНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ НАСЕЛЕНИЯ: МОНИТОРИНГ	205
ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ЖИЗНИ В РОССИИ: ЖЕЛАНИЯ И РЕАЛЬНОСТЬ.....	207
ВАКЦИНАЦИЯ: КЛЮЧ НА СТАРТ!	209

СОЦИАЛЬНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ НАСЕЛЕНИЯ: МОНИТОРИНГ*7 ноября 2020 г.*

В 2020 г. услуги социального обслуживания получали 27 % россиян, три четверти которых сообщили, что у них не возникало с этим каких-либо проблем (75 %). Основные трудности, с которыми довелось столкнуться 25 % получавших услуги социального обслуживания в 2020 г. (то есть 7 % от всех опрошенных), были связаны с ограничением передвижения в связи с распространением COVID-19 (19 %), невозможностью попасть в госучреждения, нарушением их режима работы (14 %). Также были сложности с получением больничного и иные проблемы в больницах (12 %), трудности с записью к врачу (10 %) или в целом с получением медицинской или социальной помощи (10 %).



Рис. 1. Скажите, пожалуйста, Вы или члены Вашей семьи получали в 2020 г. услуги социального обслуживания или не получали? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

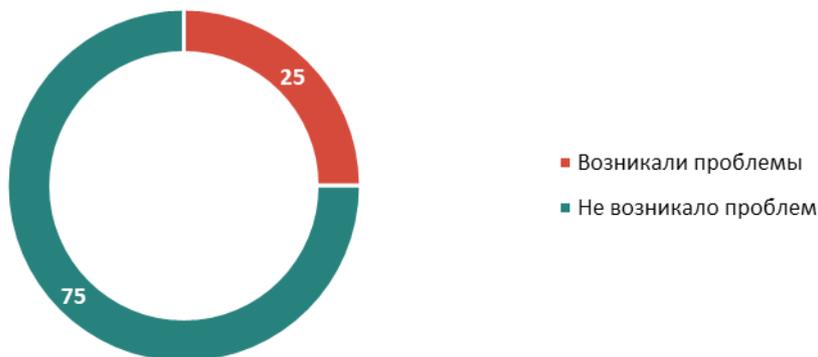


Рис. 2. Припомните, пожалуйста, при получении услуг социального обслуживания у Вас или у членов Вашей семьи, возникали проблемы в связи с пандемией коронавирусной инфекции и ограничительными мерами, или таких проблем не возникало? (закрытый вопрос, один ответ, в % от тех, кто получал услуги социального обслуживания, — 27 % от всех опрошенных)



Рис. 3. Уточните, пожалуйста, что это были за проблемы? (открытый вопрос, до трех ответов, в % от тех, у кого возникали проблемы с получением услуг социального обслуживания, — 7 % от всех опрошенных)

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ЖИЗНИ В РОССИИ: ЖЕЛАНИЯ И РЕАЛЬНОСТЬ

26 ноября 2020 г.

В разные эпохи в разных странах люди по-разному определяли и определяют возрастной рубеж, за которым начинается старость. В наши дни россияне считают, что старость начинается с 62 лет. В среднем при своем нынешнем образе жизни и в текущих обстоятельствах респонденты ожидают дожить до 78 лет, а в идеальных условиях — до 85 лет. Самые распространенные проблемы, с которыми приходится сталкиваться пожилым россиянам, по мнению наших соотечественников: бедность, низкие пенсии — 71 %, ухудшение здоровья, различные болезни — 44 %, а также ощущение ненужности, невостребованности (19 %) и одиночество (17 %).

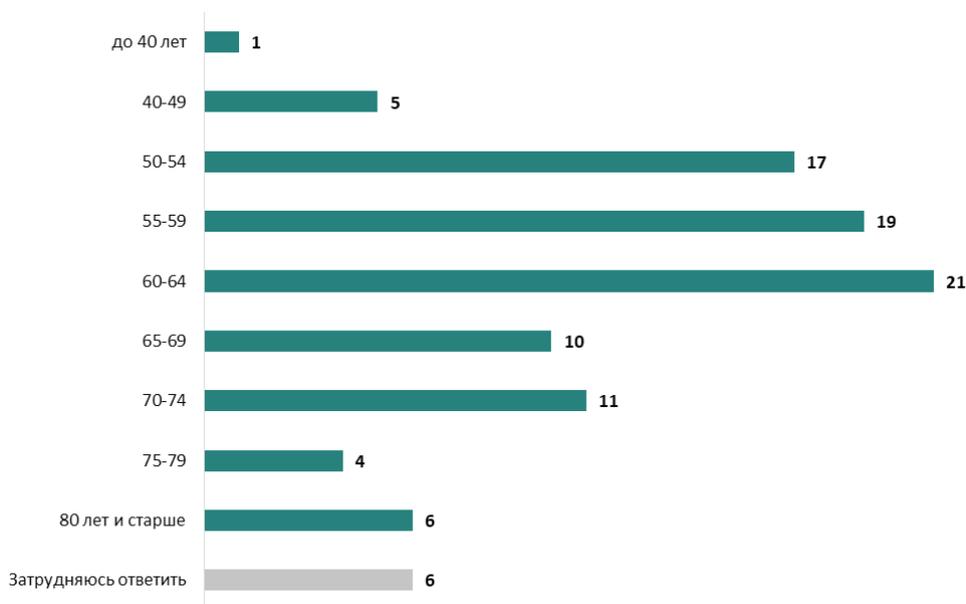


Рис. 4. В разные эпохи в разных странах люди по-разному определяли и определяют возрастной рубеж, за которым начинается старость. А как Вы считаете, в наши дни в России с какого возраста начинается старость? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

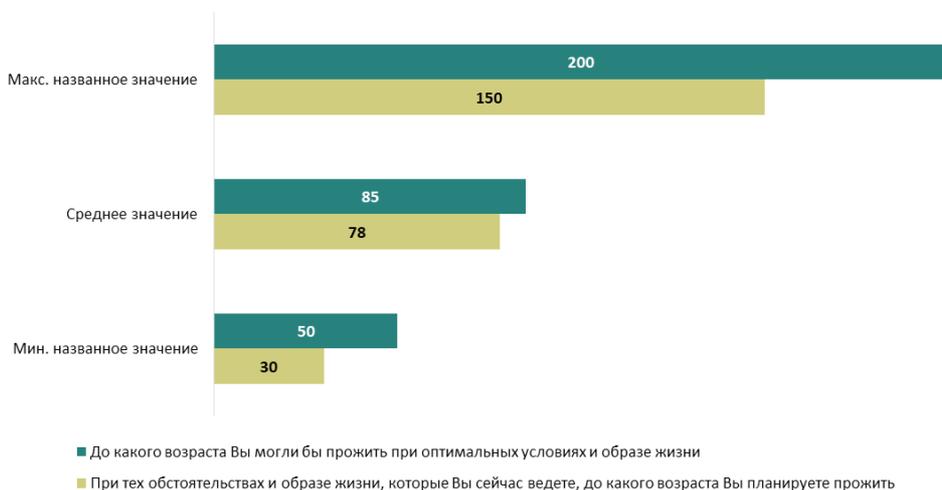


Рис. 5. Ожидаемая и идеальная продолжительность жизни (из ответов на открытые вопросы)



Рис. 6. На Ваш взгляд, с какими самыми главными проблемами сталкиваются сегодня пожилые люди?
(закрытый вопрос, до трех ответов, % от всех опрошенных)

ВАКЦИНАЦИЯ: КЛЮЧ НА СТАРТ!*11 и 19 декабря 2020 г.*

Россияне хорошо знают о начале масштабной вакцинации от коронавируса вакциной российского производства — в той или иной степени об этом слышали 97%. Собираются сделать прививку вакциной от коронавируса 38% респондентов, чаще в возрасте от 45 до 59 лет (44%) и 60+ лет — представители самой уязвимой для вируса группы (49%). Не желают делать прививку 52%, выше эта доля среди молодых россиян 25-34 лет (70%). Если бы для вакцинации были предложены на выбор российская или иностранная вакцина, 84% среди тех, кто собирается сделать или уже сделал прививку, отдали бы предпочтение отечественной, а 7% — иностранной. Те, кто не собирается вакцинироваться, руководствуются в первую очередь тем, что вакцина плохо изучена, слишком быстро изобретена и нужно посмотреть, как она будет работать (23%). О недоверии и страхе перед вакцинацией говорят 16%. Также 13% мотивируют свой отказ наличием противопоказаний.

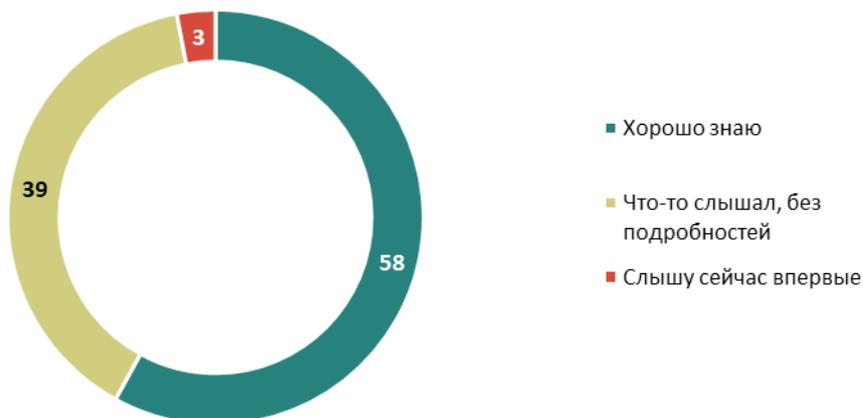


Рис. 7. Вы знаете, слышали или сейчас впервые слышите о том, что в России началась масштабная вакцинация населения от коронавируса вакциной российского производства? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

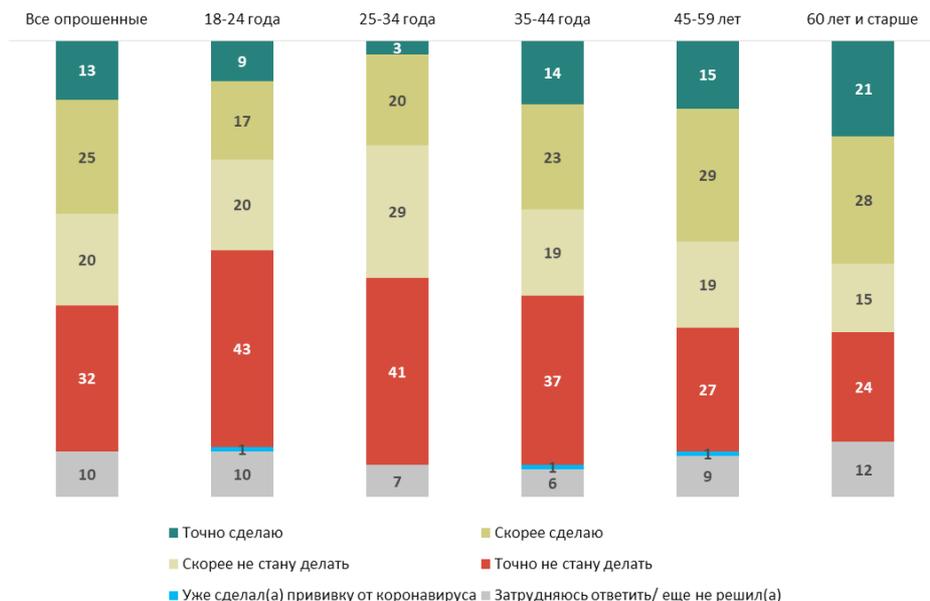


Рис. 8. Скажите, пожалуйста, Вы собираетесь или не собираетесь делать себе прививку вакциной от коронавируса? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

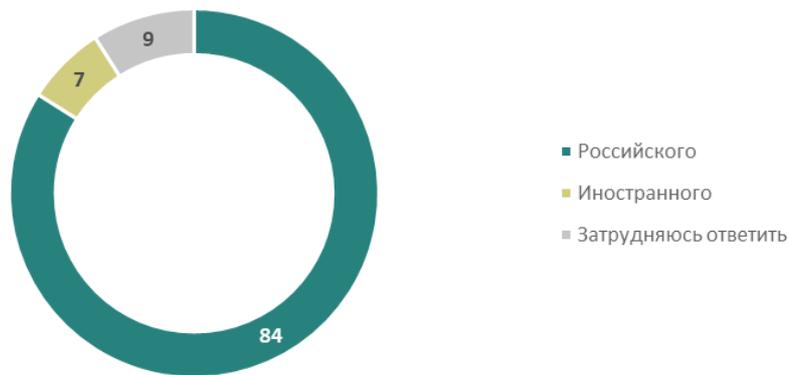


Рис. 9. Если бы для вакцинации от коронавируса были доступны на выбор вакцины разного производства, то какую прививку Вы предпочли бы сделать — российского или иностранного производства? (закрытый вопрос, один ответ, % от тех, кто ответил «точно сделаю», «скорее сделаю» и «уже сделал(а) прививку»)

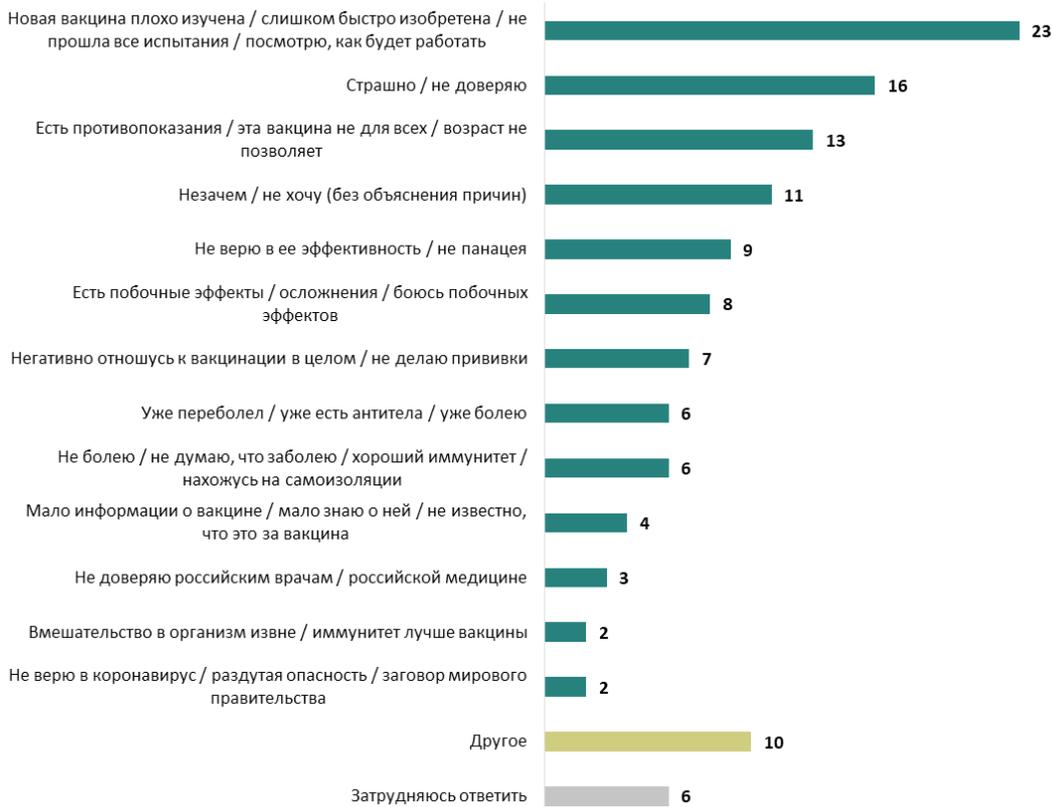


Рис. 10. Почему Вы не собираетесь делать себе прививку российской вакциной от коронавируса? Вы можете назвать несколько причин (открытый вопрос, до трех ответов, % от тех, кто не собирается делать прививку, представлены ответы от 2% респондентов)

ОБРАЗ ЖИЗНИ

ИНДЕКС СЧАСТЬЯ — 2020	212
В ПАНДЕМИЮ — БЕЗ ПОЦЕЛУЕВ!	214
ЖИЗНЬ ОНЛАЙН: ПОТРЕБЛЕНИЕ, ПОЛЬЗОВАНИЕ, РАЗВЛЕЧЕНИЯ	216
ИТОГИ 2020-го: СОБЫТИЯ, ЛЮДИ, ОЦЕНКИ, ОЖИДАНИЯ ОТ 2021-го	219

ИНДЕКС СЧАСТЬЯ¹ — 2020

12 ноября 2020 г.

Большинство россиян чувствуют себя в целом в той или иной мере счастливыми (81%), при этом треть выражают полную уверенность в этом (31%). В 2020 г. индекс счастья составил 66 п. (десять лет назад этот показатель составлял 48 п., а тридцать лет назад — всего 17 п.). Наши сограждане называют следующие причины, по которым они чувствуют себя счастливыми: есть семья, благополучие в семье — 34%, хорошее здоровье (свое и близких) — 24%. Для каждого пятого респондента счастье — это наличие хорошей работы (20%), практически такая же доля опрошенных счастливы, потому что у них есть дети — 18%. Сообщили, что счастливы, потому что у них хорошее материальное положение и в целом они удовлетворены жизнью, 10% наших соотечественников. Основными поводами для несчастья оказались материальные трудности (7%), плохое состояние здоровья (6%), безработица (5%), отсутствие стабильности (7%), плохое положение дел в стране (4%).

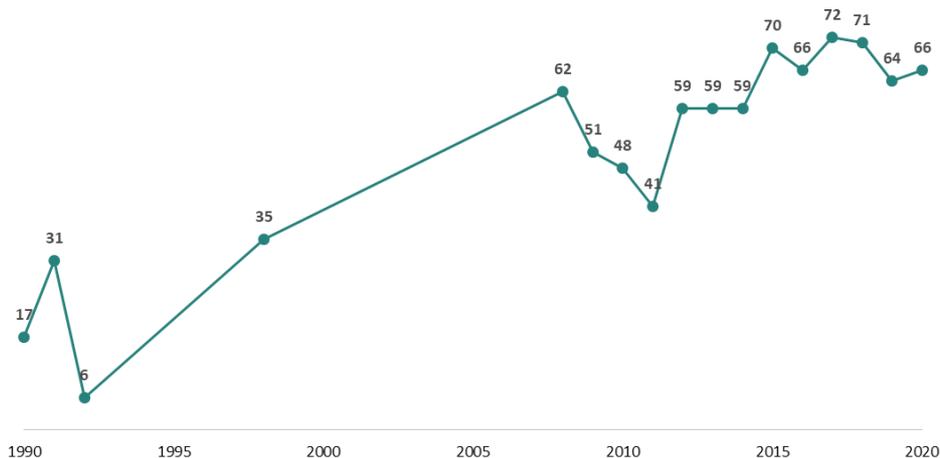


Рис. 1. Динамика индекса счастья россиян (1990-2020 гг.)

¹ Индекс счастья показывает, насколько счастливыми чувствуют себя россияне. Индекс строится на основе вопроса: «В жизни бывает всякое — и хорошее, и плохое. Но, если говорить в целом, вы счастливы или нет?». Рассчитывается как разница суммы положительных ответов («определенно да», «скорее да») и отрицательных ответов («скорее нет», «определенно нет»). Индекс измеряется в пунктах и может колебаться в диапазоне от -100 до 100. Чем выше значение индекса, тем счастливее россияне себя ощущают.

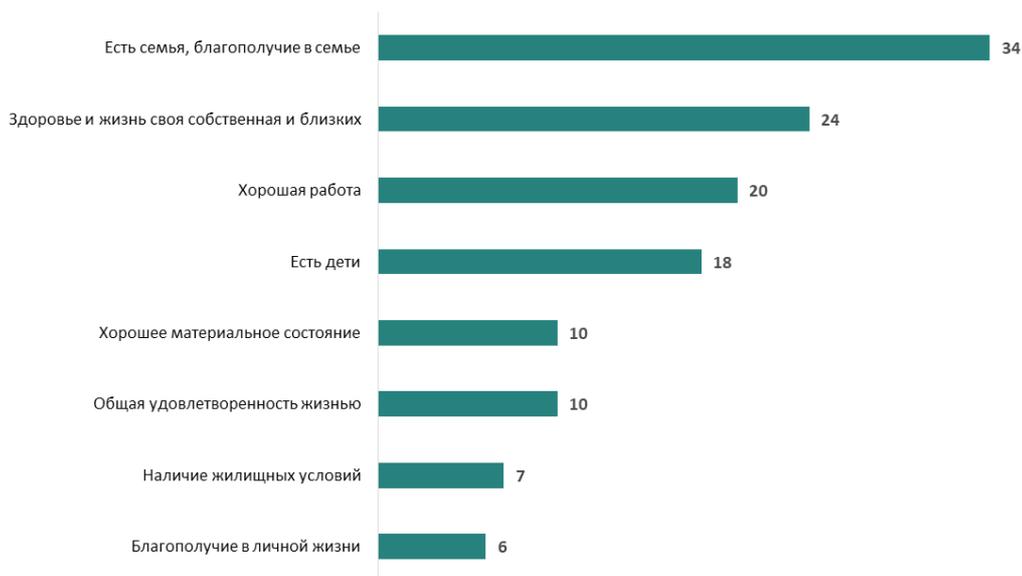


Рис. 2. Если Вы ощущаете себя счастливым человеком, то скажите, пожалуйста, почему? (открытый вопрос, не более 5 ответов, %, представлен топ содержательных ответов)

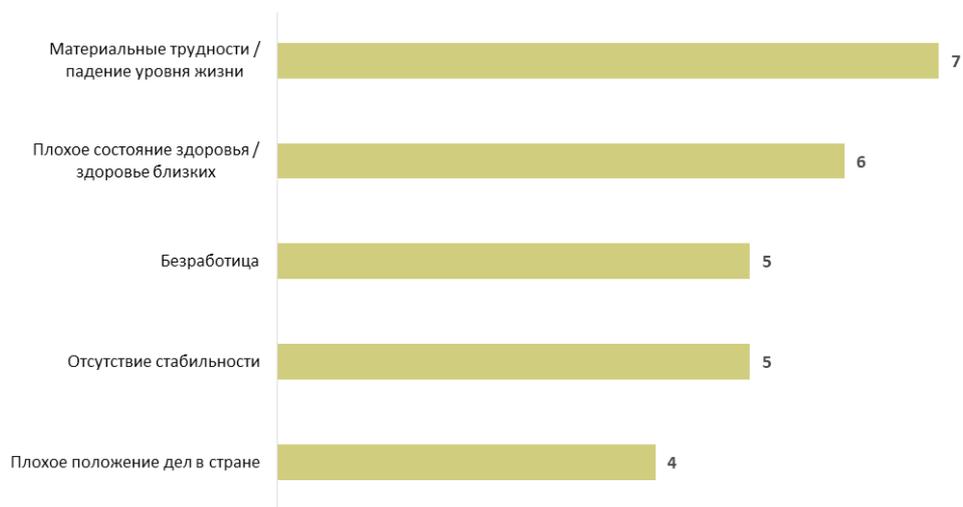


Рис. 3. Если Вы НЕ ощущаете себя счастливым человеком, то скажите, пожалуйста, почему? (открытый вопрос, не более 5 ответов, %, представлен топ содержательных ответов)

В ПАНДЕМИЮ — БЕЗ ПОЦЕЛУЕВ!

28 ноября 2020 г.

В 2020 г. в 1,5 раза снизилась доля россиян, приветствующих друзей и родных поцелуем (с 40 % в 2019 г. до 27 % в 2020 г.). Респонденты стали реже при встрече жать друг другу руки (снижение с 50 % год назад до 38 % в 2020 г.) и обниматься (с 55 % до 42 % в 2020 г.). Несмотря на безопасность способа приветствия, наши соотечественники стали меньше улыбаться при встрече с друзьями и родными (с 41 % до 34 % в 2020 г.) и кивать головой (с 23 % до 17 % в 2020 г.). Пандемия не повлияла на привычку приветствовать словами (56 % в 2019 г. и 57 % в 2020 г.). При встрече с деловыми партнерами респонденты стали реже приветствовать друг друга рукопожатием (54 % против 39 % в 2020 г.) и улыбаться (46 % против 27 % в 2020 г.). Кивок головой и вербальное приветствие в деловой среде остались в условиях пандемии COVID-19 без изменений. Объятия и поцелуи в качестве приветствия деловых партнеров и коллег не были распространены среди россиян и до пандемии.

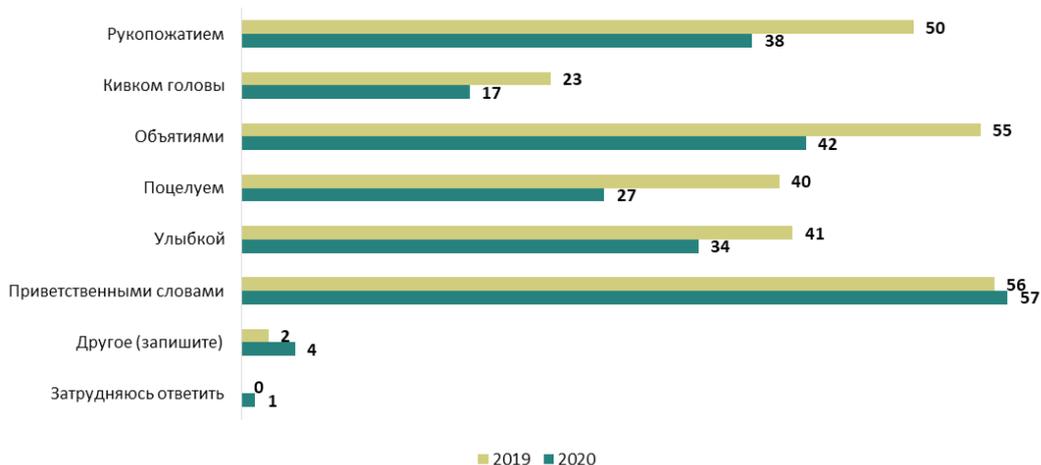


Рис. 4. Скажите, пожалуйста, как обычно Вы приветствуете своих близких друзей, родных? (закрытый вопрос, любое число ответов, % от всех опрошенных)

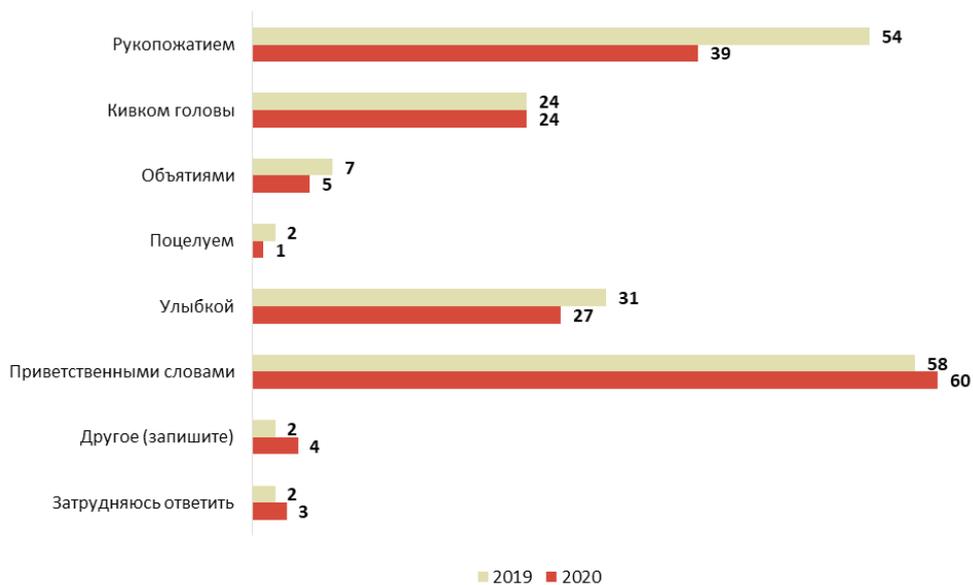


Рис. 5. А как Вы обычно приветствуете коллег, деловых партнеров?
(закрытый вопрос, любое число ответов, % от всех опрошенных)

ЖИЗНЬ ОНЛАЙН: ПОТРЕБЛЕНИЕ, ПОЛЬЗОВАНИЕ, РАЗВЛЕЧЕНИЯ

6 декабря 2020 г.

С февраля 2020 г. доля ежедневных пользователей интернета увеличилась на 3% и составила 72%. Не пользуются сетью только 17% россиян. Интернет остается в первую очередь средством коммуникации: 90% в сети общаются с друзьями, знакомыми и родственниками, — и способом получать актуальные региональные, федеральные и мировые новости (83%). За год поведение респондентов в интернете изменилось в сфере банковских переводов: их стали совершать онлайн на 8% больше наших соотечественников по сравнению с февралем 2020 г. Также на 7% выросла доля тех, кто использует интернет для получения государственных услуг (64%), и тех, кто покупает посредством интернета товары длительного пользования — бытовую технику, мебель (42%). В год пандемии россияне не стали чаще использовать интернет для получения образования, для развлечения или выполнения работы. Также остается преимущественно в офлайн-секторе покупка повседневных товаров — 27% (+3% с начала года).

За год пандемии и самоизоляции включенность интернета в привычную жизнь россиян осталась на прежнем уровне: в случае его исчезновения 13% сообщают, что это изменит их жизнь полностью, а 41% — существенно, но они смогут приспособиться. В феврале эти доли составляли 13% и 42% соответственно. Большинство россиян по-прежнему согласны с утверждением, что в современном мире необходимо отдыхать от интернета, но эта доля снизилась на 7% с 2018 г. и на 3% с начала года — 70%. Напротив, каждый четвертый считает, что в современном мире нужно всегда быть в сети (27%).



Рис. 6. Пользуетесь ли Вы интернетом, и если да, то как часто?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



Рис. 7. Я зачитаю список, а Вы скажите, для чего Вы на сегодняшний день используете интернет? (закрытый вопрос, один ответ по строке, % от пользователей интернета)



Рис. 8. Если завтра интернет исчезнет, насколько сильно это изменит Вашу привычную жизнь? (закрытый вопрос, один ответ, % от интернет-пользователей)



Рис. 9. Одни люди считают, что в современном мире нужно периодически «отдыхать» от интернета и на время ограничивать для себя доступ к нему. Другие считают, что в современном мире необходимо всегда оставаться «в Сети». С каким утверждением Вы в большей степени согласны? (закрытый вопрос, один ответ, % от интернет-пользователей)

ИТОГИ 2020-го: СОБЫТИЯ, ЛЮДИ, ОЦЕНКИ, ОЖИДАНИЯ ОТ 2021-го

Ноябрь — декабрь 2020 г.

ВЦИОМ попросил россиян выбрать *три главных слова* 2020 г. Ими стали: коронавирус (61%), поправки к Конституции (29%), третье место разделили самоизоляция, дистанционное обучение и врачи (по 23% соответственно). *Главным международным событием* 2020 г. респонденты назвали пандемию коронавируса (42%), военные действия в Нагорном Карабахе, установление мира при посредничестве России (28%), принятие поправок к Конституции РФ (25%), разработку первой в мире вакцины от COVID-19 (25%) и выборы в Белоруссии (23%). *Политиком года* для наших соотечественников остается Владимир Путин — его назвали 38% опрошенных. Далее с большим отрывом идут Михаил Мишустин (17%), Сергей Шойгу (15%), Сергей Лавров (9%), Владимир Жириновский (7%) и др. *Самыми популярными телепередачами* в 2020 г. стали сразу три программы телеканала «Россия-1»: «Вести» и «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым» (по 6% соответственно) и «60 минут» (5%). В пятерку лидеров вошли программа телеканала НТВ «ДНК» и программа «Первого канала» «Мужское и женское» (по 3% соответственно). *Журналистами года*, по мнению россиян, стали Владимир Соловьев (6%), Юрий Дудь, Ольга Скабеева, Владимир Познер и Алексей Пивоваров (по 2% соответственно). Уходящий год наши сограждане провожают в целом с хорошим настроением: в канун 2021-го каждый второй опрошенный (51%) чувствует радость и ожидание перемен к лучшему, 23% — спокойствие и уверенность. Под конец года 15% россиян ощущают усталость, а каждый десятый пребывает в волнении (13%). Испытывают грусть 7% респондентов, а 8% — разочарование.

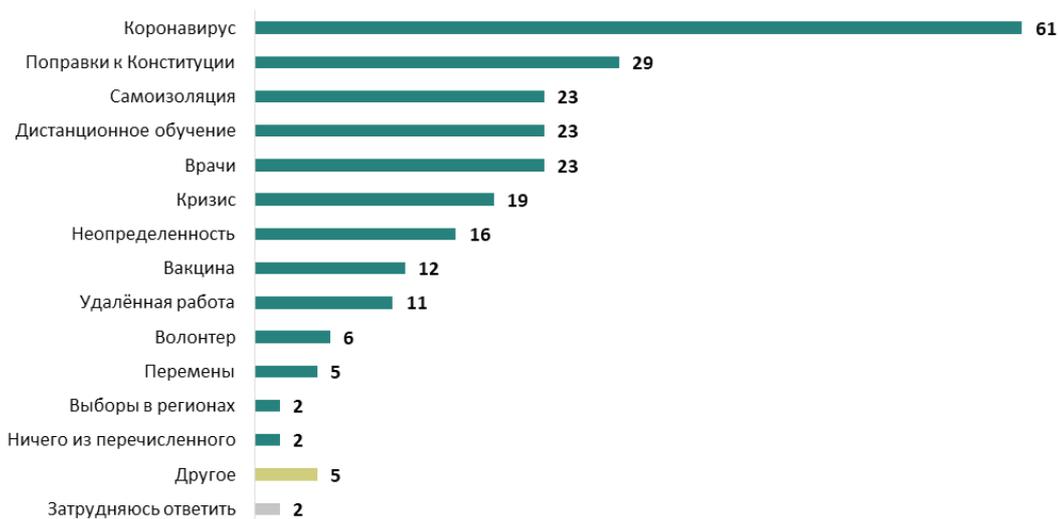


Рис. 10. Давайте коротко подведем итоги уходящего года. Сейчас я перечислю Вам несколько слов, а Вы скажите, какие из них Вы бы назвали главными словами 2020-го года? (закрытый вопрос, не более 3-х ответов, представлены содержательные ответы, названные не менее чем 2% респондентов)



Рис. 11. Сейчас я перечислю Вам ряд событий, произошедших в этом году. Скажите, пожалуйста, какие три из них, на Ваш взгляд, являются главными МИРОВЫМИ СОБЫТИЯМИ уходящего года? (закрытый вопрос, не более 3-х ответов, представлены содержательные ответы, названные не менее чем 2% респондентов)

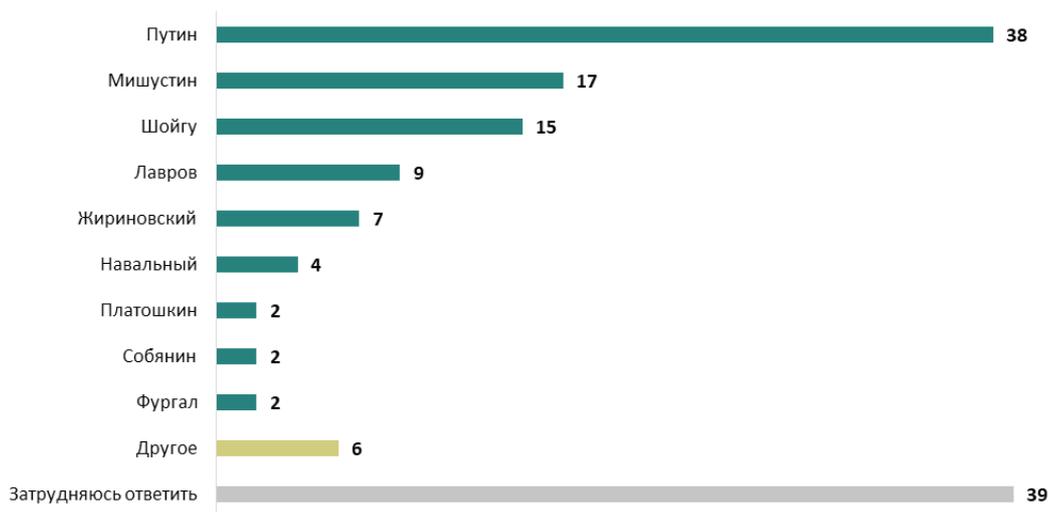


Рис. 12. Кого бы Вы могли назвать политиком года в России? Вы можете назвать до трех имен (открытый вопрос, не более 3-х ответов, представлены содержательные ответы, названные не менее чем 5% респондентов)

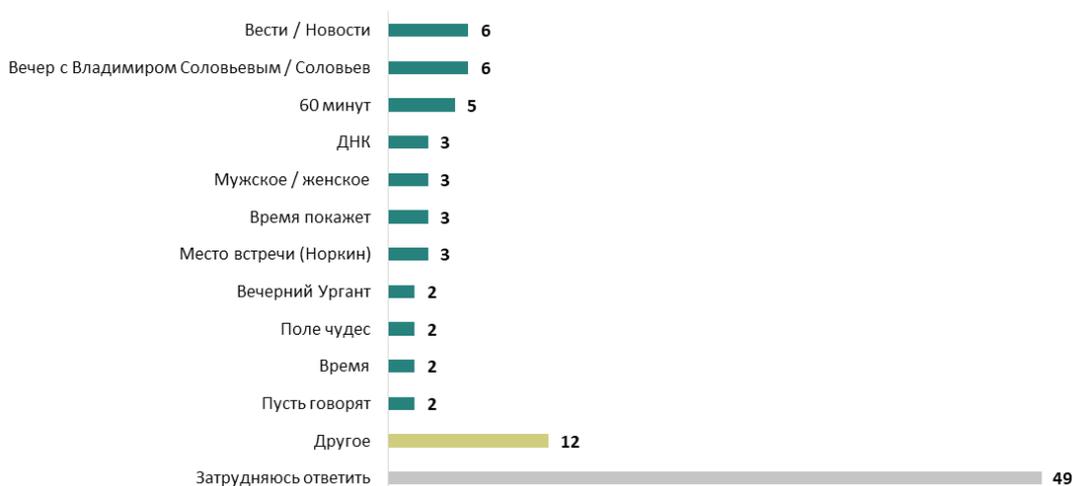


Рис. 13. Назовите лучшую, на Ваш взгляд, телепрограмму года в России. Вы можете дать до трех ответов (открытый вопрос, не более 3-х ответов, представлены содержательные ответы, названные не менее чем 2% респондентов)

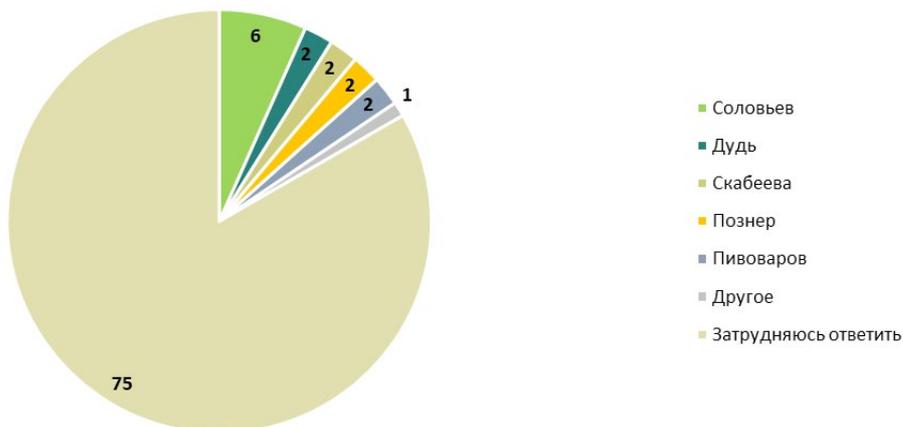


Рис. 14. Кого бы Вы могли назвать журналистом года в России? Вы можете назвать до трех имен (открытый вопрос, не более 3-х ответов, представлены содержательные ответы, названные не менее чем 2% респондентов)



Рис. 15. С каким чувством Вы провожаете уходящий год и встречаете новый? (закрытый вопрос, один ответ, %)

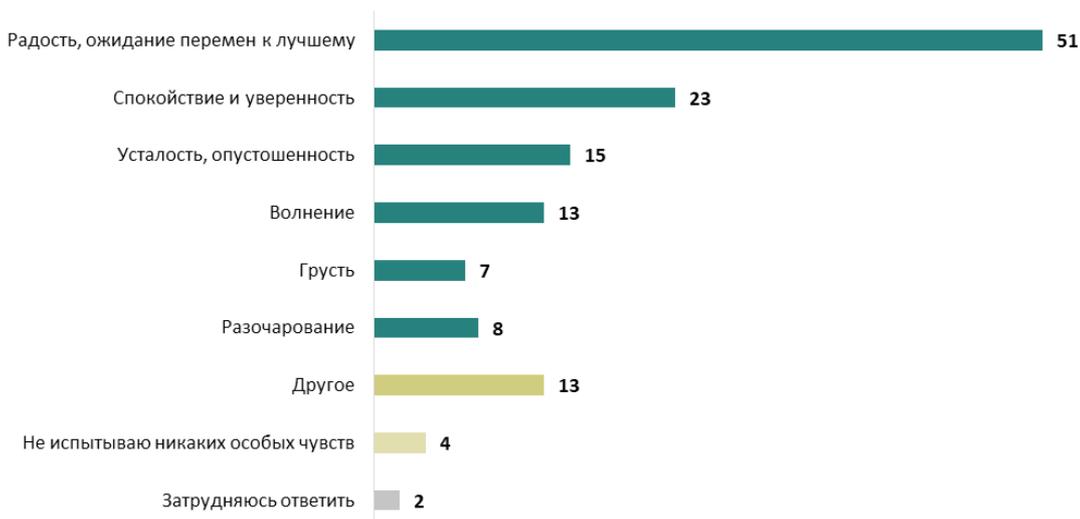


Рис. 16. Какие чувства Вы испытываете в канун Нового года?
(закрытый вопрос, не более 3-х ответов, %)



Медиа и коммуникации во время пандемии COVID-19

Приглашенный редактор С. Г. Давыдов

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ПРИГЛАШЕННОГО РЕДАКТОРА

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1845](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1845)



С. Г. Давыдов

ДВЕНАДЦАТЬ СТАТЕЙ О ДЕВЯТНАДЦАТОМ КОВИДЕ: ПЕРВАЯ ВОЛНА ИССЛЕДОВАНИЙ МЕДИА И КОММУНИКАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Правильная ссылка на статью:

Давыдов С. Г. Двенадцать статей о девятнадцатом ковиде: первая волна исследований медиа и коммуникаций в условиях пандемии // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 224—230. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1845>.

For citation:

Davydov S. G. (2020) Twelve Articles about COVID-19: The First Wave of Studies in Media and Communications Amidst the Pandemic. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 224–230. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1845>. (In Russ.)

ДВЕНАДЦАТЬ СТАТЕЙ О ДЕВЯТНАДЦАТОМ КОВИДЕ: ПЕРВАЯ ВОЛНА ИССЛЕДОВАНИЙ МЕДИА И КОММУНИКАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

TWELVE ARTICLES ABOUT COVID-19: THE FIRST WAVE OF STUDIES IN MEDIA AND COMMUNICATIONS AMIDST THE PANDEMIC

ДАВЫДОВ Сергей Геннадьевич — кандидат философских наук, доцент, заместитель декана, доцент факультета коммуникаций, медиа и дизайна, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

E-MAIL: sdavydov@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0001-8455-9976>

Sergey G. DAVYDOV¹ — Sci. (Philosophy), Associate Professor, Vice-dean

E-MAIL: sdavydov@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0001-8455-9976>

¹ National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Идея подготовить специальный номер научного журнала, посвященный медиа и коммуникациям во время пандемии, возникла в апреле, то есть во время наиболее строгих карантинных мер. Тогда наряду с высокой неопределенностью, тревогой и дискомфортом многие испытывали большой интерес к удивительным переменам, происходившим со всеми нами. «Мир больше не будет прежним», — тезис, который звучал постоянно, однако представления тех немногих, кто решался говорить о содержании перемен, отличались большим разнообразием.

Запрос на рефлексию происходящего был крайне высокий. Многие коллеги размещали свои впечатления и комментарии в социальных медиа. Была опубликована серия интервью, организованная командой под руководством директора проектов ФОМ Л. А. Паутовой. Конечно, события развивались слишком быстро для того, чтобы успеть заявить новые темы исследований и получить под них гранты. Однако социологи, занимающиеся реализацией мониторинговых проектов, получили возможность отслеживать и интерпретировать изменения фиксируемых показателей в условиях «новой реальности». Были потрачены значительные усилия, чтобы провести исследования, запланированные в «доковидную эпоху». Без потерь не обошлось, но во многих случаях решения удалось найти. Некоторые приступили к реализации инициативных проектов. Перешедшие «на удаленку» преподаватели занимались изучением социальных трансформаций вместо со своими студентами.

Было очевидно, что исследовательская работа кипит и спустя непродолжительное время принесет свои плоды. Данное соображение нашло поддержку у редакции «Мониторинга общественного мнения», согласившейся организовать научную дискуссию на своих страницах. Объявление о тематическом номере для потенциальных авторов было опубликовано 19 мая. Казалось особо важным успеть подготовить его именно в текущем, 2020 г.

Спустя полгода в эти замечательные планы пришлось внести коррективы. Хотя активность авторов оказалась высокой — для участия в тематическом номере было подано более полусотни заявок, — для некоторых исследователей сроки подготовки материалов оказались слишком жесткими. Также стало очевидно, что

сюжет с коронавирусом не будет завершен до конца года. А значит, будут новые материалы и задачи для изучения.

В результате было решено вместо отдельного тематического номера сделать несколько тематических подборок — или, говоря на языке текущего момента, волн. Первая волна включает двенадцать статей, на содержании которых мы подробно остановимся ниже. Как и планировалось изначально, они публикуются в заключительном, шестом номере за 2020 г.

Одной из самых значимых и обсуждаемых тем в контексте социальных трансформаций 2020 г. стала **инфодемия** — поток недостоверной и заведомо ложной информации, слухов, конспирологических теорий и т. д., сопровождающий пандемию. Разрушительный потенциал деструктивной информации, по мнению некоторых ученых, не уступает собственно вирусной угрозе и даже превосходит ее. В том числе, об опасностях инфодемии еще в середине февраля 2020 г. предупреждал генеральный директор ВОС Д. Гебрейесус.

В нашей подборке данная тема рассматривается в нескольких публикациях. Так, сотрудники Лаборатории теоретической фольклористики ШАГИ ИОН РАНХиГС А. С. Архипова* и соавторы (исследовательская группа «Мониторинг актуального фольклора») изучают инфодемия, исходя из теории «эпистемической неудачи» французского антрополога Ж. Буайе. (Под эпистемической неудачей понимаются сообщения, не несущие полезной информации с точки зрения выживания.) Собрав при помощи системы «Медиалогия» по ключевым словам более 1,95 млн тематических репостов, авторы выделили 167 инфодемических нарративов, которые, в свою очередь, составляют восемь тематических групп. Самые распространенные из них: 1) «Реальной опасности нет, власти используют коронавирус в своих интересах» и 2) «Псевдомедицинские советы и народные рецепты».

Наряду с рассмотрением инфодемических нарративов статья ставит вопросы о социально-демографическом портрете распространителей слухов, функциях последних, а также практике борьбы с инфодемией со стороны государственных структур. В частности, на материалах 203 кейсов реакций правоохранительных органов на распространение недостоверной информации сделано заключение о том, что *«наиболее частыми основаниями для привлечения к ответственности являются утверждения о том, что власти скрывают информацию об эпидемии и ее последствиях (48%), манипулируют с эпидемией и ее последствиями (17%), а также не выполняют свои обязательства или не соблюдают эпидемиологические требования (16%)»*.

Еще одна вариация на тему инфодемии — социальный эксперимент, нашедший отражение в статье А. М. Климовой, К. Ш. Чмеля и Н. Ю. Савина. Исследователи воспользовались методикой непарных чисел для выявления доли респондентов, верящих слухам о распространении COVID-19. Полученное значение оказалось значимо выше по сравнению с числом респондентов, давших положительный ответ на прямой вопрос. Несмотря на ряд ограничений (в частности, была использована удобная выборка студентов НИУ ВШЭ), эксперимент подтверждает возможность применения рассматриваемой методики при изучении отношения к недостоверным сообщениям и слухам.

Один из распространенных жанров медиакоммуникационных исследований — **анализ репрезентации определенных тем и объектов на тех или иных медий-**

Здесь и далее: * 26.05.2023 внесена в реестр иностранных агентов.

ных платформах. Не обошел он и нашу подборку. В частности, А. Д. и А. П. Казун методом контент-анализа изучают освещение пандемии коронавируса на «Первом канале». Несмотря на недавнее исключение из списка стратегических предприятий России, этот телеканал остается крайне значимым источником информации, учитывая как его охват аудитории, так и федеральный статус. Не случайно три этапа освещения коронавируса, выделенные исследователями, связаны с двумя важнейшими административными решениями, определившими государственную политику в данной области. Во-первых, это 11 марта — день объявления пандемии ВОС, а во-вторых, 6 мая — день публикации Роспотребнадзором предложений по снятию социальных ограничений.

В статье Ю. А. Грибер и В. В. Суховой рассматриваются **цветовые решения визуальных образов коронавируса** в публикациях российских массмедиа. Авторы обращают внимание на то, что вирус по своей природе не имеет цвета. В то же время его визуальные решения в СМИ, как правило, цветные. Благодаря этому изображения получают определенный эмоциональный заряд, связанный в первую очередь со страхом. Соответствующий вывод был сделан благодаря использованию комплексной исследовательской программы, включающей контент-анализ и два онлайн-эксперимента на базе методики «Женевское колесо эмоций».

Если для А. С. Архиповой* и ее соавторов инфодемия — это естественная и объяснимая реакция общества на кризисную ситуацию, позволяющая сформировать необходимые адаптивные механизмы, В. В. Василькова и Н. И. Легостаева подходят к изучению этого явления с иных методических позиций. Для них это набор идеологических конструктов, целенаправленно создаваемых и распространяемых в качестве элементов компьютерной пропаганды (термин, предложенный группой исследователей проекта COMPROP Оксфордского института интернета). Основной канал компьютерной пропаганды — социальные боты, тиражирующие соответствующие конструкты в социальных медиа.

Эмпирическое исследование Центра социологических и интернет-исследований Санкт-Петербургского государственного университета, лежащее в основе статьи вышеуказанных авторов, направлено, направлено на «пандемическую» повестку в социальной сети «ВКонтакте». Приводятся результаты пилотного исследования, в рамках которого были выявлены восемь ботнетов, а также получены их описательные характеристики.

В периоды активных социальных трансформаций и кризисов традиционно возрастает значение **волонтерской деятельности**. Последняя рассматривается в двух публикациях нашей подборки.

Статья И. В. Мерсияновой и А. С. Брюхно посвящена отношению массовой аудитории к волонтерским онлайн-платформам. Она основана на исследованиях Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ «Высшая школа экономики» (проект «Самоорганизация и взаимопомощь в условиях противодействия распространению коронавирусной инфекции») — результатах всероссийского телефонного опроса взрослого населения и четырех фокус-групп, проведенных в Москве и Казани как с вовлеченными, так и с не вовлеченными в волонтерскую деятельность группами. Полученные результаты свидетельствуют о высокой востребованности таких платформ, а также позволяют выявить соци-

ально-демографические группы, наиболее перспективные в качестве ее потенциальных пользователей, и требования, предъявляемые аудиторией к такому информационно-коммуникационному ресурсу.

О. А. Башаева и П. О. Ермолаева рассматривают современную деятельность волонтеров в чрезвычайных ситуациях через призму концепта цифровизации. В основе их исследования лежат методы анализа документов, глубинных интервью и вторичного анализа данных, полученных в рамках предшествующих проектов. По мнению исследователей, пандемия потребовала существенной перестройки деятельности волонтеров и координирующих их работу НКО. Произшедшие изменения стали возможны во многом благодаря высокому уровню развития цифровых технологий, а также использованию наработок и опыта прошлых лет. Наряду с позитивными аспектами цифровизации отмечаются и негативные, среди которых так называемое «цифровое выгорание». В числе прочего авторы указывают на новое направление волонтерской помощи, востребованное во время пандемии — мультилингвальные переводы, необходимые для обеспечения доступности информации при координации деятельности во время чрезвычайных ситуаций.

Исследование А. В. Андреевской является частью международного сравнительного проекта «Международный опрос о благополучии студентов в период коронавируса» (ISSC—МОБС), реализованного в России Институтом сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ) в виде онлайн-опроса. Предмет анализа — **социальные контакты**, понимаемые как «способ установления и поддержания реальных социальных связей». Автор делает вывод о высоком уровне погруженности студентов в цифровые формы коммуникации и двойственном характере влияния последних. Именно цифровые коммуникации позволили поддерживать социальные контакты в период пандемии, однако их интенсивное использование может негативно сказываться на психике.

Одной из ключевых тем, обсуждаемых в контексте пандемии, является социальное **доверие**. Исследователи в основном разделяют точку зрения, в соответствии с которой общество с высоким уровнем доверия между его субъектами способно преодолевать кризисные ситуации с меньшими потерями. Фиксируя негативную динамику уровня доверия к официальной информации о пандемии и мерам, предпринимаемым государством, М. О. Макушева и Т. А. Нестик выделяют в своей статье основания доверия и недоверия к официальным источникам информации, а также социально-психологические предпосылки институционального доверия и недоверия. На основании кластерного анализа они описывают пять групп россиян, различающихся по уровню социального доверия и психологического благополучия: «солидарные оптимисты», «переживающие за близких», «алармисты», «скептики» и «фаталисты». Авторы приходят к выводу, что «*доверие к СМИ, государству, науке и здравоохранению не только является фактором, снижающим психологическую травматизацию общества, но и вносит вклад в готовность личности соблюдать санитарно-эпидемиологические ограничения — носить маску, поддерживать дистанцию, пользоваться дезинфицирующими средствами*». Добавим к сказанному, что исследование построено на различных источниках данных, включающих серию совместных онлайн-опросов ЦСП «Платформа» и ОМІ,

онлайн-опрос Института психологии РАН и серию глубинных интервью, проведенных сотрудниками ЦСП «Платформа».

Статья Е. В. Родионовой и Ю. П. Байер посвящена образу Русской православной церкви в светских массмедиа и базируется на методе контент-анализа. Авторы рассматривают публикации в трех СМИ — в «Фонтанке», «Аргументах и фактах» и «Московском комсомольце». Отметим, что в период проведения исследования (с 15 марта по 15 июня 2020 г.) велась активная дискуссия по поводу целесообразности закрытия храмов в связи с необходимостью профилактики распространения коронавируса. Подтвердилась гипотеза авторов, согласно которой освещение деятельности РПЦ рассматриваемыми СМИ носило преимущественно негативный характер.

Еще одну важную тему — **социальное самочувствие населения в условиях пандемии** — поднимает в своей статье Д. М. Логинов. Эта тема неоднократно обсуждалась российскими исследователями общественного мнения; систематизация и обобщение имеющихся данных — задача на перспективу. Рассматриваемая статья вводит в научный оборот результаты массового анкетного опроса населения России в возрасте 18—65 лет, реализованного Институтом социального анализа и прогнозирования РАНХиГС в апреле 2020 г. В рамках исследования были выделены четыре группы граждан, различающихся по уровню самоограничений в условиях пандемии и эпидемиологических опасений. Также предметом анализа стали динамика материального положения и уровня жизни различных социальных групп; распространенные адаптационные практики; отношение к управленческим решениям, принимаемым в условиях пандемии властью; уровень запроса различных социально-демографических групп на социальную поддержку.

А. Л. Рочева, Е. А. Варшавер и Н. И. Иванова развивают тему доверия в контексте стратегий мигрантов из Кыргызстана и Узбекистана. Эмпирическая база их работы — онлайн-опрос, проведенный в апреле — мае 2020 г. Исследователи фиксируют высокий уровень социальной солидарности и доверия государству среди рассматриваемых социальных групп. Они также обращают внимание на тот факт, что стратегии мигрантов существенным образом отличаются от стратегий коренного населения, для которого в наибольшей степени характерно «двойное отрицание», то есть одновременный низкий уровень как социальной солидарности, так и доверия государству. Другими словами, стратегии мигрантов позволяют лучше адаптироваться к катастрофическим ситуациям в целом и пандемии коронавируса в частности, чем стратегии коренного населения.

Итак, двенадцать публикаций нашей подборки охватывают широкий спектр тем, связанных с медиа и коммуникациями во время пандемии коронавируса COVID-19, демонстрируя разнообразие базовых теорий, методик и исследовательских подходов. Как это обычно бывает, исследования не только отвечают на поставленные вопросы, но и формулируют новые, требующие дальнейшей работы. Помимо идей для последующего анализа, «первая волна» публикаций включает несколько очевидных тематических и жанровых лакун. Например, пандемия — феномен глобального мира, который должен быть объектом международных исследований. Не затронуты темы трансформации деятельности специали-

стов в сфере медиа и коммуникаций, а также медийных организаций в условиях пандемии коронавируса, динамика паттернов и объемов медиапотребления и т. д.

Публикация настоящего выпуска журнала происходит в ситуации, когда вторая волна коронавируса стала реальностью. Надеясь на лучшее, мы по-прежнему констатируем высокую неопределенность дальнейшего хода событий. С исследовательскими и публикационными планами, напротив, все более-менее очевидно. Вторая волна текстов, посвященных медиа и коммуникациям во время пандемии коронавируса, будет опубликована уже во втором номере «Мониторинга общественного мнения» за 2021 г. А дальше — последуют и другие волны, поскольку в ближней перспективе заявленная нами тема исчерпана не будет.

МЕДИАСОЦИОЛОГИЯ

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1778](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1778)

**А. С. Архипова, Д. А. Радченко, И. В. Козлова,
Б. С. Пейгин, М. В. Гаврилова, Н. В. Петров**

**ПУТИ РОССИЙСКОЙ ИНФОДЕМИИ:
ОТ WHATSAPP ДО СЛЕДСТВЕННОГО КОМИТЕТА**

НАСТОЯЩИЙ МАТЕРИАЛ (ИНФОРМАЦИЯ) ПРОИЗВЕДЕН,
РАСПРОСТРАНЕН И (ИЛИ) НАПРАВЛЕН ИНОСТРАННЫМ
АГЕНТОМ АРХИПОВОЙ АЛЕКСАНДРОЙ СЕРГЕЕВНОЙ
ЛИБО КАСАЕТСЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНОСТРАННОГО АГЕНТА
АРХИПОВОЙ АЛЕКСАНДРЫ СЕРГЕЕВНЫ

Правильная ссылка на статью:

Архипова А. С., Радченко Д. А., Козлова И. В., Пейгин Б. С., Гаврилова М. В., Петров Н. В. Пути российской инфодемии: от WhatsApp до Следственного комитета // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 231—265. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1778>.

For citation:

Arkhipova A. S., Radchenko D. A., Kozlova I. V., Peigin B. S., Gavrilova M. V., Petrov N. V. (2020) Specifics of Infodemic in Russia: From WhatsApp to the Investigative Committee. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 231–265. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1778>. (In Russ.)

ПУТИ РОССИЙСКОЙ ИНФОДЕМИИ: ОТ WHATSAPP ДО СЛЕДСТВЕННОГО КОМИТЕТА

*АРХИПОВА Александра Сергеевна** — кандидат филологических наук, старший научный сотрудник Лаборатории теоретической фольклористики ШАГИ ИОН, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия; приглашенный профессор, Российская экономическая школа; доцент Центра типологии и семиотики фольклора, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия
E-MAIL: alexandra.arkhipova@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-8853-0003>

РАДЧЕНКО Дарья Александровна — кандидат культурологии, старший научный сотрудник Лаборатории теоретической фольклористики ШАГИ ИОН, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия; директор Центра исследований фольклора и антропологии города, Московская высшая школа социальных и экономических наук, Москва, Россия
E-MAIL: darya_radchenko@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-9298-7783>

КОЗЛОВА Ирина Владимировна — кандидат филологических наук, старший научный сотрудник Лаборатории теоретической фольклористики ШАГИ ИОН, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия
E-MAIL: matira@dobre.ru
<https://orcid.org/0000-0001-5466-1339>

SPECIFICS OF INFODEMIC IN RUSSIA: FROM WHATSAPP TO THE INVESTIGATIVE COMMITTEE

Alexandra S. ARKHIPOVA^{1,2,3}* — *Cand. Sci. (Philology), Senior Researcher at the Laboratory for Theoretical Folklore Studies, School for Advanced Studies in Humanities; Visiting Professor; Associate Professor at Centre for Typological and Semiotic Folklore Studies*
E-MAIL: alexandra.arkhipova@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-8853-0003>

Daria A. RADCHENKO^{1,4} — *Cand. Sci. (Cultural Studies), Senior Researcher at the Laboratory for Theoretical Folklore Studies; Director of the Centre for Urban Folklore and Anthropology Studies*
E-MAIL: darya_radchenko@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-9298-7783>

Irina V. KOZLOVA¹ — *Cand. Sci. (Philology), Researcher at the Laboratory for Theoretical Folklore Studies, School for Advanced Studies in Humanities*
E-MAIL: matira@dobre.ru
<https://orcid.org/0000-0001-5466-1339>

¹ Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

² New Economic School, Moscow, Russia

³ Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia

⁴ Moscow School of Social and Economic Sciences, Moscow, Russia

Здесь и далее: * 26.05.2023 внесена в реестр иностранных агентов.

ПЕЙГИН Борис Сергеевич — приглашенный исследователь Лаборатории теоретической фольклористики ШАГИ ИОН, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия
E-MAIL: bspeigin@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1493-6283>

Boris S. PEIGIN¹ — Invited Researcher at the Laboratory for Theoretical Folklore Studies
E-MAIL: bspeigin@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1493-6283>

ГАВРИЛОВА Мария Владимировна — кандидат филологических наук, старший научный сотрудник Лаборатории теоретической фольклористики ШАГИ ИОН, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия; научный сотрудник Центра исследований фольклора и антропологии города, Московская высшая школа социальных и экономических наук, Москва, Россия
E-MAIL: Mariavl.gavrilova@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0846-3408>

Maria V. GAVRILOVA^{1,4} — Cand. Sci. (Philology), Senior Researcher at the Laboratory for Theoretical Folklore Studies; Senior Researcher at the Centre for Urban Folklore and Anthropology Studies
E-MAIL: Mariavl.gavrilova@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0846-3408>

ПЕТРОВ Никита Викторович — кандидат филологических наук, заведующий Лабораторией теоретической фольклористики ШАГИ ИОН, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия; старший научный сотрудник Центра исследований фольклора и антропологии города, Московская высшая школа социальных и экономических наук, Москва, Россия; доцент Центра типологии и семиотики фольклора, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия
E-MAIL: nik.vik.petrov@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2467-9535>

Nikita V. PETROV^{1,4,3} — Cand. Sci. (Philology), Head of the Laboratory for Theoretical Folklore Studies, School for Advanced Studies in Humanities; Senior Researcher at the Centre for Urban Folklore and Anthropology Studies; Associate Professor at the Center of Typological and Semiotics Folklore Studies
E-MAIL: nik.vik.petrov@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2467-9535>

¹ Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

³ Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia

⁴ Moscow School of Social and Economic Sciences, Moscow, Russia

Аннотация. С января 2020 г. авторы статьи в составе научной группы «Мониторинг актуального фольклора» изучали в России особенности инфодемии — волны слухов, псевдомедицинских

Abstract. Since January 2020, the Contemporary Folklore Monitoring research team has been studying the specifics of the infodemic in Russia (infodemic refers to widely circulated rumors, pseudosci-

советов, конспирологии и отрицания опасности, связанных с эпидемией COVID-19. Цель исследования заключалась в характеристике структуры и путей распространения инфодемии, а для ее реализации были составлены две базы данных: (1) отобранные с помощью сервиса «Медialogия» тексты из российских социальных сетей (167 сюжетов) и (2) случаи уголовного и административного преследования граждан за распространение «недостоверной информации» (слухов) о самом коронавирусе и мерах борьбы с ним (203 случая).

На основе количественного и качественного анализа полученного материала авторы, во-первых, описали, как «устроена» инфодемия, какие сюжеты наиболее популярны и почему; во-вторых, проанализировали, что влияет на появление «волн» инфодемии; в-третьих, установили, какие тексты из циркулирующих по неформальным каналам коммуникации опасны в медицинском смысле, а какие — признаны «опасными» в судах.

Ключевые слова: пандемия, коронавирус, COVID-19, слухи, инфодемия, fake news, цифровая антропология

Благодарность. Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы государственного задания РАНХиГС.

Исследовательская группа выражает сердечную благодарность Марии Шклярук и Михаилу Бенюхису, без помощи которых работа над статьей не была бы возможной, нашим коллегам Аглае Старостиной, Анне Кирзюк, Сергею Белянину, Иосифу Зислину за помощь

entific remedies, conspiracy theories and denialism related to the COVID-19 epidemic). The study aims to describe what the infodemic involves and how it spreads. The authors draw two databases: (1) texts from the Russian social media collected using the Medialogia tool (167 narratives), and (2) cases of criminal and administrative trials against citizens for disseminating 'inaccurate information' (rumors) about the coronavirus and ways to fight that (203 cases).

Based on the quantitative and qualitative data analysis, the authors describe how the infodemic is 'arranged', what topics are popular, and why they are popular; they analyze what triggers the infodemic 'waves'; and what types of narrative circulated through informal channels of communication may pose danger to public health or can be considered dangerous by the court.

Keywords: pandemic, coronavirus, COVID-19, rumors, infodemic, fake news, digital anthropology

Acknowledgments. The study is part of the RANEPА state assignment research program.

Our research group expresses its heartfelt gratitude to Maria Shklyaruk and Mikhail Benyukhis, without whose help the work on the paper would not have been possible, to our colleagues Dr Ian Brodie, Dr Aglaya Starostina, Dr Anna Kirzyuk, Dr Iosif Zislin and Sergey Belyanin, for their help in the work on the arti-

в работе над статьей, проекту «ОВД-Инфо» и правозащитной группе «Агора» за предоставление результатов своих мониторингов, Илье Ферাপонтову, редактору N+1, за представление площадки для оперативных публикаций, а также всем нашим корреспондентам, которые, не жалея усилий и времени, находили и присылали нам все новые и новые примеры слухов и фейков.

cle, the human-right watch organizations OVD-Info and Agora “for providing results of their monitoring, Ilya Ferapontov, editor of N+1, for providing a platform for operational publications, as well as all our correspondents who, sparing no effort and time, found and sent us more and more examples of rumors and fakes.

Начиная с января 2020 г. исследовательская группа «Мониторинг актуального фольклора»¹ зафиксировала в российских социальных сетях почти два миллиона (точнее, 1 951 143) репостов слухов, псевдомедицинских советов, конспирологических трактовок новостей и панических предупреждений о так и не случившихся событиях. Все они были посвящены новому вирусу COVID-19 и борьбе с ним². В этих сообщениях рассказывается о том, что на самом деле из себя представляет новый вирус («это биооружие Китая»), или, наоборот, о том, что никакой опасности в нем нет («это обычный грипп»), о том, как надо спастись от инфекции (пить водку, прикладывать имбирь), и, наконец, о том, что нас всех ждет в случае введения карантина и будущей вакцинации («все мы будем чипированы»).

В каждой стране, где жители узнавали про новую болезнь, информационную среду заполняли похожие тексты. Уже в феврале 2020 г. представители Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) назвали наплыв недостоверной и избыточной информации о вирусе «инфодемией»³ (по аналогии с «эпидемией») и призвали всех бороться с ней [Мюнхенская конференция, 2020]. Благодаря общественному вниманию к этой теме буквально за несколько месяцев появилось значительное количество исследований, посвященных коронавирусной инфодемии. Тем не менее ответов на многие вопросы нет до сих пор, особенно применительно к российской инфодемии: Как «устроена» инфодемия «изнутри», в естественных условиях? Когда и почему возникают волны слухов? Какие типы текстов более популярны и почему? Что становится триггером для их появления? Опасны ли они, и если да, то какие и в каких обстоятельствах?

Что такое «нарративы инфодемии»?

Авторы, исследующие инфодемии, зачастую избегают точного определения того, что это такое. Обычно они называют данный тип сообщений «недостоверной информацией», «контринформацией» (counter-information), «дезинформацией»

¹ «Мониторинг актуального фольклора» — исследовательская группа при Лаборатории теоретической фольклористики, ШАГИ, РАНХиГС. Занимается изучением вернакулярной («повседневной») реакции людей на социальные и политические события. В группу входят антропологи, социологи, фольклористы и юристы.

² В Китае в декабре 2019 г. началась страшная эпидемия нового коронавируса, в течение 2020 г. охватившая практически все страны мира.

³ Стоит оговорить, что первое значение слова infodemic/infodemia (англ.) — это именно «переизбыток информации», однако очень быстро этот термин стал означать недостоверную информацию о болезни и ее последствиях.

(misinformation), либо просто «слухами»⁴. Если тексты имеют форму новостного сообщения, то их называют «фейковые новости» (fake news). В основе всех этих «зонтичных» терминов лежит интуитивная идея, что объект изучения — ложная информация, противоречащая официально подтвержденным или научным данным.

Французский антрополог Паскаль Буайе использует гораздо более удачную, на наш взгляд, формулировку: подобные тексты и представления он называет «эпистемической неудачей» и определяет их как «ложные сообщения с точки зрения [эволюционной] приспособленности [людей]» [Буайе, 2019: 89]. Другими словами, они не сообщают «полезной» информации (то есть той, которая поможет выжить, а не умереть): чеснок, сода и имбирь не спасут от заражения, а уверенность в том, что вирус распространяется через посылки с AliExpress, даст «носителю слуха» ложное ощущение, что он в безопасности, если не будет заказывать доставку товаров из Китая.

В то же время мы не имеем возможности судить о текстах по критерию истинности/ложности, если «мегасобытие» (каковым является пандемия коронавируса) все еще длится, и в этом заключается сложность работы с таким материалом. Для нас объектами изучения становятся *любые повторяющиеся тексты, распространяемые через неформальные каналы коммуникации, где «коллективный автор» и индивидуальный распространитель допускают, что информация, изложенная в этих текстах, подлинная и нуждается в распространении*. Мы будем называть всю совокупность таких текстов «инфодемическими нарративами». Они могут быть как короткими, так и длинными; выглядеть как слабоструктурированный пересказ того, что «тетя услышала от соседки», или мимикрировать под наукообразные тексты, но главное — такие нарративы создают «сети сомнения» и тем самым часто противопоставлены официальной информации и научной картине мира.

Интуитивно нам кажется, что между «распространением текста» и «верой в его содержание» можно поставить знак равенства, но так происходит не всегда. Предположим, наша соседка услышала историю о том, что вышки сотовой связи 5G связаны с заболеваемостью коронавирусом (см. подробнее [Петров, 2020; Bruns, Harrington, Hurcombe, 2020]), она поверила этому (для нее это *belief narrative*⁵) и бросилась предупреждать других об опасности. Но действительно ли женщина не будет делиться этой историей, если она в нее не верит? В 1991 г. во Франции распространялись анонимные листовки о том, что детские переводные картинки с Микки-Маусом содержат ЛСД. Мотивировки людей, которые их распространяли, изучал социолог Жан-Ноэль Капферер [Kapferer, 1993]. Конечно, большинство опрошенных им паникующих родителей рассказывали эту историю, потому что верили ее содержанию. Однако часть тех, кто сомневался в ее правдивости, все

⁴ Вслед за психологами Г. Олпортом и Л. Постманом слухи можно определить как «высказывание мнения, передаваемого от человека к человеку <...> без представления надежных стандартов достоверности» [Allport, Postman, 1947]. Критику и развитие дефиниции и идей Г. Олпорта и Л. Постмана см., например, в [Shibutani, 1966; Miller, 2005].

⁵ Термины *belief/disbelief narratives* призваны различать установку на достоверность/недостоверность рассказываемого. Фольклорист и антрополог религии Д. Хаффорд определяет «*belief stories*» как нарративы, в которых рассказчик уверен в том, о чем говорится в тексте, и выстраивает свою историю, подкрепляя эту уверенность ссылками на свидетельские показания либо на свой опыт («я видел», «Муж соседки рассказал», «это случилось с моим дедушкой» и т. п. В «*disbelief stories*» на уровне нарратива подчеркивается отсутствие веры в рассказанное («это ерунда», «я в это не верю, но говорят» и проч.) [Hufford, 1982].

равно показывала листовку окружающим и обсуждала ее с друзьями [там же: 95]. Таким образом, сомнение в достоверности нарратива замедляет, но не всегда останавливает его распространение: историю про 5G можно рассказать и как *belief narrative* («Это 100% инфа! Спасайтесь»), и как *disbelief narrative* («Смотрите, мне прислали нелепую историю, что вирус распространяется по вай-фаю»). Именно поэтому в нашей базе инфодемических нарративов учтены варианты текстов с разными регистрами доверия к ним.

Вредна или полезна инфодемия?

Если инфодемические нарративы являются «ложными с точки зрения эволюционной приспособленности», то это не значит, что все они опасны — картина гораздо сложнее [подробнее см. Архипова*, 2020].

Инфодемический нарратив не возникает в вакууме: он тесно связан со степенью эмоциональной стабильности рассказчика и слушателя в условиях потери внутреннего контроля. Этот тезис поддается экспериментальной проверке. Если рассказчик испытывает стресс, или если в ходе эксперимента ему искусственно занизили чувство контроля над ситуацией, он выказывает гораздо большую готовность соглашаться с конспирологическими слухами или распространять их [Swami et al., 2016]. Ровно также эмоциональное возбуждение оказалось способом усилить доверие к содержанию фейковых сообщений [Martel, Pennycook, Rand, 2020]. Если человек с пониженным чувством внутреннего контроля считает устройство своего общества нестабильным, то он более склонен объяснять все негативные изменения вмешательством внешнего врага [Sullivan, Landau, Rothschild, 2010]. И наоборот, если участник эксперимента может контролировать ситуацию, он меньше соглашается как с содержанием конспирологических теорий, так и с возможностью для себя стать участником цепочки распространения слухов [Prooijen, 2018].

Из этих (и множества других) исследований следует, что появление и распространение инфодемических нарративов в ситуации социальной катастрофы абсолютно закономерно. Нет никакого «вражеского центра», цель которого — «забросать нас фейками», чтобы дестабилизировать обстановку. Парадоксальным образом передача инфодемического нарратива друг другу отчасти помогает людям возвращать утраченное чувство контроля. Например, в ситуации, когда мать семейства оказывается безработной, ее дети не ходят в школу, а муж, ездящий на работу в метро, наоборот, подвергается повышенному риску заразиться, распространение среди знакомых текстов, говорящих: «я знаю простой способ спастись» или «завтра власти точно будут совершать то-то и то-то, поэтому не ходи туда-то», — есть акт обретения контроля над ситуацией. Недаром в эксперименте американских психологов Салливана, Ландау и Ротшильда группа участников, которая уже показывала «на входе» высокий уровень тревожности, резко успокаивалась, прочитав пугающий текст (на основе выдуманного исследования), доказывающий, что на самом деле США управляет могущественная террористическая организация [Sullivan, Landau, Rothschild, 2010].

Соответственно, инфодемические нарративы выполняют компенсаторную функцию: на короткой дистанции они внушают чувство контроля над ситуацией —

может быть, и ложное, но «объясняющее», что будет дальше. Неудивительно, что многие социологи, антропологи и фольклористы рассматривают слухи как своего рода символический «язык», с помощью которого группа «проговаривает» свои страхи и тем самым снижает уровень тревоги [Kapferer, 1987; Victor, 1993; Campion-Vinsent, 2005]⁶ и адаптируется к новой, зачастую неприятной реальности. Например, официальная медицинская информация о ВИЧ-инфекции в 1980—1990-е годы утверждала, что опасность исходит от сексуальных партнеров, как случайных, так и постоянных. «Низовой» реакцией на эти сведения стали сверхпопулярные городские истории об иглах, зараженных СПИДом, которые неизвестные злоумышленники оставляют в сиденьях кресел кинотеатров и автобусов. Эта легенда снимает с рассказчика вину за заражение, насаждаемую официальным медицинским дискурсом: согласно ей, человек получает болезнь из-за внешних врагов [Goldstein, 2004].

Таким образом, инфодемические нарративы могут быть рассмотрены и как социально-психологическая адаптация к неизвестной пугающей ситуации, и как «эпистемическая неудача». Все дело в оптике: как мы их воспринимаем и к каким последствиям они приводят.

Выступая в качестве механизма социальной адаптации, инфодемические нарративы объединяют людей и часто становятся актом непрямого символического сопротивления, что позволяет усилить «низовой контроль» против некоего врага — часто воображаемого [Thomas, 2007]. В этом качестве нарративы действуют здесь и сейчас, в момент проговаривания текста или осуществления рассылки. Однако если мы, вслед за П. Буаие [Буаие, 2019], будем рассматривать инфодемические нарративы как потенциальную «эпистемическую неудачу», то мы должны признать, что результат следования ложной информации наступит не сейчас, но в ближайшем (и неопределенном) будущем. Вред здоровью от псевдомедицинского совета «дышать парами водки» или от отказа носить маску и соблюдать дистанцию («потому что коронавируса нет») может наступить через неделю или позже, а может и не наступить вовсе. Например, сверхпопулярные советы (более 303 тыс. репостов) от имени «молодого врача Юры Климова из Уханя» рекомендовали, в частности, мазать горло «Бетадином» (антисептический препарат, не имеющий отношения к профилактике коронавируса) и проводить дыхательную самодиагностику (если хрипов нет, ты здоров). Применение этого совета давало людям возможность самостоятельно удостовериться в том, что они не больны и тем самым снизить панические настроения. Однако с точки зрения эволюционной адаптации, эта самодиагностика была ложной и вредной: сколько человек сделали этот «тест», успокоились и, будучи на самом деле больными, поехали на метро и заразили других людей?

Приведенный выше пример вли наглядно демонстрирует, почему многие специалисты (в первую очередь, эпидемиологи) считают, что опасны именно псевдомедицинские советы (см., например, [Ren, Gao, Chen, 2020]). Эксперты по количественному моделированию в эпидемиологии Джули Брайнард и Пол Хантер, изучая поведение людей во время локальных вспышек инфекционных заболе-

⁶ Подробный обзор этих теорий можно найти в: [Архипова*, Кирзюк, 2020: Глава 1].

ваний, обратили внимание на то, что все участники исследования, вне зависимости от уровня образования, пола, возраста, плохо реагируют на медицинскую пропаганду, но в то же время охотно следуют псевдомедицинским советам своего окружения. Авторы создали математическую модель, имитирующую «заражение плохими советами» на основе тех же принципов, по которым распространяются настоящие эпидемии. В результате риск заражения инфекционным заболеванием для всей популяции значительно возрос [Brainard, Hunter, 2019].

По крайней мере две группы исследователей — американских экономистов и британских психологов — попытались проверить, насколько псевдомедицинские советы и конспирологические теории на самом деле являются «эпистемической неудачей» в ситуации нынешней пандемии. Американские экономисты Леонардо Бурштын, Аакаш Рао, Кристофер Рот и Дэвид Янагизава-Дротт изучали влияние на поведение американцев во время пандемии популярного телеканала Fox News, основная аудитория которого — белые консерваторы в возрасте 55+. Шон Хэннити и Такер Карлсон, два популярных ведущих шоу на этом канале, в январе-феврале 2020 г. высмеивали опасность коронавируса и распространяли конспирологические истории о происхождении инфекции. Однако затем Т. Карлсон перестал это делать. Ш. Хэннити же изменил свое поведение аналогичным образом только восемь дней спустя. Исследователи провели опрос зрителей, предпочитающих шоу Т. Карлсона или Ш. Хэннити, а также наложили на карту данные по заболеваемости/смертности, популярности Fox News и того факта, какая из двух передач приходилась на время, когда средняя семья собирается за ужином и смотрит телевизор. На момент 14 марта 2020 г. среди тех, кому нравилось более конспирологическое шоу Ш. Хэннити, стремление не менять свои социальные и гигиенические привычки оказалось очень сильным, а вероятность заражения была на 30% выше, чем у тех, кто предпочитал менее алармистские выступления Т. Карлсона [Bursztyn et al., 2020]. В Великобритании группа психологов провели в апреле 2020 г. опрос (2 501 респондента). Согласно его результатам, сторонники конспирологических теорий не только не доверяют правительству, но и отказываются от мер предосторожности — масок, карантина, социальной дистанции и будущей вакцинации [Freeman et al., 2020]. Прочнее всего эта вера среди тех, кто считает, что коронавирус — это биоружие китайцев или евреев [там же].

Методология исследования и две базы данных для анализа слухов

Изучение вернакулярной (то есть «внеинституциональной»)⁷ реакции на эпидемии, в том числе, через нарративы — достаточно популярная тема в антропологических и фольклористических исследованиях. Тем не менее обычно они проводятся лишь качественными методами [Goldstein, 2004] и часто постфактум. Количественный анализ инфодемических нарратив в основном осуществлялся аналитиками социальных медиа [Cinelli et al., 2020] и в основном на материале Twitter [Breslin et al., 2020]. Эти исследования, как правило, лишь постулируют

⁷ Под термином «вернакулярная реакция» мы понимаем внеинституциональные практики (в том числе, коммуникативные) множества не связанных организационно между собой агентов, возникающие в ответ на те или иные события. Наше понимание термина основывается на концепции Р. Г. Говарда, который предполагает, что в интернете (а точнее, в партисипаторных медиа) вернакулярное обладает властью, которая принципиально не имеет институциональных источников, потому что апеллирует к «общему знанию» [Howard, 2008: 491—492].

«точки беспокойства» [Bastani, Bahrami, 2020; Mouron, 2020; Jaubert, Dolbeau-Bandin, 2020; Ren, Gao, Chen, 2020] и не задаются более глубокими вопросами: почему те или иные типы нарративов становятся популярными, и какие именно слухи воспринимаются как общественно опасные? Большинство авторов не предлагают никаких динамических моделей распространения инфодемических нарративов, а те, что их строят, делают это на примере одной социальной сети или одного сюжета [Bruns, Harrington, Hurcombe, 2020]. Однако именно масштабный сбор панических слухов, фейков, легенд позволяет создать их «нарративную карту» [Laudun, Goodwin, 2013] не только в статике, но и в динамике, а значит, ответить на поставленные выше вопросы. Поэтому мы сделали две базы, первая из которых позволяет проанализировать объем и динамику появления в них инфодемических нарративов, а вторая — реакцию правоохранительных органов на их распространение.

База данных «инфодемические нарративы в социальных сетях» создана с помощью классических [Jason, 2000] и новых разработок в корпусной фольклористике и антропологии [Abello, Broadwell, Tangherlini, 2012; Tangherlini, Leonard, 2013; Ilyefalvi, 2018]. Мы отслеживали появление инфодемических нарративов качественными методами — через наблюдения, интервью, а также сообщения волонтеров⁸. Так у нас в руках оказался первичный набор повторяющихся текстов, которые мы группировали по *микросюжетам*, а потом выделяли ключевые слова⁹ и словосочетания, которые использовались в качестве поискового запроса в системе мониторинга и анализа соцмедиа «Медialogия. SMM»¹⁰. Все поисковые запросы многократно тестировались для того, чтобы получить максимально возможное количество релевантных и минимум нерелевантных текстов. Затем осуществляется выгрузка текстов за заданный период. Сбор осуществлялся с 1 января 2020 года по настоящий момент, всего были получены тексты, размещенные в открытом доступе на более чем 1300 онлайн-платформах (в том числе социальные сети, группы в мессенджерах, блоги, форумы и др.)

База данных «реакция правоохранительных органов на распространение гражданами и организациями недостоверной информации» (или более коротко — «дела о фейках») содержит 203 прецедента реагирования¹¹ по статьям Кодекса об административных правонарушениях (КоАП РФ) и Уголовного кодекса

⁸ На странице «Энциклопедия коронавируса фейков» научно-популярного сайта «Nplus1» мы опубликовали анкету и предложили жителям разных городов отправлять нам слухи и истории о коронавирусе, которые они слышали. Подробнее см.: URL: <https://nplus1.ru/material/2020/04/08/coronarumors> (дата обращения: 18.11.2020).

⁹ В случае клишированного текста поисковым запросом выступает наиболее характерная фраза из него, взятая в кавычки.

¹⁰ Сервис «Медialogия» получает данные из порядка 1 500 платформ, включая собственно социальные сети («ВКонтакте», Facebook, Twitter и другие), платформы обмена визуальной информацией (YouTube), блоги, в том числе автономные, форумы, комментарии к текстам онлайн-СМИ, каналы в мессенджерах (Telegram, WhatsApp) и т. д. Иными словами, объем данных покрывает существенную долю русскоязычных платформ, адаптированных под размещение пользовательского контента.

¹¹ Прецедентами реагирования считаются не только административные и уголовные дела, доведенные до судебного решения, но также любые факты вовлечения правоохранительных органов в вопросы, связанные с распространением слухов, включая предварительные (доследственные) проверки, профилактические беседы с авторами и т. д.

(УК РФ), которые в просторечье получили название «закон о фейках»¹². В них упоминается 216 случаев употребления какого-либо микросюжета (иногда гражданин рассказывал историю с несколькими микросюжетами или публиковал более одного поста или ролика).

К сожалению, на данный момент не существует открытых источников, аккумулирующих всю совокупность решений судов общей юрисдикции в режиме реального времени, поэтому базу мы делали сами, используя результаты мониторингов Международной правозащитной группы «Агора»¹³ и правозащитного проекта «ОВД-Инфо»¹⁴, а также публикации в СМИ (особое внимание уделялось пресс-релизам МВД и СКР в разных регионах). Собранные данные группировались по дате публикации сообщения о реагировании на «фейк», месту совершения правонарушения, субъекту правонарушения, вменяемой норме КоАП или УК, мере наказания (если она известна), а также по содержанию информации, распространенной нарушителем.

Жизненный цикл слуха в социальных медиа и презентация его в базе данных

Жизненный цикл инфодемического нарратива в социальных медиа делится на видимую и невидимую части. Видимая часть — публикации в социальных сетях и публичных каналах мессенджеров¹⁵, а «невидимки» (для поиска в системе «Медиалогия») — приватные коммуникации. Часто текст (например, рассылка об угрозах вакцинации) сначала циркулирует в приватных чатах — переписке между знакомыми или, например, в «родительском» чате школьного класса. Потом, если он стал достаточно популярным, им делятся в социальных сетях — так и начинается его публичная жизнь. Следовательно, рассылка попадает в наше поле зрения только тогда, когда ее, например, кто-то выкладывает на своей странице в соцсети. Это означает, что мы отслеживаем не весь жизненный цикл микросюжетов в социальных медиа, а только его публичную часть.

Несмотря на то, что у этого «айсберга» есть подводная часть, надводная едва ли не важнее для его функционирования: именно репосты в публичном пространстве нормализуют сюжет («если все об этом говорят, значит, это правда / значит, распространять такой текст — социально одобряемое поведение») или, наоборот, ставят его под сомнение, вызывают общественную дискуссию. Соответственно, переход нарратива в видимую сферу ведет к активному распространению «фейков» и изменению поведения существенного числа людей. Например, резкий рост

¹² Административная ответственность устанавливается частями 9—11 ст. 13.15 КоАП РФ о «злоупотреблении свободой массовой информации», а уголовная ответственность — ст. 207.1 УК РФ «Публичное распространение заведомо ложной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан», она установлена Федеральным законом от 01.04.2020 г. № 100-ФЗ, т. е. почти одновременно с началом эпидемии COVID-19 в России.

¹³ Селезнев С. Эпидемия фейков: борьба с коронавирусом как угроза свободе слова. Доклад Международной Агоры. 2020. URL: <https://www.agora.legal/articles/Doklad-Mezhdunarodnoi-Agory-%C2%ABEpidemiya-feikov-borbas-koronavirusom-kak/30> (дата обращения: 18.11.2020).

¹⁴ Сердечно благодарим «ОВД-Инфо» за предоставленные материалы.

¹⁵ Сервисы Social Media Listening, как правило, отлично индексируют вербальный текст в письменной форме, чуть хуже — устные тексты в аудио- и видеофайлах (выдавая их исследователю в форме расшифровки) и тексты, распознаваемые с изображения (например, скриншота рассылки). А вот изображения, которые никак не подписаны, не индексируются вообще. Это не очень существенное ограничение для данной работы, но его стоит учитывать.

цен на имбирь в марте 2020 г. — результат активного распространения нарратива о «лечении» COVID-19 имбирем.

Наша база инфодемических нарративов отражает только «видимую часть». Структура базы имеет три уровня содержательных единиц: «тематическая группа микросюжетов» — «микросюжет» или «рассылка» — «варианты текстов».

Например, фрагмент диалога в мессенджере — «А вообще все переболели давно а сейчас могут через тесты заражать так как выгодно властям садить людей на карантин»¹⁶ — состоит из трех микросюжетов (несмотря на краткость этого текста): а) все давно переболели [то есть у нас есть иммунитет, коронавирус не опасен]; б) [враги/власти] через тесты заражают людей; с) власти вводят карантин ради выгоды, а не ради спасения людей. Каждый микросюжет ответственен за появление целого ряда нарративов и существует как сам по себе, так и в составе сложных текстов. Другими словами, микросюжет — это содержательная единица, образующая повествование и повторяющаяся из текста в текст.

Кроме того, в составе этой базы данных содержится значительное количество нарративов, распространяемых в крайне стереотипизированной форме почти без изменений. Это анонимные (за редкими исключениями) рассылки текста, видео или голосовых сообщений, часто сделанные в виде личного обращения («Леночка, послушай, что скажу»). Они могут включать в себя уже существующие микросюжеты, но мы их считаем за отдельные единицы. Например, популярный слух о том, что «вертолеты дезинфицируют город» (см. подробнее [Arkhipova*, Brodie 2020]), мог распространяться в виде слабоструктурированных высказываний или рассылки в WhatsApp:

Таблица 1. Разворачивание микросюжета о вертолетах, которые дезинфицируют город, в слабоструктурированном нарративе и в клишированной рассылке

Рассказ информанта*	«Рассылка» в WhatsApp**
17 марта в 23.08 я получила сообщение от своего начальника <...>: «Окна завтра до утра не открывайте» <...>. Я спросила: «А что такое?», в ответ она сказала, что вроде бы обработка будет.	Сегодня в 23:00 и до 5:00 утра, вертолеты будут распылять лекарство для дезинфекции, окна и балконы должны быть закрыты и на улице после 23:00 находится нельзя. Сообщили из военной части.

* Сообщение получено в марте 2020 г. от В. Н., жен., 25 лет, Санкт-Петербург.

** Голосовая рассылка распространялась по WhatsApp и другим мессенджерам. Сообщение получено 16.03.2020.

167 микросюжетов слухов: что мы о них знаем?

Всего мы нашли 167 микросюжетов (среди них — 68 клишированных рассылок), которые так или иначе варьировались, как минимум, в 1 951 143¹⁷ текстах с 1 февраля по 11 августа 2020 г. Однако неверно было бы утверждать, что российские слухи о коронавирусе и его последствиях этим исчерпываются — речь идет о видимой части корпуса, которая была проанализирована для настоящей статьи.

¹⁶ Июнь 2020 г., WhatsApp. Здесь и далее тексты приводятся с сохранением орфографии и пунктуации источника.

¹⁷ Кроме того, как мы видели выше, в одном тексте может быть представлено несколько микросюжетов. Поэтому, когда мы суммируем полученные данные, мы говорим не о сумме текстов, а о сумме воспроизведений микросюжетов.

Инфодемические нарративы, которые мы собрали, делятся на восемь тематических групп, перечисленных в порядке уменьшения популярности внутри массива на рисунке 1.



Рис. 1. Тематические группы микросюжетов¹⁸

Группа I: Реальной опасности нет, власти используют коронавирус в своих интересах (19 микросюжетов и рассылок, 644 410 репостов). Это самая популярная группа, состоящая из нарративов ковид-диссидентов, уверенных, например, в том, что врачи фальсифицируют диагноз «коронавирус», чтобы получить выплаты, а изобретение вакцины от несуществующей болезни — это манипуляция ВОЗ для получения денег:

Представляешь, у меня родственница скончалась в Краснодаре. У нее была 4-я стадия онкологии. Приехали врачи и стали уговаривать всю семью, чтобы причиной смерти указать короновирусную инфекцию. После вежливого отказа, врачи стали предлагать деньги: сначала 10000Р, потом 15000Р. (Микросюжет № 35: 19 Facebook, комментарий, 18.04.2020)

Сюда также входят «личные свидетельства» о пустых больницах или похоронах пустых гробов, «о спокойствии и нормальной жизни», которые рассказчик (или кто-то из его близких знакомых) якобы видел своими глазами:

Девочки, сейчас закончила разговаривать с подругой, которая живет в Мадриде. Все у них спокойно, да сидят на карантине, да сидят дома, но никаких вот этих страшилок, которые скинула Полина, ни в Италии, ни в Мадриде абсолютно нет. У них ходят такие же фейки, только про Россию. Что грузовиками вывозят людей, сбрасывают в ямы и засы-

¹⁸ По данным «Медиалогии» с 1 февраля по 11 августа 2020 г. Общее количество репостов: 1 951 143.

¹⁹ Здесь и далее номер указывает на номер нашего каталога сюжетов и текстов инфодемии.

пают известью. Так что не верьте этой панике. Все это натуральные фейки, чтобы продать ту вакцину, которую сделала когда-то Америка и заразила нас всех коронавирусом. Живите спокойно, все у нас хорошо, и никакого коронавируса — все это обыкновенный грипп. (Микросюжет № 39: WhatsApp, голосовая рассылка, 10.04.2020)

Иногда нарративы отрицателей опасности COVID-19 могут носить политический характер — например, есть устойчивый текст о том, что людей запугали коронавирусом специально, чтобы надеть на них маски и таким образом физически «закрыть им рты» — то есть лишить права на выражение своего мнения.

Группа II: Псевдомедицинские советы и «народные» рецепты (38 микросюжетов и рассылок, 609 770 репостов). В эту группу мы включаем тексты, напрямую имитирующие медицинские рецепты и инструкции, а также советы из области альтернативной и народной медицины, включая предложения средств с недоказанной эффективностью. Среди них встречаются «народные» способы диагностики, например, «дыхательный тест»: «если можете задержать дыхание на 10 секунд, у вас не коронавирус». Также распространяются списки профилактических средств, которые могут «изгнать» или «убить» вирус на месте при помощи дезинфицирующих свойств (горячая вода, сода, водка), резкого запаха, едкого вкуса (чеснок, лук, имбирь), а также божественной силы, подкрепленной религиозным авторитетом [Радченко, 2020]. Кроме этого, встречаются советы потреблять продукты, «поднимающие иммунитет»: чеснок, лимон, имбирь, мед, куркума, хаш, сало и др. (подробнее см. [Гаврилова, 2020]).

Чтобы сделать сообщения с «народными» лекарствами и псевдомедицинскими советами более убедительными, их авторы часто ссылаются на авторитет существующих или вымышленных докторов. Наибольшее доверия заслуживают выходцы из России или СССР, сумевшие сделать медицинскую карьеру за рубежом: «Юра Климов» из Уханя, «Александр Колосов» из Италии, русскоязычный «врач в Израиле» — особенно если они говорят от первого лица и рассказывают о том, как сами заболели коронавирусом и сумели выздороветь при помощи своего бесплатного чудо-средства.

Группа III: Коронавирус создан внешними врагами как биологическое оружие (24 микросюжета и рассылки, 242 489 репостов). Самый популярный нарратив в этой группе — вирус был создан Биллом Гейтсом и мировым правительством с целью обретения власти над миром и контроля над численностью населения Земли. Также среди создателей вируса упоминаются американцы (для борьбы с Китаем), китайцы, евреи и масоны.

Группа IV: Вакцины, тесты, маски — это способ чипирования или убийства (23 микросюжета и рассылки, 188 656 репостов). Здесь выделяются два типа панических нарративов. Первый из них утверждает, что под предлогом лечения, тестирования или вакцинации будут убивать либо определенную группу людей (например, стариков или бедных), либо вообще всех, чтобы сократить численность жителей Земли. Нарративы второго типа рассказывают о том, что под предлогом

вакцинации или тестирования людей будут чипировать и превращать в «цифровых рабов» (или в рабов Антихриста):

Я хочу предупредить тебя, а ты предупреди своих близких. Во-первых, никаких тестирований на коронавирус <...>. В тестовых материалах имеются следы коронавируса, то есть под предлогом, что всех хотят протестировать — переболел ты или нет, людей заражают коронавирусом. Билл Гейтс уже заявил, что вакцина от коронавируса есть <...> в вакцину методом нанотехнологий уже введены чипы... (Микросюжет № 64: Facebook, голосовая рассылка, 06.05.2020)

Группа V: Вирус распространяется через продукты, вещи, сотовую связь, в том числе, в результате их намеренного заражения врагами (22 микросюжета и рассылки, 137 063 репоста). Самый известный сюжет в этой группе — панические сообщения о том, что вирус передается через вышки 5G:

СРОЧНО! НАС ХОТЯТ УБИТЬ! Брат работает инженером в Минкомсвязи. Короче, там назревает большой скандал из-за вышек 5G. 10 человек уже уволились. 15 человек объявили забастовку, обвиняя руководство Минкомсвязи в планировании массового убийства населения. В здании дежурят сотрудники ФСО <...>. СМИ сдерживают информацию <...>. (Микросюжет № 95: Facebook, WhatsApp, текстовая рассылка, 20.05.2020)

Остальную часть текстов, вошедших в эту группу, составляют предупреждения о том, что нельзя прикасаться к какому-то предмету или есть какое-то продукты, так как они могут быть заражены коронавирусом:

В больнице Синьхуа вчера ночью погибли 23 человека, которые были заражены вирусом n7n9. <...>. В новостях главного канала попросили временно не употреблять в пищу бананы, особенно привезенные с юга. (Микросюжет № 143: WhatsApp, голосовая рассылка, январь 2020)

Группа VI: Власти скрывают реальную информацию об эпидемии и ее последствиях (8 микросюжетов и рассылок, 69 835 репостов). Нарративы группы в основном о том, что в каком-либо городе власти скрывают настоящее число зараженных или умерших. Иногда сокрытие реальной информации объясняется корыстными целями властей, например, желанием не откладывать голосование по поправкам в Конституцию:

В Москве 20 тыс. заболевших коронавирусом <...>. Бережем наших близких и запасаемся продуктами. К сожалению, говорят, что будут пустые магазины. Информация более чем достоверная. В Италии передают о том, что у нас заболевшие. У нас не передают — для того, чтобы мы эту гребанную Конституцию приняли. И за два месяца, вы понимаете, за два месяца до принятия этой Конституции, что будет. Просто погибнет очень много народу. (Микросюжет № 139: WhatsApp, голосовая рассылка «Обращение к Леночке», 02.03.2020)

Небольшое количество микросюжетов и репостов в этой группе — следствие того, что мы смогли «захватить» только их видимую часть. Наши качественные исследования показывают, что слабо структурированные тексты на эту тему хорошо распространялись в невидимых для «Медиалогии» мессенджерах и обсуждались устно (на фоне обширной дискуссии в СМИ).

Группа VII: Представители власти манипулируют информацией об эпидемии и ее последствиях (26 сюжетов и рассылок, 33 508 репостов). В группу входят тексты о мерах противодействия коронавирусу, которые могут оказаться гораздо более опасными, чем сам вирус: слухи о дезинфекции города с вертолетов или по водопроводу («лекарство» вредит людям), а также предупреждения о переводе школьников на вечное дистанционное обучение или о введении комендантского часа в городе N.

Группа VIII: Слухи о вредительских действиях мошенников и мигрантов во время пандемии (7 микросюжетов и рассылок, всего 25 412 репостов). Тексты этой группы представляют собой предупреждения о деятельности мошенников (они приходят под видом дезинфекторов, усыпляют людей газом или отравляют с помощью масок, после чего грабят квартиры) или о мигрантах, которые нападают на людей и отнимают у них сумки с продуктами, вымогают деньги, оставляя записки на машинах, а также заражают других людей.

Кто эти люди? Собирательный портрет «распространителей слухов»

В этом разделе представлен собирательный портрет тех, кто вовлечен в трансмиссию инфодемических нарративов: речь пойдет о том, что мы знаем о демографии и географии «авторов» текстов. Несмотря на то, что мы для простоты называем их «распространителями слухов», этот термин не является оценочным. Более того, при определенных условиях каждый из нас может оказаться участником подобной трансмиссии.

Кто будет активнее распространять инфодемические нарративы: инфлюэнсеры с высоким числом подписчиков или обычные пользователи социальных медиа? Интуитивно нам кажется, что у фейковой новости или слуха будет более высокий шанс выжить и распространиться, если это сообщение опубликовано в посте инфлюэнсера. Более того, казалось, мы неоднократно такое наблюдали и в случае российской пандемии. Екатерина Гордон, рассказывающая про лекарства от коронавируса, и Никита Михалков — про Билла Гейтса и чипирование — очевидные примеры этому. Однако оказывается, что такие случаи редки, хотя и запоминаются. У 85 % авторов подобных постов число подписчиков составляет менее 500, а тех, чья аудитория свыше 10 000 — всего 2 %.

Чем можно объяснить этот факт? Психологи Роланд Имхофф и Пиа Лэмберти во время своего эксперимента запускали фейковые новости и конспирологические слухи, а затем отслеживали, кто эти сюжеты распространяет [Imhoff, Lamberty, 2017]. Исследователи пришли к выводу, что триггером трансмиссии становится запрос потенциального рассказчика на уникальность. Те из «подопытных», кто хотел быть особенным, то есть стремился привлечь всеобщее внимание, но не чув-

ствовал себя достаточно успешным в этом (не писал популярных постов, не мог похвалиться хорошей работой), гораздо активнее распространяли броские тексты, не задумываясь над их соответствием истине. Во втором эксперименте психологи внесли дополнительное условие: они сообщали испытуемым, что ту теорию, о которой они сообщают, многие считают недостоверной. Но участники с «запросом на уникальность» все равно (и в даже большей степени) выражали стремление распространить эту новость. Ведь если произойдет чудо, и инопланетяне все-таки приземлятся на лужайке перед Белым домом, именно такие авторы окажутся распространителями ценной информации [там же].

В известной песне Владимира Высоцкого поется про слухи, которые разносят по углам «беззубые старухи». Это довольно популярный стереотип. Но так ли это? Согласно нашей базе данных, распространителями инфодемических нарративов в социальных сетях чаще оказываются женщины: 63% женщин против 37% мужчин (пол авторов сообщений известен примерно в 70% случаев). На первый взгляд, это соответствует ожиданиям. Однако по данным Росстата²⁰, на момент 2020 г. среди населения РФ 54% составляют женщины, а 46% — мужчины, следовательно, женщин среди распространителей слухов лишь на 9% больше ожидаемого. Меж тем наказывают за распространение фейков чаще всего, наоборот, мужчин²¹ (57% случаев)²². Скорее всего, это связано с тем, что в РФ к женщинам административные и уголовные наказания вообще применяют реже.

Судить о возрасте распространителей инфодемии в социальных сетях сложнее, так как данные доступны только по 25—30% авторов. Однако среди тех, кто указал свой возраст, 2% моложе 18 лет, 3% — в возрасте 18—24 лет, 18% — 25—39 лет, 43% — от 40 до 60 лет, и 34% старше 60 лет. С учетом того, что в старшей возрастной группе по сравнению с более молодыми людьми интернет используют реже, картина становится еще более выразительной. Видимо, инфодемию в основном поддерживает зрелая аудитория — как за счет доверия к распространяемым материалам, так и за счет более высокого уровня стресса: эти люди либо сами находятся в зоне повышенного риска заражения COVID-19 из-за возраста и заболеваний, либо имеют на своем попечении таких людей, а также несовершеннолетних детей — то есть, эта группа испытывает трудности и из-за риска заражения, и из-за проблем, связанных с режимом изоляции.

Инфодемия распространялась по РФ неравномерно — наибольшее число текстов оказалось сосредоточено в двух крупнейших городах — Москве и Санкт-Петербурге. Причина этого отчасти и в том, что количество населения в них больше, и в том, что здесь уровень неопределенности мог быть выше — за счет повышенного риска заражения, а также за счет более значительного уровня доходов и туристической и бизнес-мобильности, заставляющих людей волноваться о судьбе оплаченных билетов для поездок по РФ и за рубеж.

²⁰ Демографи // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 19.11.2020).

²¹ В четырех случаях к административной ответственности было привлечено СМИ, и в 14 случаях субъекта правонарушения не удалось установить.

²² В% от количества известных публикаторов слухов. Из 203 дел, заведенных за «фейки», в 25 случаях автор/распространитель информации на момент написания статьи не установлен, а в 5 «фейками» были признаны коллективные видеообращения.

Неравномерно распространяется инфодемия и в виртуальном мире: она охватила прежде всего два наиболее популярных в России социальных медиа²³: «ВКонтакте» и «Одноклассники». Однако «ВКонтакте», проникновение которой в полтора раза выше «Одноклассников» (72 % против 45 % по данным Mediascope)²⁴, несколько отстает от последней по уровню воспроизведения фейков (см. табл. 2). Правоохранительные органы чаще всего обращают внимание на публикации и даже на комментарии во «ВКонтакте» (этому, видимо, способствует тот факт, что администрация сети охотно предоставляет полиции и Следственному комитету РФ данные о пользователях)²⁵, также в зоне риска — отправка аудиосообщения в WhatsApp и Instagram.

Таблица 2. На каких онлайн-платформах встречаются фейки, и где они привлекают внимание правоохранительных органов

Социальные медиа	Инфодемические нарративы в соцсетях (в % от общего кол. репостов)	«Фейки» в протоколах правоохранительных органов (в % от 177 случаев реагирования)*
«Одноклассники»	35,5	1,7
«ВКонтакте»	30,5	40
Facebook	15,6	2,8
YouTube	13,6	6,2
Instagram	0,9	7,9
Twitter	0,9	2,8
Telegram	1	6,8
WhatsApp	0	14,7
Viber	0	1,7
Другое	2	2,1
Платформа неизвестна	—	14,1

* Данные приводятся без учета протоколов по 26 административным и уголовным делам, заведенным на журналистов и редакторов средств массовой информации.

И последний в этом разделе вопрос — есть ли зависимость между уровнем образования человека и его вовлечением в трансмиссию инфодемических нарративов? Интуитивно многие считают, что чем лучше человек образован, тем меньше он будет пересказывать слухи. И действительно, исследования психологов показывают, что вера в конспирологию и готовность распространять слухи коррелирует с низким

²³ Соцсеть № 2 по уровню ежемесячного проникновения — Instagram — существенно отстает по сугубо техническим причинам: ее характер не приспособлен к распространению длинных вербальных текстов.

²⁴ Подробнее см.: Курносова Е. Социальные сети в цифрах // Mediascope.net. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/f97/18.04.2019_Mediascope_%D0%95%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%9A%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%A0%D0%98%D0%A4+%D0%9A%D0%98%D0%91%202019.pdf (дата обращения: 18.11.2020).

²⁵ Подробнее см.: Волков: «ВКонтакте» раскрывает личные данные оппозиционеров центру «Э». Соцсеть: Уголовное дело для этого не нужно // Фонтанка.ру. 2018. 18 августа. URL: <https://www.fontanka.ru/2018/08/18/037/> (дата обращения: 18.11.2020).

уровнем образования, но во многом не из-за знаний как таковых, а из-за того, что наличие образования дает людям чувство защищенности [Prooijen, 2018].

Достоверных данных по образованию пользователей социальных сетей у нас нет, но из указавших образование «авторов» инфодемических сообщений 73 % имеют высшее образование, 26 % среднее и 1 % — неоконченное среднее. Эти данные противоречат нашей интуиции. Дело в том, что «защита» от слухов образованием подтверждается в лабораторных условиях вне ситуации социальной катастрофы. Когда же происходит эпидемия коронавируса [Freeman et al., 2020] или гражданская война [Greenhill, Oppenheim, 2017], эта зависимость ослабляется. Образование перестает быть «защитой» от конспирологии, и люди с хорошим образованием и аналитическими способностями тоже начинают распространять инфодемические нарративы.

Все эти данные показывают недостоверность такого объяснения причин инфодемии, как распространение слухов внешним («заграничным») врагом. Этот воображаемый враг может (теоретически) подкупить инфлюэнсеров, но в массовое распространение инфодемии вовлечены в основном рядовые пользователи социальных сетей средних лет (многие из которых имеют высшее образование) с маленьким числом подписчиков.

«Бежать нельзя остаться» или «принцип неопределенности» при возникновении слухов

По свидетельству антрополога Э. Эванс-Притчарда, если рядом с охотником из племени азанде внезапно падало дерево или возникал пожар, он объяснял эти события тем, что против него действовал могущественный колдун [Evans-Pritchard, 1976]. Так происходило не потому, что охотник не знал, почему возникают пожары и падают деревья, а потому, что он был уверен, что «сами по себе» такие события произойти не могут. Воздействие сильного колдуна-врага — вот причина того, почему неприятные происшествия случились именно здесь и сейчас, рядом с вами [там же]. Такие объяснения создают удобные объяснительные рамки для случайных событий, превращая их в понятные «социальные факты».

Психологи Дженнифер Уитсон и Адам Галински исследовали вопрос о влиянии чувства неопределенности и потери контроля над ситуацией на распространение объяснений другого толка: конспирологии и прочих слухов [Whitson, Galinsky, 2008]. В ходе эксперимента они заставляли людей испытывать чувство потери контроля над событиями (например, в течение некоторого времени вспоминать травматические события детства), после чего у участников эксперимента возрастала способность находить несуществующие закономерности в случайном наборе данных, а также готовность пересказывать теории о могущественном враге, который влияет на повседневную жизнь [там же]. Такой эффект можно наблюдать не только в ходе лабораторного эксперимента. Келли Гринхилл и Бен Оппенхайм исследовали слухи в зонах гражданских конфликтов на Филиппинах и в Тайланде: оказалось, что лучше всего они распространяются в тех районах, где была зафиксирована сильная политическая нестабильность, а восприимчивость респондентов к слухам определяется большей степенью неразрешимости конфликта [Greenhill, Oppenheim, 2017].

Интуитивно нам кажется, что «взрыв» слухов и прочих инфодемических нарративов должен прийти на тот момент, когда сначала эпидемиологическая, а затем и социально-экономическая ситуация в России стали по-настоящему опасными — большое количество заболевших COVID-19, введение карантин, больницы, работающие на пределе возможностей, острая нехватка средств индивидуальной защиты для врачей и обычных граждан, потеря многими россиянами работы — и это даже не учитывая того факта, что рутинная повседневность претерпела значительные изменения. Иными словами, мы ожидали всплеска распространения слухов в апреле и первой декаде мая (10 мая 2020 г. число зараженных достигло пикового на тот момент для российской пандемии значения — 11 656 человек заболело за день).

Между тем, слухи о коронавирусе начали бурно распространяться вовсе не в этот момент. Рост их популярности начинается в феврале-марте — когда о случаях заражения в России еще почти не сообщалось (см. рис. 2). Тем не менее в это время из Китая, а затем и из Европы начинают поступать тревожные новости. В Италии эпидемическая обстановка становится все серьезнее. Это происходит на фоне официальных заявлений властей, что у нас коронавируса нет и, скорее всего, не будет. Возникает та самая ситуация неопределенности: россияне не могут понять, какие решения надо принимать по поводу грядущего столкновения с новой угрозой. Другими словами, складывается классическая ситуация «бежать нельзя остаться».

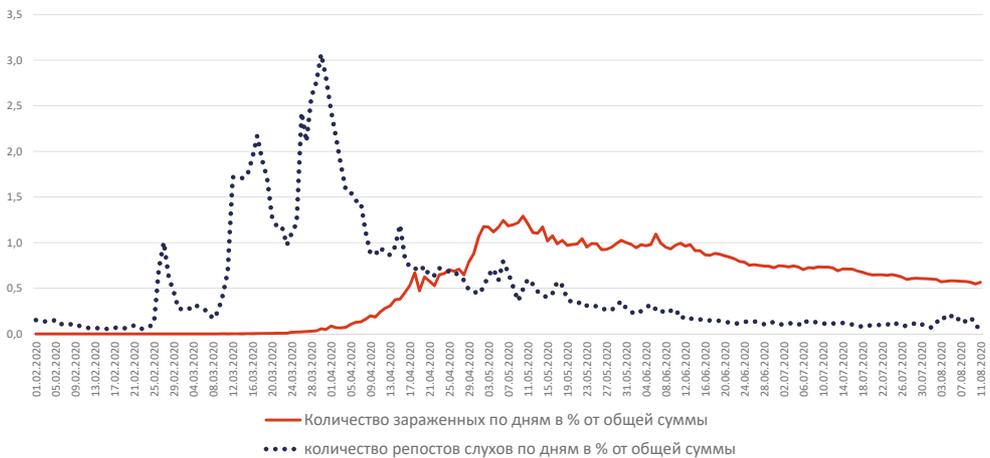


Рис. 2. Рост слухов о коронавирусе за период с 01.02.2020 по 11.08.2020 и количество зараженных по дням за тот же период²⁶

Напряжение постепенно нарастает, а ощущение, что «мы будем вне всего этого» слабеет: становится понятно, что COVID-19 выбрался за пределы Китая. 20 февраля 2020 г. Россия вводит запрет на въезд всем китайским гражданам.

²⁶ По данным сайта СТОПКОРОНАВИРУС.РФ. URL: <https://стопкоронавирус.рф>.

23 февраля в Казань самолетом МЧС доставлены восемь россиян с зараженного круизного лайнера «Diamond Princess», трое из них — с коронавирусом. С 24 февраля закрывают публичные места в Италии и Испании (в том числе, базилику Сан-Марко). С 3 марта в аэропортах России усиливают санитарный контроль для самолетов из стран с высокой степенью зараженности. С 10 марта очень быстро повышается активность слухов о том, что вирус распространяется через предметы, еду и сотовую связь (в том числе как результат намеренного заражения). Но если есть действие, то есть и противодействие: начинает стремительно набирать силу «Цунами» отрицания коронавируса и предположений о том, «что на самом деле за этим стоит». Именно тогда — в конце февраля и в марте 2020 г. — начинается лавинообразный рост количества слухов и их сюжетных типов (см. рис. 2 и 3). Практически все известные нам сюжеты возникли в период неопределенности.



Рис. 3. Тематическая динамика российской инфодемии с 01.02.2020 по 11.08.2020²⁷

11 марта Италия закрывается на карантин, ВОЗ объявляет вспышку COVID-19 пандемией, Россия ограничивает сообщение с Евросоюзом. 12 марта количество псевдомедицинских советов достигает нового пика, превысившего первый. С 15—16 марта восемь стран Европы полностью закрывают границы. В России бурно идет обсуждение того, будет ли введен карантин, и страх перед экономическим неблагополучием только подпитывает эту гигантскую волну (см. рис. 3). Чем сильнее ощущение надвигающегося карантина, тем сильнее (особенно с 16 марта) в российских городах набирают активность слухи о том, что власти скрывают настоящее (катастрофическое) положение дел, и истинное число зараженных или умерших от коронавируса у нас гораздо выше. Наконец, последующие две недели — последняя в марте и первая в апреле — когда было непонятно, что происходит, сколько продлятся «нерабочие дни» (25 марта президент РФ пообещал

²⁷ В скобках указано абсолютное количество репостов внутри темы.

лишь одну неделю), создали новый пик неопределенности, поэтому неудивительно, что именно они стали самыми «слухопорождающими».

Итак, рост инфодемических нарративов происходит не в ситуации максимальной опасности для населения, а в ситуации максимальной неопределенности. Косвенное подтверждение нашему выводу можно найти в статье австралийских специалистов в области media studies. Аксель Брюнс, Стивен Харрингтон и Эдвард Харкомб проследили распространение сюжета о связи между технологией 5G и коронавирусом в Facebook [Bruns, Harrington, Hurcombe, 2020]. Первоисточником слуха послужил текст на французском языке, появившийся 20 января 2020 г. В течение последующих 30 дней этот текст репостился медленно, а первая вспышка интереса к нему произошла в период с 20 по 26 февраля, когда вирус попадает в Европу, но в европейских странах еще не наступает «локдаун». Далее лавинообразное нарастание слухов о связи новой технологии и вируса коррелирует с увеличением ограничений в тех странах мира, куда приходит эпидемия [ibidem].

«Полина» против «Юры»:

зачем нужны паникующий или успокаивающий инсайдер

С 25 февраля 2020 г. на первое по популярности место (см. рис. 3) выходят псевдомедицинские и народные рецепты «как себя сберечь»: пить водку, настой чеснока, прикладывать имбирь, гладить котиков. Самыми популярными отказались советы лечиться горячей водой и диагностировать у себя отсутствие коронавируса по наличию насморка от имени «молодого врача Юры Климова, который работает с вирусом в Ухани» (это перевод советов «родного племянника из Шэньчжэня», появившихся в китайских соцсетях не позже 29 января)²⁸. Спустя буквально несколько дней начинает распространяться аналогичный «диагностический» совет со ссылкой тайваньских (иногда — японских) медиков: предложение проверить при помощи простого теста, есть ли у вас затруднение дыхания, и если нет, выдохнуть с облегчением, а если есть — вам поможет все та же горячая вода. Об этих советах суммарно написали в 611 754 сообщениях²⁹, причем наиболее остро потребность увериться, что не больны, у россиян возникала трижды (см. рис. 3 и 4).

На первый взгляд, здесь есть какое-то противоречие — неужели горячая вода воспринимается людьми как наиболее надежное средство от коронавируса? И да, и нет. С одной стороны, ее действенность подкреплена авторитетом не просто медика, но «нашего человека» на передовой борьбы с болезнью. С другой стороны, гиперпопулярным текст про «Юру из Ухани» сделала возможность увериться, что вы не больны опасным вирусом, и больше об этом не беспокоиться. Такие «экспресс-тесты», возможно, спасли немало нервов в ситуации всеобщего замешательства, когда не только тестирование, но и просто проверенная информация были малодоступны, а истории об опасности и малоизученности заболевания —

²⁸ Текст был переведен с китайского и скомпилирован с несколькими другими. Авторы статьи сердечно благодарят за консультацию китаиста Аглаю Старостину.

²⁹ Причем нередко «Юра из Ухани» и «тайваньские медики» распространялись «пакетом»: их отправляли друг другу вместе или объединяли в один текст. Именно поэтому в тот момент, когда текст «Юры» соединяется с советом «проверка на коронавирус с помощью дыхательного теста», мы перестали считать распространение «Юры» и считали только «дыхательный тест».

наоборот. Но, как и другие «народные средства», они приводят к неоправданному чувству успокоения и мешают вовремя принять решение об обращении к врачам.

25 марта президент России В. В. Путин объявил о введении с 30 марта «нерабочих дней» в «целях обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия». И моментально — в тот же день — резко возрастает количество «слухов-паникеров» — притом, что количество текстов ковид-диссидентов остается стабильно высоким. Это очень непонятная, амбивалентная ситуация: людям трудно решить, верить ли властям — а значит, и предлагаемым ими мерам. Именно поэтому в тот момент огромную популярность приобрел текст жительницы Италии Полины Головушкиной о тяжелой ситуации в этой стране:

Сегодня мы все сидим по домам, морги и даже стадионы заполнены трупами, их невозможно даже сжигать. Люди умирают так, как только могут умирать во времена страшной эпидемии. Мы нередко остаемся без еды; с огромным страхом доходим до ближайшего магазина, где можем приобрести продукты, и немедленно возвращаемся домой; а если не вернемся, подвергаемся репрессиям со стороны полиции. (Facebook, пост, 23.03.2020)³⁰

«Рассказ Полины» не был анонимной рассылкой или фейковым сообщением — это авторский текст, наполненный эмоциональным (и местами преувеличенным) описанием увиденного и прочитанного в итальянских СМИ. Однако его начали стремительно распространять в социальных сетях, и он стал меняться по законам фольклорной трансмиссии. Текст стал сокращаться, а эмоциональные элементы — наоборот, «дописываться»³¹. Полина превратилась в «Машу», «Нину», «соседку», «подругу» — именно для того, чтобы убедить окружающих в достоверности происходящего. Наконец, патриарх Кирилл в своей проповеди пересказывает (с добавлением новых страшных историй) «письмо Полины», превратив автора в одну «православную женщину из Италии»³².

«Письмо Полины» появилось за несколько дней до обращения В. Путина и первоначально едва набрало 200 репостов. Зато 25 марта 2020 г., то есть сразу после президентского обращения, оно рвануло вверх: 25 марта — 3 тыс. репостов в соцсетях, а 26 марта — уже 18 тыс. репостов. Это можно объяснить только одним: люди, оказавшиеся в ситуации неопределенности, не понимающие, можно ли верить официальным источникам информации, нуждаются в некотором подтверждении, но не со стороны представителей властных институтов, а со стороны инсайдера — то есть «нашего человека» на «линии фронта».

Таким инсайдером оказалась «Полина из Италии» — так же, как и «молодой врач Юра из Ухани». Только «Полина» — инсайдер паникующий, а «Юра» — успокаивающий. Рассказ «Полины» об итальянских ужасах легитимизирует введение

³⁰ URL: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3188408991190172&id=100000633068237&hc_location=ufi (дата обращения: 19.11.2020)

³¹ Подробнее про судьбу этого текста см.: Кирзюк А. Рассказ «Полины из Италии» // Энциклопедия коронавируса фейков. Пополняемый каталог толков вокруг пандемии. N+1. 2020. 8 апреля. URL: <https://nplus1.ru/material/2020/04/08/coronarumors> (дата обращения: 18.11.2020).

³² Святейший Патриарх Московский и всея Руси Кирилл. «Сегодня отечество наше проходит через трудные испытания» // Православие.ru. 2020. 29 марта. URL: <http://www.pravoslavie.ru/129776.html> (дата обращения: 18.11.2020).

карантина в глазах многих россиян, а «советы Юры» (последний всплеск которых наблюдался сразу после «Полины») позволяют успокоиться после шокирующего изменения правил жизни и понять, что конкретно с тобой все в порядке (см. рис. 4).

Появление в слухах фигуры инсайдера — следствие падения доверия³³ к официальным институтам власти и той информации, которую они предоставляют. Опрос, проведенный социологами Павлом Степанцовым и Александром Вилейкисом в те же дни (с 27 по 29 марта 2020 г.), показал, что россияне, столкнувшись с новой угрозой, предпочитают рассчитывать на себя (40 %) или на коллективную ответственность (37 %), которая может уберечь от заражения. На государство в борьбе с пандемией надеются только 9 %, а на медицину — 12%³⁴. Через две недели, к середине апреля, вышло исследование других социологических агентств, показавшее «вилку доверия»: 29 % опрошенных считают, что реальное количество заболевших и сложность ситуации занижается, а 27 % — наоборот, что ситуация сильно нагнетается и представляется хуже, чем есть. Однако и те, и другие респонденты уверены, что официальной информации доверять нельзя [Макушева, Орлова и др., 2020].

«Юра» и «Полина», а также другие многочисленные тексты со ссылкой на инсайдера — это проекция «доверия к себе»: россиянам важно представить источником информации не официальный институт, а человека, который «как мы», но «знает ситуацию изнутри не понаслышке». Именно поэтому в протоколах по «статьям за фейки» (составленных на жителей Иркутска, Пензы, Перми, Екатеринбурга и других городов) появляются многочисленные истории со слов «знакомой медсестры», которая рассказала о большом количестве зараженных и умерших в больницах (а власти скрывают) или о невыполнении эпидемиологических протоколов — то есть обо всем, что волнует бдительных граждан.

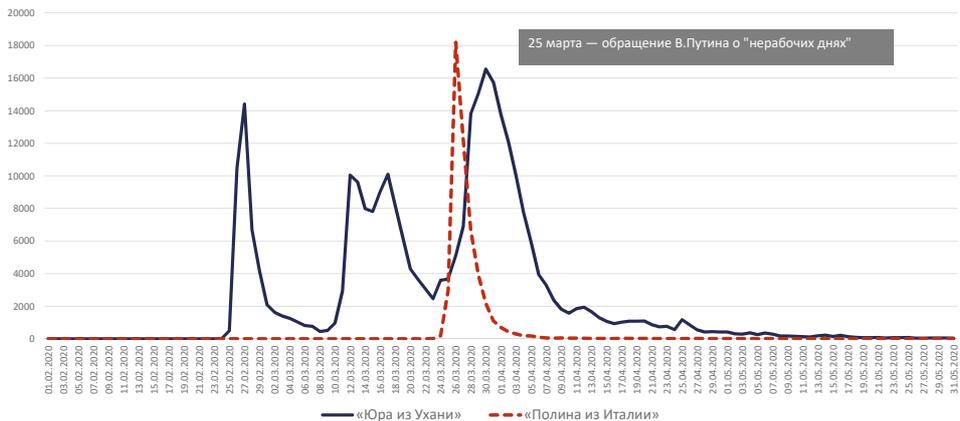


Рис. 4. Жизненные циклы «Юры из Ухани» и «Полины из Италии» в абсолютных цифрах с 01.02.2020 по 11.08.2020

³³ Доверие к официальным институтам власти в течение марта и апреля упало у 61 % россиян [Макушева, Нестик и др., 2020].

³⁴ Степанцов П., Вилейкис А. Коронавирус и общество. Как россияне реагируют на эпидемию // Нож. 2020. 1 апреля. URL: <https://knife.media/corona-sociology-1/> (дата обращения: 18.11.2020).

Следственный комитет в борьбе со слухами: от «ритуалов вины и позора» до уголовных дел

Дискуссия о том, надо ли бороться с фейковыми новостями и конспирологией, и если да, то какими способами, идет уже несколько лет — нынешняя пандемия ее только подстегнула. Власти государств Евросоюза, Канады и США, придерживаясь идеи свободы слова, предпочитают скорее учить, чем наказывать. Их позиция опирается на прикладные исследования, показывающие, что развитие аналитических навыков и наличие инструментов для самостоятельного анализа текста способны замедлять распространение фейковых новостей [Nygren, Guath, 2018; Pennuscook et al., 2020]. Более того, если люди могут проявлять контроль, уверенность в своих силах и ответственность в определенных ситуациях, то желание распространять слухи у них резко ослабляется [Prooijen 2018]. Практическое решение проблемы «как избавиться от инфодемии» выглядит тогда следующим образом: необходимо дать людям участвовать хотя бы в «низовой гражданской активности». Не случайно в двух разных — британском [Freeman et al., 2020] и украинском [Думки і погляди..., 2020] — опросах была замечена зависимость между склонностью к конспирологическим объяснениям коронавируса и полным отказом от участия в голосованиях.

Другие страны — в частности, в Юго-Восточной и Южной Азии (Тайланд, Сингапур, Филиппины, Шри-Ланка, Бангладеш), наоборот, ввели юридическую ответственность за распространение недостоверной информации. С началом пандемии китайские ученые обсуждали целесообразность еще большей (чем уже есть) цензуры в социальных сетях — в первую очередь как раз недостоверной медицинской информации и сомнений в компетентности китайских властей [Ren, Gao, Chen, 2020].

В России инфодемия стала объектом широкого обсуждения в дни перед введением первых «нерабочих дней» и сразу после. Премьер-министр М. Мишустин 30 марта подписывает постановление Правительства РФ о создании Коммуникативного центра³⁵, одной из задач которого является борьба с «недостоверной информацией», после чего стали появляться государственные сайты, поставившие своей целью разоблачение «фейков». Характерно, что «фейками» на сайте sogonafake.ru часто называли информацию, которая просто противоречила официальной, например, поместили знаком «фейк» пересказ знаменитых статей из *New York Times* и *Financial Times* о том, что в России манипулируют коронавирусной статистикой.

В России еще в 2019 г. безо всякой связи с внешними процессами наметилась тенденция к репрессивному реагированию на распространение *fake news*³⁶, с началом пандемии она явным образом усилилась. В марте 2020 г. при Следственном комитете РФ была создана специальная группа, чьей задачей было выявлять распространение «фейков» в социальных сетях. Административная норма о распространении «недостоверной информации под видом достоверной» стала применяться и для борьбы с инфодемией.

³⁵ Правительство создало центр по борьбе с фейками о коронавирусе // Коммерсантъ. 2020. 30 марта. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4308770> (дата обращения: 18.11.2020).

³⁶ Части 9—11 ст. 13.15 КоАП РФ, получившие обиходное название «закона о фейках», были введены в марте 2019 г.

Строго говоря, решение наказывать за слухи — не новая практика в истории России. С 1930-х годов инструментом политических репрессий была ст. 58—10 УК РСФСР («антисоветская агитация и пропаганда»), по которой люди привлекались, в том числе и за распространение слухов. Однако отдельным объектом внимания слухи стали в военное время. Указ Президиума Верховного Совета СССР от 6 июля 1941 г. устанавливал уголовную ответственность за распространение в военное время «ложных слухов, возбуждающих тревогу среди населения» [Сборник, 1944], то есть информации, не соответствующей официальным сводкам. Слухи считались опасными, поскольку им приписывалась способность «активизировать деструктивные мотивы в поведении» граждан.

Но вернемся к марту 2020 г. В этот месяц помимо административного наказания к виновным иногда применялись «суррогатные» меры реагирования: профилактические беседы, а также то, что антропологи называют «ритуалами вины и позора» [Титков, 2015]. «Ритуал вины и позора» предполагает, что человек, обвиненный в нарушении социальных норм, подвергается публичному шельмованию. Эти меры становятся актуальными в случаях социального и политического напряжения, когда существующие социальные нормы подвергаются сомнению и их приходится таким образом «поддерживать».

Начиная с февраля 2020 г. распространителей фейковых сообщений заставляют извиняться на камеру. Мы достоверно знаем по крайней мере о 15 таких случаях в феврале, марте и апреле³⁷. Видеоролики с извинениями выкладывались на сайте Министерства внутренних дел РФ (МВД) и по крайней мере в двух случаях точно известно, что они транслировались по местному телевидению. Более того, на основе пресс-релизов МВД местная пресса писала статьи о печальной судьбе распространителей «фейков», призывая граждан «не поступать, как Вася» — и это тоже является «ритуалом вины и позора».

С 1 апреля 2020 г. вступили в силу поправки в Уголовный кодекс страны в виде ст. 207.1 УК РФ «Публичное распространение заведомо ложной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан». В результате именно на апрель приходится максимальное количество прецедентов реагирования (121 случай) по обеим нормам о «фейках» (см. рис. 5).

Довольно громкими стали случаи обвинения в распространении «фейков» независимых СМИ (21 прецедент реагирования) и политических деятелей, в том числе и оппозиционных (18 прецедентов), однако большинство привлеченных к ответственности по этим статьям — совершенно обычные пользователи интернета (116 случаев). Кроме того, и административная, и уголовная нормы предполагают «заведомость» знания о том, что данная информация ложная. Из фактов обжалования вынесенных судами решений становится понятно, что часто ни о какой заведомо ложной информации речь не шла — наказанный просто повторял то, что ему рассказали³⁸.

³⁷ Вполне возможно, что использование «ритуала вины и позора» в качестве квазиправовой меры является рецепцией практик публичных извинений, широко известных в Чеченской республике.

³⁸ Селезнев С. Эпидемия фейков: борьба с коронавирусом как угроза свободе слова. Доклад Международной Агоры. 2020. URL: <https://www.agora.legal/articles/Doklad-Mezhdunarodnoi-Agory-%C2%ABEpidemiya-feikov-borba-s-koronavirusom-kak/30> (дата обращения: 18.11.2020).

На приведенном графике (см. рис. 5) видно, что волна наказаний за «фейки» поднимается примерно тогда, когда уровень инфодемии начинает снижаться. Но связаны ли эти факторы? Ответа мы не знаем. Возможно, репрессивная политика помешала публичному распространению слухов в видимой части соцсетей, и они ушли в «подполье» мессенджеров и в устное общение. Но гораздо более вероятно то, что инфодемия стала спадать сама по себе. Как мы уже говорили выше, «всплеск слухов» приходится на «период неопределенности», а он в апреле уже закончился.

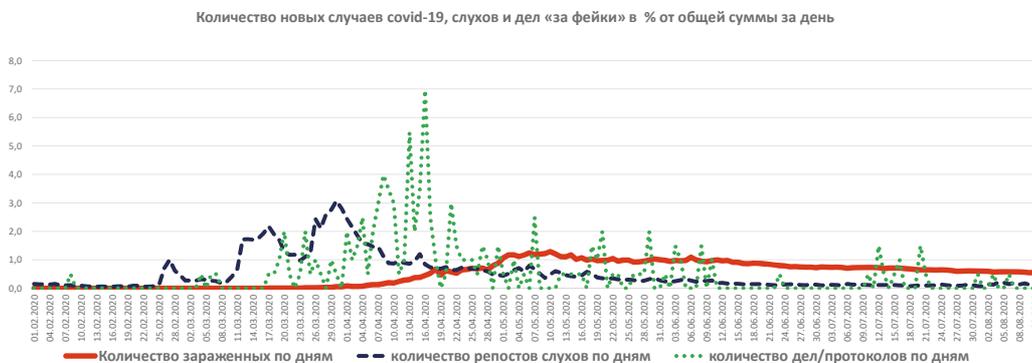


Рис. 5. Рост слухов о коронавирусе за 01.02.2020—11.08.2020 (в % от суммы), количество зараженных по дням³⁹ (в % от суммы зараженных) и количество дел «за фейки» за тот же период

Фейки и... «фейки»: что считает недостоверной информацией Следственный комитет?

Непосредственным объектом правонарушения по обеим статьям на практике оказываются *общественные отношения в сфере доверия к органам и институтам государства*. Таким образом, две разнородных⁴⁰ нормы фактически превращаются в конкурирующие⁴¹, причем не только в теории: например, один и тот же сюжет о дезинфекции города с помощью вертолетов стал в одном случае поводом для административного дела⁴², а в другом — для уголовного⁴³. Заметим, что такое «переосмысление» объекта правонарушения не вытекает из самого текста закона. Так, ст. 207.1 УК РФ определяет как

³⁹ По данным сайта СТОПКОРОНАВИРУС.РФ. URL: <https://стопкоронавирус.рф>.

⁴⁰ Составы правонарушения по административной и уголовной статьям имеют разный объект посягательства: общественные отношения в области связи и информации в первом случае, и в области общественной безопасности — во втором.

⁴¹ Это негативно сказывается на качестве правоприменения, и, безусловно, требует отдельного осмысления в рамках юридических наук.

⁴² Кузьмин А. Жительницу Каменска-Уральского ждет штраф за распространение фейковой новости // Виртуальный Каменск. 2020. 10 апреля. URL: <https://k-ur.info/novosti/novosti-v-kamenske/7260-zhitelnitsu-kamenska-uralskogo-zhdet-shtraf-za-rasprostranenie-fejkovoj-novosti> (дата обращения: 18.11.2020).

⁴³ СК Дагестана возбудил уголовные дела о фейках про «распыление» COVID-19 с вертолетов // РАПСИ. 2020. 8 июня. URL: http://rapsinews.ru/incident_news/20200608/305899189.html (дата обращения: 18.11.2020).

преступное «публичное распространение под видом достоверных сообщений заведомо ложной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан». А части 9—11 ст. 13.15 КоАП РФ не содержат никаких характеристик самой распространяемой информации, кроме ее недостоверности. Поскольку характеристики недостоверной информации не определены, то ничто не мешало бы преследовать, например, за распространение псевдомедицинских советов.

Выше мы уже писали о том, какие тематические группы сюжетов самые популярные, причем с очень большим отрывом — это псевдомедицинские советы и отрицание опасности коронавируса (см. рис. 1). Они же являются «эпистемической неудачей» и представляют общественную опасность. Логично было бы ожидать, что именно такие слухи чаще всего будут оказываться в фокусе внимания правоохранителей.

Однако это не так. Правоохранительные органы почти совсем не реагировали на группу слухов, представляющую медицинскую опасность — «псевдомедицинские советы» (ноль случаев) и очень слабо реагировали на тех, кто отрицает опасность коронавируса и видит за этим манипуляцию — 9% случаев (см. рис. 6; см. табл. 3). Наиболее частыми основаниями для привлечения к ответственности являются утверждения о том, что власти скрывают информацию об эпидемии и ее последствиях (48%), манипулируют с информацией об эпидемии и ее последствиях (17%), а также не выполняют свои обязательства или не соблюдают эпидемиологические требования (16%) (см. табл. 3; см. рис. 6).

Другими словами, преследуются не те нарративы, которые могут оказаться опасными для здоровья или безопасности гражданина, а те, что угрожают стабильности государства и доверию к конкретным властным институтам, поэтому большинство текстов, привлечших внимание правоохранительных органов, содержат критические высказывания о деятельности конкретных структур: умерших и зараженных скрывают не вообще, а в определенном «учреждении» в Крылатском, войска вводятся не вообще, а именно в город Волхов⁴⁴.

Мало того, часто такие нарративы не являются «эпистемической неудачей» — ровно наоборот. В них вместе с призывами не верить врачам/властям встречается идея, что рассчитывать можно только на себя: «в нашей больнице зараженных гораздо больше, будьте осторожны», «власти не дают СИЗ медикам, шейте их сами». Перед нами — создание «низового контроля» рядовыми гражданами [Thomas, 2007]. Конечно, эти истории вызывают беспокойство, но одновременно повышают ответственность граждан за свое здоровье и уменьшают их риск заболеть. Вспомним, как большинство респондентов в опросе 27—29 марта 2020 г. сказало, что можно полагаться только на себя и коллективную ответственность, а не на государство⁴⁵.

⁴⁴ СК возбудил третье уголовное дело о фейке про коронавирус // Медиазона. 2020. 7 апреля. URL: <https://zona.media/news/2020/04/07/voikhov> (дата обращения: 18.11.2020).

⁴⁵ Степанцов П., Вилейкис А. Коронавирус и общество. Как россияне реагируют на эпидемию // Нож. 2020. 1 апреля. URL: <https://knife.media/corona-sociology-1/> (дата обращения: 18.11.2020).

Таблица 3. Количество сюжетов, встречаемых в связи с реакцией правоохранительных органов (ч. 9 ст. 13.15 КоАП РФ; ст. 207.1 УК РФ)*

Название тематической группы	Доля в %	Примеры
Власти скрывают информацию об эпидемии и ее последствиях	48	«В Уфе подготовили 1 000 мест на кладбище для умерших от коронавируса»; «...услышал, что в Пензе у нас уже 60 человек с подтвержденным диагнозом и еще там почти тысяча под подозрением» ^{II}
Представители власти манипулируют с эпидемией и ее последствиями	17	«В общем, сестра мужа говорит, что наш город на днях закроют на две недели на карантин. У них проводили пресс-конференцию. Просили закупиться продуктами на две недели» ^{III}
Невыполнение обязательств властями и/или медиками, а также несоблюдение эпидемиологических требований	16	«Нет достаточного количества тестов, врачи сами не в состоянии разобрататься, с каким именно заболеванием имеют дело» ^{IV} . Жительница города «записала видео про недостаток медикаментов у местных врачей и начала сбор средств на помощь медикам» ^V
Реальной опасности нет, власти используют коронавирус в своих интересах	9	«Под видом борьбы с коронавирусной инфекцией у здоровых людей изымаются органы для продажи» ^{VI}
Вакцины, тесты, маски — это способ чипирования или убийства	5	Врачи при поддержке полиции, «ходят по квартирам саратовцев и делают им прививки, которые в дальнейшем приводят к тяжелым последствиям или смерти» ^{VII}
Вирус распространяется через продукты, вещи, сотовую связь (в том числе намеренно)	2	«Сегодня по всей стране проходит спланированная акция по инфицированию населения смертельно опасной болезнью. Акция развязана представителями конкретной организации» ^{VIII}
Вирус создан внешними врагами как биологическое оружие	2	«Коронавирус создан для уничтожения «лишних» людей» ^{IX}

* Общее количество упоминающихся микросюжетов — 216.

^I Москвичу предъявили обвинение за фейк об изъятии органов под видом лечения от коронавируса // ТАСС. 2020. 22 мая. URL: <https://tass.ru/obschestvo/8544879> (дата обращения: 18.11.2020).

^{II} Карпенко М. «Что в голову залетело, то я и сказала». Зачем россияне придумывают фейки о коронавирусе — и как за них извиняются // Холод. 2020. 8 апреля. URL: <https://holod.media/fake-stories> (дата обращения: 18.11.2020).

^{III} [там же]

^{IV} Краснов А. Челябинку оштрафовали на 30 тысяч за фейк-пост о коронавирусе. Разбираемся, что лучше не писать // 74RU. Челябинск онлайн. 2020. 7 апреля. URL: <https://74.ru/text/criminal/69078682/> (дата обращения: 18.11.2020).

^V Кузнецов Д. Зоозащитницу из Липецка оштрафовали за видео про недостаток лекарств в инфекционной больнице и сбор средств для медиков // 7x7. Горизонтальная Россия. Липецкая область. 2020. 21 апреля. URL: <https://7x7-journal.ru/news/2020/04/21/zoozashitnicu-oshtrafovali-za-video-pro-nedostatok-lekarstv> (дата обращения: 18.11.2020).

^{VI} Москвичу предъявили обвинение за фейк об изъятии органов под видом лечения от коронавируса // ТАСС. 2020. 22 мая. URL: <https://tass.ru/obschestvo/8544879> (дата обращения: 18.11.2020).

^{VII} Двух жительниц Ровенского района накажут за фейк о «смертельных прививках» // Saratovnews. 2020. 10 апреля. URL: <https://www.saratovnews.ru/news/2020/04/10/dvyh-jitelnic-rovenskogo-raiona-nakajyt-za-feik-o-smertelnyh-privivkah/> (дата обращения: 18.11.2020).

^{VIII} Мустафина Л. В Нижнем Новгороде завели первое уголовное дело против журналиста за распространение «фейков» о коронавирусе // Idel.Реалии. 2020. 17 апреля. URL: <https://www.idelreal.org/a/30561349.html> (дата обращения: 18.11.2020).!

^{IX} В Северной Осетии составили первый протокол за распространение фейковой информации о коронавирусе // Россия. Алания. 2020. 8 апреля. URL: <http://alaniatv.ru/v-severnoj-osetii-sostavili-pervyj-protokol-za-rasprostranenie-fejkovoj-informatsii-o-koronaviruse/> (дата обращения: 18.11.2020).

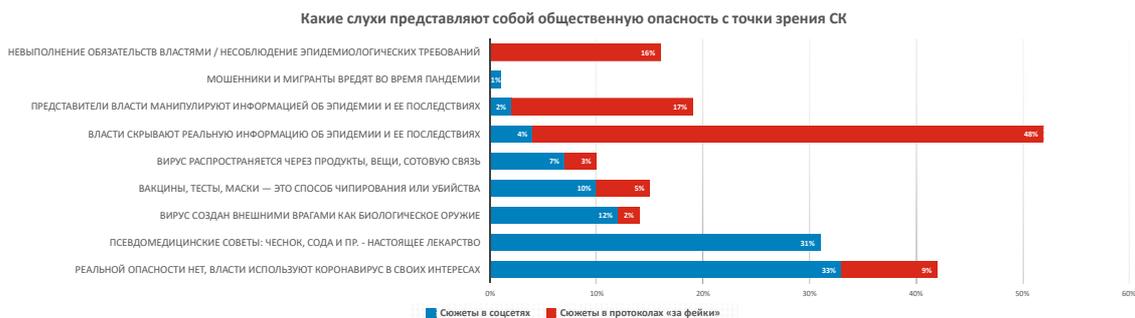


Рис. 6. Сравнительный анализ частотности тем слухов в соцсетях и в прецедентах реагирования правоохранительных органов (в % от общей суммы)⁴⁶

Заключение, или Траектории «опасного»

Итак, что мы знаем о российской инфодемии?

Массовое распространение слухов и другой неофициальной информации в ситуации эпидемий вполне закономерно. В период с февраля по август 2020 г. инфодемические нарративы распространяют рядовые пользователи социальных сетей средних лет с высшим образованием, в основном из Москвы и Петербурга. Самыми популярными (и «живучими») являются инфодемические нарративы, отрицающие опасность новой болезни и подразумевающие, что карантин нужен представителям власти для своих целей, а также псевдомедицинские советы, позволяющие быстро «вылечиться» или проверить, болен ли ты. Такие истории дают человеку чувство безопасности и успокаивают его в ситуации, когда повседневная жизнь стремительно меняется — в этом их компенсаторная функция. Однако именно такие истории являются «эпистемическими неудачами», поскольку заставляют людей принимать решения, опасные для здоровья.

При этом «всплески» российской инфодемии появляются не в момент наивысшей эпидемиологической опасности, а в момент максимальной неопределенности, когда россияне оказываются в ситуации «бежать нельзя остаться» и не могут адекватно взвесить риски. Падение доверия к институтам власти и официальной информации заставляет россиян доверять советам и историям, полученным через горизонтальные каналы коммуникации, в результате чего популярность приобретают тексты со ссылкой на инсайдера — «такого же, как я».

Представители правоохранительных органов и политической элиты воспринимают как общественно опасную информацию не псевдомедицинские советы и не ковид-диссидентство, а утверждения о том, что опасность очень велика, зараженных/умерших много, а власти все скрывают (и эти слухи не являются «эпистемической неудачей» — наоборот, в некоторых ситуациях они могут увеличить шанс не заболеть). В приоритете у государства оказывается не безопасность граждан, а легитимность властных институтов и непогрешимость их управленческих решений.

⁴⁶ Отметим, что тематическую группу «невыполнение обязательств властями» (например, отказ в средствах индивидуальной защиты, невыплаты медикам за борьбу с COVID-19) мы не смогли посчитать по соцсетям — не было достаточного количества клишированных текстов.

Осенью 2020 г., когда мы дописываем эту статью, стало понятно, что эпидемия слухов продолжается — как, впрочем, и распространение COVID-19. В первую очередь вновь стали очень быстро распространяться псевдомедицинские советы, анти-масочные нарративы, страхи перед вакцинами. Это значит, что инфодемия снова с нами — и самое время проверять на новых материалах выявленные закономерности, а также искать новые. Именно поэтому необходимо не только продолжать мониторинг, но и проводить эксперименты, чтобы понять, как на распространение российской инфодемии влияют сообщения СМИ, политические предпочтения авторов постов, а также знание о новых «анти-фейковых» законах.

Список литературы (References)

Архипова А. С.* Чем (не)опасна инфодемия: как и зачем исследуют фейковые сообщения и слухи во время пандемии // Фольклор и антропология города. 2020. Т. 1. № 1. В печати.

Arkhipova A. S.* (2020) Why Infodemia Is (Not) Dangerous: How and Why Fake Messages and Rumors Are Investigated during a Pandemic. *Urban Folklore and Anthropology*. Vol. 1. No. 1. In print. (In Russ.)

Архипова А. С.*, Кирзюк А. А. Опасные советские вещи: городские легенды и страхи в СССР. М.: НЛО, 2020.

Arkhipova A. S.*, Kirzyuk A. A. (2020) Dangerous Soviet Things: Urban Legends and Fears in the USSR. Moscow: New Literary Observer. (In Russ.)

Буайе П. Анатомия человеческих сообществ: как сознание определяет наше бытие. М.: Альпина нон-фикшн, 2019.

Boyer P. (2019) Anatomy of Human Communities: How Consciousness Determines Our Being. Moscow: Alpina non-fiction. (In Russ.)

Гаврилова М. Водка, сода и чеснок: «народные» лекарства против страхов // Фольклор и антропология города. 2020. Т. 1. № 1. В печати.

Gavrilova M. (2020) Vodka, Soda and Garlic: «Folk» Medicines against Fears. *Urban Folklore and Anthropology*. Vol. 1. No. 1. In print. (In Russ.)

Думки і погляди населення України щодо походження коронавірусу і його поширення у світі: травень — червень 2020 року // Київський міжнародний інститут соціології. 26.6.2020. URL: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=952&page=1>.

Thoughts and Views of the Population of Ukraine on the Origin of the Coronavirus and Its Spread in the World: May – June 2020. (2020) *Kyiv International Institute of Sociology*. June 26. URL: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=952&page=1>. (In Ukr.)

Макушева М., Орлова Е., Фирсов А., Шашкин А. Исследование социальных эффектов пандемии COVID-19. Сводка № 6. 17.04.2020. URL: <https://pltf.ru/2020/04/17/omi-i-platforma-socialnye-jeffekty-pandemii/> (дата обращения: 19.11.2020).

Makusheva M., Orlova E., Firsov A., Shashkin A. (2020) Social Effects of the COVID-19 Pandemic: A Study. Summary No. 6. April 17. URL: <https://pltf.ru/2020/04/17/omi-i-platforma-socialnye-jeffekty-pandemii/> (accessed: 19.11.2020). (In Russ.)

Макушева М., Нестик Т., Орлова Е., Фирсов А. Исследование социальных эффектов пандемии COVID-19. Сводка № 12. 26.05.2020. URL: <https://pltf.ru/wp-content/uploads/2020/05/svodka-12.pdf> (дата обращения: 19.11.2020).

Makusheva M., Nestik T., Orlova E., Firsov A. (2020) Social Effects of the COVID-19 Pandemic: A Study. Summary No. 12. May 26. URL: <https://pltf.ru/wp-content/uploads/2020/05/svodka-12.pdf> (accessed: 19.11.2020). (In Russ.)

Мюнхенская конференция по безопасности // Сайт Всемирной организации здравоохранения. 16.02.2020. URL: <https://www.who.int/ru/dg/speeches/detail/munich-security-conference> (дата обращения: 19.11.2020).

Munich Security Conference. (2020) *Website of the World Health Organization*. February 16. URL: <https://www.who.int/ru/dg/speeches/detail/munich-security-conference> (accessed: 19.11.2020). (In Russ.)

Петров Н. Коронавирус распространяют вышки 5G // Энциклопедия коронавирусных фейков. Пополняемый каталог толков вокруг пандемии. N+1. 8.04.2020. URL: <https://nplus1.ru/material/2020/04/08/coronarumors> (дата обращения: 19.11.2020).

Petrov N. (2020) Coronavirus Spread by 5G Towers. *Encyclopedia of Coronavirus Rumors and Fakes. an Updated Directory of Rumors around the Pandemic*. N+1. April 8. URL: <https://nplus1.ru/material/2020/04/08/coronarumors> (accessed: 19.11.2020). (In Russ.)

Радченко Д. Афонские старцы и крест оливковым маслом // Энциклопедия коронавирусных слухов и фейков. Пополняемый каталог толков вокруг пандемии. N+1. 8.04.2020. URL: <https://nplus1.ru/material/2020/04/08/coronarumors> (дата обращения: 19.11.2020).

Radchenko D. (2020) Athonite Elders and a Cross Made with Olive Oil. *Encyclopedia of Coronavirus Rumors and Fakes. an Updated Directory of Rumors around the Pandemic*. N+1. April 8. URL: <https://nplus1.ru/material/2020/04/08/coronarumors> (accessed: 19.11.2020). (In Russ.)

Сборник законов СССР и Указов Президиума Верховного Совета СССР 1938—июнь 1944. М., 1944.

Collection of Laws of the USSR and Decrees of the Presidium of the Supreme Council of the USSR 1938 – June 1944. (1944) Moscow. (In Russ.)

Титков А. С. Ритуалы вины и позора в Украинском конфликте 2013—2015 годов // Векторы развития современной России. «Война миров»: научное знание/прагматика жизни. Материалы XIV Международной научно-практической конференции (17—18 апреля 2015 года). М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2016. С. 151—159.

Titkov A. S. (2016) Rituals of Guilt and Shame in the Ukrainian Conflict of 2013–2015. *Development Vectors of Modern Russia. «War of the Worlds»: Scientific Knowledge/Pragmatics of Life. Materials of the XIV International Scientific and Practical Conference (April 17–18, 2015)*. Moscow: Delo Publishing House, RANEPa. P. 151–159. (In Russ.)

Abello J., Broadwell P., Tangherlini T. R. (2012) Computational Folkloristics. *Communications of the ACM*. Vol. 55. No. 7. P. 60–70. <https://doi.org/10.1145/2209249.2209267>.

Allport G., Postman L. (1947) *Psychology of Rumor*. New York, NY.

Arkhypova A.*, Brodie I. When Rumours Fly Like Helicopters: an International Conspiracy 'Language' for the New Reality? *Social Anthropology*. Vol. 28. № 2. <https://doi.org/10.1111/1469-8676.12826>.

Bastani P., Bahrami M. A. (2020). COVID-19 Related Misinformation on Social Media: A Qualitative Study from Iran. *Journal of Medical Internet Research*. Preprint (Mar 27). <https://doi.org/10.2196/18932>.

Brainard J., Hunter P. R. (2019) Misinformation Making a Disease Outbreak Worse: Outcomes Compared for Influenza, Monkeypox, and Norovirus. *Simulation*. Vol. 96. No. 4. P. 365–374. <https://doi.org/10.1177/0037549719885021>.

Breslin S. D., Enggaard T. R., Blok A., Gårdhus T., Pedersen M. A. (2020) How We Tweet about Coronavirus, and Why: A Computational Anthropological Mapping of Political Attention on Danish Twitter during the COVID-19 Pandemic. In: Lynteris C. (ed.) *The COVID-19 Forum III*. University of St. Andrews.

Bruns A., Harrington S., Hurcombe E. (2020) 'Corona? 5G? or Both?': The Dynamics of COVID-19/5G Conspiracy Theories on Facebook. *Media International Australia*. Vol. 177. No. 1. P. 12–29. <https://doi.org/10.1177/1329878x20946113>.

Bursztyn L., Rao A., Roth C., Yanagizawa-Drott D. (2020) Misinformation During a Pandemic. In: *NBER Working Paper No. 27417*. <https://doi.org/10.3386/w27417>.

Campion-Vincent V. (2005) *Organ Theft Legends*. Jackson: University Press of Mississippi.

Cinelli M., Quattrociocchi W., Galeazzi A., Valensise C. M., Brugnoli E., Schmidt A. L., Zola P., Zollo F., Scala A. (2020) The COVID-19 Social Media Infodemic. *Scientific Reports*. Vol. 10. No. 1. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5>.

Evans-Pritchard E. E. (1976) *Witchcraft, Oracles, and Magic among the Azande*. Oxford: Clarendon Press.

Freeman D., Waite F., Rosebrock L., Petit A. (2020) Coronavirus Conspiracy Beliefs, Mistrust, and Compliance with Government Guidelines in England. *Psychological Medicine*. P. 1–13. <https://doi.org/10.1017/s0033291720001890>.

Goldstein D. E. (2004) *Once upon a Virus: AIDS Legends and Vernacular Risk Perception*. Logan: Utah State University Press.

Greenhill K. M., Oppenheim B. (2017) Rumor Has It: The Adoption of Unverified Information in Conflict Zones. *International Studies Quarterly*. Vol. 61. No. 3. P. 660–676. <https://doi.org/10.1093/isq/sqx015>.

Hufford D. J. (1982). Traditions of Disbelief. *New York Folklore*. Vol. 8. No. 3–4. P. 47–56.

Howard R. G. (2008) The Vernacular Web of Participatory Media. *Critical Studies in Media Communication*. Vol. 25. No. 5. P. 490–513.

Ilyefalvi E. (2018) The Theoretical, Methodological and Technical Issues of Digital Folklore Databases and Computational Folkloristics. *Acta Ethnographica Hungarica*. Vol. 63. No. 1. P. 209–258. <https://doi.org/10.1556/022.2018.63.1.11>.

Imhoff R., Lamberty P.K. (2017) Too Special to Be Duped: Need for Uniqueness Motivates Conspiracy Beliefs. *European Journal of Social Psychology*. Vol. 47. No. 6. P. 724–734. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2265>.

Jason H. (2000) Motif, Type and Genre: A Manual for Compilation of Indices and a Bibliography of Indices and Indexing. Helsinki: Suomalainen Tiedeakatemia.

Jaubert E., Dolbeau-Bandin C. (2020) Infox et Coronavirus Covid-19: Une Relative Contagiosité? HAL Id: hal-02542132. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02542132>.

Kapferer J.-N. (1987) Rumeurs. Le Plus Vieux Media du Monde. Paris: Editions du Seuil.

Kapferer J.-N. (1993) The Persuasiveness of an Urban Legend: The Case of Mickey Mouse Acid. *Contemporary Legend*. Vol. 3. P. 85–102.

Laudun J., Goodwin J. (2013) Computing Folklore Studies: Mapping over a Century of Scholarly Production through Topics. *Journal of American Folklore*. 2013. Vol. 126. No. 502. P. 455–475. <https://doi.org/10.5406/jamerfolk.126.502.0455>.

Martel C., Pennycook G., Rand D.G. (2020) Reliance on Emotion Promotes Belief in Fake News. *PsyArXiv*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/a2ydw>.

Miller D. E. (2005) Rumor: An Examination of Some Stereotypes. *Symbolic Interaction*. Vol. 28. No. 4. P. 505–519. <https://doi.org/10.1525/si.2005.28.4.505>.

Mouron P. (2020) Coronavirus et Fausses Informations: Les Aléas de la Liberté D'Expression en Période de Crise Sanitaire. *Revue des Droits et Libertés Fondamentales*. Vol. 33. URL: <http://www.revuedlf.com/droit-penal/coronavirus-et-fausses-informations-les-aleas-de-la-liberte-dexpression-en-periode-de-crise-sanitaire/>.

Nygren T., Guath M. (2018) Mixed Digital Messages: The Ability to Determine News Credibility among Swedish Teenagers. In: Sampson D. G., Ifenthaler D., Isaías P. (eds.) *Proceedings of the 15th International Conference on Cognition and Exploratory Learning in Digital Age (CELDA 2018)*. Vol. 15. P. 375–378. <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1257920&dswid=6817>.

Pennycook G., McPhetres J., Zhang Y., Lu J. G., Rand D. G. (2020) Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy Nudge Intervention. *Preprint* (Mar 17). URL: http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/Covid-19%20fake%20news%20ms_psyarxiv.pdf (accessed: 19.11.2020).

Prooijen van J.-W. (2017) Why Education Predicts Decreased Belief in Conspiracy Theories. *Applied Cognitive Psychology*. Vol. 31. No. 1. P. 50–58. <https://doi.org/10.1002/acp.3301>.

Prooijen van. J.-W. (2018) Empowerment as a Tool to Reduce Belief in Conspiracy Theories. In: Uscinski J. E. (ed.) *Conspiracy Theories and the People Who Believe Them*. Oxford: Oxford University Press. P. 432–442. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190844073.003.0030>.

Ren Sh.-Y., Gao R.-D., Chen Ye-L. (2020) Fear Can Be More Harmful Than the Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 in Controlling the Corona Virus Disease 2019 Epidemic. *World Journal of Clinical Cases*. Vol. 8. No. 4. P. 652–657. <https://doi.org/10.12998/wjcc.v8.i4.652>.

Shibutani T. (1966) *Improvised News: A Sociological Study of Rumor*. Indianapolis, IN.

Sullivan D., Landau M. J., Rothschild Z. K. (2010) An Existential Function of Enemyship: Evidence That People Attribute Influence to Personal and Political Enemies to Compensate for Threats to Control. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 98. No. 3. P. 434–449. <https://doi.org/10.1037/a0017457>.

Swami V., Furnham A., Smyth N., Weis L., Ley A., Clow A. (2016) Putting the Stress on Conspiracy Theories: Examining Associations between Psychosocial Stress, Anxiety, and Belief in Conspiracy Theories. *Personality and Individual Differences*. Vol. 99. P. 72–76. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.04.084>.

Tangherlini T. R., Leonard P. (2013) Trawling in the Sea of the Great Unread: Sub-corpus Topic Modeling and Humanities Research. *Poetics*. Vol. 41. No. 6. P. 725–749. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2013.08.002>.

Thomas Sh. A. (2007) Lies, Damn Lies, and Rumors: An Analysis of Collective Efficacy, Rumors, and Fear in the Wake of Katrina. *Sociological Spectrum*. Vol. 27. No. 6. P. 679–703. <https://doi.org/10.1080/02732170701534200>.

Victor J. S. (1993) *Satanic Panic. The Creation of a Contemporary Legend*. Chicago, IL; La Salle, IL: Open Court.

Whitson J. A., Galinsky A. D. (2008) Lacking Control Increases Illusory Pattern Perception. *Science*. Vol. 322. No. 5898. P. 115–117. <https://doi.org/10.1126/science.1159845>.

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1752](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1752)



А. М. Климова, К. Ш. Чмель, Н. Ю. Савин

**ВЕРЮ-НЕ-ВЕРЮ: ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ И СЛУХИ
О ПРОИСХОЖДЕНИИ НОВОГО КОРОНАВИРУСА**

Правильная ссылка на статью:

Климова А. М., Чмель К. Ш., Савин Н. Ю. Верю-не-верю: общественное мнение и слухи о происхождении нового коронавируса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 266—283. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1752>.

For citation:

Klimova A. M., Chmel K. S., Savin N. Y. (2020) Believe it or Not: Public Opinion and Rumors About COVID-19. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 266–283. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1752>. (In Russ.)

ВЕРЮ-НЕ-ВЕРЮ: ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ И СЛУХИ О ПРОИСХОЖДЕНИИ НОВОГО КОРОНАВИРУСА

КЛИМОВА Айгуль Маратовна — кандидат социологических наук, доцент Департамента социологии, старший научный сотрудник Лаборатории сравнительных социальных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

E-MAIL: amavletova@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0001-7407-2072>

ЧМЕЛЬ Кирилл Шамилевич — магистр политических наук, младший научный сотрудник Лаборатории сравнительных социальных исследований, преподаватель Департамента интегрированных коммуникаций, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

E-MAIL: kchmel@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-1136-8754>

САВИН Никита Юрьевич — кандидат политических наук, доцент Департамента интегрированных коммуникаций, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

E-MAIL: nsavin@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-4285-750X>

Аннотация. Проблема ответа на сенситивные вопросы не имеет универсального решения и варьируется как по темам, так и по странам. Особенно актуальной она оказывается в моменты кризисов, когда непроверенная информация может рождать опасные социальные последствия. В нашем исследовании, проведенном на студентах одного крупного российского вуза,

BELIEVE IT OR NOT: PUBLIC OPINION AND RUMORS ABOUT COVID-19

Aigul M. KLIMOVA¹ — Cand. Sci. (Soc.), Associate Professor at the Department of Sociology; Senior Research Fellow at the Laboratory for Comparative Social Research

E-MAIL: amavletova@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0001-7407-2072>

Kirill Sh. CHMEL¹ — Master of Arts (MA) in Political Science, Junior Research Fellow at the Laboratory for Comparative Social Research; Lecturer at the Department of Integrated Communications

E-MAIL: kchmel@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-1136-8754>

Nikita Yu. SAVIN¹ — Cand. Sci. (Pol.), Associate Professor at the Department of Integrated Communications

E-MAIL: nsavin@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-4285-750X>

¹ National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Abstract. The problem of answering sensitive questions does not have a unique solution and may vary depending on the topic or the country. The problem is particularly important in times of crisis when unverified information can cause negative social effects. With a case study involving students from a large Russian university the present study aims to test list experimental design to define the

была апробирована техника непарных чисел для определения процента тех, кто верит в слухи о причинах распространения COVID-19. С помощью применения этой техники мы обнаружили, что 15,6% студентов верят слухам. Данная доля была значительно выше в случае применения метода непарных чисел по сравнению с методом прямого вопроса. Работа подтверждает релевантность использования техники непарных чисел для изучения сенситивных вопросов и, в частности, веры граждан в неподтвержденные слухи.

Ключевые слова: COVID-19, слухи, фейковые новости, эксперимент, техника непарных чисел

Благодарность. Исследование выполнено за счет гранта Российского Фонда Фундаментальных Исследований № 20-011-31725 «Механизмы формирования общественного мнения в условиях кризисной медиа-повестки».

Введение

Вопрос о возникновении новой коронавирусной инфекции, известной как COVID-19, сегодня занимает центральное место в повестке дня как традиционных, так и социальных медиа. Еще до того, как Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) объявила о пандемии в марте 2020 г., пользователи социальных сетей во всем мире обсуждали, является ли вирус разработкой китайских или американских военных, и какова вероятность того, что из Уханьского института вирусологии на самом деле «сбежало» биологическое оружие [Papakyriakopoulos et al., 2020]. Уже в апреле среди причин распространения вируса будут названы испытания 5G-сетей и «намерения Билла Гейтса чипировать человечество». Несмотря на то, что в социальных медиа часто обсуждаются перечисленные сюжеты, прямые вопросы в исследованиях общественного мнения о том, насколько люди доверяют неподтвержденной информации или слухам, дают смещенные результаты, являясь сенситивными для большинства респондентов [Goertzel, 1994]. Отвечая на такого рода вопросы, респонденты склонны давать ложные ответы ввиду фактора социальной нежелательности.

В данном исследовании мы стремимся ответить на вопрос, насколько распространена вера слухам о происхождении новой коронавирусной инфекции среди

percentage of those individuals who believe in rumours about COVID-19. The authors found that 15.6% of students believe in rumours. This share is much higher in the survey carried out using list experimental design as compared to direct question technique. The work confirms the relevance of list experimental design to study sensitive topics, in particular, people's belief in rumours.

Keywords: COVID-19, rumours, fake news, experiment, list experiment

Acknowledgments. The study is funded by the Russian Foundation for Basic Research (RFBR) no. 20-011-31725 "Mechanisms of Public Opinion Formation under the Crisis Media Agenda".

российских студентов, используя для этого экспериментальный подход к изучению сенситивных вопросов. Для ответа на исследовательский вопрос мы использовали так называемый метод непарных чисел [Мягков, 2013а; 2013b; 2016]. Данный экспериментальный метод традиционно используется для изучения таких сенситивных вопросов, как отношение к национальным меньшинствам, сексуальность или поддержка непопулярного мнения. Целями работы являются экспериментальная оценка доли студентов, верящих слухам относительно происхождения новой коронавирусной инфекции, методом техники непарных чисел и с применением традиционной формы вопроса, а также сравнение этих оценок.

Эмпирический объект исследования — студенты крупного российского вуза. Хотя на основании данных результатов мы не можем сделать обобщений относительно других совокупностей российского населения, методологическая литература показывает, что средний эффект, полученный в рамках экспериментальных исследований на удобных выборках, как правило, сопоставим с эффектом для более широкой совокупности [Mullinix et al., 2015]. Кроме того, другие группы населения предположительно будут демонстрировать еще большую веру слухам. Предыдущие исследования показали, что более образованные группы населения менее склонны верить разного рода фейковым новостям [Georgiou, Delfabbro, Balzan, 2020; van Prooijen, 2017]. На наш взгляд, это первая попытка применения техники непарных чисел к исследованию слухов в международной литературе, а также первая попытка экспериментальной оценки доли людей, верящих слухам о возникновении новой коронавирусной инфекции, в отечественной литературе.

Фейковые новости и слухи в условиях пандемии нового коронавируса

С умножением медийного выбора и усилением селективности при отборе информации основанием для формирования общественного мнения все больше становится не рациональная аргументация и факты, а эмоциональная основа и личная вера [Кин, 2015]. По этой причине все большую популярность набирают *фейковые новости*, дезинформирующие население и тем самым выполняющие важную функцию в создании аргументативной базы для слухов. Фейковые новости можно определить как новости, которые распространяются агентствами, не придерживающимися редакционных стандартов для обеспечения и проверки точности распространяемой информации [Lazer et al., 2018: 1094]. Массовое распространение фейковых новостей связывают с развитием социальных медиа, когда читатель ориентируется на информацию, исходящую не только от официальных агентств, но и от других пользователей социальных медиа. Именно такая индивидуализированная передача новостей от пользователя к пользователю вызывает большее доверие к этим новостям: они воспринимаются менее критично. Так, американские исследователи, обратившиеся к изучению распространения фейковых новостей во время президентских выборов 2016 г., показали, что около 5 % американских политических новостей в социальных медиа во время предвыборной кампании были фейковыми [Grinberg et al., 2019].

Количество фейковых новостей увеличивается вместе с ростом неопределенности и появлением новых рисков возможных негативных последствий,

которые носят глобальный характер [Bruns, Harrington, Hurcomb, 2020; van Bavel et al., 2020]. Именно поэтому такие мегасобытия, как эпидемии вирусов, стремительно обрастают слухами и фейковыми новостями об их происхождении [Allington et al., 2020], что в свою очередь ведет к распространению слухов [Kalsnes, 2018].

Понимание фейковых новостей отличается в разных подходах: от одного из типов недостоверной политической информации до зонтичного термина, обозначающего все типы недостоверной политической информации [Tandoc, Lim, Ling, 2018; Southwell, Thorson, Sheble, 2018]¹. В данном исследовании слух понимается как разновидность фейковой информации, открыто курсируемой в обществе в условиях недостатка информации о какой-либо проблеме и не имеющей официального подтверждения [Rosnow, 1988]. Распространение слухов основывается не на каких-либо объективных и убедительных доказательствах, а на вере в них большого количества людей [Sunstein, 2009: 6]. Отсюда одна из целей слуха — обеспечить психологический комфорт граждан, демонстрируя возможные объяснения событий, происходящих в условиях усиления тревожности, воспринимаемой угрозы или неопределенности (см., например, [Berinsky, 2017; DiFonzo, Bordia, 2006]). При этом содержание слухов может время от времени оказываться правдивым, но изначальной целью распространения подобных сведений не является предоставление достоверной информации, что и отличает слухи, например, от фактов [Barker, Marietta, 2019].

С самого начала пандемии нового коронавируса, которую Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) объявила 11 марта 2020 г., было распространено несколько слухов о происхождении новой коронавирусной инфекции. Так, во многих новостных сообщениях международных СМИ говорилось о возможной «утечке» вируса из китайской лаборатории, расположенной в Ухани². Уханьский институт вирусологии опубликовал официальное письмо, в котором опроверг причастность института к созданию и распространению вируса³. Другая причина, обсуждаемая в социальных медиа, связана с распространением мобильной связи нового поколения 5G, которая якобы могла вызвать пандемию нового коронавируса⁴. ВОЗ опровергла данные слухи, указав на то, что это ложное представление, и «мобильные сети 5G НЕ СПОСОБСТВУЮТ распространению COVID-19»⁵, однако российские власти не выступали с соответствующими заявлениями и разъяснениями. Напротив, нередко именно заяв-

¹ См. также: Wardle C. Fake News. It's Complicated // First Draft. 2017. 16 February. URL: <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/> (дата обращения: 01.12.2020).

² См. например: Molano D. Li-Meng Yan: «Coronavirus Is a Biological Weapon» // AS. 2020. 23 October. URL: https://en.as.com/en/2020/10/23/latest_news/1603452972_180848.html (дата обращения: 01.12.2020).

³ РИА Новости: Уханьский институт вирусологии прокомментировал слухи о коронавирусе // РИА Новости. 2020. 19 февраля. URL: <https://ria.ru/20200219/1564981186.html> (дата обращения: 01.12.2020).

⁴ Heilweil R. How the 5G Coronavirus Conspiracy Theory Went From Fringe to Mainstream // Vox. 2020. 24 April. URL: <https://www.vox.com/recode/2020/4/24/21231085/coronavirus-5g-conspiracy-theory-covid-facebook-youtube> (дата обращения: 01.12.2020).

⁵ ВОЗ: Рекомендации ВОЗ для населения в связи с распространением нового коронавируса (2019-nCoV): мифы и ложные представления // Всемирная организация здравоохранения. 2020. 16 июня. URL: <https://www.who.int/ru/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters> (дата обращения: 01.12.2020).

ления политиков и общественных деятелей способствовали распространению слухов в медийной повестке⁶.

Несмотря на такие попытки борьбы с распространением неподтвержденной информации в социальных медиа, как политика Facebook, Instagram и Google особым образом пометать недостоверную информацию о коронавирусе, именно в них слухи стали особенно популярными⁷. Это привело к обсуждению в общественно-политической повестке возможных негативных последствий подобного рода дезинформации, таких как меньшая готовность приверженцев фейковых новостей следовать медицинским рекомендациям [van Bavel et al., 2020]. Так, генеральный директор ВОЗ заявил на Мюнхенской конференции по безопасности следующее: «Мы не просто боремся с эпидемией заболевания; мы противостоям информационной эпидемии. Сфабрикованные новости распространяются быстрее и легче вируса, будучи не менее опасными»⁸.

Репрезентативное американское исследование, выполненное исследовательским центром Pew Research Center в июне 2020 г., показало, что 25 % американцев ответили утвердительно на закрытый вопрос о том, был ли коронавирус спланирован людьми, находящимися у власти⁹. В России вопрос о доверии граждан слухам стоит не менее остро. Репрезентативное российское исследование, выполненное исследовательским центром ВЦИОМ в мае 2020 г., показало, что в ответе на открытый вопрос о происхождении коронавируса 11 % респондентов указали на рукотворность данного вируса¹⁰. Стоит подчеркнуть, что эта информация должна быть отнесена именно к разряду слухов, поскольку не имела официального подтверждения. Хотя эти цифры несравнимы между собой ввиду кардинально разных методик (с помощью открытого и закрытого вопросов), используемых для сбора данных, мы видим, что слухи с объяснением происхождения новой коронавирусной инфекции достаточно популярны среди населения обеих стран.

Распространение слухов и фейковых новостей вокруг пандемии нового коронавируса уже стало предметом научных дискуссий. Так, ряд исследований посвящен сетевому анализу фейковых новостей о новом коронавирусе [Ahmed et al., 2020; Bruns et al., 2020]. Предварительный анализ социальных медиа показывает, что около 11 % твитов и 5 % ретвитов в англоязычном сегменте социальной сети Twitter содержат фейковую информацию о новом коронавирусе [Pulido et al., 2020]. Один твит с хештегом #FilmYourHospital (сними свою больницу) в конце марта 2020 г. привел к появлению множества твитов и ретвитов,

⁶ См., например: Зюганов связал вакцинацию от коронавируса с чипированием и «цифровым порабощением» // The Moscow Times. 27.05.2020. URL: <https://www.themoscowtimes.com/ru/2020/05/27/zyuganov-svyazal-vaktsinatseyu-ot-koronavirusa-s-chipirovaniem-i-tsifrovim-poraboscheniem-a213>. (дата обращения: 11.11.2020)

⁷ Lerman R. Facebook says it has taken down 7 million posts for spreading coronavirus misinformation // The Washington Post. 2020. 11 August. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/08/11/facebook-covid-misinformation-takedowns/> (дата обращения: 01.12.2020).

⁸ Гебрейесус Т. Выступление генерального директора ВОЗ на Мюнхенской конференции по безопасности // Всемирная организация здравоохранения. 2020. 15 февраля. URL: <https://www.who.int/ru/dg/speeches/detail/munich-security-conference> (дата обращения: 01.12.2020).

⁹ Schaeffer K. A Look at the Americans Who Believe There is Some Truth to the Conspiracy Theory That COVID-19 Was Planned // Pew Research Center. July 24. 2020. URL: <https://pewrsr.ch/3f1dgPo> (дата обращения: 01.12.2020).

¹⁰ ТАСС: Глава ВЦИОМ объяснил популярность версии искусственного происхождения коронавируса // ТАСС. 2020. 18 мая. URL: <https://tass.ru/obschestvo/8503159> (дата обращения: 01.12.2020).

призывавших людей посещать медицинские учреждения и делать фото- и видеосъемку пустых больниц, чтобы показать отсутствие в них пациентов [Gruzd, Mai, 2020]. Опросы же показали, что вера в теории заговора (еще одна разновидность фейковых новостей) наиболее распространена среди тех, кто использует социальные сети для поиска информации об инфекции [Allington et al., 2020]. Однако экспериментальные исследования демонстрируют, что напоминание респондентам о необходимости проверять точность информации фейкового новостного сообщения о новом коронавирусе снижает намерение его репостить по сравнению с новостным сообщением, предоставляющим фактическую и достоверную информацию о новом коронавирусе [Pennycook et al., 2020].

В рамках нашей работы с помощью экспериментального метода техника непарных чисел (см. детали в разделе «Эмпирическая база и экспериментальный дизайн исследования») исследуем, верят ли россияне слухам о происхождении новой коронавирусной инфекции. В связи с тем, что данная тема является сенситивной, а значит, может быть увеличена ошибка измерения в опросе, мы проверим это с помощью экспериментальной методики и сравним результаты с традиционной формулировкой вопроса. Мы рассмотрим *две основные гипотезы* исследования:

H1: существует статистически значимая доля респондентов, доверяющих слухам относительно происхождения новой коронавирусной инфекции, в частности о том, что вирус просочился из лаборатории, которая находится под контролем военных.

H2: доля верящих слухам о происхождении новой коронавирусной инфекции, определенная экспериментальным методом непарных чисел, будет выше, чем доля респондентов, согласившихся с истинностью суждений о слухах вокруг нового коронавируса, которую мы определили благодаря методу прямого вопроса.

Эмпирическая база и экспериментальный дизайн исследования

Для проверки гипотез в марте — апреле 2020 г. был проведен *онлайн-эксперимент* на платформе Enjoy Survey с использованием удобной выборки студентов Национального исследовательского университета «Высшая Школа Экономики» (НИУ ВШЭ). Для участия в опросе были приглашены студенты из Москвы, а также региональных филиалов НИУ ВШЭ — Санкт-Петербурга, Перми и Нижнего Новгорода. Студенты получили приглашение через рассылку на групповые почты, в связи с чем мы не можем рассчитать коэффициент ответов по стандартам AAPOR [2016]. Объем выборки составил 760 респондентов. Полностью заполненными анкеты считались те, которые были заполнены на 80% и более [AAPOR, 2016: 15]. Доля незавершенных интервью составила 51% [AAPOR, 2016]. В среднем интервью продолжалось 21 минуту. 74% респондентов — женщины, средний возраст 21,1 года ($SD = 1,7$), 88% — студенты бакалавриата.

Для экспериментального замера была использована так называемая *техника непарных чисел* (в англоязычной литературе фигурирует несколько альтернативных названий подобной экспериментальной методики: list experiment, item count technique, unmatched item count technique). Мы будем придерживаться перевода, предложенного А. Ю. Мягковым, который описал данную методику в отечественной литературе [Мягков, 2013а; 2013б; 2016]. Технику непарных чисел предлагается использовать в случае сенситивных вопросов. Респонденты случайным образом

распределяются в контрольную и экспериментальную группы. Им зачитывают в среднем от трех до пяти утверждений и просят сообщить общее количество утверждений, на которые они ответили утвердительно. Таким образом, респонденты не должны назвать точно утверждения, на которые они ответили утвердительно, что снижает ошибку измерения в чувствительных вопросах. В контрольной группе эти утверждения не должны носить чувствительный характер. В экспериментальной группе добавляется одно утверждение, которое является чувствительным. Различия в средних значениях между экспериментальной и контрольной группами показывает долю индивидов с искомой характеристикой [Мягков, 2013а; 2013б; 2016]. На российской выборке А. Ю. Мягков показал более высокую эффективность использования техники непарных чисел по сравнению с традиционной формой вопроса в таких чувствительных темах, как уклонение от уплаты налогов, сексуальные отношения, супружеские измены, хронические заболевания, венерические заболевания, попытки суицида [Мягков, 2016].

В нашем эксперименте студенты были случайным образом распределены в контрольную и экспериментальную группы. В обеих группах респонденты должны были обозначить, со сколькими утверждениями они согласны (см. полную формулировку в табл. 1). При этом участники не должны были отмечать, с какими именно утверждениями они выражали согласие. Благодаря этому снижался эффект социальной желательности, который приносит ошибку измерения в чувствительных вопросах. Все утверждения показывались на экране респондента в случайном порядке. Единственным отличием экспериментальной группы было то, что наряду с утверждениями, использованными в контрольной группе, добавлялось еще одно, являющееся слухом:

— вирус просочился из лаборатории, которая находится под контролем военных.

Результаты эксперимента позволяют выявить долю респондентов, которые верят слухам. Такая доля вычисляется как разница в средних значениях между экспериментальной и контрольной группами. В рамках эксперимента 362 респондента случайным образом были отобраны в контрольную группу; 398 респондентов — в экспериментальную. Контрольная и экспериментальная группы не различались по таким характеристикам, как пол ($\chi^2(1) = 0,053$; $p = 0,818$), возраст ($t(725) = -1,486$; $p = 0,138$), материальное положение ($t(727) = 0,811$; $p = 0,418$), наличие у студента работы ($\chi^2(1) = 0,029$; $p = 0,864$), субъективная оценка здоровья ($t(727) = 0,475$; $p = 0,635$) и др., из чего мы делаем вывод, что рандомизация была выполнена корректно и не внесла систематических смещений.

Кроме того, мы сравним полученные в эксперименте результаты с теми оценками доли респондентов, доверяющих слухам, что будут получены с использованием традиционной формы вопросов. Для этого через несколько блоков анкеты после эксперимента мы просили респондентов выразить степень согласия по 7-балльной шкале (1 — «полностью не соответствует»; 7 — «полностью соответствует») с рядом утверждений о происхождении новой коронавирусной инфекции:

- коронавирус был разработан **китайскими военными** ($M = 1,84$; $SD = 1,26$);
- коронавирус был разработан **американскими военными** ($M = 1,76$; $SD = 1,3$);
- коронавирус был разработан **в лаборатории как новое биооружие** ($M = 2,12$; $SD = 1,5$).

Таблица 1. **Формулировка утверждений в контрольной и экспериментальной группах**

Контрольная группа (N = 362)	Экспериментальная группа (N = 398)
<p>Ниже перечислены утверждения о происхождении нового коронавируса. Со СКОЛЬКИМИ из перечисленных утверждений Вы согласны? Обратите внимание, мы просим Вас не называть, с какими именно утверждениями вы согласны, а называть ЧИСЛО, со сколькими из утверждений вы согласились бы (например, 0, 1, 2 и т.д.):</p> <ul style="list-style-type: none"> — новый коронавирус впервые был обнаружен в Китае; — в китайском городе Ухань находится институт вирусологии, где проводились исследования коронавирусов; — летучие мыши являются носителями целого ряда коронавирусов. 	<p>Ниже перечислены утверждения о происхождении нового коронавируса. Со СКОЛЬКИМИ из перечисленных утверждений Вы согласны? Обратите внимание, мы просим Вас не называть, с какими именно утверждениями вы согласны, а называть ЧИСЛО, со сколькими из утверждений вы согласились бы (например, 0, 1, 2 и т.д.):</p> <ul style="list-style-type: none"> — новый коронавирус впервые был обнаружен в Китае; — в китайском городе Ухань находится институт вирусологии, где проводились исследования коронавирусов; — летучие мыши являются носителями целого ряда коронавирусов; — вирус просочился из лаборатории, которая находится под контролем военных.

Хотя данные вопросы не идентичны вопросам из экспериментальной части исследования, мы исходим из того, что они измеряют веру слухам о происхождении нового коронавируса из лаборатории и под контролем военных. На традиционные вопросы ответили 503 респондента. Это было связано с технической ошибкой в программировании вопросника, когда в первые дни онлайн-опроса экран с утверждениями не был виден респондентам. Данная техническая проблема была впоследствии решена, что позволило получить более 500 ответов. Отметим, что респонденты, ответившие на традиционные вопросы с утверждениями, не отличаются от тех, кто на них не ответил, по таким социально-демографическим характеристикам, как пол ($\chi^2(1) = 0,517; p = 0,472$), возраст ($t(727) = 0,445; p = 0,657$), материальное положение ($t(727) = 0,111; p = 0,912$), наличие работы у студента ($\chi^2(1) = 0,346; p = 0,556$), субъективная оценка здоровья ($t(727) = 0,603; p = 0,547$).

Результаты

Сравнение средних

Для того чтобы определить, в какой мере респонденты из целевой группы студентов склонны верить слухам о происхождении нового коронавируса, начнем анализ с базового сравнения средних в контрольной и экспериментальной группах. Другими словами, мы оцениваем долю тех людей, кто среди прочих фактов о возникновении новой коронавирусной инфекции отметил неестественную природу происхождения в военной лаборатории. Для оценки этой доли мы рассчитали средние значения того количества утверждений, которое назвали респонденты в контрольной и экспериментальной группах, а затем разницу между этими значениями умножили на 100. Для оценки статистической значимости был использован стандартный двухвыборочный t-тест.

В таблице 2 представлено эмпирическое распределение ответов респондентов в группах. В результате сравнения среднего числа ответов контрольной (M = 2,17;

SD = 0,77) и экспериментальной (M = 2,32; SD = 0,88) групп было получено, что 15,6% ($\theta = 0,156$, S.E. = 0,059) студентов выражают согласие с утверждением о том, что новый коронавирус просочился из лаборатории, которая находится под контролем военных. Данная оценка является статистически значимой, что подтверждается результатами t-теста ($t(758) = -2,587$; $p < 0,01$). Таким образом, мы **находим подтверждение первой гипотезе (H1)** и можем утверждать, что существует статистически значимая доля респондентов, которые верят слухам о происхождении новой коронавирусной инфекции.

Таблица 2. **Количество утверждений, с которыми респонденты выразили согласие в контрольной и экспериментальной группах**

	Контрольная группа		Экспериментальная группа	
	Частота	%	Частота	%
0	6	1,7	5	1,2
1	64	17,7	59	14,8
2	155	42,8	171	43,0
3	137	37,8	128	32,2
4			35	8,8
ИТОГО	362		398	

Мы также сравнили результаты оценки доли респондентов, которые верят слухам, полученные методом непарных чисел, с ответами респондентов на традиционную форму вопроса. Для этого мы перекодировали 7-балльную шкалу в бинарную переменную, определяя согласных с утверждением как тех, кто оценил степень согласия больше, чем на 4 балла (то есть больше, чем серединное значение шкалы). В результате было обнаружено, что вопросы, предполагающие, что респондент явно дает ответ на вопрос о том, в какой степени он согласен со слухами, дают смещенную в меньшую сторону оценку доли согласных. Так, всего 4,4% ($n = 23$) от ответивших согласились с тем, что коронавирус был разработан китайскими военными; 4,4% ($n = 23$) — что американскими военными; и 8,8% ($n = 46$) — что коронавирус был разработан в лаборатории как новое биооружие. При этом все три доли оказались статистически значимо меньше, чем полученная в результате применения техники непарных чисел оценка ($\chi^2(1) = 35,409$; $p < 0,000$ — для первого; $\chi^2(1) = 35,409$; $p < 0,000$ — для второго; и $\chi^2(1) = 10,365$; $p = 0,001$ — для третьего соответственно). Таким образом, на наших данных **вторая гипотеза (H2) также подтверждается**, то есть доля верящих слухам относительно происхождения новой коронавирусной инфекции выше в экспериментальной части с применением техники непарных чисел по сравнению с более традиционной формой вопроса.

Регрессионный подход к анализу метода непарных чисел

Несмотря на то, что сама по себе оценка доли уязвимых к слухам респондентов является основным результатом применения техники непарных чисел, авторы

новых подходов к анализу результатов данной техники предлагают также попробовать оценить, какие характеристики респондентов коррелируют с выбором сенситивного суждения [Balir, Imai, 2012]. В данной работе мы изначально не ставили перед собой цель определить данные характеристики, так как ее эмпирическая база представлена невероятной удобной выборкой, на которой невозможно оценить гетерогенные эффекты для экспериментальной группы при надежной оценке среднего эффекта. Однако мы все же использовали существующую в выборке вариацию для попытки описания респондентов, больше склонных верить слухам о происхождении коронавируса. Для этого были отобраны следующие характеристики.

Социально-демографический портрет респондента: пол (77 % женщин), возраст ($M = 21,13$; $SD = 1,74$), наличие у студента работы (60 % — только учатся), а также региональный филиал (Москва (72 %), Санкт-Петербург (16 %), Нижний Новгород (6 %) и Пермь (6 %)), в котором студент проходит обучение. К отмеченным социально-демографическим характеристикам мы добавили обобщенное доверие (23 % — «большинству можно доверять»), так как предшествующие исследования указывают на наличие значимой корреляции между доверием и верой слухам и конспирологическим теориям [Aupers, 2012].

Медиапотребление. Достаточно большой пласт литературы посвящен влиянию медиапотребления на восприятие разного рода фейковых новостей (см., например, [Stempel, Hargrove, Stempel, 2007; Craft, Ashley, Maksl, 2017; Allington et al., 2020]), в связи с чем мы также включаем эти предикторы в нашу модель. Респондентам было предложено оценить по 7-балльной шкале, как часто они используют следующие источники информации: «Первый канал», «Россия-1» или НТВ ($M = 2,05$; $SD = 1,56$); «Дождь», Euronews или РБК ($M = 2,76$; $SD = 1,77$); «Медуза» или «Эхо Москвы» ($M = 3,67$; $SD = 1,91$).

Восприятие и отношение к событиям вокруг пандемии COVID-19. Наконец, в качестве предикторов, потенциально объясняющих склонность респондентов верить слухам, также были отобраны те вопросы, которые измеряли отношение респондентов к разным аспектам новой коронавирусной инфекции. Так, были отобраны частота обсуждения коронавирусной эпидемии ($M = 1,66$; $SD = 0,71$), оценка респондентами вероятности ее распространения ($M = 5,34$; $SD = 1,36$), оценка масштаба пандемии ($M = 2,99$; $SD = 0,86$) и оценка вероятности заразиться коронавирусом ($M = 31,37$; $SD = 26,16$).

Мы использовали методологию регрессионного анализа, разработанную К. Имаи [Blair, Imai, 2012]. Результаты регрессионного моделирования с использованием разных методов статистического оценивания представлены в таблице 3. Мы обнаружили, что большинство отобранных нами предикторов не являются статистически значимыми, то есть нет оснований утверждать, что именно эти характеристики предсказывают склонность верить слухам. Однако мы обнаружили наличие региональных различий. Используя в качестве базовой категории обучение студента в Москве, мы видим, что студенты Санкт-Петербургского филиала в значительно меньшей степени ($\beta = -0,313$; $S.E. = 0,168$) склонны верить слухам относительно происхождения новой коронавирусной инфекции. Аналогично пермские студенты ($\beta = -0,374$; $S.E. = 0,254$) в меньшей степени оказались согласны

с утверждением о неестественной природе вируса, чем московские студенты. Для нижегородского филиала статистически значимых отличий от Москвы обнаружено не было ($\beta = -0,232$; S.E. = 0,297).

Таблица 3. Регрессионный анализ результатов применения техники непарных чисел с использованием линейной и логистической модели (по методологии К. Имаи)

Предикторы линейной модели	Линейная модель	Логистическая модель
Возраст	-0,011 (0,037)	-0,004 (0,292)
Пол (Ж)	-0,051 (0,159)	0,250 (1,091)
Безработный	0,035 (0,135)	0,452 (0,999)
Филиал: Санкт-Петербург	-0,313 (0,168)	
Филиал: Нижний Новгород	-0,232 (0,297)	
Филиал: Пермь	-0,374 (0,254)	
Медиапотребление: «Первый канал», «Россия-1» или НТВ	0,008 (0,045)	-0,198 (0,405)
Медиапотребление: «Дождь», Euronews или РБК	-0,017 (0,036)	-0,209 (0,314)
Медиапотребление: «Медуза» или «Эхо Москвы»	-0,011 (0,035)	-0,122 (0,248)
Обсуждение коронавируса	0,005 (0,097)	0,471 (0,607)
Оценка вероятности распространения	-0,023 (0,053)	0,072 (0,367)
Обобщенное доверие	-0,168 (0,158)	-1,109 (0,998)
Оценка масштабов пандемии	-0,068 (0,082)	-0,623 (0,575)
Оценка вероятности заражения (log)	0,019 (0,021)	0,096 (0,236)
Константа	1,130 (0,949)	1,446 (7,095)

Примечание: В таблице представлены только оценки коэффициентов для чувствительного утверждения — согласие с утверждением, что новый коронавирус просочился из лаборатории, которая находится под контролем военных. Оценки коэффициентов для контрольных утверждений исключены с целью экономии места. Для оценивания линейной модели был использован метод наименьших квадратов, для логистической — двухэтапный нелинейный метод наименьших квадратов [Balir, Imai, 2012]. Для логистической регрессии оценки при коэффициентах филиалов не определены. В таблице представлены оценки коэффициентов; в скобках — стандартные ошибки.

Дискуссия

Мы предприняли попытку оценить распространенность веры слухам о происхождении новой коронавирусной инфекции среди российских студентов и проверили две основные гипотезы, которые были подтверждены в ходе анализа.

Во-первых, мы обнаружили, что 15,6% студентов верят слухам о происхождении нового коронавируса. Данная оценка была получена с помощью применения экспериментальной техники непарных чисел. Во-вторых, мы обнаружили большую эффективность применения техники непарных чисел по сравнению с применением прямого вопроса о вере слухам. Таким образом, мы подтвердили, что декларация этой веры является социально неодобряемым поведением. Следовательно, социологам стоит обратить внимание на то, что данные вопросы подвержены большей ошибке измерения, которая носит систематический характер. Это означает, что доля верящих, полученная посредством использования традиционной формы вопросов о вере слухам о новом коронавирусе, значительно недооценена.

Какие мы можем сделать выводы относительно тех 15% студентов, которые верят слухам? Насколько это много или мало? И какие могут быть последствия? Несмотря на то что это не большинство, мы не можем утверждать, что данная группа мала или незначима. Безусловно, в настоящее время сложно оценить все возможные негативные социальные эффекты, так как для этого необходимы временная перспектива и наличие данных за продолжительный период времени, однако исследователи уже сейчас подчеркивают возможные негативные последствия такой веры на поведение индивидов. Так, у людей снижается желание кооперироваться с другими, следовать медицинским рекомендациям, они выражают агрессию по отношению к аутгруппам [Allington et al., 2020; van Bavel et al., 2020]. Вместе с тем некоторые авторы подчеркивают и возможные положительные последствия веры людей в фейковые новости, такие как повышение прозрачности, развитие открытых данных и более широкое обсуждение в СМИ научных результатов [Goreis, Voracek, 2019].

В целом результаты исследования показали преимущества техники непарных чисел при ответе на чувствительные вопросы по сравнению с прямыми вопросами. Этот результат согласуется с другими исследованиями, также демонстрирующими высокий потенциал методики при изучении общественного мнения в России [Калинин, 2014]. Использование данной техники позволяет частично преодолеть, в частности, эффекты спирали молчания [Noelle-Neumann, 1984] и фальсификации предпочтений по вопросам общественной значимости [Kuran, 1997] и обладает высоким потенциалом для изучения общественного мнения в России и других постсоветских странах.

Выявленная статистически значимая доля тех, кто верит слухам, не характеризуется какой-либо медийной или социально-экономической гомогенностью. Данный результат указывает на то, что источники информации не играют решающей роли в убеждении людей в правдоподобности слухов, и подтверждает тезис о минимальных эффектах медиа в условиях информационного изобилия [Bennett, Iyengar, 2008]. Примечательно, что количество тех, кто верит слухам, варьировалось в зависимости от региона. Данный результат говорит об общем эффекте информационной среды, в которой массмедиа являются одним из значимых, но не единственным и не решающим источником информации. Находясь на пересечении различных информационных потоков, индивиды также состоят в различных социальных группах, в которых обсуждаются как сами темы, так и их медийная интерпретация [Shaw et al., 1999]. Такое слияние повесток (agenda-

melding) позволяет индивидам быть менее уязвимыми к прямому воздействию первого и второго уровней повесток дня, но само по себе не мешает распространению слухов. В одних случаях слияние повесток может работать на усиление распространенности слухов, тогда как в других случаях, напротив, уменьшать ее.

Результаты данного исследования имеют ряд ограничений. Во-первых, была использована неслучайная выборка студентов. Таким образом, затруднены обобщения на другие группы населения. Студенты в качестве эмпирического объекта фигурируют во многих социологических и психологических исследованиях. Они представляют интерес в связи с тем, что это достаточно гомогенная по ряду социально-демографических и поведенческих характеристик группа. Подобная гомогенность уменьшает вероятность опровержения нулевой гипотезы. Благодаря этому уменьшается вероятность ошибки первого рода и теория проверяется в более строгих экспериментальных условиях [Lucas, 2003]. Несмотря на валидность использования студентов в качестве эмпирического объекта в экспериментальных исследованиях, отметим необходимость воспроизводства полученных нами результатов в других исследованиях и на других выборках. Во-вторых, объем выборки, рекомендуемый в экспериментах с применением методики непарных чисел, составляет не менее 1000 респондентов. Более того, некоторые исследователи советуют выборку не менее 2000 респондентов [Corstange, 2009]. Таким образом, в последующих исследованиях рекомендуется увеличить объем выборки для получения более точных результатов с меньшей ошибкой. В-третьих, возможно, в нашем эксперименте был достигнут так называемый эффект потолка, который вносит систематическую ошибку измерения. В экспериментах с применением методики непарных чисел необходимо учитывать, что есть два крайних значения, которых респонденты могут избегать. Это, с одной стороны, нулевое значение, а с другой — максимальное, то есть суммарное количество утверждений в списке. Оба значения «открывают» респондента перед исследователем, нивелируя тем самым цель методики, состоящей в обеспечении приватности респондента и сокрытии от исследователя мнения респондента по каждому представленному утверждению. В связи с тем, что достаточная доля респондентов выражала согласие со всеми утверждениями в контрольной и экспериментальной группах, в последующих исследованиях следует учесть этот факт и внести некоторые корректировки в содержание утверждений несенситивного характера. Необходимо соблюсти такой баланс, чтобы минимизировать вероятность согласия респондентов со всеми утверждениями или несогласия ни с одним из представленных утверждений. В случае наличия эффекта «потолка» в нашем эксперименте доля верящих слухам о появлении новой коронавирусной инфекции среди студентов должна быть выше, и мы недооценили эту долю. Несмотря на данные ограничения, исследование вносит вклад в дискуссию о методологии исследований общественного мнения, а также в изучение общественной реакции и мнений в отношении новой коронавирусной инфекции. Впервые как в отечественной, так и международной литературе мы показываем эффективность применения методики непарных чисел в изучении слухов. Данная попытка показывает возможности дальнейшего экспериментального изучения веры в фейковые новости и слухи относительно новой коронавирусной инфекции.

Список литературы (References)

Калинин К. О. Исследование социально-приемлемого поведения в России: теория и методология // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 1. С. 17—40. URL: https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2014/119/2014_119_2_K.O.Kalinin.pdf (дата обращения: 01.12.2020).
Kalinin K. O. (2014) Studying Socially Acceptable Behavior in Russia: Theory and Methodology. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 17—40. URL: https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2014/119/2014_119_2_K.O.Kalinin.pdf (accessed: 01.12.2020). (In Russ.)

Кин Дж. Демократия и декаданс медиа. М.: НИУ ВШЭ, 2015. URL: <https://id.hse.ru/books/142095863.html> (дата обращения: 01.12.2020).

Keane J. (2015) *Democracy and Media Decadence*. Moscow: NRU HSE. URL: <https://id.hse.ru/books/142095863.html> (accessed: 01.12.2020). (In Russ.)

Мягков А. Ю. Техника «непарных чисел» (аналитический обзор зарубежных исследований) // Социологические исследования. 2013а. № 7. С. 78—87.

Myagkov A. Yu. (2013a) Unmatched Item Count Technique (the Analytical Review of Foreign Research). *Sociological Studies*. No. 7. P. 78—87. (In Russ.)

Мягков А. Ю. «Техника непарных чисел»: опыт применения в телефонном интервью // III Международная социологическая конференция «Продолжая Б. А. Грушина». Избранные тезисы по темам «Социология труда и профессий», «Вопросы методологии». 2013b. С. 171—173. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/50711164/> (дата обращения: 01.12.2020).

Myagkov A. Yu. (2013b) Unmatched Item Count Technique: An Approbation in Telephone Interviewing. In: *III International Sociological Conference «Continuing Grushin». Selected Abstracts on the Topics of «Sociology of Labor and Professions», «Questions of Methodology»*. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/50711164/> (accessed: 01.12.2020). (In Russ.)

Мягков А. Ю. Техника «непарных чисел»: опыт экспериментального тестирования // Социологические исследования. 2016. № 1. С. 37—48. URL: http://socis.isras.ru/index.php?page_id=453&id=6014&jid=6537&jj=85. (дата обращения: 01.12.2020).

Myagkov A. Yu. (2016) Unmatched Item Count Technique: An Experimental Approbation. *Sociological Studies*. No. 1. P. 37—48. URL: http://socis.isras.ru/index.php?page_id=453&id=6014&jid=6537&jj=85 (accessed: 01.12.2020). (In Russ.)

AAPOR: The American Association for Public Opinion Research. (2016) *Standard Definitions: Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys*. 9th edn. Amsterdam: AAPOR.

Ahmed W., Vidal-Alaball J., Downing J., Seguí F. L. (2020) COVID-19 and the 5G Conspiracy Theory: Social Network Analysis of Twitter Data. *Journal of Medical Internet Research*. Vol. 22. No. 5. e19458. <https://doi.org/10.2196/19458>.

Allington D., Duffy B., Wessely S., Dhavan N., Rubin J. (2020) Health-Protective Behaviour, Social Media Usage and Conspiracy Belief During the COVID-19 Public

Health Emergency. *Psychological Medicine*. P. 1—7. <https://doi.org/10.1017/S003329172000224X>.

Aupers S. (2012) 'Trust no one': Modernization, Paranoia and Conspiracy Culture. *European Journal of Communication*. Vol. 27. No. 1. P. 22—34. <https://doi.org/10.1177/0267323111433566>.

Barker D., Marietta M. (2020) Misinformation, Fake News, and Dueling Fact Perceptions in Public Opinion and Elections. In: Suhay E., Grofman B., Trechsel A. (eds.) *The Oxford Handbook of Electoral Persuasion*. Oxford Handbooks Online. P. 492—522. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190860806.013.19>.

Bennett W. L., Iyengar S. (2008) A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*. Vol. 54. No. 4. P. 707—731. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>.

Berinsky A. J. (2017) Rumors and Health Care Reform: Experiments in Political Misinformation. *British Journal of Political Science*. Vol. 47. No. 2. P. 241—262. <https://doi.org/10.1017/S0007123415000186>.

Blair G., Imai K. (2012) Statistical Analysis of List Experiments. *Political Analysis*. Vol. 20 No. 1. P. 47—77. <https://doi.org/10.1093/pan/mpr048>.

Bruns A., Harrington S., Hurcombe E. (2020) 'Corona? 5G? or Both?': The Dynamics of COVID-19/5G Conspiracy Theories on Facebook. *Media International Australia*. Vol. 177. No. 1. P. 12—29. <https://doi.org/10.1177/1329878X20946113>.

Corstange D. (2009) Sensitive Questions, Truthful Answers? Modeling the List Experiment with LISTIT. *Political Analysis*. Vol. 17. No. 1. P. 45—63. <https://doi.org/10.1093/pan/mpn013>.

Craft S., Ashley S., Maksi A. (2017) News Media Literacy and Conspiracy Theory Endorsement. *Communication and the Public*. Vol. 2. No. 4. P. 388—401. <https://doi.org/10.1177/2057047317725539>

DiFonzo N., Bordia P. (2006) *Rumor Psychology: Social and Organizational Approaches*. New York: American Psychological Association. URL: <https://www.apa.org/pubs/books/4316079> (accessed: 01.12.2020).

Georgiou N., Delfabbro P., Balzan R. (2020) COVID-19-Related Conspiracy Beliefs and Their Relationship With Perceived Stress and Pre-existing Conspiracy Beliefs. *Personality and Individual Differences*. Vol. 166. No. 110201. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110201>.

Goertzel T. (1994) Belief in Conspiracy Theories. *Political Psychology*. Vol. 15. No. 4. P. 731—742. <https://doi.org/10.2307/3791630>.

Goreis A., Voracek M. (2019) A Systematic Review and Meta-Analysis of Psychological Research On Conspiracy Beliefs: Field Characteristics, Measurement Instruments, and Associations with Personality Traits. *Frontiers in Psychology*. Vol. 10. 11 February. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00205>.

Grinberg N., Joseph K., Friedland L., Swire-Thompson B., Lazer D. (2019) Fake News on Twitter During the 2016 U.S. Presidential Election. *Science*. Vol. 363. No. 6425. P. 374—378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>.

Gruzd A., Mai P. (2020) Going Viral: How a Single Tweet Spawned a COVID-19 Conspiracy Theory on Twitter. *Big Data & Society*. Vol. 7. No. 2. <https://doi.org/10.1177/2053951720938405>.

Kalsnes B. (2018) Fake News. In: *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Ed. by J. F. Nussbaum. New York: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.809>.

Kuran T. (1997) *Private Truth, Public Lies: The Social Consequences of Preference Falsification*. Cambridge: Harvard University Press.

Lazer D., Baum M., Benkler Y., Berinsky A., Greenhill K., Menczer F., Metzger M., Nyhan B., Pennycook G., Rothschild D., Schudson M., Sloman S., Sunstein C., Thorson E., Watts D., Zittrain J. (2018) The Science of Fake News. *Science*. Vol. 359. No. 6380. P. 1094—1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>.

Lucas J. W. (2003) Theory-Testing, Generalization, and the Problem of External Validity. *Sociological Theory*. Vol. 21. No. 3. P. 236—253. <https://doi.org/10.1111/1467-9558.00187>.

Noelle-Neumann E. (1984) *The Spiral of Silence: Public Opinion — Our Social Skin*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Papakyriakopoulos O., Medina Serrano, J.C., Hegelich S. (2020) The Spread of COVID-19 Conspiracy Theories on Social Media and the Effect of Content Moderation. *The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*. URL: <https://misinformreview.hks.harvard.edu/article/the-spread-of-covid-19-conspiracy-theories-on-social-media-and-the-effect-of-content-moderation/> (accessed 07.12.2020).

Pennycook G., McPhetres J., Zhang Y., Rand D. (2020) Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy Nudge Intervention. *Psychological Science*. Vol. 31. No. 7. P. 770—780. <https://doi.org/10.1177/0956797620939054>.

Prooijen J.-W. van (2017) Why Education Predicts Decreased Belief in Conspiracy Theories. *Applied Cognitive Psychology*. Vol. 31. P. 50—58. <https://doi.org/10.1002/acp.3301>.

Pulido C., Villarejo-Carballido B., Redondo-Sama G., Gómez A. (2020) COVID-19 Infodemic: More Retweets for Science-Based Information on Coronavirus Than for False-Information. *International Sociology: Journal of the International Sociological Association*. Vol. 35. No. 4. P. 377—392. <https://doi.org/10.1177/0268580920914755>.

Rosnow R. (1988) Rumor as Communication: A Contextualist Approach. *Journal of Communication*. Vol. 38. No. 1. P. 12—28. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1988.tb02033.x>.

Shaw D. L., McCombs M., Weaver D. H., Hamm B. J. (1999) Individuals, Groups, and Agenda Melding: A Theory of Social Dissonance. *International Journal of Public Opinion Research*. Vol. 11. No. 1. P. 2—24. <https://doi.org/10.1093/ijpor/11.1.2>.

Southwell B. G., Thorson E. A., Sheble L. (eds.) (2018) Misinformation and Mass Audiences. Austin: University of Texas Press. URL: <https://utpress.utexas.edu/books/southwell-thorson-sheble-misinformation-and-mass-audiences> (accessed: 01.12.2020).

Stempel C., Hargrove T., Stempel G. H. (2007) Media Use, Social Structure, and Belief in 9/11 Conspiracy Theories. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol. 84. No. 2. P. 353—372. <https://doi.org/10.1177/107769900708400210>.

Sunstein C. (2009) On Rumors: How Falsehoods Spread, Why We Believe Them, What Can Be Done. New York, NY: Farrar, Straus and Giroux.

Tandoc E. C., Lim Z. W., Ling R. (2018) Defining «Fake News»: A Typology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*. Vol. 6. No. 2. P. 137—153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>.

Van Bavel J., Baicker K., Boggio P., Capraro V., Cichocka A., Cikara M., Crockett M., Crum A., Douglas K., James N., Druckman J., Dube O., Ellemers N., Finkel E., Fowler J., Gelfand M., Han S., Haslam S., Jetten J., Kitayama S., Mobbs D., Napper L., Packer D., Pennycook G., Peters E., Petty R., Rand D., Reicher S., Schnall S., Shariff A., Skitka L., Smith S., Sunstein C., Tabri N., Tucker J., van der Linden S., van Lange P., Weeden K., Wohl M., Zaki J., Zion S., Willer R. (2020) Using Social And Behavioural Science to Support COVID-19 Pandemic Response. *Nature Human Behaviour*. Vol. 4. P. 460—471. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z>.

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1754](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1754)



А. Д. Казун, А. П. Казун

ВОЛНОВАЯ (ДЕ)ПРОБЛЕМАТИЗАЦИЯ: ОСВЕЩЕНИЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА В РОССИИ НА ФЕДЕРАЛЬНОМ ТЕЛЕКАНАЛЕ

Правильная ссылка на статью:

Казун А. Д., Казун А. П. Волновая (де)проблематизация: освещение пандемии коронавируса в России на федеральном телеканале // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 284—306. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1754>.

For citation:

Kazun A. D., Kazun A. P. (2020) Cyclic (De)Problematization: Coverage of the Coronavirus Pandemic in Russia on a Federal TV Channel. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 284–306. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1754>. (In Russ.)

**ВОЛНОВАЯ (ДЕ)ПРОБЛЕМАТИЗАЦИЯ:
ОСВЕЩЕНИЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИ-
РУСА В РОССИИ НА ФЕДЕРАЛЬНОМ
ТЕЛЕКАНАЛЕ**

**CYCLIC (DE)PROBLEMATIZATION: COV-
ERAGE OF THE CORONAVIRUS PAN-
DEMIC IN RUSSIA ON A FEDERAL TV
CHANNEL**

*КАЗУН Анастасия Дмитриевна — кан-
дидат социологических наук, стар-
ший научный сотрудник Лаборатории
экономико-социологических иссле-
дований, Национальный исследова-
тельский университет «Высшая школа
экономики», Москва, Россия
E-MAIL: adkazun@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0002-9633-2776>*

*Anastasia D. KAZUN¹ — Cand. Sci. (Soc.),
Senior Research Fellow at the Laboratory
for Studies in Economic Sociology
E-MAIL: adkazun@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0002-9633-2776>*

*КАЗУН Антон Павлович — кандидат со-
циологических наук, старший научный
сотрудник Международного центра
изучения институтов и развития, На-
циональный исследовательский уни-
верситет «Высшая школа экономики»,
Москва, Россия
E-MAIL: akazun@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0002-0091-5388>*

*Anton P. KAZUN¹ — Cand. Sci. (Soc.),
Senior Research Fellow at the Interna-
tional Center for the Study of Institutions
and Development
E-MAIL: akazun@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0002-0091-5388>*

¹ National Research University Higher School
of Economics, Moscow, Russia

Аннотация. В статье мы анализируем освещение пандемии коронавируса на «Первом канале» за период с 1 февраля 2020 г. по 30 июля 2020 г. На основе анализа более 3 тысяч новостей мы разделяем дискуссию на три этапа, в рамках которых последовательно осуществлялись стратегии по смягчению ситуации, по ее проблематизации и, наконец, повторной депроблематизации. Для каждого этапа мы выделяем и описываем основные метафоры, смысловые акценты и способы аргументации, которые позволяли реализовать соответствующую стратегию. Для объяснения динамики освещения коронавируса предлагаем концепцию волновой (де)проблематизации, которая позволяет интерпретировать и анализировать существенные из-

Abstract. The article investigates the coverage of the coronavirus pandemic on Channel One for the period from February 1, 2020 to July 30, 2020. Based on the analysis of more than 3,000 news stories, the authors divide the discussion into three major stages. Each stage was defined in terms of specific metaphors, meanings and methods of argumentation aimed at implementing a certain strategy (to soften, to problematize or to deproblematize the situation). The dynamics in the COVID-19 coverage is explained through the concept of cyclic (de)problematization which helps to interpret and analyze significant changes in the tone of the coverage of a particular topic by the same media outlet over a short period of time. By comparing the discussion dynamics and public opinion

менения тональности освещения конкретного вопроса в одном и том же СМИ за короткий период времени. Сопоставляя динамику дискуссии с опросами общественного мнения, проводимыми Фондом «Общественное мнение», мы делаем вывод, что характер освещения проблемы коронавируса на «Первом канале» мог существенно повлиять на оценки ситуации населением. Однако волновая депроблематизация в качестве одного из последствий имеет рост недоверия к официальной информации о коронавирусе, что может затруднить повторную проблематизацию ситуации в случае ухудшения эпидемиологической ситуации.

Ключевые слова: коронавирус, COVID-19, конструирование проблем, депроблематизация, телевидение

Благодарность. Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2020 г.

Введение

Пандемия новой коронавирусной инфекции поставила множество непростых задач как перед представителями власти, которые должны предпринимать меры для преодоления кризиса, так и перед федеральными СМИ, ставшими важным источником официальной информации для населения, в то время как социальные сети и другие интернет-ресурсы могут предлагать разнообразные сведения о проблеме, в том числе противоречащие официальной позиции. В настоящем исследовании мы анализируем новости «Первого канала», посвященные пандемии коронавируса, за период с 1 февраля по 31 июля 2020 г.

В этой статье мы решаем несколько исследовательских задач. Во-первых, мы предлагаем подробный обзор динамики дискуссии о коронавирусе на главном федеральном канале страны, который позволяет реконструировать логику освещения проблемы и ее трансформацию вслед за объективными изменениями ситуации. В том числе мы описываем инструменты (стратегии проблематизации и депроблематизации), применявшиеся для эффективной реализации этой логики. Во-вторых, мы выдвигаем и развиваем концепцию «волновой (де)проблематизации».

surveys conducted by the Public Opinion Foundation (FOM), the authors conclude that the way the COVID-19 topic was covered on Channel One may have substantially affected the public perceptions of the situation. However, cyclic deprobematization can increase public distrust in official information about the COVID-19; this, in turn, can make it difficult to re-problemematize the situation if the epidemiological situation further deteriorates.

Keywords: coronavirus, COVID-19, deprobematization, television, constructing problems

Acknowledgments. The study has been funded within the framework of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE) in 2020.

Особенностью освещения коронавируса была высокая степень неопределенности и непредсказуемости ситуации, что создавало необходимость серьезно менять подаваемую в эфире информацию. Существует немало исследований того, как СМИ проблематизируют тот или иной вопрос или же, напротив, пытаются успокоить аудиторию [Ibarra, Kitsuse, 2003]. Однако ранее не было работ, которые анализировали бы, как и первое и второе происходит в рамках одного и того же канала коммуникации в короткий период времени. В-третьих, сопоставляя динамику дискуссии с динамикой общественного мнения, мы делаем выводы об эффективности волновой (де)проблематизации и ее влиянии на доверие зрителей к информации. Освещение пандемии коронавируса на федеральном канале, несомненно, имело цели, связанные с информированием населения и воздействием на его восприятие ситуации. Также могли предприниматься попытки скорректировать поведение людей (например, стимулировать носить маску, соблюдать самоизоляцию, перестать закупать впрок продукты и пр.). Ответ на вопрос, насколько успешной была коммуникация с аудиторией в данном случае, и является нашей третьей задачей.

Статья состоит из введения, четырех разделов и заключения. В первой части мы обсуждаем релевантную литературу об освещении в СМИ социально значимых проблем; во второй описываем методологию исследования; в третьей предлагаем подробный анализ дискуссии на «Первом канале», которая аналитически делится на три этапа; в четвертой части анализируем возможную связь этой дискуссии с восприятием населением России проблемы коронавируса.

Теоретическая основа и проблема исследования

Многочисленные исследования подтверждают влияние дискуссий в СМИ на общественное мнение. Согласно теории повестки дня [McCombs, 1977; McCombs, Shaw, Weaver, 2014], медиа могут привлекать внимание к тем или иным вопросам, заставляя воспринимать их как значимые, а также подчеркивать отдельные аспекты обсуждаемых проблем. Разумеется, такое влияние не абсолютно: его может ограничивать наличие у людей личного опыта в отношении проблемы (возможно, противоречащего публичной дискуссии) [Ju, 2014; Weaver et al., 1981], отсутствие потребности в информации по указанному вопросу (need for orientation) [Camaj, 2014], тенденция игнорировать новости, противоречащие предшествующим взглядам [Iyengar, Hahn, 2009], и многое другое. Тем не менее масштабы освещения проблемы [McCombs, 1977], особенности фреймирования новостей [Entman, 2007; Matthes, 2009], а также используемые средства выразительности (например, метафоры) [Williams, 2013] могут сформировать в сознании людей образ того или иного события. В числе прочего исследователи говорят о возможности конструирования [Blumer, 1971; Spector, Kitsuse, 1987] и деконструирования проблем [Ibarra, Kitsuse, 2003; Kazun, 2016].

Процесс (де)проблематизации тех или иных вопросов в СМИ, как правило, рассматривается как нечто независимое, возникающее безотносительно предшествовавшей дискуссии по этому вопросу. Вместе с тем логично предположить, что подобно сетевой повестке дня [Guo, 2012; Guo, Vargo, 2015; McCombs, Shaw, Weaver, 2014; Vargo et al., 2014], указывающей на связь разных вопросов друг с другом как в медиа, так и в сознании людей, конструирование образа какого-либо со-

бытия или процесса связано с тем, как они освещались ранее. Следовательно, имеет смысл рассматривать дискуссии в СМИ в динамике, как серию сменяющих друг друга периодов акцентирования проблемы и ее исключения из числа остро стоящих вопросов. (Де)проблематизация различных вопросов, таким образом, имеет волнообразный характер.

Пандемия COVID-19 представляет собой удобный кейс для иллюстрирования этой концепции. Освещение кризисных ситуаций, связанных со здоровьем населения, обычно приводит к резкому росту спроса на подобную информацию, который нередко не может быть в полной мере удовлетворен органами власти и экспертным сообществом [Reynolds, Seeger, 2005; Sopory et al., 2019]. Кроме того, поскольку ситуация меняется быстро, информация об угрозах и противодействии им часто оказывается неполной или изменчивой, неточной или избыточно сенсационной [Kittler et al., 2004; Smith, 2006]. Можно предположить, что в случае с пандемией COVID-19 эти сложности в организации массовой коммуникации также наблюдались. Например, согласно отдельным исследованиям, характер дискуссии по данному вопросу мог повышать тревожность населения [Ogbodo et al., 2020]. Кроме того, освещение проблемы неоднократно изменялось в ответ на поступление новой информации, введение тех или иных ограничительных мер и т. д. Образ коронавируса в период, когда он еще не пришел в Россию, во время самоизоляции и в момент снятия основных ограничений существенно различался. Часть тезисов, транслируемых СМИ, по прошествии времени начинали восприниматься как ложные. Неоднозначность и изменчивость контента могли существенно повлиять на восприятие проблемы, поскольку данный вопрос актуален и сложен для населения, он вовлекает людей в активный поиск информации [Valenzuela, Chernov, 2016; Weaver, 1980].

Недостаток или неубедительность информации об актуальном событии может способствовать возникновению теорий заговора [Sullivan, Landau, Rothschild, 2010; Whitson, Galinsky, 2008], как это уже неоднократно происходило в отношении различных болезней, например ВИЧ и СПИДа [Bogart, Thorburn, 2006; Parsons et al., 1999], вируса Зика [Klofstad et al., 2019] и COVID-19 [Ahmed et al., 2020]. При этом вера в конспирологические теории имеет доказанные негативные эффекты: снижает вероятность вакцинации [Jolley, Douglas, 2014; Kata, 2010] и благоприятное для здоровья поведение [Oliver, Wood, 2014], провоцирует скептическое отношение к профилактическим мерам для предотвращения распространения заболевания [Bird, Bogart, 2005]. Кроме того, неопределенность, связанная с угрозами здоровью населения, потенциально снижает доверие к власти и социальным институтам, которые воспринимаются как ответственные за решение проблемы [Miles, Frewer, 2003]. Можно предположить, что непоследовательность и неоднозначность освещения подобных вопросов может приводить к негативным социальным последствиям.

Таким образом, пандемия COVID-19 представляет собой сложный и актуальный для населения вопрос, что, согласно теории потребности в ориентации (need for orientation), должно способствовать большему влиянию медиадискуссии на общественное мнение. Предшествующие исследования подтверждают также заметную роль освещения медицинских вопросов в СМИ при формировании поведения населения в отношении них. Следовательно, тема исследования имеет практическую значимость.

Кроме того, гипотеза о возможности волновой (де)проблематизации различных событий также нуждается в проверке и иллюстрировании эмпирическими примерами. Сложности, которые, согласно предшествующим исследованиям, возникают у СМИ при освещении ситуаций, связанных с риском для здоровья населения (например, изменчивость и неоднозначность имеющейся информации), делают кейс пандемии подходящим для рассмотрения в данном контексте. В этом состоит теоретическая новизна исследования.

Методология

Данные собирались с использованием ресурса Factiva¹, публикующего транскрипты новостных передач федеральных каналов России. «Первый канал» был выбран как СМИ, репрезентирующее официальную позицию по актуальным вопросам. Были собраны все новостные сообщения за период с февраля 2020 г. по июль 2020 г., связанные с тематикой коронавируса. Поиск новостных сообщений осуществлялся по ключевым словам «коронавирус» и «COVID». В общей сложности без учета повторяющихся информационных сообщений наш массив данных составил 3031 новость.

Анализ данных осуществлялся по следующей схеме: на первом этапе два автора независимо друг от друга читали весь массив текстовых расшифровок новостей, в которых упоминался коронавирус за период с 1 февраля по 31 июля 2020 г. на «Первом канале», присваивали новостям коды, отражающие типичные черты дискуссии. На втором этапе коды были сопоставлены между собой, чтобы выделить типичные элементы: стратегии проблематизации, стратегии депроблематизации, используемые метафоры и смысловые акценты, примеры, подтверждающие те или иные тезисы, способы аргументирования позиции (ссылка на международный опыт, статистику, заявления должностных лиц и т. д.) и пр. Наконец, на третьем этапе дискуссия была разделена на этапы, в рамках каждого из которых использовался набор элементов, содержательно отличавшихся от других этапов. После этого мы уточнили эти этапы, сопоставив их со значимыми событиями (статистикой о заболеваемости, принятием важных политических решений, значимыми датами и пр.). Для удобства представления результатов анализа мы будем описывать их этап за этапом в хронологической последовательности (см. рис. 1).

При работе с текстами новостей мы опирались на ряд предшествующих исследований и подходов к анализу новостей. Прежде всего, в работе мы придерживаемся конструктивистского понимания социальных проблем [Blumer, 1971; Spector, Kitsuse, 1987]. Разумеется, пандемия коронавируса имеет объективные негативные последствия: как прямые (число заболевших и умерших), так и косвенные (например, экономические потери от введения режима самоизоляции). Все эти последствия COVID-19 могут оцениваться и оцениваются экспертами в разных областях. Однако в данной работе мы хотим обратить внимание скорее на способ «рассказывания истории» о проблеме, чем на ее количественные характеристики. Это представляется логичным, поскольку восприятие ситуации как проблемной не выступало зеркальным отражением числа заболевших и умерших. Так, введение ограничительных мер производилось при меньшем числе заболевших, чем их отмена.

¹ Factiva. URL: <https://professional.dowjones.com/factiva/> (accessed 20.11.2020).

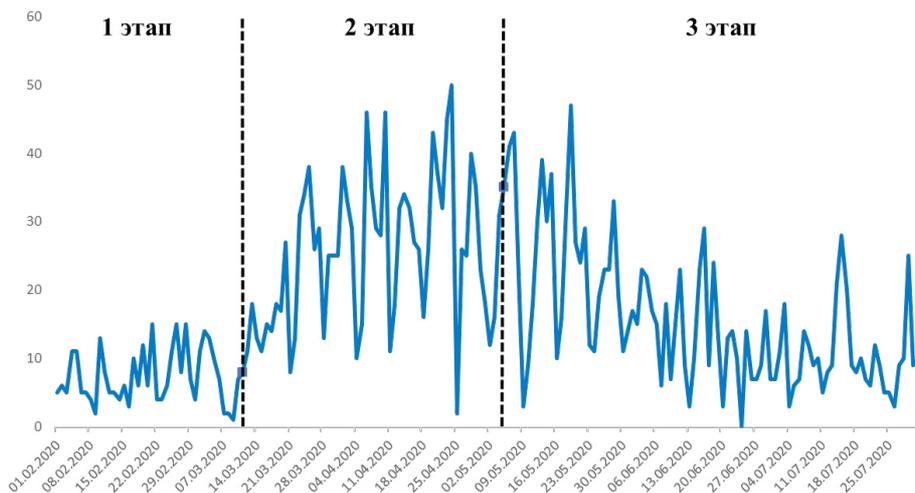


Рис. 1. Динамика числа новостей, связанных с коронавирусом, на «Первом канале» с 1 февраля по 31 июля 2020 г.

Мы также опираемся на работы, посвященные депроблематизации различных вопросов. Помимо игнорирования и замалчивания отдельных проблем [Edelman, 1988; Ясавеев, 2006], медиа могут использовать разнообразные способы аргументирования того, что те или иные негативные условия не существуют в реальности, преувеличены или не могут быть устранены в настоящий момент [Ibarra, Kitsuse, 2003; Kazun, 2016].

Кроме того, не прибегая в явном виде к анализу медиафреймов, мы, тем не менее, ориентируемся на исследования эквивалентных и акцентных фреймов [Nisbet, Brossard, Kroepsch, 2003; Entman, Matthes, Pellicano, 2009]. Эквивалентный фрейминг указывает на значимость используемых формулировок, фраз и оборотов для формирования образа того или иного вопроса. Тогда как акцентный фрейминг преимущественно обращает внимание на аспекты проблемы, которые были освещены или, напротив, затушеваны. Оба этих инструмента могут использоваться для проблематизации или депроблематизации ситуации.

Анализ данных

В каждом их выделенных этапов дискуссии о коронавирусе присутствуют общие элементы, которые выполняют определенную функцию, связанную с задачами телеканала в данный период. Их мы подразделяем следующим образом: *характер представления статистики заболеваемости, образы героев и антигероев², фреймирование ситуации за рубежом, ключевые эксперты*. Ниже мы покажем, что данные элементы в той или иной форме присутствовали в каждом из выделенных этапов, но значительно отличались по своему содержанию. Кроме того, в рамках каждого

² Освещение событий СМИ с указанием на героев и антигероев — один из способов упрощения информации для аудитории [Turner, 1993; Palmer, Tanner, 2012]. Использование такой стратегии повествования может влиять на восприятие ситуации.

этапа выделяются стратегии проблематизации и стратегии депроблематизации, если таковые были.

Из литературы [McCombs, 2014] мы знаем, что значение имеет не только содержание информации, но и ее количество: на графике выше (см. рис. 1) хорошо видны количественные различия между этапами: на пике дискуссии коронавируса оказался в самом центре внимания и практически все новости были посвящены ему. Чтобы понять, что стоит за наблюдаемыми различиями в числе информационных сообщений, рассмотрим их содержательные характеристики.

1 этап (1 февраля — 11 марта 2020 г.)

На первом этапе, который ориентировочно закончился 11 марта (в этот день ВОЗ официально признала коронавирус пандемией), на «Первом канале» было умеренное число новостей, посвященных коронавирусу. В тот момент коронавирус освещался преимущественно как проблема Китая, которая косвенно создает трудности для мировой экономики. По итогам анализа новостей за этот период можно сделать вывод, что в целом дискуссия на «Первом канале» была направлена на *депроблематизацию* ситуации. В этот период можно было услышать следующие идеи.

Эксперты активно обсуждали вероятность того, что ситуацию с коронавирусом могут искусственно раздуть политики, которым это выгодно («контрриторика неискренности» [Ibarra, Kitsuse, 2003]). В частности, ведущий программы «Однако» указал на то, что на COVID-19 очень удобно списывать мировой финансовый кризис, который, по его мнению, и без эпидемии был неизбежен:

Начнем с того, что от испанки умерло 5 % населения Земли, больше, чем в Первой и Второй мировой вместе. И лукавит Moody's не только в этом. Коронавирус — крайне удобный «виновник» мирового кризиса, которого все и так ждут. Потому как тогда в кризисе как бы никто не виноват. И отвечать за него надо как бы всем миром. (1 февраля 2020, авторская программа М. Леонтьева «Однако»)

Также на «Первом канале» вышла серия передач «Коронавирус и конспирология», где активно обсуждались возможности использования США коронавируса для борьбы с Китаем и вероятность того, что коронавирусу подвержены только граждане азиатских стран. Позволяли себе ведущие и тезисы об американском происхождении вируса:

А теперь к другой стороне проблемы. Так сказать, к темной стороне, к конспирологии. На этот раз конспирология равна этимологии — науке о смысле и происхождении слов. Из происхождения слов становится яснее происхождение вируса. Вот смотрите. Как он называется? Коронавирус. Берем слово «корона». Оно в основе и идет первым. Поэтому здесь и разгадка. Чем в предыдущей своей жизни занимался Дональд Трамп — президент страны, главного соперника Китая на мировой арене? Правильно: раздавал короны на своем знаменитом конкурсе красоты. Так что происхождение коронавируса, а главное, цели и задачи его использования становятся абсолютно ясными. (5 февраля 2020)

На это высказывание позже отреагировали даже американские СМИ, которых на «Первом канале» в свою очередь обвинили в неискренности:

Мэттью Ченс: Неудивительно, что российское государственное телевидение пытается возложить вину за коронавирус на США. В названии вируса есть слово «корона». «Дональд Трамп возлагал корону на головы королей красоты», — говорит этот ведущий новостей.

Ведущий: И тут мне стало неловко. За себя. И свою наивность. Не сказать резко. Ну, конечно, у Мэттью совершенно другая проблема. С одной стороны — CNN. Икона англосаксонской журналистики. Объективность. Правда и все такое. Поколениям студентов журфаков в разных странах этой иконой в лоб тыкали. Но тут времена изменились. И чтобы жить и кормить семью тебе, Мэттью, надо рассказывать всякую околесицу про Трампа, Китай, Россию. И вот дошла незаметно очередь и до меня, грешного. Ничего, Мэттью. Не переживай. Все нормально. Сочиняй себе дальше. Про ГУЛАГ, корону, медведей и желтый телефон под столом в этой студии с надписью «Путин». Все понимаю. Семейку кормить надо. Это святое. Я не в обиде. (10 февраля 2020)

Из сказанного выше хорошо видно, что проблема коронавируса в начале февраля еще не воспринимается серьезно и подается в полшутливой манере, допускающей даже конспирологию. В следующих рассматриваемых нами периодах ничего подобного уже нет, более того, саму передачу «Коронавирус и конспирология» ведущие в апреле назовут несерьезной и полшутливой, что должно быть понятно каждому зрителю из самого названия.

Помимо конспирологических размышлений можно найти в этот период и высказывания экспертов, которые были призваны успокоить население. Например, в начале марта приводилось мнение известного врача Леонида Рошаля:

Я внимательно слежу, что происходит, по WhatsApp письмо о том, что в Москве, оказывается, много тысяч зараженных, что бегите в магазины. Надо наказывать людей за организацию паники. Нет этого ничего. Нет. Спокойно надо жить и спокойно работать. То, что сейчас происходит с пандемией этого коронавируса, она фактически ненамного страшнее, чем грипп, от которого умирают еще больше людей в мире, смертность больше. (3 марта 2020)

Кроме тезиса о том, что *коронавирус не страшнее гриппа*, в этом высказывании можно увидеть и попытку бороться с фейковыми новостями³. Федеральные каналы регулярно говорят о «тщательно спланированных» атаках фейками. Ниже можно увидеть пример разоблачения подобной фейковой информации:

³ Сложно судить, насколько успешными могли быть подобные попытки противодействия ложной информации. С одной стороны, ряд исследований указывают на способность влиятельных медиа противостоять фейковым новостям [Chan et al., 2017; Hameleers, van der Meer, 2020]. С другой — в отдельных случаях опровержение фейков может только усиливать ошибочные представления [Nyhan, Reifler, 2010]. Так или иначе, уже на данном этапе в дискуссии появляется противоречивая информация, которая может запугивать населения, снижая доверие к СМИ в целом.

Ведущий: Настена, привет. Позвонила подружка в панике. И у нее подруга работает помощником депутата и их якобы всех собрали и объявили, что в Москве более 20 тысяч заболевших коронавирусом. И что нужно закупать консервы, маски. Сидеть дома. Никуда особо не вылазить. Короче, в городе эпидемия. И вот она мне позволила, попросила узнать, потому что у нее никого нет, кто работает в правительстве, но и ребенок у меня еще здесь болеет, 39 температура третий день, плохо сбивается.

Корреспондент: Дополнение про якобы больного ребенка неслучайно. Ведь, пытаюсь создать информационную атомную бомбу, такие снаряды-фейки диверсанты забрасывают в соцсетях в «группы мамочек», особо чувствительных к теме здоровья и подобной конспирологии». (3 марта 2020)

Здесь также косвенно упоминается другой депроблематизирующий тезис, связанный с тем, что коронавирус более опасен для взрослых, чем для детей. Вместе с утверждением, что коронавирус не опаснее гриппа, это высказывание должно было успокоить население. Как мы увидим ниже, в следующие периоды федеральные каналы вынуждены были убеждать аудиторию в обратном.

Из приведенных выше высказываний хорошо видны *ключевые антигерои* этого периода: заинтересованные в создании паники распространители фейков, а также паникеры, которые им верят.

В рассматриваемый период в России еще практически нет заболевших, то есть говорить о способах представления статистики рано. Но наличие отдельных кейсов позволяло фреймировать работу системы здравоохранения через индивидуальные истории. Аудитории транслировалась информация об отдельных людях в контексте рассматриваемого события, на основании которой могли делаться выводы о ситуации в целом. Подобный способ освещения событий нередко встречается в новостях и называется исследователями фреймом «индивидуальных интересов» (human interest) [Kostadinova, Dimitrova, 2012; Semetko, Valkenburg, 2000]. Примерами попыток описать ситуацию в целом с опорой на опыт отдельных людей служили истории россиян, оказавшихся в изоляции на лайнере Diamond Princess, россиян, эвакуированных из Китая на военном самолете, случай в Брянске, когда на карантин отправили целый вагон поезда, а также персональные истории первых заболевших. Фреймирование проблемы через конкретные истории позволило донести до аудитории следующие ключевые идеи: власти держат ситуацию под контролем, работают на опережение, выявляют вирус на ранней стадии, больные успешно выздоравливают. История с эвакуацией россиян из Китая была показана в формате «специальной операции» по спасению (можно отметить, что в рамках подобного фрейма СМИ действуют часто: например, в виде «специальной операции» была представлена борьба с распространителями контрафактного алкоголя после массового отравления в Иркутске [Казун, Казун, 2019]). Таким образом, персональные истории также позволяли отчасти депроблематизировать ситуацию.

Значительное внимание уделялось и обзору ситуации в мире, сначала речь шла преимущественно о Китае. Действия китайских властей характеризовались как жесткие, но эффективные. Основной фокус внимания международных новостей

был не столько на потенциальных рисках для жизни, сколько на драматических последствиях для экономики. Акцент именно на экономических последствиях в целом позволял развивать дискуссию о том, кому данный кризис может быть выгоден. В конце февраля — в начале марта все больше негативных новостей начало приходить из Италии, где уже не было жестких и эффективных мер, а, напротив, ситуация вышла из-под контроля. Кейс Италии уже плохо укладывался в стандартную логику освещения событий и стал одним из маркеров плавного перехода к следующему этапу дискуссии.

2 этап (11 марта — 5 мая)

Выделенный в ходе анализа второй этап дискуссии о коронавирусе на федеральных каналах самый интенсивный и характеризуется трансляцией информации о реальной и серьезной опасности инфекции для населения России. Ввиду своей продолжительности и насыщенности событиями данный этап не является однородным, условно его можно разделить на два подэтапа: переход к признанию проблемы (11 марта — 29 марта) и усиленное внимание к проблеме (30 марта — 5 мая). Мы будем рассматривать данные этапы вместе, поскольку в обоих случаях наблюдается *проблематизация* ситуации.

В начале рассматриваемого периода произошли несколько событий, которые предопределили трансформацию дискуссии в СМИ. ВОЗ признала коронавирус пандемией на фоне ухудшения ситуации в Европе (особенно в Италии) и США. Детальный обзор тяжелой ситуации в других странах на федеральных каналах мог служить своеобразной подготовкой населения к тому, чего можно ожидать в России. Населению регулярно показывали, как страны Европы одна за другой вводят жесткие меры самоизоляции, непосредственно перед введением подобных мер у нас. В регионах России ввели запрет на проведение массовых мероприятий, с середины марта организовано свободное посещение школ и вузов. Кроме того, к обсуждению ситуации с коронавирусом подключился президент России В. В. Путин, который регулярно проводил совещания по данному вопросу.

Другой особенностью перехода к новому этапу стало появление на «Первом канале» экспертов от медицинского сообщества, которые не успокаивают население, а информируют о коронавирусе с опорой на последнюю информацию ВОЗ, а также рассказывают, как обезопасить себя и своих близких. Тон таких сообщений нейтрален, без нагнетания паники, но и без преуменьшения рисков.

Примерно тогда же появляется регулярная рубрика со статистикой числа новых заболевших, а на этом же этапе немного позднее и умерших от коронавируса. Со временем эта рубрика начинает подаваться в формате «вести с фронтов», а о коронавирусе активнее начинают говорить с использованием метафоры военных действий.

Если кривая заболевания, количество выздоровевших и умерших как сводки с фронтов, то каждая вновь открытая или переоборудованная клиника — это как сообщение о взятии города, отбитом у врага. Хорошо, что мэр Москвы в основном этим и занимается. Будут клиники — победим. (20 апреля 2020)

Поскольку переход к новой реальности случился довольно резко, в дискуссии сохранились отдельные стратегии депроблематизации, в частности даже президент призвал умерить ажиотаж по покупке продуктов:

Конечно, с коронавирусом борются на самом высоком уровне, но очень многое сейчас зависит и от нас с вами. Осознанный, рациональный подход, аккуратность и здравый смысл — вот что действительно важно. Как уже сказал президент, ситуация надежная, тратить деньги на продукты впрямую просто нет смысла. (17 марта 2020)

Зрителям рассказывают, что продуктов более чем достаточно, и параллельно высмеивают тех, кто устраивает драки из-за туалетной бумаги.

Тем не менее основным вектором нового этапа дискуссии является уже проблематизация ситуации, в частности нейтрализация депроблематизационных стратегий предыдущего этапа. Опровергается тезис о том, что коронавирус не опаснее гриппа:

Характер у COVID-19 крайне опасный и очень агрессивный. Последние исследования показали: данный коронавирус невероятно заразен. На третьем месте после кори и ветрянки. (10 апреля 2020)

Второй тезис, который нужно было опровергнуть, это утверждение о том, что дети не болеют или всегда болеют в легкой форме:

Когда все начиналось, приходила информация о том, что COVID-19 не опасен для молодых людей, мол, болеют только старики, они в зоне риска. Но с течением времени становится понятно: это не так. И данные статистики подтверждают, под воздействием COVID-19 могут попасть люди разных возрастов. И потому объявленный в России режим самоизоляции, настоятельная просьба остаться дома — это не пустые слова. И походы на шашлыки могут перетечь в поход к врачу. И еще хуже — к машине скорой помощи. Наш корреспондент Константин Понюшкин узнал у врачей, которые в прямом смысле на передовой, почему коронавирус не смотрит в паспорт. (30 марта 2020)

Тезис о том, что могут заболеть, в том числе в тяжелой форме, даже молодые люди, транслировался на федеральных каналах интенсивно вплоть до мая 2020 г. Это можно объяснить необходимостью «нейтрализовать» активно звучащие в предыдущем периоде успокаивающие тезисы об опасности коронавируса только для пожилых людей.

С 30 марта 2020 года был введен режим нерабочих дней и объявлена самоизоляция. Нарушители самоизоляции стали главным антигероем данного этапа дискуссии. Еще до общероссийского карантина СМИ начали транслировать данный тезис.

Елена ЦЫГАНОВА, врач-инфекционист: Я считаю, что те, кто нарушает режим самоизоляции, являются преступниками; это может закончиться очень печально. (17 марта 2020)

Тогда комментарий относился в основном к тем, кто вернулся из-за границы и должен был соблюдать двухнедельный режим самоизоляции, а также к тем, кто с поставленным диагнозом совершил побег из больницы. Однако позже образ антигероя включил в себя уже всех граждан, не соблюдающих введенные карантинные меры — выезжающих на шашлыки, не носящих маски, выходящих из дома без уважительной причины и пр. Кроме того, к антигероям присоединились и предприниматели, продолжающие вести бизнес вопреки запретам.

Итак, чтобы карантин и самоизоляция действовали, надо, чтобы их соблюдали все и без оговорок. Тех, кто не воспринимает ситуацию всерьез, еще много. В Кемеровской области во время проверки выяснилось: крупный торговый центр, несмотря на предписания, продолжал работать. В Санкт-Петербурге уголовное дело возбуждено в отношении владельца кальянной, которую, вообще-то, надо было закрыть еще на прошлой неделе. По всей Ленинградской области искали женщину с COVID-19, которая пустилась в бег. Очень плохое решение. (1 апреля 2020)

Подобные рассказы о нарушителях обычно сопровождали новости о введении новых санкций за нарушения, тем самым легитимируя соответствующие решения.

Популярность метафоры «военных действий», широко используемой «Первым каналом» в этот период, создала новых героев. Если на первом этапе дискуссии явных героев (в противовес антигероям) выделить было сложно, то в новом периоде ими однозначно стали врачи, которые работают без выходных и отпусков, рискуя своей жизнью. Одним из однозначных героев предстает главный врач инфекционной больницы в Коммунарке Д. Н. Проценко, дистанционно продолжавший работу во время собственной болезни. Также героями стали волонтеры, которые помогали старикам, находящимся на самоизоляции, шили защитные маски и пр.

В Новгородской области девушка из Испании включилась в борьбу с инфекцией. Медик по образованию, в Россию она приехала к возлюбленному. Планировали пожениться, но свадьбу пришлось отложить. И в далекой Испании, и в России сейчас понимают: от того, как мы расставим приоритеты, зависит, как скоро вернемся к привычной жизни. (14 апреля 2020)

Помимо таких персональных историй из регионов, активно включились в волонтерскую работу и крупные организации. Кроме того, в сюжетах «Первого канала» поощрялась благотворительность со стороны крупных предпринимателей.

Внимание к ситуации в мире также сохранилось. Китай начал понемногу справляться с первой волной коронавируса, поэтому больший акцент делался на других странах, в особенности Италии, которой помогали российские медики. В целом ситуация в Европе представлена как очень конфликтная:

От COVID-19 между тем, похоже, страдает пресловутое Европейское единство. Каждая страна принимает собственные меры защиты, некоторые чувствуют себя так, будто союзники по ЕС оставили их один на один с заразой. (16 марта 2020)

Наконец, абсолютно катастрофической рисуется ситуация в США, где очень высокий уровень смертности, не хватает медикаментов и оборудования, в том числе

Персонал одной из лучших больниц Манхэттена мастерил средства защиты из мусорных мешков. Не помогло. (29 марта 2020)

Для дополнительной проблематизации пандемии COVID-19 в зарубежных странах «Первый канал» использовал сентиментальные истории, которые должны были эмоционально вовлечь аудиторию в происходящее⁴.

У Стюарта Хамлина умерла мама. Это видео он опубликовал в Facebook. «Когда маму увезли в больницу, — рассказывает сын, — мы не могли к ней попасть, чтобы поддержать ее, обнять, оставалось лишь молиться». Вирус не щадит никого. Как пишет The Sun, от COVID-19 в Британии умерли отец и дочь. Мужчина работал в аэропорту Хитроу офицером на паспортном контроле, его дочь была фармацевтом в больнице. (29 марта 2020)

Франческо Рокка, президент Международной федерации обществ Красного Креста и Красного Полумесяца: Вчера в Колонно волонтер, которая там работает, подошла ко мне и сказала: знаете что, Франческо, у меня мама сегодня умерла. И я не мог даже обнять ее. Она плакала прямо передо мной, всего в двух метрах. А я не мог ее обнять. (30 марта 2020)

Характерной особенностью сентиментальных историй является упоминание конкретных имен, мест, сферы занятости, что усиливает сопричастность зрителя и, если он недостаточно серьезно относится к проблеме, может переубедить его. При этом важно отметить, что подобных сентиментальных историй «со знаком минус» из России практически не показывали, возможно, потому что они могли навести на мысли о необходимости найти виновных в подобной ситуации.

В целом можно сделать вывод, что в рассматриваемый период федеральные каналы использовали множество средств для проблематизации пандемии коронавируса, а также для трансляции паттернов поведения, которые являются одобряемыми и неодобряемыми.

3 этап (5 мая — 30 июля)

Третий этап освещения проблемы коронавируса на федеральных каналах характеризуется постепенным затуханием дискуссии: коронавирус теряет статус главной темы дня, его опасность, хоть и признается высокой, но более не акцентируется. Основной тезис, транслируемый медиа, связан с тем, что Россия постепенно оправляется от эпидемии. Этот этап совпадает с постепенным снятием ограничений по всей стране.

Как и в случае с введением карантинных мер, их отмена сопровождается показанными за несколько дней до этого сюжетами из других стран, принимающих аналогичные решения.

⁴ Подобный способ освещения событий не уникален. Например, к подобной стратегии прибегала российская пресса при освещении проблемы импортозамещения [Казун, Дорофеева, 2019].

А вот в Центральной Европе, где статистика уже пару недель идет на убыль, ограничительные меры постепенно снимают. Во французских школах перед открытием проверяют парты на наличие частиц вируса. В Италии возобновляют работу производства. А в Нидерландах даже можно поужинать в кафе, правда, пока что только в стеклянной кабинке. (6 мая 2020)

Российские СМИ начинают транслировать информацию о снижении темпов роста заболеваемости:

Минувшие сутки в цифрах. Коронавирус в России — плюс 10 028 выявленных случаев. Меньше, чем в сводке утром во вторник. Отметим: снижение второй день подряд. И, конечно, хочется верить, что это все очень похоже на то самое плато, за которым должно начаться снижение. (13 мая 2020)

Также меняется образ антигероя, теперь это не несознательные граждане и предприниматели, а мошенники, которые пытаются воспользоваться ситуацией пандемии:

Около 30 заявок в секунду, с такой скоростью идет оформление единовременных выплат на детей в возрасте до 16 лет. Эта услуга, по данным Минкомсвязи, стала самой популярной за всю более чем десятилетнюю историю существования портала госуслуг. И, как известно, там, куда приковано внимание миллионов, активизируются мошенники. В сети появились десятки сайтов — двойников настоящих госуслуг. Их адрес зачастую отличается одной буквой. Эксперты говорят: мошенники закидывают удочки, чтобы наловить персональных данных. (14 мая 2020)

В середине мая федеральные каналы активно обсуждали появившиеся в западных СМИ публикации о недостоверной статистике заболеваемости в России. В ответ на это западные СМИ упрекались в том, что они «хотели бы, чтобы умерло больше русских». Более низкий уровень смертности эксперты, выступавшие на «Первом канале», объясняли лучшим состоянием российской медицины и тем, что властью были приняты своевременные меры.

Параллельно с трансляцией позитивных новостей активно обсуждалась подготовка Россией вакцины от коронавируса. С этого момента новости о вакцине постепенно замещали собой новости о проблемной составляющей пандемии, которая со временем из главной темы становилась фоном для других событий.

Показательно, как менялась от второго этапа к третьему трансляция официальной статистики о коронавирусе (см. табл. 1).

Из таблицы 1 видно, что информация о заболевших подавалась с разными акцентами. Например, в части выпусков в мае информация о числе смертей уже не давалась, а после 25 июня она не давалась уже ни разу, хотя ежедневно в России, по официальным данным, умирало большее число людей, чем в предыдущий период. Если в марте акцент делался на числе летальных случаев, то в мае — на том, что прирост числа заболевших снижается по сравнению с предыдущими днями, а в июне — на том, что много людей выздоравливает. Таким образом, даже

схожие объективные данные (как, например, в конце апреля и в конце июня) могут быть поданы аудитории в разном ключе. Наблюдаемый в случае с официальной статистикой акцентный фрейминг формирует образ ситуации, который в некоторых случаях не соответствует наблюдаемым значениям объективных показателей. Подобная расстановка акцентов может влиять на восприятие ситуации населением и поведение в ее отношении [Kahneman, Tversky, 1984].

Таблица 1. Оперативные сводки новостей с информацией о статистике заболеваемости коронавирусом в России на «Первом канале»

31 марта 2020	28 апреля 2020	14 мая 2020	26 июня 2020
«И сейчас срочное сообщение от оперативного штаба по борьбе с коронавирусом. Новая статистика. Общее число заразившихся COVID-19 увеличилось на 500 человек. На данный момент заболевших 2337. За сутки скончались восемь пациентов, таким образом, всего в России зафиксировано 17 летальных случаев. 121 человек выздоровел».	«В нашей стране за сутки без малого 6,5 тысяч новых случаев заражения коронавирусом, это данные оперативного штаба. 72 человека скончались. Всего в России более 93 тысяч человек с COVID-19».	«В России за минувшие сутки выявлено 9974 новых случая заболевания, таковы свежие данные от оперативного штаба. Впервые почти за две недели цифра ниже десяти тысяч. Суточный прирост снизился до рекордно низких четырех с небольшим процентов».	«В России число тех, кто вылечился от COVID-19, за сутки больше, чем выявленных. Таковы данные оперативного штаба, которые пришли сегодня. Со вчерашнего дня подтверждено 6800 диагнозов, так мало не было с конца апреля. А выписаны — почти девять тысяч человек. Всего COVID-19 побороли почти 385 тысяч человек».
<i>Официальная статистика за день</i>			
Заболело: 501 Смертей: 8 Все случаи: 2337	Заболело: 6411 Смертей: 73 Все случаи: 93 558	Заболело: 9974 Смертей: 94 Все случаи: 252 245	Заболело: 6800 Смертей: 176 Все случаи: 641 156

Примечание. Официальные данные о числе заболевших взяты с сайта <https://datalens.yandex/>.

К моменту проведения Парада Победы и голосования о поправках к Конституции дискуссия о коронавирусе и вовсе начала сходить на нет. В конце июня — июле 2020 г., когда из статистических сводок о коронавирусе окончательно исчезли смерти, по всей видимости, начался новый этап дискуссии, в рамках которого коронавирус окончательно потерял статус главной темы и стал фоном для других событий. Если проводится военный парад, то, разумеется, всех тестируют на коронавирус. Во время голосования о поправках к Конституции принимаются все меры безопасности. В целом последний месяц рассматриваемого периода характеризуется крайне низким вниманием к проблеме, что хорошо видно на рисунке 1. Единственная тема, которая остается ключевой, это испытания вакцины от коронавируса.

Интерпретация результатов

Можно сделать вывод, что с февраля по июль 2020 г. характер освещения проблемы коронавируса на «Первом канале» радикально менялся как минимум дважды. Интересный вопрос в том, как подобное освещение новостей влияло на отношение населения к опасности заразиться. Возможность ответить на данный вопрос нам дают данные ежедневного опроса населения ФОМ (к-зонд)⁵. К сожалению, этот опрос стартовал только во второй половине марта, потому он захватывает только второй и третий этап дискуссии.

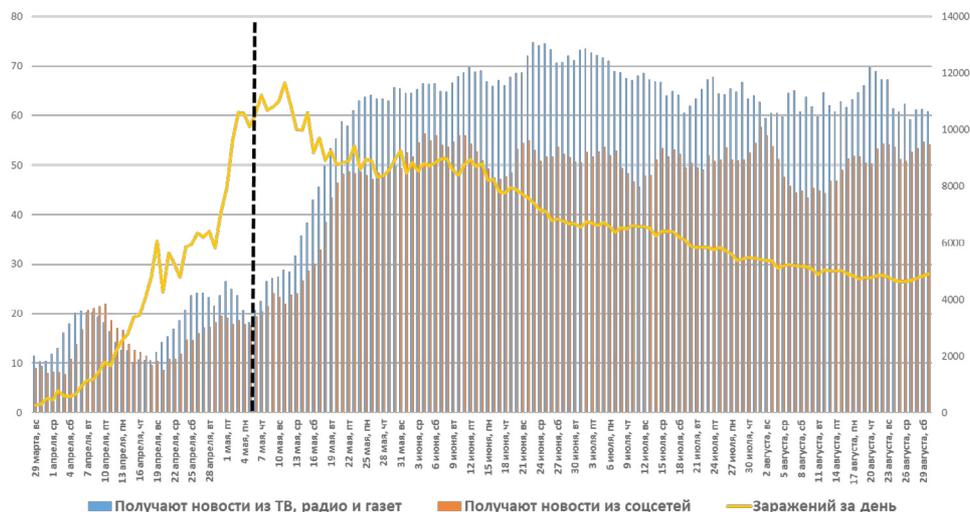


Рис. 2. Процент жителей России старше 18 лет, считающих, что эпидемия коронавируса спадает. Разбивка по двум группам в зависимости от того, что является для них основным источником новостей⁶

Рисунок 2 позволяет не только проследить динамику общественного мнения об изменении ситуации с коронавирусом, но и сравнить между собой людей, получающих новости из традиционных источников информации, с теми, кто получает новости в интернете. Поскольку мы анализируем освещение проблемы коронавируса на «Первом канале», мы должны наблюдать эффект на телеаудиторию, сопоставление же с людьми, которые не смотрят телевизор, позволяет принять во внимание общий тренд изменения общественных настроений, не связанный с телевизионным контентом. График позволяет сделать несколько интересных выводов. Во-первых, в начале периода мы видим очень невысокий разрыв между мнением россиян, смотрящих телевизор, и мнением россиян, получающих новости из новых медиа. К июню этот разрыв становится существенным: среди потреби-

⁵ Проект коронаФОМ // ФОМ. URL: <https://covid19.fom.ru/> (дата обращения: 20.11.2020).

⁶ Источник: данные ежедневного опроса населения ФОМ (корона-зонд); статистика числа заболеваний дана по данным Datalens Yandex. Примечание: черной линией обозначен момент перехода «Первого канала» от проблематизации к депроблематизации.

телей традиционных медиа в спад пандемии верят более 70%, тогда как среди тех, кто получает новости из социальных сетей, — около половины. Во-вторых, в целом почти всегда те, кто получает новости из интернета, имеют более негативный взгляд на ситуацию. Единственное исключение составляет вторая неделя апреля, когда «Первый канал» активно проблематизировал ситуацию. В-третьих, с переходом к депроблематизации при освещении коронавируса, произошедшем около 5 мая, мы наблюдаем резкий рост позитивных прогнозов. При этом важно отметить, что объективная статистика заболеваемости в этот момент еще не снижалась.

Таким образом, освещение ситуации на «Первом канале» действительно можно назвать эффективным с точки зрения влияния на общественное мнение (принимая во внимание, что это не единственный, но определенно значимый источник информации). Однако важно взглянуть и на обратную сторону этого процесса: резкая и неоднократная смена позиции могла создавать неопределенность, снижая доверие населения как к СМИ, так и к ответственным за разрешение ситуации группам (власть, эксперты). Вопрос о доверии официальной информации также задавался в опросе ФОМ. Среди аудитории традиционных СМИ средний уровень недоверия за весь период около 26% (у аудитории новых медиа этот показатель вдвое выше — 58%). Однако 3 апреля, когда «Первый канал» много рассказывал об опасностях коронавируса и важности соблюдения самоизоляции, уровень недоверия упал до рекордных 12%. После перехода к третьему этапу уровень недоверия неуклонно рос и в конце июля достигал уже 34%. Можно предположить, что второй этап депроблематизации негативно сказался на доверии к СМИ. Дополнительное подтверждение этому аргументу дает опрос НИУ ВШЭ об оценке стадии эпидемии: вариант ответа о том, что эпидемии нет и не было, так как она является выдумкой заинтересованных лиц, 5 апреля выбрали 10% респондентов, а 26 мая — уже почти четверть опрошенных (23,2%) [Аналитический бюллетень НИУ ВШЭ, 2020: 7].

Заключение

В настоящей статье мы впервые предложили рассматривать стратегии проблематизации и депроблематизации как часть единого цикла, сформулировав концепцию волновой депроблематизации. Ситуации, подобные эпидемии коронавируса, вызывают высокую степень неопределенности на всех уровнях, что заставляет официальные СМИ радикально менять свою точку зрения, в том числе неявно опровергать самих себя. Как показывает опыт «Первого канала» подобное «переключение» осуществить вполне возможно, если соответствующим образом фреймировать ситуацию на разных уровнях. На основную цель может работать все — от пересказа статистики заболеваемости до обзора ситуации в других странах мира. Более того, в целом данная стратегия вполне эффективна с точки зрения влияния на общественное мнение. Есть, однако, у волновой депроблематизации и обратная сторона: у некоторой части аудитории она создает когнитивный диссонанс, усиливающий недоверие к официальным источникам информации. Это обстоятельство может снизить эффективность повторных «переключений». Так, в случае возникновения второй волны пандемии и возобновления режима

самоизоляции люди могут быть уже менее восприимчивы к повторной проблематизации ситуации.

Список литературы (References)

Аналитический бюллетень НИУ ВШЭ об экономических и социальных последствиях коронавируса в России и в мире. № 3. Высшая школа экономики. 29.05.2020. <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/423668354.pdf> (дата обращения: 15.12.2020).

HSE Analytical Bulletin on the Economic and Social Consequences of the Coronavirus In Russia And in the World (2020). № 3. Higher School of Economics. 29.05. <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/423668354.pdf> (accessed: 15.12.2020). (In Russ.)

Казун А. Д., Дорофеева О. Е. Патриотизм, лоббизм, демонстративность... Фреймование импортозамещения в российских печатных СМИ. Мир России. 2019. Т. 28. № 3. С. 132—154. <https://doi.org/10.17323/1811-038x-2019-28-3-132-154>. Kazun A. D., Dorofeeva O. E. (2019) Patriotism, Lobbyism and Demonstration: The Framing of Import Substitution in Russian Print Media. *Mir Rossii*. Vol. 28. No. 3. P. 132–154. <https://doi.org/10.17323/1811-038x-2019-28-3-132-154>. (In Russ.)

Казун А. Д., Казун А. П. Когда беда приходит не одна: освещение трех трагедий в российских СМИ // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 3. С. 128—146. https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2017/139/2017_139_09-Kazun.pdf (дата обращения: 15.12.2020). Kazun A. D. Kazun A. P. (2017) When Troubles Never Come Singly: Coverage of Three Tragedies in the Russian Media. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 128–146. https://book.wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2017/139/2017_139_09-Kazun.pdf (accessed: 15.12.2020). (In Russ.)

Ясавеев И. Г. Конструирование «не-проблем»: стратегии депроблематизации ситуаций // Журнал социологии и социальной антропологии. 2006. Т. IX. № 1. С. 91—102. http://jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2006_1/Yasaveev_2006_1.pdf (дата обращения: 15.12.2020).

Yasaveev I. G. (2006) Construction of a 'Non-Problem': Strategies Deproblematizing Situations. *Journal of Sociology and Social Anthropology*. Vol. IX. No. 1. P. 91–102. http://jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2006_1/Yasaveev_2006_1.pdf (accessed: 15.12.2020). (In Russ.)

Ahmed W., Vidal-Alaball J., Downing J., López Seguí F. (2020) COVID-19 and the 5G Conspiracy Theory: Social Network Analysis of Twitter Data. *Journal of Medical Internet Research*. Vol. 22. No. 5. P. e19458. <https://doi.org/10.2196/19458> (accessed: 15.12.2020).

Bird S. T., Bogart L. M. (2005) Conspiracy Beliefs About HIV/Aids and Birth Control Among African Americans: Implications for the Prevention of HIV, Other Stis, and Unintended Pregnancy. *Journal of Social Issues*. Vol. 61. No. 1. P. 109–126. <https://doi.org/10.1111/j.0022-4537.2005.00396.x>.

Blumer H. (1971) Social Problems as Collective Behavior. *Social Problems*. Vol. 18. No. 3. P. 298–306. <https://doi.org/10.2307/799797>.

Bogart L. M., Thorburn S. (2006) Relationship of African Americans' Sociodemographic Characteristics to Belief in Conspiracies About HIV/Aids and Birth Control. *Journal of the National Medical Association*. Vol. 98. No. 7. P. 1144–1150. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2569474/> (accessed: 16.12.2020).

Camaj L. (2014). Need for Orientation, Selective Exposure, and Attribute Agenda-Setting Effects. *Mass Communication and Society*. Vol. 17. No. 5. P. 689–712. <https://doi.org/10.1080/15205436.2013.835424>.

Chan M.-pui. S., Jones C. R., Hall Jamieson K. H., Albarracín D. (2017) Debunking: A Meta-Analysis of the Psychological Efficacy of Messages Countering Misinformation. *Psychological Science*. Vol. 28. No. 11. P. 1531–1546. <https://doi.org/10.1177/0956797617714579>.

Edelman M. (1988) *Constructing the Political Spectacle*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Entman R. M. (2007) Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *Journal of Communication*. Vol. 57. No. 1. P. 163–173. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>.

Entman R. M., Matthes J., Pellicano L. (2009) Nature, Sources, and Effects of News Framing. In Wahl-Jorgensen K., Hanitzsch T. (eds.) *The Handbook of Journalism Studies*. New York, NY: Routledge. <https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9780203877685.ch13> (accessed: 16.12.2020).

Guo L. (2012) The Application of Social Network Analysis in Agenda Setting Research: A Methodological Exploration. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Vol. 56. No. 4. P. 616–631. <https://doi.org/10.1080/08838151.2012.732148>.

Guo L., Vargo C. (2015) The Power of Message Networks: A Big-Data Analysis of the Network Agenda Setting Model and Issue Ownership. *Mass Communication and Society*. Vol. 18. No. 5. P. 557–576. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1045300>.

Hameleers M., van der Meer T. G. L. A. (2020) Misinformation and Polarization in a High-Choice Media Environment: How Effective Are Political Fact-Checkers? *Communication Research*. Vol. 47 No. 2. P. 227–250. <https://doi.org/10.1177/0093650218819671>.

Ibarra P. R., Kitsuse J. I. (2003) Claims-making Discourse and Vernacular Resources. In: Holstein J. A. Miller G. *Challenges and Choices: Constructionist Perspectives on Social Problems*. Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter. P. 17–50.

Iyengar S., Hahn K. S. (2009) Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use. *Journal of Communication*. Vol. 59. No. 1. P. 19–39. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01402.x>.

Jolley D., Douglas K. M. (2014) The Social Consequences of Conspiracism: Exposure to Conspiracy Theories Decreases Intentions to Engage in Politics and to Reduce One's

Carbon Footprint. *British Journal of Psychology*. Vol. 105. No. 1. P. 35–56. <https://doi.org/10.1111/bjop.12018>.

Ju Y. (2014) Issue Obtrusiveness and Negative Bias: Exploring the Moderating Factors for Asymmetric News Coverage of the Economy. *Asian Journal of Communication*. Vol. 24. No. 5. P. 441–455. <https://doi.org/10.1080/01292986.2014.908933>.

Kahneman D., Tversky A. (1984) Choices, Values, and Frames. *American Psychologist*. Vol. 39. No. 4. P. 341–350. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.39.4.341>.

Kata A. (2010). A Postmodern Pandora's Box: Anti-Vaccination Information on the Internet. *Vaccine*. Vol. 28. No. 7. P. 1709–1716. <http://doi.org/10.1016/j.vaccine.2009.12.022>.

Kazun A. (2016). Framing Sanctions in the Russian Media: The Rally Effect and Putin's Enduring Popularity. *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization*. Vol. 24. No. 3. P. 327–350. <https://publications.hse.ru/en/articles/187813409> (accessed: 16.12.2020).

Kittler A. F., Hobbs J., Volk L. A., Kreps G. L., Bates D. W. (2004) The Internet as a vehicle to communicate health information during a public health emergency: A survey analysis involving the anthrax scare of 2001. *Journal of Medical Internet Research*. Vol. 6. No. 1. P. e8. <https://doi.org/10.2196/jmir.6.1.e8>.

Klofstad C. A., Uscinski J. E., Connolly J. M., West J. P. (2019) What Drives People to Believe in Zika Conspiracy Theories? *Palgrave Communications*. Vol. 5. No. 1. P. 1–8. <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0243-8>.

Kostadinova P., Dimitrova D. V. (2012) Communicating Policy Change: Media Framing of Economic News in Post-Communist Bulgaria. *European Journal of Communication*. Vol. 27. No. 2. P. 171–186. <https://doi.org/10.1177/0267323112449097>.

Matthes J. (2009) What's in a Frame? A Content Analysis of Media Framing Studies in the World's Leading Communication Journals, 1990–2005. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. Vol. 86. No. 2. P. 349–367. <https://doi.org/10.1177/107769900908600206>.

McCombs M. (1977) Agenda Setting Function of Mass Media. *Public Relations Review*. Vol. 3. No. 4. P. 89–95. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(77\)80008-8](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(77)80008-8).

McCombs M. E., Shaw D. L., Weaver D. H. (2014) New Directions in Agenda-Setting Theory and Research. *Mass Communication and Society*. Vol. 17. No. 6. P. 781–802. <https://doi.org/10.1080/15205436.2014.964871>.

McCombs M. (2014) *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity.

Miles S., Frewer L. J. (2003) Public Perception of Scientific Uncertainty in Relation to Food Hazards. *Journal of Risk Research*. Vol. 6. No. 3. P. 267–283. <https://doi.org/10.1080/1366987032000088883>.

Nisbet M. C., Brossard D., Kroepsch A. (2003) Framing Science: The Stem Cell Controversy in an Age of Press/Politics. *Harvard International Journal of Press/Politics*. Vol. 8. No. 2. P. 36–70. <https://doi.org/10.1177/1081180X02251047>.

Nyhan B., Reifler J. (2010) When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions. *Political Behavior*. Vol. 32. No. 2. P. 303–330. <https://doi.org/10.1007/s11109-010-9112-2>.

Ogbodo J. N., Onwe E. C., Chukwu J., Nwasum C. J., Nwakpu E. S., Nwankwo S. U., Nwamini S., Elem S., Ogbaeja N. I. (2020) Communicating Health Crisis: A Content Analysis of Global Media Framing of COVID-19. *Health Promotion Perspectives*. Vol. 10. No. 3. 257–269. <https://doi.org/10.34172/hpp.2020.40>.

Oliver J. E., Wood T. J. (2014) Conspiracy Theories and the Paranoid Style(s) of Mass Opinion. *American Journal of Political Science*. Vol. 58. No. 4. P. 952–966. <https://doi.org/10.1111/ajps.12084>.

Palmer A., Tanner, A. (2012) Booms, Bailouts, and Blame: News Framing of the 2008 Economic Collapse. *Electronic News*. Vol. 6. No. 3. P. 151–170. <https://doi.org/10.1177/1931243112456532>.

Parsons S., Simmons W., Shinhoster F., Kilburn J. (1999) A Test of the Grapevine: An Empirical Examination of Conspiracy Theories Among African Americans. *Sociological Spectrum*. Vol. 19. No. 2. P. 201–222. <https://doi.org/10.1080/027321799280235>.

Reynolds B., Seeger M. W. (2005) Crisis and Emergency Risk Communication as an Integrative Model. *Journal of Health Communication*. Vol. 10. No. 1. P. 43–55. <https://doi.org/10.1080/10810730590904571>.

Semetko H. A., Valkenburg P. M. (2000) Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*. Vol. 50. No. 2. P. 93–109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>.

Smith R. D. (2006) Responding to Global Infectious Disease Outbreaks: Lessons From SARS on the Role of Risk Perception, Communication and Management. *Social Science & Medicine*. Vol. 63. No. 12. P. 3113–3123. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2006.08.004>.

Sopory P., Day A. M., Novak J. M., Eckert K., Wilkins L., Padgett D. R., Noyes J. P., Barakji F. A., Liu J., Fowler B. N., Guzman-Barcenas J. B., Nagayko A., Nickell J. J., Donahue D., Daniels K., Allen T., Alexander N., Vanderford M. L., Gamhewage G. M. (2019) Communicating uncertainty during public health emergency events: A systematic review. *Review of Communication Research*. Vol. 7. P. 67–108. URL: <http://www.review-of-communication-research.org/index.php?journal=RCR&page=article&op=view&path%5B%5D=45> (accessed 17.12.2020).

Spector M., Kitsuse J. (1987) *Constructing Social Problems*. Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter.

Sullivan D., Landau M. J., Rothschild Z. K. (2010) An Existential Function of Enemyship: Evidence That People Attribute Influence to Personal and Political Enemies to

Compensate for Threats to Control. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 98. No. 3. P. 434–449. <https://doi.org/10.1037/a0017457>.

Turner G. (1993) Nation, Culture, Text: Australian Cultural and Media Studies. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203131992>.

Valenzuela S., Chernov G. (2016) Explicating the Values-Issue Consistency Hypothesis through Need for Orientation. *Canadian Journal of Communication*. Vol. 41. No. 1. <https://doi.org/10.22230/cjc.2016v41n1a2915>.

Vargo C. J., Guo L., McCombs M., Shaw D. L. (2014) Network Issue Agendas on Twitter During the 2012 U. S. Presidential Election. *Journal of Communication*. Vol. 64. No. 2. P. 296–316. <https://doi.org/10.1111/jcom.12089>.

Weaver D. H. (1980). Audience Need for Orientation and Media Effects. *Communication Research*. Vol. 7. No. 3. P. 361–373. <https://doi.org/10.1177/009365028000700305>.

Weaver D. H., Graber D., McCombs M., Eyal Ch. (1981) Media Agenda-Setting in the Presidential Election: Issues, Images, and Interest. New York, NY: Praeger.

Whitson J. A., Galinsky A. D. (2008) Lacking Control Increases Illusory Pattern Perception. *Science*. Vol. 322. No. 5898. P. 115–117. <https://doi.org/10.1126/science.1159845>.

Williams A. E. (2013) Metaphor, Media, and the Market. *International Journal of Communication*. No. 7. P. 1404–1417. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1149/935> (accessed: 16.12.2020).

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1745](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1745)



Ю. А. Грибер, Е. Е. Сухова

**ЦВЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЭМОЦИЯМИ
В ПУБЛИКАЦИЯХ О ПАНДЕМИИ COVID-19
В РУССКОЯЗЫЧНЫХ ОНЛАЙН-СМИ**

Правильная ссылка на статью:

Грибер Ю. А., Сухова Е. Е. Цвет как инструмент управления эмоциями в публикациях о пандемии COVID-19 в русскоязычных онлайн-СМИ // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 307—328. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1745>.

For citation:

Griber Y. A., Sukhova E. E. (2020) Color as a Tool to Manage Emotions in the Russian Online Media Publications About COVID-19 Pandemic. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 307–328. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1745>. (In Russ.)

ЦВЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЭМОЦИЯМИ В ПУБЛИКАЦИЯХ О ПАНДЕМИИ COVID-19 В РУССКОЯЗЫЧНЫХ ОНЛАЙН-СМИ

ГРИБЕР Юлия Александровна — доктор культурологии, профессор кафедры социологии и философии, директор «Лаборатории цвета», Смоленский государственный университет, Смоленск, Россия

E-MAIL: Y.Griber@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2603-5928>

СУХОВА Елена Евгеньевна — кандидат социологических наук, декан социологического факультета, Смоленский государственный университет, Смоленск, Россия

E-MAIL: elena-suchova@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0003-1351-5479>

Аннотация. В статье представлены результаты анализа цвета визуальных репрезентаций пандемии COVID-19 в русскоязычных онлайн-СМИ в контексте драматургических, культурных и ритуальных теорий эмоций в социологии. Исследование проводилось с февраля по август 2020 г. и основано на комплексной методике, включающей контент-анализ и онлайн-эксперименты. На первом этапе методом контент-анализа изучалась эмоциональная энергия цветовых образов коронавируса. Материалом исследования стали связанные с коронавирусом публикации официально зарегистрированных русскоязычных онлайн-СМИ. Отбор единиц исследования ($N = 1200$) проводился с использованием многоступенчатой кластерной стратегии, а для их сортировки применялась функция поиска по ключевым словам и доминирующему цвету Google. Дан-

COLOR AS A TOOL TO MANAGE EMOTIONS IN THE RUSSIAN ONLINE MEDIA PUBLICATIONS ABOUT COVID-19 PANDEMIC

Yulia A. GRIBER¹ — Dr. Sci. (Cultural Studies), Professor of Sociology and Philosophy; "Color Lab" Director

E-MAIL: Y.Griber@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2603-5928>

Elena E. SUKHOVA¹ — Cand. Sci. (Soc.), Dean of the Faculty of Social Sciences

E-MAIL: elena-suchova@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0003-1351-5479>

¹ Smolensk State University, Smolensk, Russia

Abstract. The article provides the results of an analysis of color representations related to COVID-19 pandemic in the Russian online media in terms of dramaturgical, cultural and ritual theories of emotions in sociology. The study was held in February – August 2020 and uses complex techniques including content analysis and online experiments. At the first stage, the authors studied the emotional energy of the coronavirus color images using content analysis. The data the study relies on are coronavirus-related publications made by officially registered Russian online media. Multistage cluster sampling was used to select items ($N = 1200$); Google keyword search tool and dominant color search were used to sort them. Two online experiments involving 344 respondents (246 women and 98 men aged 18–78) were conducted at the second stage; the authors used the Russian version of the

ные второго этапа собирались в ходе двух онлайн-экспериментов, в которых приняли участие 344 человека (246 женщин и 98 мужчин в возрасте от 18 до 78 лет), и использовались для анализа эффективности эмоционального менеджмента с помощью русскоязычной версии «Женевского колеса эмоций». Проведенный контент-анализ показал, что наиболее тиражируемым сюжетом визуальной репрезентации пандемии коронавирусной инфекции в российских онлайн-медиа является изображение источника инфекции — вируса COVID-19. Цвет изображения используется для поддержания эмоционального тона информационного сообщения и коррелирует с темой, представленной общей оценкой ситуации и оценкой перспектив ее развития. При восприятии цветовых образов коронавируса в разных гендерных и возрастных группах доминируют три базовые эмоции — интерес, страх и отвращение. Сливаясь с отвращением, все качества информации, которые обычно хорошо работают для привлечения внимания (новизна, неопределенность, необычность и неизвестность), вместо этого вызывают совершенно другую эмоцию — страх.

Ключевые слова: цвет, социология эмоций, социология цвета, эмоциональный менеджмент, пандемия COVID-19, русскоязычные онлайн-СМИ

Благодарность. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 17-29-09145 «Картография цвета: диагностика развития цветоименований русского языка с использованием естественно-научных, историографических, социологических и психологических методов».

Geneva Emotion Wheel (GEW) to analyze the emotional management. The content analysis suggests that the most widely cited visual representation of COVID-19 in the Russian online media is the image of the source of infection – the COVID-19 virus. The color of the image serves to maintain emotional background of the message and correlates with the topic representing the general vision of the situation and its future evolution. Three basic emotions are dominant in the perceptions of the COVID-19 color images across different age and gender groups; they are interest, fear and disgust. Any characteristics of information which usually perform quite well to gain attention (novelty, incertitude, extravagance, and uncertainly) work in the opposite direction when merged with disgust: they evoke an absolutely different emotion which is fear.

Keywords: color, sociology of emotions, sociology of color, emotion management, COVID-19 pandemic, Russian-language online media

Acknowledgments. The study was funded by the Russian Foundation for Basic Research (RFBR), project No. 17-29-09145 “Color mapping: Investigating the Development of Color Terms in the Russian Language Using the Methods of Natural Sciences, Historiography, Social Science and Psychology”.

Введение

Публикации в онлайн-СМИ трудно представить без цветных изображений. Визуальные образы умело используются авторами для управления впечатлениями и эмоциями читателей. С их помощью СМИ пытаются привлечь и удерживать внимание, убедить аудиторию и даже изменить ее поведение и привычки. Это особенно касается информации, связанной с безопасностью, благотворительностью и здоровьем [Joffe, 2008]. Изображения описываемых событий вселяют в людей гораздо больше страха, чем информация, которую они получают непосредственно из текста [Iyer, Oldmeadow, 2006; Garfin, Silver, Holman, 2020]. При этом сюжет визуального сообщения меняет степень его убедительности гораздо в меньшей степени [Seo, 2020], чем цвет, который способен заметно изменить впечатление и оценку читателем представленной информации [Kaspar et al., 2017], повлиять на его привычки и принимаемые решения [Gerend, Sias, 2009; Chien, 2011; Gnambs, Appel, Oeberst, 2015].

Изучение цвета изображений, сопровождающих информационные сообщения, широко внедряется в практику эмпирических социологических исследований, открывая массу новых возможностей для понимания смысловых компонентов поведения, социологической интерпретации эмоций, формирования и закрепления эмоциональных норм [Thurn, 2007]. В отличие от психологии, в социологическом понимании эмоций сфера психических процессов отделяется от репрезентации чувств — реально существующих или ожидаемых. В этом смысле эмоции становятся исторически изменчивым текстом [Ильин, 2016], который под влиянием культурных переменных может трансформироваться до неузнаваемости [Симонова, 2016].

В фокусе внимания современной социологии эмоций находятся две фундаментальные задачи: первая предполагает изучение социальной природы эмоций, вторая — исследование эмоциональной природы социальных явлений (подробнее см. [Bericat, 2016: 495—496]). Социальная природа эмоций заключается в том, что по своей сути это отражение определенных социальных отношений, в них проявляется связь человека с его социальным окружением, с другими. Эмоциональную природу социальных явлений в социологии принято рассматривать в принципиально другой системе координат — с точки зрения их интеркоммуникативного потенциала (символическое измерение) и интерактивной составляющей (эмоциональной структуры и энергии).

Социологический анализ связанных с цветом эмоций наиболее интенсивно проводится в контексте теорий, которые относят к разряду драматургических, культурных и ритуальных (Э. Гофман, Р. Коллинз, Э. Саммерс-Эффлер, А. Хохшильд, см. [Ильин, 2016; Симонова, 2016; Bericat, 2016]).

Драматургические теории [Goffman, 1959], развивая традицию анализа эмоций как глубоко социального феномена, направляют фокус внимания в сторону социальных форм выражения эмоциональных переживаний [Ильин, 2016]. Они исходят из того, что все люди — это актеры, которые играют определенные роли, в качестве декораций используя по-разному окрашенные объекты. Несмотря на полную свободу выбора из огромного количества всевозможных оттенков, ни одно цветовое решение в социальном пространстве нельзя назвать случайным. Поскольку цвет доступен и информативен, он активно используется для «управле-

ния впечатлением» [Goffman, 1959] реципиентов информации. Люди выбирают наиболее подходящие цвета в соответствии с «хроматическими ожиданиями», существующими у них по отношению к адресатам их сообщений, они рассчитывают на резонансы («цветовые эхо») [Thurn, 2007] и для успешного выполнения определенных социальных ролей (например, артистов, художников, учителей, писателей, политиков, журналистов) специально учатся управлять эмоциями других людей [Silvia, 2006: 31].

Культурные теории [Hochschild, 1979; 1983] рассматривают эмоции как социальные чувства, которые формируются под влиянием культуры общества (ее норм, ценностей, идей, верований), проявляются в социальном взаимодействии и усваиваются в процессе социализации [Bericat, 2016]. Продолжая традицию драматургического подхода, авторы культурных теорий исходят из того, что в каждом обществе складывается особая эмоциональная культура и формируется эмоциональный словарь, которые определяют, какие эмоции должен испытывать человек в определенной ситуации и как он должен их выражать. В эмоциональных оценках цвета люди склонны придерживаться таких же стереотипных представлений. Каждая культура выстраивает свои границы его применения в визуализации эмоций, определяя визуальные нормы, девиации, табу и степень социальных конвенций, поддерживающих в выражении эмоций цветовой конформизм. Чтобы подчеркнуть нужный эмоциональный тон своих сообщений, люди используют хорошо изученные по своему воздействию цветовые символы, которые уже приобрели в обществе определенное конвенциональное значение и составляют своего рода «каталог», или «архив», культуры [Грибер, Йонаускайте, Мор, 2019]. Такие апробированные и изученные по своему воздействию цветовые решения — удобное средство убеждения. Они помогают сформировать предсказуемую эмоциональную реакцию на применяемый цветовой образ, заставляя людей испытывать именно те эмоции, которые в данной ситуации нужны.

Ритуальные теории [Collins, 2004; Summers-Effler, 2006] связывают эмоции с ритуалами взаимодействия — социальными действиями, в которых отдельные люди разделяют один и тот же фокус внимания, имеют похожие ценности и испытывают одинаковые эмоции. Представители этого подхода анализируют интенсивность и валентность эмоциональной энергии [Collins, 2004] — разделяемых большими коллективами направленных эмоций, которые обычно сопровождают разного рода ритуальные действия и могут сохраняться от ситуации к ситуации в виде продолжительного эмоционального фона [Симонова, 2016: 121; Ван дер Зейу и др., 2019]. Особое внимание представители этого подхода уделяют поведенческим стратегиям, активизирующим позитивную эмоциональную энергию и уменьшающим последствия от ее потери, а также анализу возможностей управления негативной эмоциональной энергией в ситуациях, когда индивиды по разным причинам не могут выйти из ритуальных взаимодействий [Summers-Effler, 2006].

Продолжая традицию социологического изучения связанных с цветом эмоций, настоящее исследование направлено на то, чтобы представить в контексте драматургических, культурных и ритуальных теорий эмоций в социологии результаты анализа цвета визуальных репрезентаций пандемии COVID-19 в русскоязычных онлайн-СМИ с точки зрения (1) их эмоциональной энергии и (2) эффективности

эмоционального менеджмента. Теория Э. Гофмана будет использоваться для анализа функций, связанных с цветами эмоций в процессе управления впечатлением, теория Р. Коллинза — для характеристики эмоциональной энергии и объяснения связи эмоций с культурными символами, теория Э. Саммерс-Эффлер — для анализа стратегий управления негативными эмоциями и эмоциональной энергией, теория А. Хохшильд — для анализа эмоциональной культуры и идеологии.

Дизайн эмпирического исследования

Исследование проводилось с февраля по август 2020 г. в два этапа с использованием методов контент-анализа и онлайн-экспериментов.

На первом этапе с помощью контент-анализа изучалась эмоциональная энергия цветовых образов коронавируса. Выбор метода обусловлен тем, что он признается наиболее точным и лишенным субъективности способом получения эмпирических данных, а также позволяет изучать явление или процесс не только в статике, но и в динамике. В качестве источников информации выступили онлайн-версии информационных СМИ, в значительной части представленные сайтами и другими цифровыми продуктами периодических печатных изданий, как наиболее быстро реагирующие на изменения в современном обществе, фиксирующие и оперативно представляющие их в виде новостных сообщений. В качестве документов выбраны публикации в официально зарегистрированных русскоязычных СМИ, обновляющих информацию не менее двух раз в неделю. Временные рамки полевого этапа исследования охватили 102 дня, начиная с 31 января 2020 г., когда, по сообщению официальных источников, в России был зафиксирован первый случай COVID-19, и заканчивая 12 мая 2020 г., началом снятия ограничений, введенных в нашей стране в связи с распространением коронавирусной инфекции. Фиксировалась частота внимания к исследуемой теме по специально разработанной для данного исследования категориям анализа. Единицей анализа и счета выступала одна онлайн-публикация, посвященная коронавирусной проблематике.

Отбор единиц исследования ($N = 1\,200$) проводился с использованием многоступенчатой кластерной стратегии. Сначала с помощью фильтров Google-поиска из всей совокупности текстов отбирались новостные сообщения, затрагивающие широкий круг вопросов, связанных с распространением заболеваемости COVID-19. Отбор осуществлялся на основе анализа заголовков и содержания документов по ключевым словам «коронавирус», «пандемия», «COVID-19». На основе первичного отбора в базу данных исследования было включено 11 326 информационных сообщений, опубликованных в 128 онлайн-СМИ на русском языке. Наиболее часто коронавирусная тематика представлена в таких изданиях, как «Российская газета», «Ведомости», «Известия», «Интерфакс», «РБК», «РИА Новости» и др. Далее все отобранные статьи были разделены на кластеры по цвету содержавшегося в них главного изображения. Для сортировки использовалась функция поиска по доминирующему цвету Google. Фиксация осуществлялась по 12 основным цветам: девяти хроматическим — красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий, фиолетовый, розовый, коричневый, и трем ахроматическим — белый, серый, черный (подробнее см. [Berlin, Kay, 1969]). Полученный в результате проведения вышеописанных процедур массив публикаций сорти-

ровался по наиболее часто встречающимся цветам, а изображения располагались в порядке убывания цвета и количества точек с ним. В кластерах отбор документов осуществлялся методом сплошной выборки и для каждого основного цвета отбирались первые 100 новостных сообщений на коронавирусную тематику, опубликованных в русскоязычных онлайн-СМИ в обследуемый период [Грибер, Сухова, 2020].

Данные *второго этапа* собирались в ходе двух онлайн-экспериментов и использовались для анализа эффективности эмоционального менеджмента с помощью русскоязычной версии «Женевского колеса эмоций» («Geneva Emotion Wheel», GEW, версия 3.0). Инструкции и стимулы этого инструмента для самооценки эмоциональных переживаний, связанных с определенными событиями, были разработаны на английском языке Женевским центром психологических исследований [Scherer, 2005; Scherer et al., 2013] и для проведения «зеркальных» исследований переведены на другие языки, в том числе на русский [Грибер, Йонаускайте, Мор, 2019]. В дизайне инструментария использовался метафорический образ колеса, отраженный в названии метода: «обод» образуют названия различных эмоций, от которых в центр колеса ведут «спицы», состоящие из уменьшающихся в размерах окружностей. Размер окружностей передает интенсивность эмоций: маленькие обозначают более слабые эмоции, большие — более сильные.

В ходе *первого эксперимента* участникам ($N = 103$; 63 женщины и 40 мужчин; средний возраст участников — 36,5 лет, \min — 19, \max — 78, $SD = 16,7$) последовательно в случайном порядке показывали на экране компьютера основные цветоименования русского языка (красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий, фиолетовый, коричневый, розовый, белый, серый и черный) и просили выбрать одну или несколько эмоций, которые у них вызывал каждый словесный стимул, и указать их интенсивность. Перечень включал 20 эмоциональных концептов: заинтересованность, веселость, гордость, радость, удовольствие, удовлетворенность, восхищение, любовь, облегчение, сострадание, грусть, чувство вины, сожаление, стыд, разочарование, страх, отвращение, презрение, ненависть, гнев. Интенсивность можно было оценить по шестибальной шкале (0 — нет эмоции; 1 — самая слабая эмоция, 5 — самая сильная) (подробнее см. [Jonauskaite et al., 2020]).

В ходе *второго эксперимента*, в котором принял участие 241 человек (183 женщины и 58 мужчин) в возрасте от 18 до 77 лет (средний возраст — 30,1 лет, $SD = 14,0$), каждому участнику последовательно показывали на экране компьютера десять изображений коронавируса, отобранных из материалов контент-анализа и окрашенных во все основные цвета за исключением двух — ахроматических белого и серого, которые, согласно результатам первого этапа исследования, не использовались в визуальных репрезентациях COVID-19 и встретились в информационных сообщениях онлайн-СМИ всего несколько раз. Все стимулы эксперимента имели одинаковый размер 750×415 пикселей и демонстрировались на нейтральном сером фоне (со значением яркости $L^* = 51$ в цветовом пространстве CIELAB). Участники эксперимента должны были оценить свои эмоциональные ассоциации и их интенсивность по той же шкале, что и в первом эксперименте.

Выбранный экспериментальный дизайн был многократно апробирован в ходе кросс-культурных исследований [Грибер, Йонаускайте, Мор, 2019; Jonauskaite

et al., 2020], основывался на хорошо верифицированной теоретической классификации эмоций и позволял не только оценивать их по отдельности, но и объединять в группы по валентности (положительная или отрицательная) и интенсивности (сильная или слабая) для последующего анализа.

В конце обоих экспериментов регистрировалась социально-демографическая информация участников: их возраст, пол, место жительства и особенности цветового зрения. Поскольку участие в исследовании носило добровольный характер, а приглашение распространялось через социальные сети, выборка обоих экспериментов оказалась недостаточно сбалансированной по полу. Повышенный интерес женщин, зафиксированный и в других исследованиях эмоционального восприятия пандемии и нарушений здоровья [Иосифян, Арина, Николаева, 2019; Первичко и др., 2020], может объясняться более высоким уровнем их стресса и тревожности, которые, по всей видимости, выступают мотивами для участия в подобных экспериментах.

Результаты исследования

Эмоциональная энергия визуальных репрезентаций пандемии COVID-19 в русскоязычных публикациях онлайн-СМИ

Проведенный контент-анализ показал, что наиболее тиражируемым сюжетом визуальной репрезентации пандемии коронавирусной инфекции в публикациях русскоязычных онлайн-СМИ стало изображение источника инфекции — вируса COVID-19. Почти треть (31,34 %) всех размещенных в онлайн-версиях информационных СМИ текстов содержали именно такой визуальный образ. Другие, менее популярные, репрезентации представляли врачей в спецкостюмах (20,26 %), людей в защитных масках (14,27 %), карты распространения инфекции (10,91 %), атрибуты врачебной помощи и лабораторных исследований: шприцы и пробирки (9,11 %).

В истории освещения в СМИ развития инфекций пандемия COVID-19 стала первым случаем, когда изображение вируса начало активно использоваться как символ этой темы. Ранее практически всегда в качестве знакового сюжета в репрезентации инфекции фигурировали люди. Например, визуальной репрезентацией Эболы в 1995 г. стала группа западных экспертов-медиков, которые, работая в африканских деревнях в герметично закрытых костюмах, выглядели как герои-астронавты, самоотверженно выполняющие свою опасную и важную миссию [Joffe, 2008], а знаковым сюжетом в репрезентации СПИДа — изможденные болезнью молодые мужчины [Kitzinger, 1995].

В случае с COVID-19 визуальной репрезентацией инфекции люди не стали сразу по нескольким возможным причинам. Прежде всего, это могло произойти потому, что такая форма была уже «занята» другим содержанием — самые яркие образы с людьми в защитных костюмах и заболевшими использовались раньше и закрепились в культуре как символ других болезней. Кроме того, сменилось поколение, а, как известно, сигналы СМИ появляются в соответствии с существующими в обществе идеями [Joffe, 2008].

Однако самой весомой причиной, скорее всего, стала смена эмоционального тона визуального убеждения [Грибер, Йонаускайте, Мор, 2019]. В ситуации

с COVID-19 задача визуальных сообщений заключалась не в том, чтобы вызвать сострадание к заболевшим (как в случае со СПИДом) или гордость за работу врачей (как в случае с Эболой). Теперь, когда опасность оказалась совсем близко и приобрела огромный масштаб, изображения должны были помочь удерживать пристальное внимание читателя, вызывать у него заинтересованность и обеспокоенность происходящим.

Визуальный образ коронавируса, который за последние месяцы стал хорошо узнаваемым, по форме и структуре достаточно точно соответствовал действительности¹. Примерно так вирус COVID-19 и выглядел на изображениях, полученных с помощью электронных микроскопов — небольшой плавающий в непрозрачной среде плотный шар с многочисленными выступающими, похожими на бородавки, наростами на поверхности.

Однако с точки зрения цвета выбранный образ оказался совершенно недостоверным. Бесцветный по своей природе, в онлайн-публикациях на русском языке вирус вдруг стал цветным. Цвет появился у объекта, который по своей природе его не имеет. Ведь для восприятия цвета нужен свет. Световые волны отражаются от поверхности объекта и попадают в наши глаза [Косс, 2018], но, когда объект очень маленький, свет перестает быть важным условием восприятия. Объекты, которые можно разглядеть только в электронный микроскоп, становятся видимыми благодаря электронам, меньшим по размерам, чем частицы света. Такой способ дает возможность увидеть форму, структуру и даже текстуру вирусов, но так как в этом процессе нет света, нет и цвета [Buiani, 2014; van Helvoort, Sankaran, 2019].

Новый образ коронавируса пополнил и без того уже длинный список случаев «неестественной визуализации» [Элкинс, 2010], когда изображение довольно далеко отходит от действительности, становится несоизмеримым с тем, что оно репрезентирует. По справедливому замечанию Дж. Элкинса, подобные визуальные репрезентации часто бесполезны с научной точки зрения, потому что их нельзя использовать, чтобы исчислять, предсказывать или моделировать какой-либо феномен [там же: 150]. Бесполезное с научной точки зрения изображение не может служить в качестве средства для запоминания или подсказкой для размышлений и часто выполняет чисто риторическую функцию. Его задача — убедить читателя в истинности теории [там же: 153]. Ведь многие сложные и запутанные факты становятся простыми и очевидными, когда их показывают. Такие изображения могут быть никак не связаны с настоящим объектом количественно и часто искажают его реальные пропорции, структуру или цвет.

Бесцветное с точки зрения научной достоверности изображение вируса оказалось удобным инструментом повышения эмоциональности сообщений о пандемии в русскоязычных публикациях онлайн-СМИ, поскольку работало как художественный образ и могло легко и быстро наполняться нужной авторам эмоциональной энергией.

Естественные серые изображения бесформенных пятен вряд ли способны были создать убедительный и эмоциональный медиаконтент, поэтому для управ-

¹ Siegel E. No, the COVID-19 Coronavirus Is Not Actually Red // Forbes. 2020. April 15. URL: <https://www.forbes.com/sites/startswithabang/2020/04/15/no-the-covid-19-coronavirus-is-not-actually-red/#e6b0b3e5cbd5> (дата обращения: 25.12.2020).

ления впечатлением создавались новые цветовые репрезентации коронавируса, которые, по своей сути, были продуктами инженерной конструкторской работы по преобразованию и адаптации некоторых социальных смыслов к уже существующим условиям.

Наложенный, «как штукатурка, *post factum*, <...> на изначальную черно-белую истину <...> как накладные волосы и румяна, которыми раскрашивают покойников» [Барт, 1997: 26], цвет мгновенно повышал семиотический статус изображения. Он был недостоверным, искажал реальность, но именно благодаря этому образ коронавируса становился намного более интересным, угрожающим и враждебным.

Обращает на себя внимание и то, что, несмотря на узнаваемость и повторяемость формы коронавируса, за ней не закрепился определенный цвет и у нее не развился узнаваемый цветовой образ (см. рис. 1). В русскоязычных публикациях онлайн-СМИ вирус COVID-19 представлен во всех основных цветах, за исключением двух — ахроматических белого и серого, которые за время исследования встретились всего несколько раз.

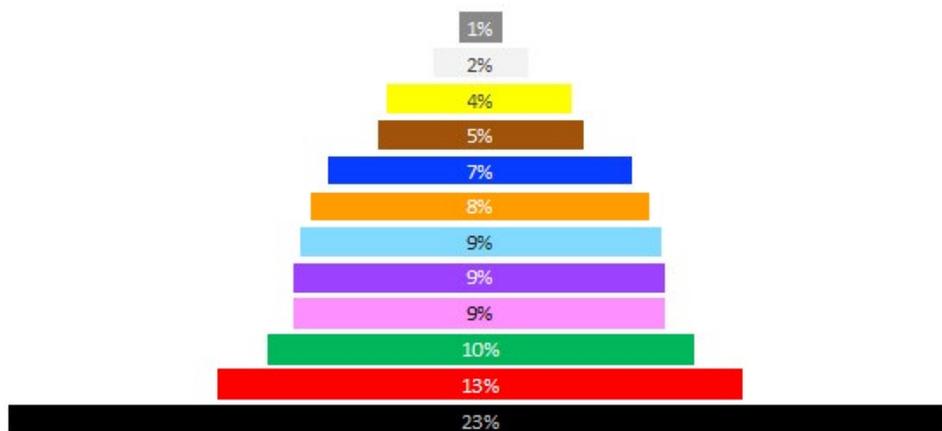


Рис. 1. Распределение основных цветов в репрезентации коронавируса

Цвет изображения коррелировал с темой информационного сообщения, представленной в нем общей оценкой ситуации и перспектив ее развития. Черный цвет использовался для формирования эмоционального фона страха и поддерживался обилием военных метафор в заголовках [Gerend, Sias, 2009; Chien, 2011; Gnambs, Appel, Oeberst, 2015; Kaspar et al., 2017]. Позитивная оценка происходящего обозначалась цветами теплой части спектра — красным и желтым; негативная — темными коричневым и серым. Розовый, голубой, синий и фиолетовый использовались для привлечения внимания читателей к обсуждаемой проблеме и формирования их интереса (подробнее см. [Грибер, Сухова, 2020]).

Во многих изображениях для создания убедительного и эмоционального медиаконтента использовались сложные, «ломанные» (смешанные с серым) цвета, которые заметно отличаются от чистых оттенков по своему воздействию [Nemcsics,

Тakács, 2019] и наиболее эффективны в формировании у читателей широкого спектра негативных эмоций, особенно отвращения, страха, грусти, презрения, ненависти, гнева. Как справедливо замечает С. Вивинг, чаще всего это не просто красный, а «жуткий красный», не просто зеленый, а «неприятный зеленый»² [Weaving, 2020].

Анализ динамики цветовой репрезентации коронавируса убеждает в том, что цветовые трансформации и постоянное «переодевание» вируса, которое мы обнаружили, случайность и изменчивость его цветового образа выполняют важную функцию в стратегическом манипулировании эмоциями. Резкие всплески частоты использования определенного цвета наблюдаются в сообщениях, появившихся в сети в течение 12-й и с 16-й по 20-ю недели 2020 г. (см. рис. 2). Пики красного цвета приходятся на период с 16 по 22 марта и с 13 по 19 апреля 2020 г. и маркируют важные решения властей о создании специальных органов и введении мер для борьбы с распространением в стране коронавирусной инфекции, а также обсуждение пакета законопроектов о помощи гражданам, бизнесу и отдельным отраслям экономики. Всплеск частоты зеленого и желтого цвета, зафиксированный в период с 20 по 27 апреля, отражает превалирование новостей о том, что Правительству РФ удалось стабилизировать ситуацию и сдержать темпы распространения коронавируса в стране. Сине-голубая волна, которая пришлась на период с 27 апреля по 3 мая, связана со смещением фокуса внимания на успешные практики дистанционной работы и обучения, внедрение технологий веб-конференций и искусственного интеллекта.

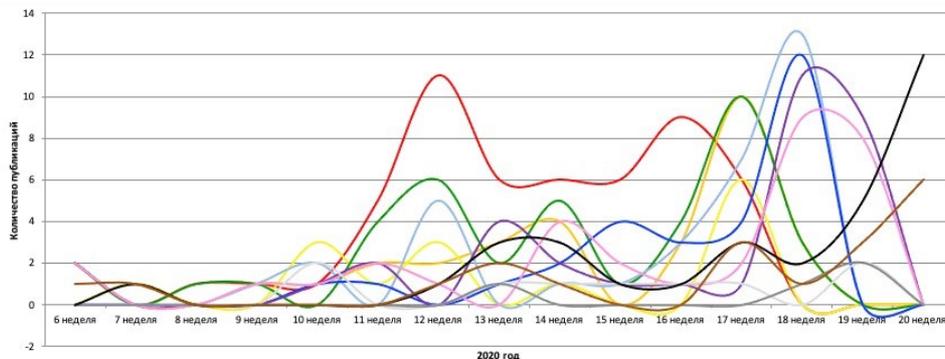


Рис. 2. Динамика частотности основных цветов

Эффективность эмоционального менеджмента

Для оценки эффективности эмоционального менеджмента мы экспериментально исследовали количество и качество эмоций, которые цветные образы коронавируса вызывают у читателей на самом деле.

² Weaving S. Scary Red or Icky Green? We Can't Say What Color Coronavirus Is and Dressing It up Might Feed Fears // *The Conversation*. 2020. March 30. URL: <https://theconversation.com/scary-red-or-icky-green-we-cant-say-what-colour-coronavirus-is-and-dressing-it-up-might-feed-fears-134380> (дата обращения: 26.12.2020).

Наш эксперимент показал, что в среднем каждый из его участников связывал с одним цветным изображением 5,6 эмоций (min = 4,9; max = 7,1), что в два с лишним раза больше по сравнению с ситуацией, когда участники эксперимента оценивали свои эмоциональные реакции на словесные цветовые стимулы (там в среднем каждый из участников связывал с одним цветом 2,46 эмоции, min = 2,07; max = 3,08) [Грибер, Йонаускайте, Мор, 2019]. Такой высокий уровень эмоциональной реакции свидетельствует о том, что тему коронавируса участники эксперимента считали важной и значимой для своей жизни [McIntyre, 2019; Hermans, Prins, 2020].

Наиболее интенсивные связи (со значением >2,8) зафиксированы между отращением и «теплыми» зеленым и желтым цветами (средняя интенсивность таких ассоциаций составила 3,22 и 2,92 соответственно); страхом и красным цветом (средняя интенсивность 2,88); заинтересованностью и «холодными» фиолетовым и синим (средняя интенсивность 2,83 и 2,82 соответственно) (см. табл. 1).

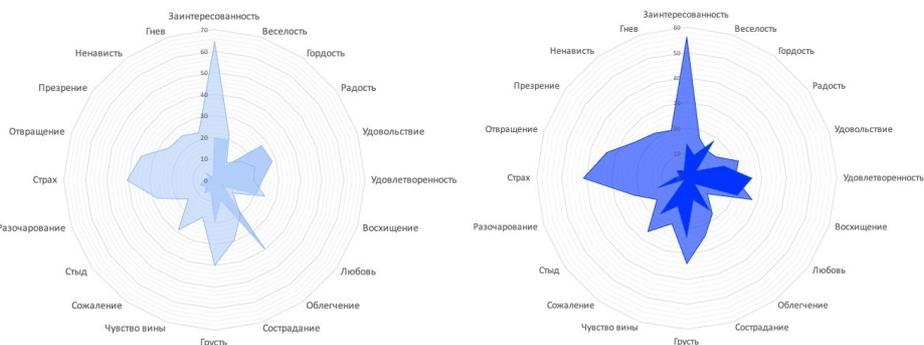
Таблица 1. **Интенсивность ассоциативных связей между эмоциями и цветными образами коронавируса***

	Красный	Зеленый	Черный	Розовый	Голубой	Синий	Желтый	Фиолетовый	Оранжевый	Коричневый
Заинтересованность	2,52	2,35	2,43	2,55	2,34	2,82	2,26	2,83	2,33	2,10
Веселость	1,69	1,95	1,83	2,25	1,64	2,38	2,21	2,20	1,74	2,11
Гордость	1,93	1,79	1,71	2,10	2,05	2,03	1,90	2,25	1,96	1,65
Радость	1,83	2,00	2,00	2,29	1,81	1,97	2,35	2,04	1,74	2,13
Удовольствие	1,89	2,04	1,85	2,16	1,81	2,09	2,04	2,19	1,76	1,78
Удовлетворенность	1,93	2,00	1,86	1,97	1,95	2,08	2,07	2,15	1,85	1,71
Восхищение	2,36	2,00	1,91	2,14	2,06	2,43	1,88	2,32	1,82	1,81
Любовь	1,91	1,77	1,68	2,06	1,73	1,95	1,71	2,39	1,61	2,15
Облегчение	1,72	1,89	1,74	2,13	1,87	2,03	1,92	2,06	1,78	1,77
Сострадание	2,29	1,85	1,93	1,86	1,70	1,83	2,12	2,07	1,83	1,80
Грусть	2,53	2,00	2,09	1,71	1,97	2,15	1,93	2,04	1,95	2,03
Вина	1,88	1,87	1,63	1,68	1,62	1,83	1,91	1,97	1,81	2,03
Сожаление	2,43	1,93	1,94	1,52	1,84	1,96	2,04	1,91	1,88	2,07
Стыд	1,84	1,97	1,70	1,87	1,71	1,90	2,30	1,96	1,74	2,43
Разочарование	2,32	2,25	2,19	1,79	1,73	2,05	2,08	1,90	2,24	2,18
Страх	2,88	2,53	2,52	2,10	2,17	2,22	2,41	2,04	2,35	2,32
Отвращение	2,79	3,22	2,71	2,31	2,14	2,11	2,92	1,99	2,59	2,39
Презрение	2,54	2,58	2,46	2,19	1,98	2,32	2,72	2,12	2,37	2,43
Ненависть	2,40	2,67	2,32	2,15	2,06	2,41	2,40	2,09	2,43	2,47
Гнев	2,51	2,69	2,46	2,18	2,14	2,46	2,37	2,46	2,37	2,31

* По шкале от 0 до 5, где 0 — отсутствие эмоции, 5 — самая сильная эмоция.

Данные экспериментального исследования цветовых концептов достаточно хорошо согласовывались с отмеченными в ходе контент-анализа связями между цветом и общим эмоциональным фоном информационного сообщения (его эмоциональной энергией). В частности, радость в обоих случаях символически обозначалась желтым цветом (49,5%), облегчение — голубым (39,8%), гордость — красным (33,0%), заинтересованность — фиолетовым (31,1%), удовлетворенность — зеленым и синим (28,1% и 26,2% соответственно) (см. рис. 3, плотный фон). Однако как только мы заменили абстрактные цветовые концепты на цветные изображения коронавируса и цвет попал в «непривычную» среду (окрасил вирус), его эмоциональное значение принципиально изменилось (см. рис. 3, размытый фон). Каждое цветовое обозначение приобрело более развитую эмоциональную многозначность, а специфика цветовой репрезентации, градуированность цветových множеств и использование в цветовой категоризации принципа «ad hoc» привели к тому, что синонимами в репрезентации эмоций стали совершенно неожиданные, на первый взгляд, цветовые образы. Теперь каждый цвет вызывал гораздо более сложный комплекс эмоций: голубой, синий и фиолетовый образы коронавируса обозначали интерес, грусть и страх; желтый, оранжевый и зеленый вызывали отвращение; черный, коричневый и розовый, кроме отвращения, включали интерес, сожаление и грусть. Все эти разные по своим оптическим свойствам образы коронавируса, с точки зрения цветовой репрезентации эмоциональной энергии, теперь составляли одну категорию и могли совершенно свободно замещать друг друга, не искажая общего эмоционального смысла всей цветовой композиции.

У мужчин наблюдался некоторый перевес агрессивных эмоциональных реакций, которые показывают доминирование и ассоциируются с властной позицией [Brody, 1999]: они чаще женщин отмечали, что образ коронавируса вызывает у них презрение (6,89% от общего числа ответов мужчин по сравнению с 6,05% у женщин), ненависть (соответственно 6,60% и 5,65%), гнев (соответственно 6,17% и 5,10%). Наоборот, женщины чаще мужчин испытывали эмоции, не связанные с властью, — интерес (10,06% от общего числа ответов женщин по сравнению с 8,19% у мужчин) и грусть (6,85% у женщин и 6,23% у мужчин) [ibidem]. Однако в целом сила эмоционального отклика и общая эмоциональная оценка были схожи (см. рис. 4).



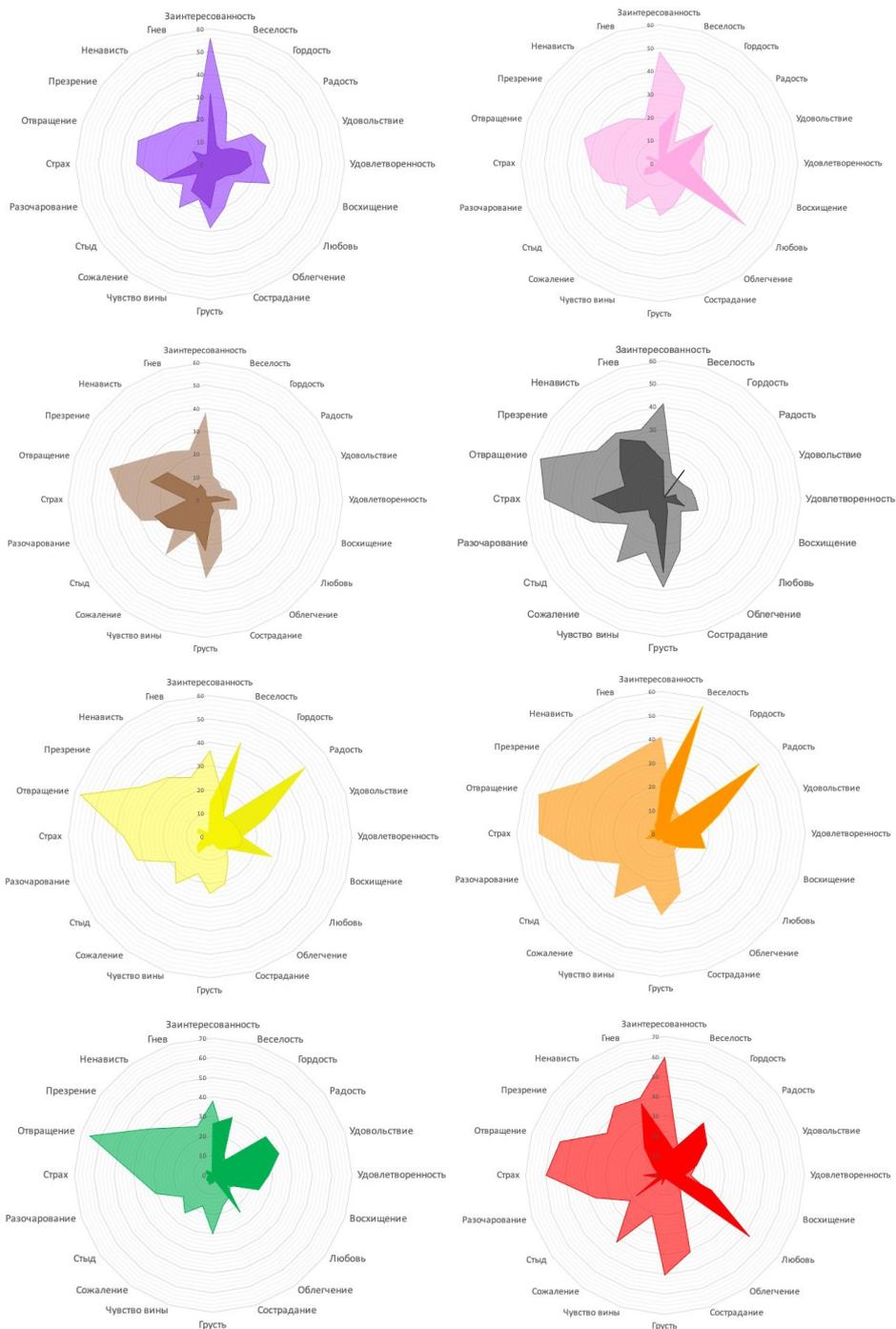


Рис. 3. Структура эмоциональных связей цветových образов коронавируса (размытый фон) и абстрактных цветových концептов (цветообозначений, плотный фон), % от общего числа ответов

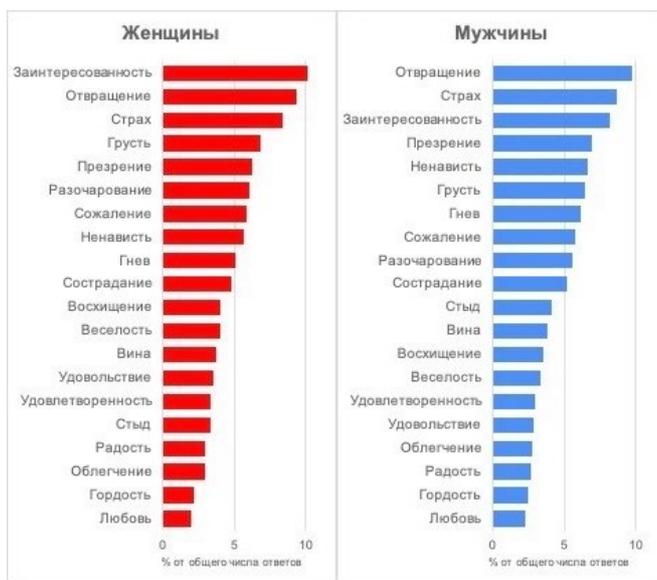


Рис. 4. Сила эмоционального отклика и популярность эмоций у мужчин и женщин

Возрастные различия оказались гораздо более существенными, чем гендерные. Прежде всего они касались силы эмоционального отклика, который с возрастом заметно увеличивался. У молодых участников эксперимента цветные изображения коронавируса вызвали эмоциональную реакцию в 22,95% случаев, в возрастной группе 30—49 лет эмоциональный отклик оказался немного более сильным и составил 25,40%, в то время как у респондентов старше 50 лет этот показатель достиг 33,36% (см. рис. 5).

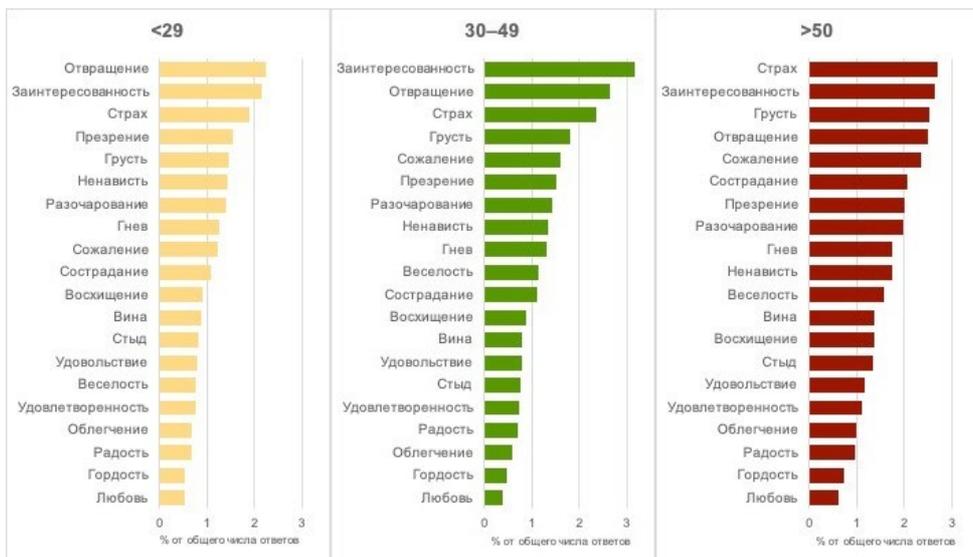


Рис. 5. Сила эмоционального отклика и популярность эмоций в разных возрастных группах

Выявленный в исследовании высокий уровень практически всех негативных эмоций в разных возрастных группах сохранялся, однако их иерархические структуры заметно различались: у молодых участников эксперимента доминировало отвращение, респонденты в возрасте 30—49 лет чаще всего испытывали интерес, у людей старше 50 лет преобладал страх.

Все три эмоции, лидирующие при оценке цветowych образов коронавируса в разных возрастных группах, — интерес, страх и отвращение — относятся к числу базовых [Silvia, 2008; Ильин, 2016] и играют важную эволюционную роль, которая заключается в том, что они помогают выживать в опасных ситуациях.

Зафиксированный во всех возрастных группах высокий уровень *заинтересованности*, которую вызывают цветные изображения коронавируса, свидетельствует о том, что связанная с пандемией информация находится на пике внимания общества [Silvia, 2006: 32]. Российские медиа уверенно стимулируют познавательную активность читателей новизной и сложностью предлагаемой информации, с одной стороны, и ее постигаемостью, с другой [Silvia, 2008: 58]. Интерес снижается, когда информация становится привычной. С визуальным образом коронавируса этого пока не происходит, во многом благодаря его «переодеваниям» в разные цветowe репрезентации.

Вместе с тем те же цветные образы достаточно часто вызывают *отвращение*, особенно сильное у более молодых участников эксперимента, — эмоцию, которую современные исследователи называют «эмоцией-привратником» [Miller, 2004] или «поведенческим расширением иммунной системы» [Curtis, De Barra, Aunger, 2011; Schaller, Park, 2011; Aarøe, Osmundsen, Petersen, 2016], поскольку считают главной ее функцией защиту организма от потенциально опасных внешних воздействий [Russell, Giner-Sorolla, 2013; Strohminger, 2014]. Человек испытывает отвращение при виде всего, что может стать источником болезни, — телесных выделений, разлагающихся тканей, продуктов жизнедеятельности животных, болезнетворных организмов, которые видны невооруженным взглядом; отвращение могут вызывать даже ощущения, которые обычно ассоциируются с инфекционной средой: кислый вкус, зловоние, бледность, слизистость, липкость и хлюпанье [Oaten, Stevenson, Case, 2009]. Однако незнакомый подозрительный источник, которым в нашем случае оказался цветной образ коронавируса, способен многократно усилить эту эмоциональную реакцию и сделать ее более массовой [ibidem]. Повышенный уровень отвращения отражает пристальное внимание молодежи к распространению болезни и передает их ощущение нарастающей угрозы [Duncan, Schaller, Park, 2009]. Согласно проведенным ранее исследованиям, для представителей этой возрастной группы отвращение обладает парадоксальной привлекательностью: они согласны даже платить деньги за то, чтобы испытать эту эмоцию (например, идут в кино на фильмы ужасов или покупают картины с изображением сцен насилия) [Strohminger, 2014], а умелое манипулирование отвращением дает удивительный результат: образ отвратительных жертв увеличивает благотворительные пожертвования [Tullett, Inzlicht, 2011], видимо, потому что жалкая внешность воспринимается как маркер тех, кто действительно нуждается в помощи [Strohminger, 2014].

Принципиально другой эмоциональный настрой у людей старше 50 лет. Доминирование в их оценках цветных образов коронавируса страха коррелирует с информацией русскоязычных онлайн-СМИ о том, что именно эта возрастная группа наиболее уязвима для новой инфекции. Исследования последних месяцев показывают, что в разных регионах мира страх оказывается одной из центральных эмоций в восприятии и оценке связанной с коронавирусом ситуации. Пожилые люди испытывают страх за себя, за здоровье близких, боятся незнания и бездействия [Schimmenti, Billieux, Starcevic, 2020]. Их пугают экономические последствия эпидемии [Taylor et al., 2020]. Они боятся, что изменится общество и станет другой их повседневная жизнь [Mertens et al., 2020]. Страх проявляется даже в отношении людей тех национальностей (китайцев, итальянцев), которые оказались в наибольшей степени затронуты коронавирусом [Sorokowski et al., 2020], постепенно перерастая в связанную с коронавирусом ксенофобию и коронафобию [Asmundson, Taylor, 2020]. Исследование связи между ценностями и страхом показывает, что чем больше нарушение здоровья ассоциируется с угрозой значимым для данного человека ценностям, прежде всего ценностям безопасности и самостоятельности, тем более пугающим оно является [Иосифян, Арина, Николаева, 2019]. Информация об угрозе повышает уровень страха: чем больше сообщений на эту тему появляется в средствах массовой информации, тем больше страх перед вирусом [Garfin, Silver, Holman, 2020; Mertens et al., 2020]. Усилить страх может даже само по себе наличие любого изображения в сообщениях об угрозе [Garfin, Silver, Holman, 2020].

Выводы

Проведенное исследование позволило проверить ряд гипотез, сформулированных в предыдущих работах, и сделать несколько важных выводов.

Во-первых, анализ полученных данных в контексте культурных, драматургических и ритуальных теорий эмоций в социологии показал, что образ коронавируса (раскрашенное изображение COVID-19) используется СМИ не случайно. Он должен убедить читателей в том, что новая социальная проблема даже выглядит иначе по сравнению со всеми предыдущими. В новом образе важная роль отводится цвету, во многом благодаря которому он обладает сильнейшим эмоциональным зарядом [Ван дер Зейу и др., 2019]. Изначально бесцветный коронавирус используется в качестве удобной оболочки для передачи наполненных определенной эмоциональной энергией сообщений.

Во-вторых, в контексте социологии эмоций отражение пандемии коронавируса в онлайн-СМИ представляет собой интересный феномен, поскольку общество еще не успело выработать желательные эмоции, адекватные содержанию воспринимаемых сообщений, закрепить нормы их цветовой репрезентации и механизмы их социализации. Ситуация развивалась настолько стремительно, что в этих условиях просто не успели оформиться определенные «модели представления» [Первичко и др., 2020]. Под влиянием СМИ и циркуляции слухов в условиях пандемии возникло необычное явление: «коллективная картина болезни» сформировалась раньше индивидуальных [там же], то же самое произошло и с эмоциональной оценкой происходящего.

В-третьих, сопоставление данных контент-анализа с результатами онлайн-эксперимента и разница в эмоциональных рисунках, которую мы обнаружили, хорошо укладываются в существующую традицию социологического объяснения эмоций с точки зрения драматургического и культурного подхода и объясняются тем, что журналисты не до конца осознают силу и, главное, направление своего воздействия на читателей [Asmundson, Taylor, 2020; Mertens et al., 2020]. Парадоксальным образом попытки информационных медиа вызвать интерес оборачиваются совершенно другой стороной. Сливаясь с отвращением, такие качества информации, как новизна, неопределенность, необычность и неизвестность, которые обычно хорошо работают для привлечения внимания, вызывают иную, в данном случае противоположную эмоцию — страх, а большой поток похожих по содержанию информационных сообщений играет в этом процессе роль катализатора.

Список литературы (References)

Барт Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии. М.: Ад Маргинем Пресс, 1997.
Barthes R. (1997) *La Chambre claire: Note sur la photographie*. Moscow: Ad Marginem. (In Russ.)

Ван Дер Зейу А., Кейсман Л., Вейнинк Д., Барсегян В. М. Социологизирование с Р. Коллинзом: интервью об эмоциях, насилии, пространствах внимания и социологии // Социологические исследования. 2019. № 1 С. 40—51. <https://doi.org/10.31857/S013216250003746-3>.

Van der Zeeuw A., Keesman L., Weenink D., Barsegyan V. (2019) Sociologizing With Randall Collins: An Interview about Emotions, Violence, Attention Space and Sociology. *Sociological Studies*. No. 1. P. 40—51. (In Russ.) <https://doi.org/10.31857/S013216250003746-3>. (In Russ.)

Грибер Ю. А., Сухова Е. Е. Цвет в визуальных репрезентациях пандемии коронавируса COVID-19: контент-анализ сообщений русскоязычных электронных СМИ // Социодинамика. 2020. № 5. С. 79—93. <https://doi.org/10.25136/2409-7144.2020.5.32989>.

Griber Yu. A., Suchova E. E. (2020) Color in Visual Representations of COVID-19 Pandemic: Content Analysis of Publications in the Russian-Language Digital Mass Media. *Sociodynamics*. No. 5. P. 79—93. <https://doi.org/10.25136/24097144.2020.5.32989>. (In Russ.)

Грибер Ю. А., Йонаускайте Д., Мор К. Цвета эмоций: экспериментальное исследование ассоциативных связей в современном русском языке // *Litera*. 2019. № 1. С. 69—86. <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2019.1.28892>.

Griber Y. A., Jonauskaite D., Mohr C. (2019) The Colors of Emotions: Experimental Research of Associative Relations in Modern Russian. *Litera*. No. 1. P. 69—86. <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2019.1.28892>. (In Russ.)

Ильин В. И. «Чувства» и «эмоции» как социологические категории // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Социология. 2016. Вып. 4. С. 28—40. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu12.2016.402>.

Ilyin V. I. (2016) "Feelings" and "Emotions" as Sociological Categories. *Vestnik of St. Petersburg State University. Series 12. Sociology*. No. 4. P. 28–40. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu12.2016.402>. (In Russ.)

Иосифян М. А., Арина Г. А., Николаева В. В. Ценности и страхи: связь между ценностными предпочтениями и страхом перед нарушениями здоровья // *Клиническая и специальная психология*. 2019. Т. 8. № 1. С. 103—117. <https://doi.org/10.17759/cpse.2019080107>.

Iosifyan M. A., Arina G. A., Nikolaeva V. V. (2019) Values and Fears: Value Priorities and Fear of Health Impairments. *Clinical Psychology and Special Education*. Vol. 8. No. 1. P. 103–117. <https://doi.org/10.17759/cpse.2019080107>. (In Russ.)

Косс Ж.-Г. Цвет. Четвертое измерение. М.: Синдбад, 2018.

Causse J.-G. (2018) *L'étonnant pouvoir des couleurs*. Moscow: Sindbad. (In Russ.)

Первичко Е. И., Митина О. В., Степанова О. Б., Конюховская Ю. Е., Дорохов Е. А. Восприятие COVID-19 населением России в условиях пандемии 2020 года // *Клиническая и специальная психология*. 2020. Т. 9. № 2. С. 119—146. <https://doi.org/10.17759/cpse.2020090206>.

Pervichko E. I., Mitina O. V., Stepanova O. B., Koniukhovskaia J. E., Dorokhov E. A. (2020) Perception of COVID-19 During the 2020 Pandemic in Russia. *Clinical Psychology and Special Education*. Vol. 9. No. 2. P. 119–146. <https://doi.org/10.17759/cpse.2020090206>. (In Russ.)

Симонова О. А. Методологические инновации и вызовы в социологии эмоций: аналитический обзор // *Социология: методология, методы, математическое моделирование (4М)*. 2016. № 42. С. 114—144. URL: https://www.isras.ru/index.php?page_id=2384&id=4947&l=&j=6&base=ojs3 (дата обращения: 25.12.2020).

Simonova O. A. (2016) Methodological Innovations and Challenges in the Sociology of Emotions: An Analytical Review. *Sociology: Methodology, Methods, Mathematical Modeling (4M)*. No. 42. P. 114–144. URL: https://www.isras.ru/index.php?page_id=2384&id=4947&l=&j=6&base=ojs3 (accessed: 25.12.2020). (In Russ.)

Элкинс Дж. Исследуя визуальный мир. Вильнюс: Европейский гуманитарный университет, 2010.

Elkins J. (2010) *The Visual World*. Vilnius: European Humanities University. (In Russ.)

Aarøe L., Osmundsen M., Petersen M. B. (2016) Distrust as a Disease Avoidance Strategy: Individual Differences in Disgust Sensitivity Regulate Generalized Social Trust. *Frontiers in Psychology*. No. 7. P. 1038. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01843>.

Asmundson G. J. G., Taylor S. (2020) Coronaphobia: Fear and the 2019-nCoV Outbreak. *Journal of Anxiety Disorders*. No. 70. P. 102196. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2020.102196>.

Bericat E. (2016) The Sociology of Emotions: Four Decades of Progress. *Current Sociology*. Vol. 64. No. 3. P. 491–513. <https://doi.org/10.1177/0011392115588355>.

Berlin B., Kay P. (1969) *Basic Color Terms: Their Universality and Evolution*. Berkeley, CA: University California Press.

- Brody L. (1999) *Gender, Emotion, and the Family*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Buiani R. (2014) Innovation and Compliance in Making and Perceiving the Scientific Visualization of Viruses. *Canadian Journal of Communication*. Vol. 39. No. 4. P. 539–556. <https://doi.org/10.22230/cjc.2014v39n4a2738>.
- Chien Yu-H. (2011) Use of Message Framing and Color in Vaccine Information to Increase Willingness to Be Vaccinated. *Social Behavior and Personality: An International Journal*. Vol. 39. No. 8. P. 1063–1071. <https://doi.org/10.2224/sbp.2011.39.8.1063>.
- Collins R. (2004) *Interaction Ritual Chains*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Curtis V. A., De Barra M., Aunger R. (2011) Disgust as an Adaptive System for Disease Avoidance Behaviour. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*. Vol. 366. No. 1563. P. 389–401. <https://doi.org/10.1098/rstb.2010.0117>.
- Duncan L. A., Schaller M., Park J. H. (2009) Perceived Vulnerability to Disease: Development and Validation of a 15-Item Self-Report Instrument. *Personality and Individual Differences*. Vol. 47. No. 6. P. 541–546. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2009.05.001>.
- 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*. Vol. 39. No. 5. P. 355–357. <https://www.doi.org/10.1037/hea0000875>.
- Gerend M. A., Sias T. (2009) Message Framing and Color Priming: How Subtle Threat Cues Affect Persuasion. *Journal of Experimental Social Psychology*. Vol. 45. No. 4. P. 999–1002. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2009.04.002>.
- Gnamb T., Appel M., Oeberst A. (2015) Red Color and Risk-Taking Behavior in Online Environments. *PLoS ONE*. Vol. 10. No. 7. P. e0134033. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0134033>.
- Goffman E. (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York, NY: Anchor Books.
- Hermans L., Prins T. (2020) Interest Matters: The Effects of Constructive News Reporting on Millennials' Emotions and Engagement. *Journalism*. July 2020. <https://doi.org/10.1177/1464884920944741>.
- Hochschild A. R. (1979) Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure. *American Journal of Sociology*. Vol. 85. No. 3. P. 551–575. <https://doi.org/10.1086/227049>.
- Hochschild A. R. (1983) *The Managed Heart: The Commercialization of Human Feeling*. Berkeley, CA- London: University of California Press.
- Iyer A., Oldmeadow J. (2006) Picture This: Emotional and Political Responses to Photographs of the Kenneth Bigley Kidnapping. *European Journal of Social Psychology*. Vol. 36. No. 5. P. 635–647. <https://doi.org/10.1002/ejsp.316>.
- Joffe H. (2008) The Power of Visual Material: Persuasion, Emotion and Identification. *Diogenes*. Vol. 55. No. 1. P. 84–93. <https://doi.org/10.1177/0392192107087919>.

Jonauskaitė D., Abu-Akel A., Dael N., Oberfeld D., Abdel-Khalek A. M., Al-Rasheed A. S., Antonietti J.-Ph., Bogushevskaya V., Chamseddine A., Chkonina E., Corona V., Fonseca-Pedrero E., Griber Yu. A., Grimshaw G., Hasan A. A., Havelka J., Hirnstein M., Karlsson B. S. A., Laurent E., Lindeman M., Marquardt L., Mefoh Ph., Papadatou-Pastou M., Pérez-Albéniz A., Pouyan N., Roinishvili M., Romanyuk L., Montejo A. S., Schrag Ya., Sultanova A., Uusküla M., Vainio S., Waşowicz G., Zdravković S., Zhang M., Mohr Ch. (2020) Universal Patterns in Color-Emotion Associations Are Further Shaped by Linguistic and Geographic Proximity. *Psychological Science*. Vol. 31. No. 10. P. 1245–1260. <https://doi.org/10.1177/0956797620948810>.

Kaspar K., Grümmer M., Kießler A., Neuß C., Schröter F. (2017) The Effects of Colour and Valence on News Evaluation. *International Journal of Psychology*. Vol. 52. No. 6. P. 491–498. <https://doi.org/10.1002/ijop.12234>.

Kitzinger J. (1995) The Face of AIDS. In: Marková I., Farr R. M. *Representations of Health, Illness and Handicap*. Amsterdam: OPA, Harewood Academic Publishers. P. 49–66.

McIntyre K. (2019) Solutions Journalism. *Journalism Practice*. Vol. 13. No. 1. P. 16–34. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1409647>.

Mertens G., Gerritsen L., Duijndam S., Saleminck E., Engelhard I. M. (2020) Fear of the Coronavirus (COVID-19): Predictors in an Online Study Conducted in March 2020. *Journal of Anxiety Disorders*. Vol. 74. P. 102258. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2020.102258>.

Miller S. B. (2004) *Disgust: The Gatekeeper Emotion*. Hillsdale, NJ: Analytic Press.

Nemcsics A., Takács J. (2019) Change in Colour Preference in 50 Years Duration and its Dependence on Age. *Color Research and Application*. Vol. 44. No. 4. P. 622–629. <https://doi.org/10.1002/col.22373>.

Oaten M., Stevenson R., Case T. I. (2009) Disgust as a Disease-Avoidance Mechanism. *Psychological Bulletin*. Vol. 135. No. 2. P. 303–321. <https://doi.org/10.1037/a0014823>.

Russell P. S., Giner-Sorolla R. (2013) Bodily Moral Disgust: What It Is, How It Is Different From Anger, and Why It Is an Unreasoned Emotion. *Psychological Bulletin*. Vol. 139. No. 2. P. 328–351. <https://doi.org/10.1037/a0029319>.

Schaller M., Park J. H. (2011) The Behavioral Immune System (and Why It Matters). *Current Directions in Psychological Science*. Vol. 20. No. 2. P. 99–103. <https://doi.org/10.1177/0963721411402596>.

Scherer K. R. (2005) What Are Emotions? And How Can They Be Measured? *Social Science Information*. Vol. 44. No. 4. P. 695–729. <https://doi.org/10.1177/0539018405058216>.

Scherer K. R., Shuman V., Fontaine J. J. R., Soriano C. (2013) The GRID Meets the Wheel: Assessing Emotional Feeling Via Self-Report. In: Fontaine J. J. R., Scherer K. R., Soriano C. *Components of Emotional Meaning: A Sourcebook*. Oxford: Oxford University Press. P. 281–298. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199592746.003.0019>.

- Schimmenti A., Billieux J., Starcevic V. (2020) The Four Horsemen of Fear: An Integrated Model of Understanding Fear Experiences During the COVID-19 Pandemic. *Clinical Neuropsychiatry*. Vol. 17. No. 2. P. 41–45. <https://doi.org/10.36131/CN20200202>.
- Seo K. (2020) Meta-Analysis on Visual Persuasion – Does Adding Images to Texts Influence Persuasion. *Athens Journal of Mass Media and Communications*. Vol. 6. No. 3. P. 177–190. <https://doi.org/10.30958/ajmmc.6-3-3>.
- Silvia P.J. (2006) Exploring the Psychology of Interest. New York: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195158557.001.0001>.
- Silvia P.J. (2008) Interest – The Curious Emotion. *Current Directions in Psychological Science*. Vol. 17. No. 1. P. 57–60. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2008.00548.x>.
- Sorokowski, P., Groyecka, A., Kowal, M., Sorokowska A., Bialek M., Lebeda I., Zdybek P., Karwowski M. (2020) Can Information About Pandemic Increases Negative Attitudes Toward Foreign Groups: A Case of COVID-19 Outbreak. *Sustainability*. Vol. 12. No. 12. P. 4912. <https://doi.org/10.3390/su12124912>.
- Strohming N. (2014) Disgust Talked About. *Philosophy Compass*. Vol. 9. No. 7. P. 478–493. <https://doi.org/10.1111/phc3.12137>.
- Summers-Effler E. (2006) Ritual Theory. In: Stets J. E., Turner J. H. (eds.) *Handbook of the Sociology of Emotions*. Boston, MA: Springer. P. 135–154. https://doi.org/10.1007/978-0-387-30715-2_7.
- Taylor S., Landry C. A., Paluszek M. M., Fergus T. A., McKay D., Asmundson G. J. G. (2020) Development and Initial Validation of the COVID Stress Scales. *Journal of Anxiety Disorders*. Vol. 72. P. 102232. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2020.102232>.
- Thurn H. P. (2007) *Farbwirkungen, Soziologie der Farbe*. Köln: DuMont.
- Tullett A. M., Inzlicht M. (2011) Disgust as a Prosocial Motivator: A New Perspective on Disgust. *Paper presented at the 12th Annual Convention of the Society for Personality and Social Psychology*. San Antonio, TX.
- van Helvoort T., Sankaran N. (2019) How Seeing Became Knowing: The Role of the Electron Microscope in Shaping the Modern Definition of Viruses. *Journal of the History of Biology*. Vol. 52. No. 1. P. 125–160. <https://doi.org/10.1007/s10739-018-9530-2>.

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1762](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1762)



В. В. Василькова, Н. И. Легостаева

СОЦИАЛЬНЫЕ БОТЫ В КОМПЬЮТЕРНОЙ ПРОПАГАНДЕ: СЕРФИНГ НА ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЛНЕ КОРОНАВИРУСА

Правильная ссылка на статью:

Василькова В. В., Легостаева Н. И. Социальные боты в компьютерной пропаганде: серфинг на информационной волне коронавируса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 329—356. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1762>.

For citation:

Vasilkova V. V., Legostaeva N. I. (2020) Social Bots in Computational Propaganda: Surfing the Coronavirus Information Wave. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 329–356. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1762>. (In Russ.)

СОЦИАЛЬНЫЕ БОТЫ В КОМПЬЮТЕРНОЙ ПРОПАГАНДЕ: СЕРФИНГ НА ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЛНЕ КОРОНАВИРУСА

ВАСИЛЬКОВА Валерия Валентиновна — доктор философских наук, профессор кафедры социологии культуры и коммуникации факультета социологии, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: v.vasilkova@spbu.ru
<https://orcid.org/0000-0001-9335-8738>

ЛЕГОСТАЕВА Наталья Игоревна — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник лаборатории изучения социально-экономических и политических процессов современного общества, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: n.legostaeva@spbu.ru
<https://orcid.org/0000-0002-8726-8784>

Аннотация. В статье современный феномен инфодемии рассматривается как расширение латентных механизмов информационного воздействия. Авторы интерпретируют этот процесс в контексте концепта компьютерной пропаганды, который позволяет не только описать использование новых компьютерных технологий для манипуляции и дезинформации в социальных сетях (конструирования фейковой информации, функционирования социальных ботов и др.), но и выявить скрытые цели субъектов пропаганды в современном онлайн-пространстве. Исследовательская цель статьи связана с анализом использования социальных ботов для пропагандистского воздействия, осуществляемого на информационной волне коронавирусной эпидемической ситуации.

SOCIAL BOTS IN COMPUTATIONAL PROPAGANDA: SURFING THE CORONAVIRUS INFORMATION WAVE

*Valeriya V. VASILKOVA*¹ — Dr. Sci. (Philos.), Professor at the Department of Sociology of Culture and Communication, Faculty of Sociology
E-MAIL: v.vasilkova@spbu.ru
<https://orcid.org/0000-0001-9335-8738>

*Natalia I. LEGOSTAEVA*¹ — Cand. Sci. (Soc.), Senior Researcher at the Research Laboratory for Socio-Economic and Political Processes of Modern Society
E-MAIL: n.legostaeva@spbu.ru
<https://orcid.org/0000-0002-8726-8784>

¹ St. Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

Abstract. The article considers the modern phenomenon of infodemia as an extension of latent mechanisms of information impact. The authors interpret this process in the context of the concept of computational propaganda, which allows the authors not only to describe the use of new computer technologies for manipulation and disinformation in social networks (fake information, social bots, etc.), but also to reveal the hidden goals of propaganda agents in the modern online space. The article aims to analyze the use of social bots for propaganda onslaught amidst the coronavirus outbreak.

The authors performed analytical reviews of the sources describing new forms of misinformation and ways to spread it in social networks during the coronavirus

Для реализации поставленной цели были решены следующие задачи: 1) осуществлен аналитический обзор источников, где описаны новые формы и способы дезинформации в различных социальных сетях, возникшие на волне коронавирусной инфодемии — фейковых новостей, социальных ботов; 2) представлены результаты пилотажного исследования по выявлению и описанию бот-сетей в процессе тематического мониторинга социальной сети «ВКонтакте», связанных с тематикой коронавируса и функционирование которых может быть интерпретировано в контексте компьютерной пропаганды. Исследование проводилось на базе Центра социологических и интернет-исследований СПбГУ в период с 16 марта по 26 мая 2020 г. по авторской методике анализа всплесков сетевой публикационной активности в сочетании с комплексной методикой выявления ботнетов, включающей метод частотного анализа размещаемых сообщений, профайлинг бот-аккаунтов, статистический анализ текстов, анализ структурной организации бот-сети, а также анализ контента публикаций. В результате был обнаружен ряд ботнетов, которые, используя волну популярной темы коронавируса в пропагандистских целях, осуществляют продвижение в информационном поле социальной сети: 1) оппозиционного политического контента с критикой власти и отечественной системы здравоохранения; 2) конспирологических нарративов, связанных с опасностью массового отравления продуктов, воды и лекарственных препаратов, а также с опасностью «цифрового рабства» населения путем массового введения биометрических данных.

pandemic (fake news, social bots) and presented the results of a pilot study aiming to reveal and describe botnets in Vkontakte social network that are related to coronavirus topic and can be interpreted in the context of computational propaganda. The study was implemented at the Center for Sociological and Internet Research (St Petersburg State University) from March 16th through May 26th 2020 using an author's method to analyze the surges in publication activity combined with a complex method to detect botnets encompassing frequency analysis of the posts, bot accounts' profiling, statistical analysis of texts, analysis of botnet's structural organization, and analysis of the publications' content. As a result, the authors detected the bots that used a wave of a popular coronavirus-related topic for propagandist purposes and promoted the following content on the social network 'VKontakte': (1) oppositionist political content criticizing the government policies and domestic health system; (2) conspiracy narratives related to the dangers of food and water poisoning and toxic medicines and the risks of "digital slavery" caused by the large-scale introduction of biometrics.

Ключевые слова: инфодемия, компьютерная пропаганда, социальные боты, конспирологический нарратив, коронавирус

Keywords: infodemia, computational propaganda, social bots, conspiracy narrative, coronavirus

Благодарность. Исследование выполнено в рамках гранта РФФИ 20-011-31318 «Коммуникативные стратегии политико-ориентированных онлайн-сообществ в социальных сетях». Исследование проведено с использованием оборудования Центра социологических и интернет-исследований Санкт-Петербургского государственного университета.

Acknowledgments. The study was funded by the Russian Foundation for Basic Research (project No. 20-011-31318 “Communicative strategies of policy-related online communities on social media”). We would like to thank our colleagues from the Center for Sociological and Internet Research of Saint Petersburg State University for guidance and support.

Постановка проблемы

Социальное дистанцирование как профилактическая мера, направленная на сокращение новых случаев инфицирования COVID-19 путем уменьшения физического контакта между людьми, привело к активному развитию онлайн-коммуникации и исследований в этой области. В настоящее время социальные сети используются как инструмент для продвижения превентивных и контролируемых мер в области здравоохранения, особенно в контексте чрезвычайных ситуаций, но, с другой стороны, они выступают и открытыми площадками для развития каскадов дезинформации различных сетевых акторов (агентов, политических сил).

Причем в современных условиях сложилась уникальная ситуация с распространением дезинформации, связанной с пандемией коронавируса, которая получила название инфодемии. Сам этот термин появился в феврале 2020 г., и был взят на вооружение представителями ВОЗ, когда генеральный директор ВОЗ Т. А. Гебреесус заявил: «Мы не просто боремся с эпидемией; мы боремся с инфодемией» [Zarocostas, 2020]. Инфодемия — это распространение совокупности текстов, включающих недостоверную, ложную информацию, слухи, страхи, панические измышления, некомпетентные советы, происходящее с невиданной прежде скоростью и масштабом. Как отмечал представитель ВОЗ С. Бриан, любая масштабная эпидемическая вспышка сопровождается своего рода «цунами информации», в которых есть место дезинформации, слухам и проч. Однако новые вызовы связаны с механизмами их распространения в современных социальных сетях — когда этот процесс кардинально убыстряется и расширяется, поскольку информация передается подобно вирусам, заражающим сознание людей посредством таких коммуникативных механизмов социальных сетей, как лайки, репосты и т. д.

В практическом плане инфодемия представляет серьезную опасность, поскольку может ускорить эпидемический процесс, воздействуя на социальную реакцию и фрагментируя ее [Kim, Fast, Markuzon, 2019], конструируя и распространяя опас-

ные модели поведения (например, ковид-диссидентство, отказ от самоизоляции и средств защиты), что затрудняет деятельность правительственных организаций и национальных систем здравоохранения по борьбе с заболеванием. Для исследователей феномен инфодемии представляет особый интерес, поскольку позволяет выявить и описать новые формы дезинформации, механизмы ее распространения в социальных сетях, многослойный и диверсифицированный характер мировой дезинформационной среды, последствия ее воздействия на социальные отношения и способы противостояния ей.

Одним из наиболее перспективных направлений в спектре указанных проблем, на наш взгляд, является изучение латентных механизмов пропагандистского воздействия, включающего дезинформацию и осуществляемого на основе темы коронавируса в интересах конкретных социальных акторов. Это и определяет исследовательский фокус данной статьи.

Теоретической рамкой исследования служит концепт компьютерной пропаганды. Это новое исследовательское направление для российского социально-гуманитарного знания. Оно связано с разработками междисциплинарной группы исследователей (специалистов в области компьютерных наук, политологов, социологов и т. д.) в рамках проекта COMPROP на базе Оксфордского института Интернета (Oxford Internet Institute). Они изучают, каким образом политические субъекты и структуры манипулируют общественным мнением через социальные сети, используя различные компьютерные технологии, в том числе конструируя ложные сообщения (фейковую информацию) и распространяя их при помощи специальных алгоритмизированных программ (социальных ботов).

Попытка первичной концептуализации данного направления была предпринята в коллективной монографии под редакцией С. Вулли и Ф. Ховарда, изданной в Оксфорде и объединяющей исследования 12 ученых из девяти стран (Россия, Украина, Канада, Польша, Тайвань, Бразилия, Германия, США, Китай), описывающих опыт и практики данного феномена [Woolley, Howard, 2018]¹. Компьютерная пропаганда трактуется как новое явление и новая область исследования цифровой дезинформации и манипуляции. «Как коммуникативная практика компьютерная пропаганда описывает использование алгоритмов автоматизации с целью полного управления и распространения вводящей в заблуждение информации в социальных сетях» [ibid.: 4], когда новые автоматизированные социальные субъекты используются для поддержки конкретных политиков и политических позиций, заглушая любые несогласные голоса и создавая иллюзию подавляющего превосходства. Негативная коннотация в оценке компьютерной пропаганды связана с тем, что исследователей интересуют преимущественно скрытые информационные воздействия, требующие анонимности субъектов пропаганды, которая обеспечивается современными алгоритмизированными технологиями.

При концептуализации понятия компьютерной пропаганды авторы разделяют социальный и технический аспекты этого феномена. Как социальное явление компьютерная пропаганда представляет собой новейшую форму пропаганды, а именно форму специфической коммуникации, которая для достижения целей

¹ Описание структурных характеристик данного концепта в сравнении с традиционным пониманием пропаганды дано в работе [Василькова, Трекин, 2020].

политических акторов избирательно искажает символы и смыслы, обращаясь преимущественно к эмоциональной и бессознательной сфере. Как техническое явление компьютерная пропаганда базируется на новых технологических основаниях (наличие платформ социальных медиа, Big Data, алгоритмизированные агенты) и включает новые инструменты (социальные боты, автоматически распространяющие контент, фейковые новости в социальных сетях). Социальные боты — это основной канал компьютерной пропаганды. В широком смысле под социальными ботами понимают алгоритмизированные программы, которые автоматически создают контент и взаимодействуют с другими пользователями социальных сетей, продвигая данный контент [Ferrara et al., 2016; Василькова, Легостаева, Радусhevский, 2019а: 23]. К ним относятся не только ложные аккаунты, но и действующие в социальных сетях чат-боты, предназначенные для диалогового общения с человеком с использованием естественного языка, спам-боты, интенсивно тиражирующие публикации по заданной теме, боты-сканеры, собирающие информацию по заранее определенному техническому заданию, если они фильтруют или агрегируют социально значимую информацию, а также с трудом поддающиеся идентификации гибридные, полуавтоматизированные боты-киборги [Gorwa, Guilbeault, 2018].

На наш взгляд, в контексте нового концепта компьютерной пропаганды можно рассматривать современные публикации по фейкам и ботам, в которых фиксируется своего рода синергетический эффект их совместного воздействия на аудиторию социальных сетей и пересекающиеся технологии их обнаружения. В этом плане хотелось бы выделить серию публикаций, в которых реализуется междисциплинарный подход к обнаружению фальшивых новостей в социальных сетях и осуществляется синтез методов машинного обучения, сетевого анализа, компьютерной обработки языка и поиска информации для анализа, включающих как изучение содержания, так и исследование способов распространения фейков. При этом ложные новости обнаруживаются по трем направлениям: 1) анализ специфических характеристик новостного контента; 2) анализ шаблонов распространения новостей, включая роль профилей пользователей; 3) взаимодействие пользователей с новостями [Shu et al., 2019; Zhou, Zafarani, 2019; Zhou et al., 2019; Guo, 2020].

Что касается литературы по социальным ботам, то применительно к тематике данной статьи мы считаем целесообразным упомянуть несколько работ, где рассматривается роль социальных ботов в распространении ложных новостей, злонамеренной дезинформации, в первую очередь политического характера [Bessi, Ferrara, 2016; Vosoughi, Roy, Aral, 2018; Grinberg et al., 2019; Shao et al., 2018; Daniel, Millimaggi, 2020; Василькова, Легостаева, 2019]. Также важны работы, в которых изучается роль социальных ботов в обсуждении проблем общественного здравоохранения с намеренным искажением информации, распространением утверждений, противоречащих научным данным [Broniatowski et al., 2018.; Qi, AlKulaib, Broniatowski, 2018].

В контексте сказанного исследовательскую цель статьи можно определить как анализ использования социальных ботов для пропагандистского воздействия, осуществляемого на информационной волне коронавирусной эпидемической ситуации.

Специфической особенностью анализируемой ситуации, отмеченной в ряде зарубежных исследований по данной тематике, является актуализация конспирологических нарративов в условиях современной инфодемии. По мнению авторов статьи, конспирологические нарративы можно рассматривать как объяснительные модели для фокусировки потенциального пропагандистского сообщения².

Для реализации поставленной исследовательской цели в первой части статьи будет представлен аналитический обзор статей и интернет-источников, в которых описаны новые формы и способы дезинформации в различных социальных сетях, возникшие на волне коронавирусной инфодемии — фейковых новостей, социальных ботов, а также методы их обнаружения и противодействия им. Вторая часть статьи будет посвящена описанию результатов пилотажного исследования по выявлению и описанию бот-сетей в процессе тематического мониторинга социальной сети «ВКонтакте», которые были связаны с тематикой коронавируса и функционирование которых может быть интерпретировано в контексте компьютерной пропаганды.

Фейки и боты о коронавирусе в социальных сетях (обзор источников)

Исследования по проблемам распространения дезинформации о COVID-19 в социальных сетях мы можем разделить в соответствии с их тематической акцентуацией на две группы: содержательные особенности ложных новостей; характер распространения ложных новостей с участием социальных ботов.

Содержательные особенности ложных новостей

Британские исследователи Н. Маршал, Ю. Ау и Ф. Н. Ховард опубликовали результаты исследования содержания новостей о COVID-19 на основе контент-анализа наиболее популярных поисковых запросов на YouTube [Marchal, Au, Howard, 2020]. Отобранный видеоконтент по запросам «коронавирус в Великобритании», «коронавирус в Китае», «коронавирус симптомы», «заговор коронавируса» (всего 320 видео с января по апрель 2020 г.) был классифицирован по четырем категориям в соответствии с: 1) типом доказательств; 2) степенью политизации; 3) фактической точностью информации. В результате зафиксировано, что в ответах на запросы «коронавирус в Великобритании» преобладают фактические и нейтральные (с политических позиций) сообщения (80%). Что же касается запроса «заговор коронавируса», то две трети сообщений связаны с политизированным контентом или идеологически мотивированными попытками конспирологических разоблачений. Также обнаружена заметная корреляция конспирологической и политизированной по своей направленности информации с запросом «коронавирус в Китае». И, наконец, было показано, что новости и информация о здоровье с высокой степенью политизации являются лидерами по количеству комментариев, вызывая наибольший общественный интерес.

Ученые Германии и США изучали распространение потенциально вредного и тревожного контента, такого как теории заговора и синофобский нарратив, поскольку считается, что COVID-19 происходит из Китая [Schild et al., 2020]. Авторы

² См. об этом также [Cubitt, 1989; Бразертон, 2017] и Почепцов Г. Коронавирус, конспирология и пропаганда: победы без победителей. URL: <https://www.aup.com.ua/koronavirus-konspirologiya-i-propaga> (дата обращения 24.12.2020).

собрали и проанализировали два крупномасштабных набора данных из 4chan's / pol /³ и Twitter и пришли к выводу, что COVID-19 вызвал рост синофобского контента преимущественно в периферийных веб-сообществах (таких как / pol /), и в меньшей степени — в основных, таких как Twitter.

Особый интерес представляет работа калифорнийских исследователей, посвященная выявлению целого ряда конспирологических нарративов в сетевых сообществах [Shahsavari et. al., 2020]:

1) вирус связан с сетью 5G, что объясняет китайское происхождение вируса через присоединение к коммуникационному гиганту Huawei;

2) случайное или преднамеренное высвобождение вируса из китайской (или неустановленной военной) лаборатории и его использование в качестве биологического оружия;

3) обман человечества глобалистской кликой, поскольку вирус не более опасен, чем легкий грипп или простуда;

4) использование пандемии как негласной операции, поддерживаемой Биллом Гейтсом, в которой пандемия и всеобщая вакцинация являются прикрытием для разработки глобального режима наблюдения.

При этом отмечается, что происходит борьба этих нарративных структур за внимание, поскольку еще не сложился единый корпус конспирологических трактовок эпидемии и нет единства в определении виновных и врагов.

К исследованиям, связанным с изучением контента ложных новостей о COVID-19, относятся анонсирование и описание эвристических возможностей создаваемых баз данных (публичных репозиторий), которые могут быть полезными для изучения динамики распространения надежной и ложной информации в контексте эпидемической вспышки. Ряд публикаций посвящен формируемому и постоянно обновляемому общедоступному многоязычному набору данных по коронавирусу в Twitter (репозиторий COVID-19-TwitterIDs GitHub). Обработка этого набора данных позволяет не только показать динамику дискурса о коронавирусе с привязкой к значимым в этом плане событиям, но и отследить дезинформацию и непроверенные слухи по данной теме и в конечном счете, по мнению авторов, способствовать внедрению обоснованных решений и целенаправленных политических мер для борьбы с глобальным кризисом [Chen, Lerman, Ferrara, 2020a]. Начиная с 28 января 2020 г. при использовании потоковой Twitter API и Tweepy собраны более 50 млн твитов при отслеживании определенных тем, ключевых слов и аккаунтов [Chen, Lerman, Ferrara, 2020b]. Было отмечено, что динамика дискурса отражает наиболее значимые события с COVID-19 в различных странах — первые случаи заболевания и первые смерти от коронавируса. (Данную закономерность обнаружила и другая группа исследователей [Alshaabi et al., 2020], формирующая временные ряды ключевых слов, связанных с COVID-19, на 24 языках в Twitter). Оригинальные методы сбора и обработки данных предлагают создатели мультимодального репозитория для исследования достоверности новостей COVID-19 ReCOvery [Zhou et al., 2020]. С января по май 2020 г. было

³ 4chan's / pol /.4chan — это имиджборд, который позволяет анонимно размещать информацию. Имиджборд разделен на несколько подсообществ, называемых досками: на каждой доске есть определенная тема и политика модерации. Доска / pol / — это основная доска для обсуждения мировых событий [Schild et al., 2020: 2].

собрано 2029 новостных статей о коронавирусе и 140 820 твитов, по которым можно понять, как эти новостные статьи распространяются в социальных сетях. Репозиторий дает возможность исследовать, каким образом создаются и распространяются новости с низким уровнем доверия, а также позволяет прогнозировать появление «поддельных» новостей. Уникальность авторского подхода заключается в том, что ReCOVery содержит мультимодальную информацию о новостных статьях по COVID-19, которая включает текстовую, визуальную, временную и сетевую компоненты. В целом разработки такого рода представляют не только теоретическую (аналитическую) ценность, поскольку предоставляют коллективно-разделяемый и востребованный опыт способов получения, обработки и использования данных, но и практическую ценность, так как создают основу для отбора достоверных данных, позволяющую вырабатывать приемы «информационной гигиены» для мирового сообщества, алгоритмы по технологической превенции инфодемии.

Распространение ложных новостей с участием социальных ботов

Важным направлением в изучении характера распространения ложных новостей о COVID-19 с участием социальных ботов является анализ специфики этих процессов на платформах различных социальных сетей. В этом плане интересно масштабное исследование, включающее сравнительный анализ пяти социальных сетей во время чрезвычайной ситуации в области здравоохранения, связанной с COVID-19 (Twitter, Instagram, YouTube, Reddit и Gab), и использующее модель распространения эпидемии для моделирования распространения информации в социальных сетях. Авторы пришли к выводу, что решающую роль в распространении информации и дезинформации играют модели взаимодействия каждой платформы социальных сетей в сочетании с особенностями ее аудитории [Cinelli et al., 2020] (в частности, наиболее восприимчивой к распространению дезинформации оказалась платформа Gab). При этом информация, помеченная как надежная или сомнительная, не показывает существенных различий в способах распространения, поскольку распространение информации обусловлено парадигмой взаимодействия, навязываемой конкретными социальными сетями и/или конкретными моделями взаимодействия групп пользователей в них.

Кстати, к сходным выводам немного ранее пришли ученые из Массачусетского технологического института. Анализируя распространение истинных и ложных новостей в Twitter, они показали, что человеческое поведение в большей степени способствует распространению лжи и правды, чем автоматизированные роботы, и это необходимо учитывать при формировании политики сдерживания дезинформации [Vosoughi, Roy, Aral, 2018: 1149]. Авторы обнаружили, что ложные политические новости распространяются быстрее и являются более вирусными по сравнению с другими категориями ложной информации. Одну из причин этого они видят в их новизне, которая привлекает внимание пользователей и поощряет обмен информацией. В социальных сетях быстрый обмен реакциями становится важнее, чем глубинная работа по установлению достоверности сообщения.

Итальянские исследователи, анализируя эпидемический характер инфодемии, вводят понятие «инфодемика» — «результат одновременного действия множества человеческих и нечеловеческих источников фейковых или ненадежных новостей»

[Gallotti et al., 2020: 3]. Авторы рассчитали индекс инфодемоического риска и создали инфодемоическую карту мира. В результате обработки более 112 млн сообщений Twitter на 64 языках о COVID-19 в период с 21 января по 10 марта 2020 г. сделан ряд важных выводов. Во-первых, использование современных методов машинного обучения для анализа онлайн-поведения пользователей позволило обнаружить необычную активность автоматических агентов, относящихся к социальным ботам (40,4% онлайн-сообщений за этот период были связаны с такими автоматизированными агентами, что вдвое превышает их активность по сравнению с оценками четырехлетней давности). Во-вторых, инфодемики обычно вызываются совместными действиями как человеческих, так и нечеловеческих субъектов (ботов), преследующих в основном скрытые цели. В-третьих, можно говорить о развитии интегрированного подхода к общественному здравоохранению, в котором биологические и информационные аспекты в равной степени признаются важными (в будущем речь может идти о подготовке новых высоко-специализированных профессионалов, таких как «инфодемиолог»).

Наиболее подробное исследование, в котором представлены доказательства того, как социальные боты используются в манипулятивных целях, пропагандируя на фоне актуальной тематики COVID-19 политически ориентированные конспирологические нарративы, представлено в работе Э. Феррара [Ferrara, 2020]⁴. Анализ аккаунтов и их контента в Twitter по авторской методике (за период с 22 января по 12 марта 2020 г.) позволил выделить три группы аккаунтов с различными шаблонами поведения:

- 1) аккаунты с низкими оценками ботов (люди);
- 2) аккаунты с высокими оценками ботов с новостным контентом (новостные боты);
- 3) аккаунты с высокими оценками ботов с конспирологическим политизированным контентом (конспирологические боты).

Показано, что люди-пользователи ориентированы преимущественно на обсуждение вопросов здравоохранения и благосостояния (здоровье, профилактические меры, образ жизни, принятые правительством ограничения, экономическая ситуация). Новостные боты, как правило, автоматически собирают и сопоставляют информацию с новостных сайтов ведущих американских и мировых СМИ, новостных агентств, а также новостных ботов в Twitter (например, SmartNews). Конспирологические боты содержат ключевые слова и хештеги, в которых присутствуют термины, связанные с продвижением альтер-правых организаций США (QAnon⁵, WWGWGA⁶, infowars, GreatAwakening и др.). Конспирологические нарративы сопровождаются такими сенсационными заголовками, как «Вирус был сделан в лаборатории Ухани», «Вирус является глобалистским биологическим оружием», «Вирус был импортирован в Китай военными США», «Продукты из Китая могут быть заражены вирусом». Другие хештеги и ключевые слова, связанные с этими

⁴ О политизации пандемии и ключевой роли в этом процессе социальных ботов на примере Twitter пишут также [Yang, Torres-Lugo, Menczer, 2020].

⁵ QAnon — наиболее влиятельное правое движение, связанное с конспирологической интерпретацией роли Д. Трампа в борьбе против «заговора сатанистов», среди которых — лидеры демократической партии США, а также многие американские знаменитости.

⁶ WWGWGA (Where We Go One We Go All) — аббревиатура сторонников QAnon, в переводе «Где один, там мы все».

нарративами, включают в себя проблемы свободы слова, внедрения технологии 5G, заговора с участием ботов.

Динамика активности этих трех типов аккаунтов существенно отличается и демонстрирует различия в их целях. Новостные боты были активны более-менее равномерно в течение всего исследуемого периода. Аккаунты пользователей-людей показывают два пика активности — в конце января (появление COVID-19 в США) и в начале марта (первый смертельный случай в США). Между этими двумя всплесками возникали конспирологические нарративы на основе активности ботов, которые заполнили своего рода информационный «пробел», сместив на короткий период содержательный акцент с общественного здравоохранения на политическую идеологию. Этот тип поведения ботов уже был замечен ранее [Metaxas, Mustafaraj, 2012; Hadgu, Garimella, Weber, 2013] и может быть описан так: боты движутся на волне популярности определенной темы (в данном случае — COVID-19), чтобы ввести преднамеренное сообщение или нарратив и привлечь к нему внимание.

Таким образом, анализ источников показывает, что информационная волна материалов по коронавирусу используется в целях пропаганды — для продвижения политизированного контента и конспирологических нарративов, стремящихся найти виновных в глобальном бедствии. В связи с этим значимым становится анализ российского материала такого рода — выявление бот-сетей, связанных с тематикой коронавируса, и интерпретация их деятельности в контексте компьютерной пропаганды.

Ботнеты на информационной волне коронавируса (по материалам эмпирического исследования)

Метод

Поиск ботнетов, связанных с тематикой коронавируса, являлся одним из направлений масштабного мониторинга повестки по инфоповодам, связанным с пандемией COVID-19 и сопутствующими проблемами в социальной сети «ВКонтакте», проводимого сотрудниками Центра социологических и интернет-исследований Санкт-Петербургского государственного университета с 16 марта 2020 г. по настоящий момент. Ботнет авторы определяют как публикационный комплекс, использующий N1 технологических аккаунтов для согласованной публикации информационных материалов определенной тематической направленности N2 тиражом в N3 местах размещения (Nn — задаваемый количественный параметр). При этом технологические аккаунты — это бот-аккаунты, которые представляют собой часть автоматического или полуавтоматического (с использованием оператора/ов) публикационного комплекса в социальной сети «ВКонтакте». Публикационный комплекс включает в себя пять компонентов: технологические аккаунты, места размещения публикаций, публикации, программное обеспечение, оператора/ов.

Для поиска ботнетов за период с 16 марта по 26 мая 2020 г., публикующих тексты на тему COVID-19 в социальной сети «ВКонтакте», была использована методика анализа всплесков сетевой публикационной активности (СПА) (см. рис. 1) в сочетании с авторской методикой выявления структур ботнетов, объединяющей метод частотного анализа размещаемых сообщений, профайлинг бот-аккаунтов, включающий статичный и поведенческий анализ данных профиля пользователя,

статистический анализ текстов с помощью построения временных гистограмм периода распространения контента с параллельной визуализацией графов соотношения «текст — автор», анализ структурной организации бот-сети, а также анализ контента текстов для определения тематики ботнета (подробнее о методике см. [Василькова, Легостаева, Радусhevский, 2019b]). Новизна и эффективность методики анализа всплесков СПА связаны с тем, что она позволяет оперативно локализовать функционирование бот-сетей в определенный период и по определенной теме и концентрирует внимание на резком увеличении числа публикаций в определенный период времени. Визуализация графа взаимосвязи «текст — автор» в конкретный период времени с заданными ключевыми словами позволяет выявить количество ботов в ботнете и количество публикаций, тиражируемых в данный период. Благодаря временным гистограммам можно увидеть скорость тиражирования публикации и классифицировать процесс как естественный или искусственный (от 1 минуты до 30 минут). Данная методика дает возможность сконцентрировать внимание на всплеске СПА, причинами которого могут быть как резкое естественное распространение публикаций (по актуальной/топовой теме) пользователями социальной сети «ВКонтакте», так и искусственное распространение публикаций (одномоментное/за короткий промежуток времени), что характерно при активации или привлечении деятельности ботнетов.

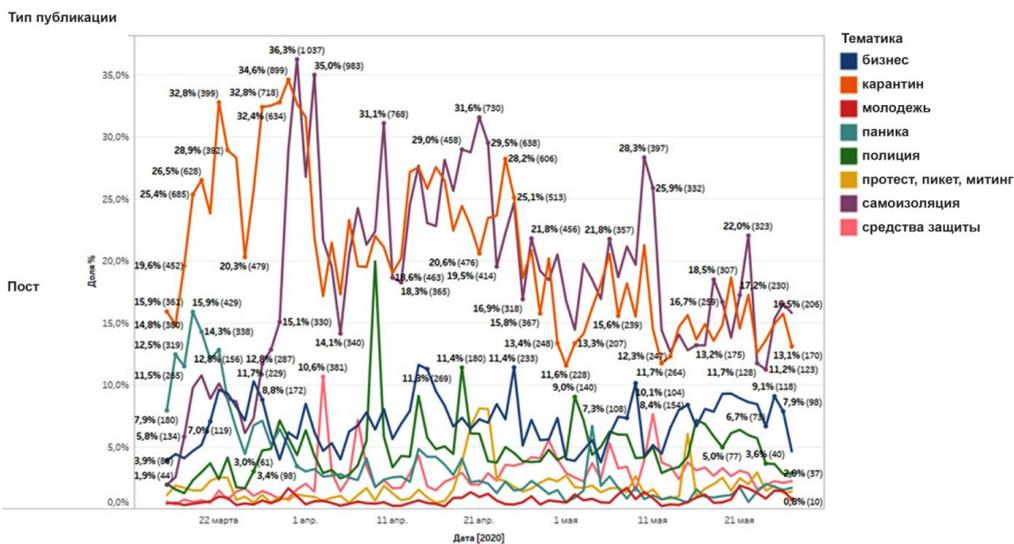


Рис. 1. Сетевая публикационная активность (СПА) с 16 марта по 26 мая 2020 г.

Сбор данных (постов) производился в социальной сети «ВКонтакте» и охватывал как персональные открытые страницы пользователей, так и посты открытых онлайн-сообществ (групп, страниц, событий). Для формирования массива данных № 1 с целью поиска повестки по инфоповодам, связанным с пандемией COVID-19, а также возможных ботнетов, действующих в этом тематическом поле, был сформирован список ключей. Список ключевых слов был составлен на основе анализа

цифровых СМИ, результатов опросов, рейтингов, списков тиражируемых текстов за определенный период. К политическим ключам были отнесены такие как «власть», «президент», «губернатор», «мэр», «администрация», «путин», «глава» и др.; к медицинским ключам — «карантин», «сovid», «вирус», «инфекция», «врач», «коронавирус», «коронавирус», «скорая», «лекарства», «эпидемия», «медицинский», «больница», «здравоохранение», «самоизоляция», «пандемия», «изоляция» и др.; к ключам в социальной сфере — «права человека», «школа», «новости», «жители» и др. Второй этап работы с массивом данных заключался в добавлении ключей, которые помогли бы сформировать массив данных № 2, содержащих информацию по Санкт-Петербургу: «спб», «питер», «петербург», «петербургский», «питерский». Третий этап работы с массивом данных № 3 включал разбивку на тематические блоки: бизнес, карантин, молодежь, паника, полиция, протест, самоизоляция, средства защиты. Двухэтапная корректировка исходного массива данных с помощью тематической и геолокационной детализации по Санкт-Петербургу, во-первых, дает наиболее точный результат с точки зрения соответствия ключей и тематической направленности ботнета. Во-вторых, уменьшение первоначального массива данных за счет введения ключей «спб», «питер», «петербург», «петербургский», «питерский» авторы использовали для того, чтобы минимизировать затраты по фильтрации спама и нерелевантных публикаций, поскольку исследование носило пилотажный характер. За исследуемый период массив данных № 3 составил 149 697 постов.

В ходе проведения исследования было использовано следующее программное обеспечение: Elasticsearch (сбор и хранение информации), Kibana, Tableau Desktop, Tableau Server (визуализация данных) и скрипты на PHP для скачивания информации, используя VK API, и ее обработки. По собранным данным были построены временные гистограммы, включающие в себя временной параметр распространения текста, а также визуализацию пары «тираж контента — число авторов» («count — authors»), что демонстрирует структуру ботнетов, которая описана ниже. Алгоритм сбора и обработки информации см. в Приложении.

Результаты

В результате пилотажного исследования по поиску ботнетов, связанных с темой COVID-19 по Санкт-Петербургу, было выявлено восемь ботнетов, в структурах которых функционировали 889 ботов. Описание структуры выявленных ботнетов содержит следующие параметры: количество ботов в ботнете, тираж одной публикации (тираж публикации — общее число экземпляров одной публикации, сделанной ботнетом), структура ботнета, период анализа работы ботнета, образец публикации или фрагмента публикации.

Ботнет № 1 и ботнет № 2 выявлены по всплеску ключа «карантин» (см. рис. 2). Количество ботов в ботнете № 1 — 82 группы во «ВКонтакте» (groups), тираж одной публикации — 82. Ботнет тиражирует во «ВКонтакте» информацию с электронного СМИ «КМВ Новости информационное агентство». За период с 18 марта по 7 апреля 2020 г. ботнет № 1 публиковал тексты на тему «Новости COVID-19 в РФ и в мире» (см. рис. 3), которые включали информацию о продлении ограничительных мер в Санкт-Петербурге, о вспышке коронавируса в психоневрологическом интернате Санкт-Петербурга и др.

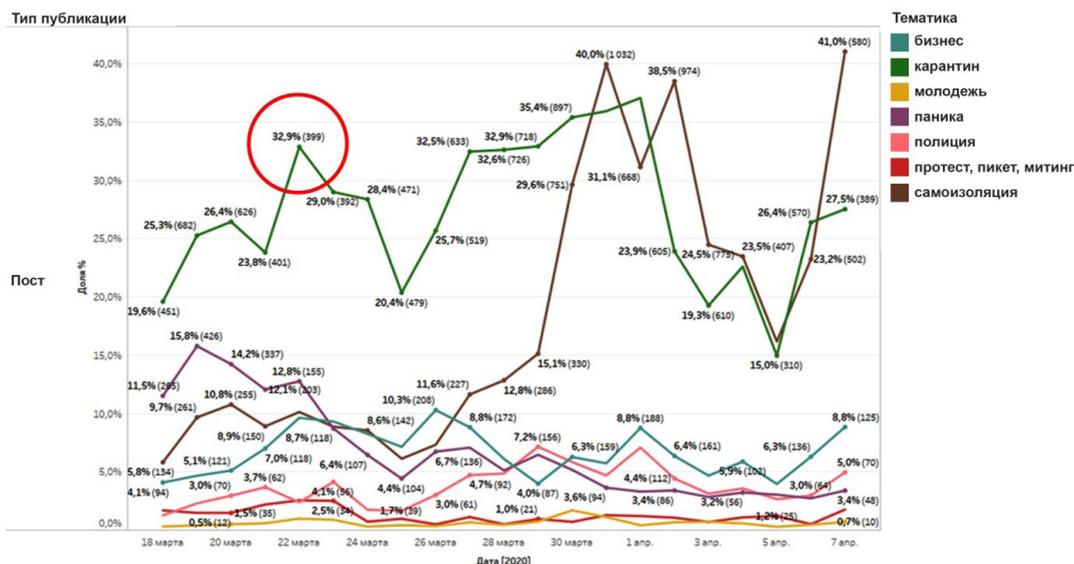


Рис. 2. Всплеск сетевой публикационной активности (СПА) по ключу «карантин» 22 марта 2020 г. (красным кругом фиксируется всплеск сетевой публикационной активности)⁷

По состоянию на 9 апреля 2020 года количество заболевших COVID – 19 в Ставропольском крае увеличилось до 42 человек. Об этом на своей странице в инстаграм рассказал глава региона Владимир Владимиров. «Дорогие земляки! Эпидситуация с коронавирусом продолжает меняться. Мы получили ещё три подтверждения этого диагноза. Выздоровело 6 человек. Вместе с тем, сейчас у нас 7 пациентов с подозрением на коронавирус. В крае зарегистрировано 42 случая заболевания», – прокомментировал Владимиров. Он добавил, что медики в ожидании результатов итогового тестирования. Все заболевшие находятся на карантине и под наблюдением специалистов. Напомним, накануне в поселке Иноземцево умерла 53-летняя женщина заболевшая коронавирусом.



До 42 человек увеличилось количество больных коронавирусом на Ставрополье
news-kmv.ru

Рис. 3. Образец публикации ботнета № 1

Количество ботов в ботнете № 2—27 страниц (pages), тираж одной публикации — 27. За период с 18 марта по 7 апреля 2020 г. ботнет № 2 публиковал тексты по теме «Новости COVID-19 в Санкт-Петербурге» (см. рис. 4), включающие

⁷ График показывает, что ключ «карантин» опережает все остальные (он выше на графике). Это говорит о том, что мы выбрали верный ключ, по которому по теме «COVID-19» было сделано больше всего публикаций, и первый всплеск позволил нам обнаружить первые два ботнета.

ронавирусов человека вызывают сезонные эпидемии аналогично гриппу. Большинство случаев заболевания отмечается в зимние месяцы. Российские военные врачи приняли первых пациентов с коронавирусом в итальянском городе Бергамо. Пациенты находятся под наблюдением докторов. Приём прошёл в полевом госпитале, сейчас там находятся десять пациентов.

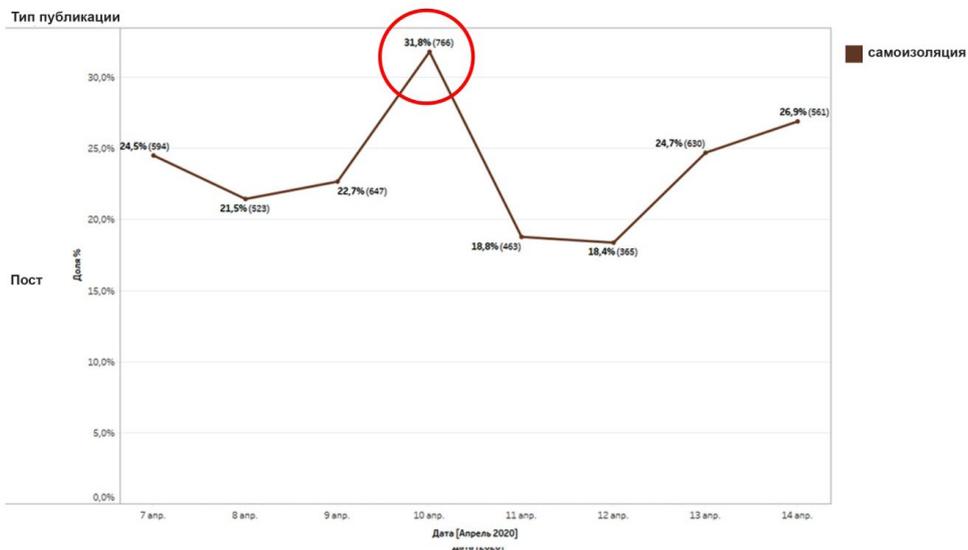


Рис. 5. Всплеск СПА по ключу «самоизоляция» 10 апреля 2020 г.

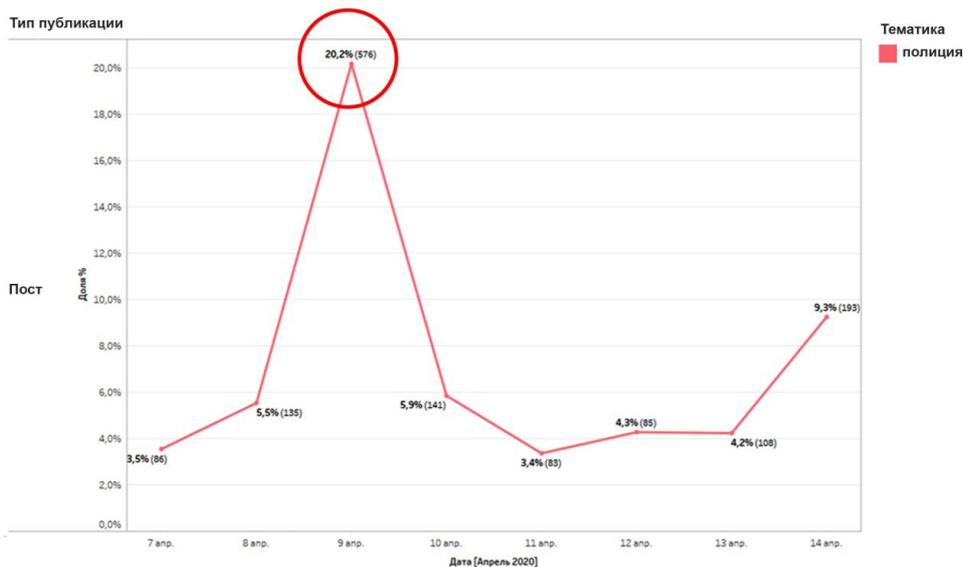


Рис. 6. Всплеск СПА по ключу «полиция» 9 апреля 2020 г.

Ботнет № 5 выявлен по всплеску ключа «бизнес» (см. рис. 7). Количество ботов в ботнете № 5—14 групп (groups), тираж одной публикации — 14. 25 апреля 2020 г. ботнет № 5 опубликовал текст, связанный с критикой местной и федеральной власти как в ситуации пандемии COVID-19, так и в решении других социальных и политических вопросов.

В публикации текста ботнета под названием «Медицинский ад» авторы связывают напряженную ситуацию пандемии с результатами федеральной политики оптимизации системы здравоохранения в последние десятилетия, когда «медицина планомерно уничтожалась»:

В ряде серьезных публикаций многое было сказано о недостатках российского здравоохранения: о более чем 2-х-кратном снижении числа стационаров, закрытии многих родильных домов, уменьшении числа врачей, фельдшеров и медицинских сестер, низких их зарплатах и больших у них переработках, проблемах с дорогами и сантранспортом в сельской местности, да и во многих больших и малых городах, увеличении объема платных медицинских услуг при низких доходах населения и многодневном ожидании в очередях нужных исследований (ФГДС, УЗИ, КТ, МРТ и др.), трудностях с получением, а порой и недоступностью так нужных лекарств, квот на высокотехнологичные хирургические вмешательства, превышении смертности над рождаемостью в последние годы и т. д. и т. п.

Данный текст заканчивается обвинением федеральных властей в некомпетентности и призывами не голосовать за поправку к Конституции «об обнулении сроков правления президента».

В публикации «МЫ НЕ РАСХОДНЫЙ МАТЕРИАЛ. ОБРАЩЕНИЕ К ЧЛЕНАМ УЧАСТКОВЫХ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КОМИССИИ» члены избирательных комиссий обращаются с призывом не участвовать в организации голосования по поправкам в Конституцию 1 июля в связи с опасностью заражения коронавирусом:

Участвуя в организации голосования 1 июля, мы не только подвергаем смертельной опасности жизни наших семей, мы рискуем стать настоящими убийцами и для многих избирателей. Ведь мы отлично знаем, какую сознательность при любых голосованиях проявляют люди старших возрастов. Но именно для них коронавирус особенно опасен. А нам предстоит ходить из квартиры в квартиру с переносными урнами в течение семи дней — это самый верный способ распространения болезни. Голосование 1 июля — это бессмысленный риск... и мы просто не понимаем, зачем нужны такие жертвы и риски, почему надо проводить это голосование сейчас и такой ценой.

В другой публикации обсуждается сама процедура предстоящего голосования и звучит призыв к протесту:

У вас есть право не участвовать в лживой процедуре голосования по поправкам. Итоговые цифры они все равно напишут, как захотят. А вы почувствуете, что мы станем вместе. Вместе против лжи и развала страны. Вы сделаете свой шаг! А следующий шаг, когда станем вместе, тоже будет!

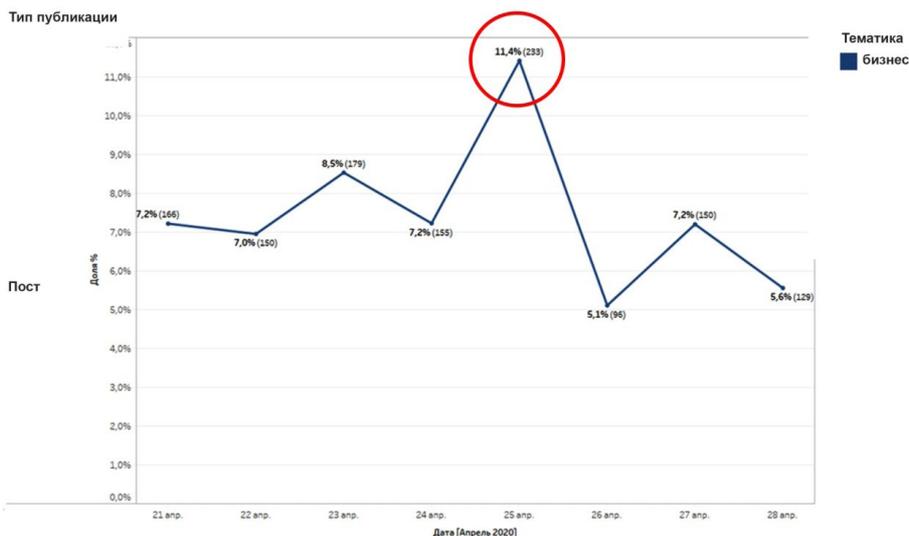


Рис. 7. Всплеск СПА по ключу «бизнес» 25 апреля 2020 г.

Ботнет № 6 выявлен по всплеску ключа «карантин» (см. рис. 8). Количество ботов в ботнете № 6—50 групп (groups), тираж одной публикации — 50. 29 апреля 2020 г. ботнет № 6 опубликовал текст, связанный с критикой действующей власти Санкт-Петербурга и РФ в период пандемии COVID-19, в котором осуждаются принимаемые меры по борьбе с заболеванием («уничтожение экономики города и страны», введение карантина) и делается вывод о некомпетентности власти (см. образец текста ботнета № 6 на рис. 9).

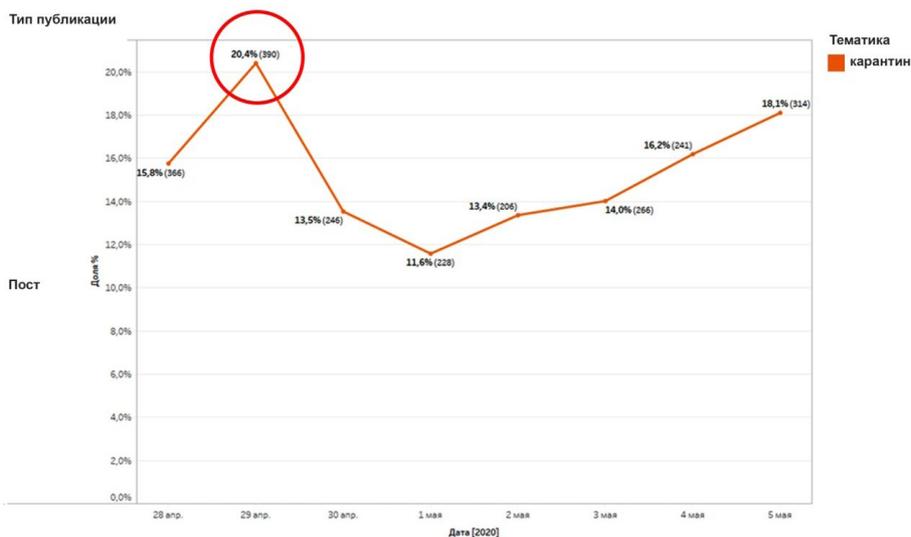


Рис. 8. Всплеск СПА по ключу «карантин» 29 апреля 2020 г.



29 апр в 17:02 🌐

ПОЛОВИНА НАСЕЛЕНИЯ

Носителями коронавируса являются не только больные с подтвержденным диагнозом, но и почти половина жителей Санкт-Петербурга, заявила «Интерфаксу» пресс-секретарь управления Роспотребнадзора по северной столице в понедельник Елизавета Скорынина.

«Сейчас почти 50% горожан являются бессимптомными носителями вируса COVID-19, потому что идет такое заражение», — подчеркнула Скорынина, сославшись на заявление главного государственного санитарного врача РФ Анны Поповой.

Говоря иначе, и безо всякого карантина эпидемия прошла положенный путь, и если половина пятимиллионного города уже переболела, а трупов вповалку на улицах не наблюдается, то все идёт по плану. И совершенно не нужно было уничтожать экономику города и страны: коллективный иммунитет выработался и без этого идиотизма. Кого точно нужно изолировать, так это невменяемое руководство страны и всю вертикаль, принимающих смертельно опасные решения.

Кроме того, если половина жителей Петербурга уже переболели или болеют в бессимптомном виде, то чем это все отличается от стандартной сезонной эпидемии ОРВИ, сказать становится все сложнее. А уж объяснить, на основании чего в стране происходят откровенно безумные события, скорее всего, невозможно вообще. Единственное объяснение — власть настолько некомпетентна, что принимаемые ею решения совершенно перестали соответствовать реальным проблемам и угрозам.

Рис. 9. Образец публикации ботнета № 6

Ботнет № 7 выявлен по всплеску ключа «паника» (см. рис. 10). Количество ботов в ботнете № 7 — 70 групп (groups), тираж одной публикации — 70. 4 мая 2020 г. ботнет № 7 опубликовал текст, анализ контекста которого позволяет говорить о наличии в нем двух конспирологических нарративов.

Первый связан с «вредоносным характером» массового внедрения биометрических данных — при оформлении загранпаспортов, банковского обслуживания, оформления водительских прав, обслуживания в магазинах и т. д.

Фрагмент текста № 1 ботнета № 7:

ОБРАЩЕНИЕ К НАРОДУ — ПРОСЫПАЙТЕСЬ!

*Если мы промолчим, произойдет предательство народа. Не соглашайтесь на РАБСТВО!
Огромная просьба, ДЕЛАЕМ МЕГАРЕПОСТ чтобы об этом узнали другие.*

https://vk.com/wall-26255628_87703

Ведь ни кто в здравом уме не захочет подобное будущее.

*Лоббисты цифрофашизма хотят перевести все в единую базу, электронный формат,
ЧТОБЫ У НАС НА РУКАХ НЕ ОСТАЛОСЬ НИКАКОГО ДОКУМЕНТА И ДЕНЕГ. И тогда*

они смогут крутить человеком как вздумается.

База имеет короткое и говорящее название — БЕС (Биометрическая Единая Система)...Цифровые трудовые книжки начнут выдаваться в 2021 году. Старый образец

вы уже не получите.

Ведется разработка биометрических прав для вождения, 2020 год является последним, когда можно получить права старого образца.

Та же ситуация обстоит и с загран паспортом.

— Внедряют биометрию в армии.

— Сбербанк начинает внедрять эту технологию в магазинах (не нужны деньги и карты) Вы

приходите в магазин, вам не нужен ни смартфон, ни наличка, ни пластиковая карта, считывают ваши биометрические данные, вы берете продукты и уходите. Идет подготовка к отмене налички.

— Создаются цифровые школы.

Отказ от учебников и переход на личные планшеты, который узнает лицо ребенка и включается.

Система ладонки, сбор отпечатков пальцев.

Облучение детей проходными рамками...

Второй конспирологический нарратив представляет глобальный заговор по уничтожению населения отравленными продуктами, водопроводной водой (в которой «будет содержаться психотропное вещество, которое обычно ставится психически больным — это для эффекта усиления паники у людей на фоне коронавируса»), вакцинами. Коронавирус — лишь прикрытия для таких действий, его на самом деле не существует (см. фрагмент текста № 2 ботнета № 7, рис. 11).

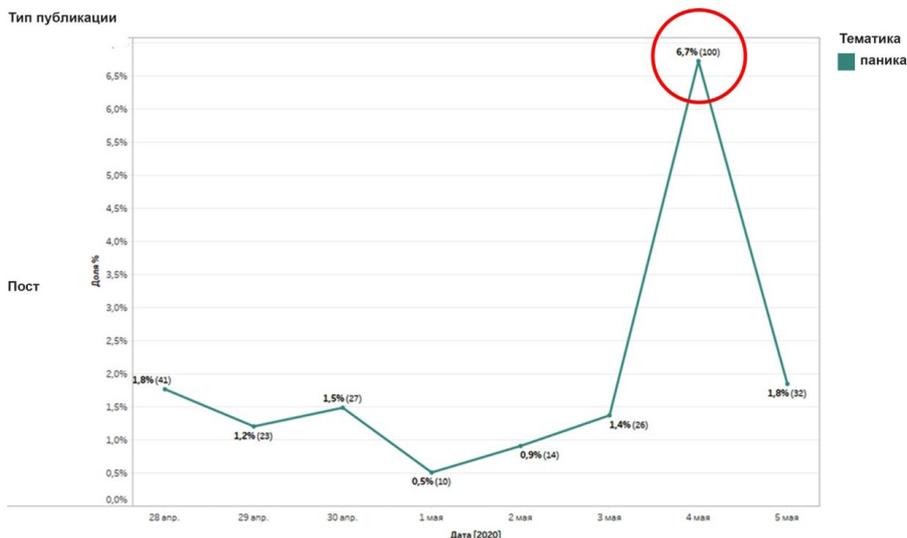


Рис. 10. Всплеск СПА по ключу «паника» 4 мая 2020 г.

С 05.05.2020 ПО ВСЕЙ СТРАНЕ В МАГАЗИНЫ ЗАВЕЗУТ ОТРАВЛЕННЫЕ ПРОДУКТЫ!

Этот яд на основе токсина, который вызывает симптомы коронавируса. Яд имеет сложный состав соединений ртути, мышьяка и радиоактивного компонента, которые не выводятся из организма, а **НАКАПЛИВАЮТСЯ** во организме. Показали действие яда на примере свиньи – ей поставили шприцем. Неделю ничего не происходит.

Потом симптомы проявляются как у обычной простуды. Снижение иммунитета. Свинья болеет кашляет и чихает. Потом её забивают на мясо. В зависимости от дозы и состояния организма человек ничего не почувствует от недели до нескольких месяцев.

Статистику таких людей массово станут списывать на коронавирус.

Начнут травить людей с таких продуктов как свежие мясо и рыба, затем зерно и зерновые продукты, в том числе молоко и яйца.

КОРОНАВИРУСА КАК ТАКОВОГО НЕ СУЩЕСТВУЕТ, А ЗАРАЖЕНИЕ СМЕРТЕЛЬНОЙ ОТРАВой
ИДЁТ ЧЕРЕЗ ПРОДУКТЫ ТАК ЖЕ КАК ЧЕРЕЗ ОТРАВЛЕННЫЕ ТЕСТЫ И ВАКЦИНЫ

Рис. 11. Фрагмент текста № 2 ботнета № 7

Скрытое пропагандистское послание, которое базируется на данном нарративе, не только актуализирует недоверие к официальным структурам и государственным организациям здравоохранения, но и имеет маркетинговый оттенок: в распространении отравленных продуктов обвиняются крупные ретейлеры («Магнит, Пятерочка и др.»). В связи с этим формулируются такие призывы, как «не покупать перечисленные продукты в супермаркетах», «покупать продукты у местных производителей», употреблять еду, выращенную «на своей земле». Еще одним объектом разоблачения являются IT-кампании, внедряющие технологии 5G с их вредоносными последствиями («гарантированное нарушение нервной системы, внутренних органов, убитый иммунитет, онкологические заболевания, повреждение ДНК и т. д.»), от применения которых призывают отказаться.

Ботнет № 8 выявлен по всплеску ключа «средства защиты» (см. рис. 12). Количество ботов в ботнете № 8—31 группа (groups), тираж одной публикации — 31. 11 мая 2020 г. ботнет № 8 опубликовал текст о введении обязательного масочного режима в Санкт-Петербурге, в котором содержится оперативная информация о способах изготовления и применения медицинских масок, местах их приобретения, а также текущая информация об уровне заболевания в Санкт-Петербурге (см. рис. 13).

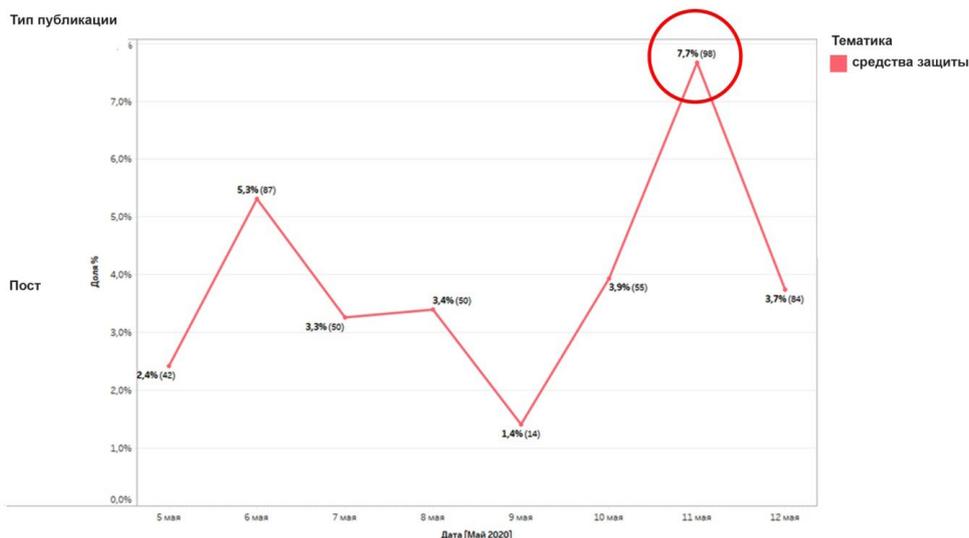


Рис. 12. Всплеск СПА по ключу «средства защиты» 11 мая 2020 г.

Мой Питер
11 мая в 13:37

12 мая в Санкт-Петербурге вводится обязательный масочный режим. Во всех общественных местах и на улице необходимо будет надевать одноразовые или многоразовые средства защиты органов дыхания и перчатки. Выгоднее, конечно, приобрести многоразовые маски. Их достаточно постирать, отпарить утюгом и можно использовать вновь. Менять маску следует каждые 3 часа. Приобрести средства индивидуальной защиты можно будет в вестибюлях станций метро, а также, например, здесь:

https://vk.com/feya_krestnaya_spb
<https://vk.com/zashhitnajamaska>
https://vk.com/modest_rentier

Стоимость одной маски с перчатками можно приобрести за 150 рублей. Можно использовать маски, сделанные самостоятельно (см. рисунок). Все ограничения и запреты, которые были введены в городе из-за коронавируса, сохранятся до конца мая. Это связано с ухудшением санитарно-эпидемиологической обстановки в городе. Так, 8 мая выявлено 425 заболевших, а выздоровело только 65 человек. Одна из причин такого роста – снижение уровня самоизоляции. В последние дни он упал до 2,1.

Как сделать маску

Маска снижает риск заражения окружающих. Она задерживает вирусные частицы, выделяемые при дыхании, кашле и чихании.

Изготовление

- Отмерьте 70 см от бинта, отрежьте. Отрезок разрежьте вдоль на две части и скрутите два жгута.
- Отмерьте 60 см бинта, на край квадратом уложите вату толщиной до 1 см.

Рис. 13. Образец публикации ботнета № 8

Выводы и обсуждения

В результате авторского исследования по заданным ключевым словам, связанным с тематикой коронавируса, за период с 16 марта по 26 мая 2020 г. были выявлены восемь ботнетов, которые включают соответственно по 82, 27, 165, 450, 14, 50, 70, 31 ботов. Анализ контента ботнетов показал, что пять из них (№ 1, 2, 3, 4, 8) являются новостными и выполняют роль вспомогательного информационного ресурса в борьбе с пандемией, распространяя информацию о статистике по заболеванию в мире, России, Санкт-Петербурге, режиме самоизоляции, средствах защиты и т. д. Два ботнета (№ 5, 6) имеют политизированную ориентацию оппозиционного характера (критика федеральных и местных властей, системы отечественного здравоохранения) и цель активизировать протестные настроения. Один ботнет (№ 7) содержит конспирологические нарративы, связанные с заговором целенаправленного отравления населения продуктами питания, водой, вакцинами, а также с опасностью «цифрового рабства» населения путем массового введения биометрических данных.

Данная работа является первым российским исследованием, которое зафиксировало наличие социальных ботов, работающих в поле компьютерной пропаганды, когда боты осуществляют своего рода «захват трендов», используя волну популярной темы (коронавируса), чтобы внедрить в информационное пространство социальной сети определенные политические и конспирологические нарративы в пропагандистских целях (в частности, с целью дискредитации определенных политических структур и коммерческих организаций).

Исследование имеет ряд ограничений:

1) первоначальный массив данных был дважды отфильтрован дополнительными ключами с целью мониторинга сетевой публикационной активности и поиска ботнетов, работающих по теме «COVID-19», с содержанием информации по Санкт-Петербургу;

2) период исследования был ограничен датами с 16 марта по 26 мая 2020 г.;

3) пилотажное исследование проходило в социальной сети «ВКонтакте», не затрагивая другие социальные сети;

4) данное исследование является пилотажным и в настоящее время не позволяет с точностью определить долю публикаций, растиражированных ботнетами, от общего массива данных, поскольку ботнет выявляется по всплеску публикаций на конкретную дату без учета мониторинга его публикационной активности за весь исследуемый период. Но в перспективе именно это ограничение может лечь в основу нового исследования по мониторингу ботнет-активности.

Эти ограничения не позволяют сделать вывод об общем ландшафте и соотношении различных типов ботов (новостных, политизированных, конспирологических), функционирующих в данной сети на информационной волне коронавируса⁹.

В связи с этим перспективы развития темы авторы видят в расширении мониторинга исследуемых ботов в различных социальных сетях российского интернет-пространства, в изучении более точного временного анализа потока информации,

⁹ Методика определения тематической направленности ботнетов более подробно представлена в работе авторов «Тематический ландшафт бот-пространства социальной сети „ВКонтакте“» [см. Василькова, Легостаева, Радусhevский, 2019b].

содержащего тему «COVID-19», генерируемого и тиражируемого ботнетами (что возможно за счет расширения списка ключевых слов, а также снятия геолокационных фильтров в текстах). Перспективным также представляется анализ коммуникативных тактик, которые используют ботнеты. В частности, нами были обнаружены различия в структуре тиражируемого контента: новостные ботнеты используют короткий текст с картинкой и ссылкой на источник информации; политизированные ботнеты с оппозиционным характером — яркие заголовки, статистику в длинных текстах; конспирологические ботнеты — длинные тексты, которые размещают не только в постах на стенах сообществ, но и в комментариях, что затрудняет их обнаружение и одновременно повышает уровень вовлеченности пользователей социальных сетей в обсуждение тем, продвигаемых ботнетами, поскольку они «встраиваются» в обсуждение и онлайн-диалог между пользователями. Все это актуализирует будущие исследования о диверсификации способов взаимодействия ботов с аудиторией.

Список литературы (References)

Бразертон Р. Недоверчивые умы. Чем нас привлекают теории заговоров. М.: Альпина Нон-фикшн, 2017.

Brotherton R. (2017) *Suspicious Minds. Why We Believe Conspiracy Theories*. Moscow: Alpina Non-fiction. (In Russ.)

Василькова В. В., Легостаева Н. И. Социальные боты в политической коммуникации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2019. Т. 19. № 1. С. 121—133. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2019-19-1-121-133>.
Vasilkova V. V., Legostaeva N. I. (2019) Social Bots in Political Communication. *RUDN Journal of Sociology*. Vol. 19. No. 1. P. 121—133. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2019-19-1-121-133>. (In Russ.)

Василькова В. В., Легостаева Н. И., Радусhevский В. Б. Социальные боты как инструмент развития гражданского участия // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019а. № 5. С. 19—42. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.02>.

Vasilkova V. V., Legostaeva N. I., Radushevsky V. B. (2019a) Social Bots as a Tool for Developing Civic Participation. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 19—42. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.02>. (In Russ.)

Василькова В. В., Легостаева Н. И., Радусhevский В. Б. Тематический ландшафт бот-пространства социальной сети «ВКонтакте» // Журнал социологии и социальной антропологии. 2019b. Т. 22. № 4. С. 202—245. <https://doi.org/10.31119/jssa.2019.22.4.8>.

Vasilkova V. V., Legostaeva N. I., Radushevsky V. B. (2019b) Thematic Landscape of the Bot Space of the Social Network “VKontakte”. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*. Vol. 22. No. 4. P. 202—245. <https://doi.org/10.31119/jssa.2019.22.4.8>. (In Russ.)

Василькова В. В., Трекин П. А. Компьютерная пропаганда: структурные характеристики и векторы исследования // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. Т. 13. № 1. С. 68—83. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.105>.

Vasilkova V. V., Trekin P. A. (2020) Computer Propaganda: Structural Characteristics and Vectors of Research. *Bulletin of St. Petersburg University. Sociology*. Vol. 13. No. 1. P. 68—83. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.105>. (In Russ.)

Alshaabi T., Arnold M. V., Minot J. R., Adams J. L., Dewhurst D. R., Reagan A. J., Muhamad R., Danforth C. M., Dodds P. S. (2020) How the World's Collective Attention is Being Paid to a Pandemic: COVID-19 Related 1-Gram Time Series for 24 Languages on Twitter. arXiv preprint arXiv:2003.12614. P. 1—13. URL: <http://arxiv.org/abs/2003.12614> (accessed: 25.12.2020).

Bessi A., Ferrara E. (2016) Social Bots Distort the 2016 US Presidential Election Online Discussion. *First Monday*. Vol. 21. No. 11. <https://doi.org/10.5210/fm.v21i11.7090>.

Broniatowski D. A., Jamison A. M., Qi S., AlKulaib L., Chen T., Benton A., Quinn S. C., Dredze M. (2018) Weaponized Health Communication: Twitter Bots and Russian Trolls Amplify the Vaccine Debate. *American Journal of Public Health*. Vol. 108. No. 10. P. 1378—1384. <https://doi.org/10.2105/ajph.2018.304567>.

Chen E., Lerman K., Ferrara E. (2020a) #COVID-19: The First Public Coronavirus Twitter Dataset. arXiv preprint arXiv:2003.07372. URL: <http://arxiv.org/abs/2003.07372> (accessed: 25.12.2020).

Chen E., Lerman K., Ferrara E. (2020b). Tracking Social Media Discourse About the COVID-19 Pandemic: Development of a Public Coronavirus Twitter Data Set. *JMIR Public Health and Surveillance*. Vol. 6. No. 2. e19273. <https://doi.org/10.2196/19273>.

Cinelli M., Quattrocioni W., Galeazzi A., Valensise C. M., Brugnoli E., Schmidt A. L., Zola P., Zollo F., Scala A. (2020) The COVID-19 Social Media Infodemic. *Scientific Reports*. Vol. 10. No. 1. P. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5>.

Cubitt G. T. (1989) Conspiracy Myths and Conspiracy Theories. *Journal of the Anthropological Society of Oxford*. Vol. 20. No. 1. P. 12—26. URL: https://www.anthro.ox.ac.uk/sites/default/files/anthro/documents/media/jaso20_1_1989_12_26.pdf (accessed: 25.12.2020).

Daniel F., Millimaggi A. (2020) On Twitter Bots Behaving Badly: A Manual and Automated Analysis of Python Code Patterns on GitHub. *Journal of Web Engineering*. Vol. 18. No. 8. P. 801—836. <http://dx.doi.org/10.13052/jwe1540-9589.1883>.

Ferrara E. (2020) What Types of COVID-19 Conspiracies are Populated by Twitter Bots? *First Monday*. Vol. 25. No. 6. <https://doi.org/10.5210/fm.v25i6.10633>.

Ferrara E., Varol O., Davis C., Menczer F., Flammini A. (2016) The Rise of Social Bots. *Communications of the ACM*. Vol. 59. No. 7. P. 96—104. <https://doi.org/10.1145/2818717>.

Gallotti R., Valle F., Castaldo N., Sacco P., Domenico M. (2020). Assessing the Risks of “Infodemics” in Response to COVID-19 Epidemics. *Nature Human Behaviour*. Vol. 4. P. 1285–1293. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-00994-6>.

Gorwa R., Guilbeault D. (2018) Unpacking the Social Media Bot: A Typology to Guide Research and Policy. *Policy & Internet*. Vol. 12. No. 2. P. 225–248. <https://doi.org/10.1002/poi3.184>.

Grinberg N., Joseph K., Friedland L., Swire-Thompson B., Lazer D. (2019) Fake News on Twitter During the 2016 U. S. Presidential Election. *Science*. Vol. 363. No. 6425. P. 374–378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>.

Guo B., Ding Y., Yao L., Liang Y., Yu Z. (2020) The Future of False information Detection on Social Media: New Perspectives and Trends. *ACM Computing Surveys*. Vol. 53. No. 4. P. 1–36. <https://doi.org/10.1145/3393880>.

Hadgu A. T., Garimella K., Weber I. (2013) Political Hashtag Hijacking in the U.S. In: *WWW'13 Companion: Proceedings of the 22nd International Conference on World Wide Web, May 2013*. P. 55–56. <http://dx.doi.org/10.1145/2487788.2487809>.

Kim L., Fast S. M., Markuzon N. (2019) Incorporating Media Data into a Model of Infectious Disease Transmission. *PloS One*. Vol. 14. No. 2. P. e0197646. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0197646>.

Marchal N., Au H., Howard P. N. (2020) Coronavirus News and Information on YouTube: A Content Analysis of Popular Search Terms. *COMPOR Data Memo. COVID-19 Series*. Vol. 2020.3. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. URL: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2020/04/COVID-19-YouTube-Memo.pdf> (accessed: 24.12.2020).

Metaxas P. T., Mustafaraj E. (2012) Social Media and the Elections. *Science*. Vol. 338. No. 6106. P. 472–473. <https://doi.org/10.1126/science.1230456>.

Qi S., AlKulaib L., Broniatowski D. A. (2018) Detecting and Characterizing Bot-Like Behavior on Twitter. In: *International Conference on Social Computing, Behavioral-Cultural Modeling and Prediction and Behavior Representation in Modeling and Simulation. Lecture Notes in Computer Science*. Vol. 10899. P. 228–232. https://doi.org/10.1007/978-3-319-93372-6_26.

Schild L., Ling C., Blackburn J., Stringhini G., Zhang Y., Zannettou S. (2020). “Go Eat a Bat, Chang!”: An Early Look on the Emergence of Sinophobic Behavior on Web Communities in the Face of COVID-19. *arXiv preprint arXiv:2004.04046*. URL: <http://arxiv.org/abs/2004.04046> (accessed: 24.12.2020).

Shahsavari S., Holur P., Tangherlini T. R., Roychowdhury V. (2020) Conspiracy in the Time of Corona: Automatic Detection of COVID-19 Conspiracy Theories in Social Media and the News. *Research Square*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-52079/v1>.

Shao C., Ciampaglia G. L., Varol O., Yang K.-C., Flammini A., Menczer F. (2018) The Spread of Low-Credibility Content by Social Bots. *Nature Communications*. Vol. 9. No. 1. <https://doi.org/10.1038/s41467-018-06930-7>.

Shu K., Zhou X., Wang S., Zafarani R., Liu H. (2019) The Role of User Profiles for Fake News Detection. In: *ASONAM'19: Proceedings of the 2019 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining, August 2019*. P. 436–439. <https://doi.org/10.1145/3341161.3342927>.

Vosoughi S., Roy D., Aral S. (2018) The Spread of True and False News Online. *Science*. Vol. 359. No. 6380. P. 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>.

Woolley S. C., Howard P. N. (eds.) (2018) *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*. New York, NY: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190931407.001.0001>.

Yang K. C., Torres-Lugo C., Menczer F. (2020) Prevalence of Low-Credibility Information on Twitter During the COVID-19 Outbreak. *Workshop Proceedings of the 14th International AAAI Conference on Web and Social Media*. <https://doi.org/10.36190/2020.16>.

Zarocostas J. (2020) How to Fight an Infodemic. *The Lancet*. Vol. 395. No. 10225. P. 676. URL: [https://doi.org/10.1016/s0140-6736\(20\)30461-x](https://doi.org/10.1016/s0140-6736(20)30461-x).

Zhou X., Zafarani R. (2019) Network-Based Fake News Detection: A Pattern-Driven Approach. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*. Vol. 21. No. 2. P. 48–60. <https://doi.org/10.1145/3373464.3373473>.

Zhou X., Zafarani R., Shu K., Liu H. (2019) Fake News: Fundamental Theories, Detection Strategies and Challenges. In: *WSDM'19: Proceedings of the Twelfth ACM International Conference on Web Search and Data Mining*. New York, NY: Association for Computing Machinery. P. 836–837. <https://doi.org/10.1145/3289600.3291382>.

Zhou X., Mulay A., Ferrara E., Zafarani R. (2020) ReCOVery: A Multimodal Repository for COVID-19 News Credibility Research. *CIKM '20: Proceedings of the 29th ACM International Conference on Information and Knowledge Management, October 2020*. P. 3205–3212. <https://doi.org/10.1145/3340531.3412880>.

Приложение

Алгоритм сбора и обработки информации сводится к следующим этапам:

- 1) составление списка ключевых слов;
- 2) определение периода исследования — с 16 марта по 26 мая 2020 г.;
- 3) анализ целостности данных в Kibana/Discovery по каждому ключевому слову;
- 4) внесение отсутствующих ключевых слов в рабочее задание для скриптов на PHP, получающих информацию из VK API и сохраняющих ее в Elasticsearch;
- 5) добавление в рабочее задание процедур по докачиванию информации для ключевых слов, по которым нет целостности данных (заполнение «пробелов», которые возникли в связи с расширением периода исследования или из-за технических сбоев при обращении VK API);
- 6) анализ сетевой публикационной активности и взаимосвязей «текст-автор»:
 - 6.1. анализ топов текстов (по тиражируемости) и временных гистограмм их публикации;
 - 6.2. анализ структуры взаимосвязей «текст-автор» на графе;
- 7) анализ структуры контента и структуры профилей:
 - 7.1. анализ контента публикаций;
 - 7.2. профайлинг авторов (групп, страниц, событий, пользователей), составляющих выявленные ботнеты;
- 8) анализ всплесков сетевой публикационной активности в дашбордах по выбранным ключам за определенный период;
- 9) анализ топов публикаций на пиках сетевой публикационной активности в Kibana/Discovery.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1732](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1732)



И. В. Мерсиянова, А. С. Брюхно

ЦИФРОВЫЕ ВОЛОНТЕРСКИЕ ПЛАТФОРМЫ: ГОТОВНОСТЬ РОССИЯН И ПОТЕНЦИАЛ ПРИМЕНЕНИЯ

Правильная ссылка на статью:

Мерсиянова И. В., Брюхно А. С. Цифровые волонтерские платформы: готовность россиян и потенциал применения // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 357—375. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1732>.

For citation:

Mersianova I. V., Briukhno A. S. (2020) Digital Volunteer Platforms: Russians' Willingness to Use Them and Application Potential. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 357–375. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1732>. (In Russ.)

ЦИФРОВЫЕ ВОЛОНТЕРСКИЕ ПЛАТФОРМЫ: ГОТОВНОСТЬ РОССИЯН И ПОТЕНЦИАЛ ПРИМЕНЕНИЯ

МЕРСИЯНОВА Ирина Владимировна — кандидат социологических наук, директор Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора, зав. кафедрой экономики и управления в негосударственных некоммерческих организациях департамента политики и управления факультета социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

E-MAIL: imersianova@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-0275-4717>

БРЮХНО Александра Сергеевна — стажер-исследователь научно-учебной лаборатории междисциплинарных исследований некоммерческого сектора Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

E-MAIL: abryuhno@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-9590-6037>

Аннотация. В статье рассматривается потенциал использования цифровых волонтерских платформ в России на основе данных количественного и качественного исследований, проведенных в период самоизоляции в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (апрель — май 2020 г.) Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ «Высшая школа экономики» в рамках проекта «Самоорганизация и взаимопомощь в условиях

DIGITAL VOLUNTEER PLATFORMS: RUSSIANS' WILLINGNESS TO USE THEM AND APPLICATION POTENTIAL

*Irina V. MERSIANOVA*¹ — *Cand. Sci. (Soc.), Director of the Center for Studies of Civil Society and the Nonprofit Sector; Head of the Department for NGO Economy and Management of the Faculty of Social Sciences*

E-MAIL: imersianova@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-0275-4717>

*Aleksandra S. BRIUKHNO*¹ — *Research Intern at the Research Laboratory for Interdisciplinary Studies in the Nonprofit Sector of the Center for Studies of Civil Society and the Nonprofit Sector*

E-MAIL: abryuhno@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-9590-6037>

¹ National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Abstract. The article examines the potential for using digital volunteer platforms in Russia and is based on quantitative and qualitative research conducted during the coronavirus lockdown (April – May 2020) by the HSE Centre for Studies of Civil Society and the Non-Profit Sector. Relying on the data from a Russian nationwide survey ($N=2012$), the authors conclude that the interest to register with the platform offering volunteer opportunities and activities is rather high. The key factors behind the willingness to

противодействия распространению коронавирусной инфекции».

На основе данных всероссийского опроса населения ($N = 2012$) выявлено, что уровень готовности зарегистрироваться на специализированном сайте, позволяющем добровольцам узнавать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе подходящую волонтерскую работу, достаточно высок. Ключевыми факторами, влияющими на готовность к использованию подобных сайтов, являются половозрастные параметры, уровень образования, род занятий, а также вовлеченность в добровольческую деятельность. Результаты онлайн-фокус-групп (с обычными гражданами и с волонтерами) также демонстрируют востребованность волонтерских онлайн-платформ. Определены основные желаемые характеристики сайта-агрегатора, такие как возможность выбирать из большого числа разнообразных волонтерских активностей, доступность, безопасность и прозрачность.

Ключевые слова: волонтеры, волонтерская деятельность, цифровые волонтерские платформы, онлайн-волонтерство, волонтерская идентичность

Благодарность. Исследование выполнено при поддержке Программы фундаментальных исследований НИУ «Высшая школа экономики».

use such websites are sex and gender parameters, educational background, occupation as well as involvement in volunteering. Results of online focus groups (conducted among ordinary citizens and volunteers) show that online platforms dedicated to volunteering are in demand. The study also defines desirable characteristics of the aggregator website, such as a wide variety of volunteer activities to choose from, availability, safety and transparency.

Keywords: volunteers, volunteering, digital volunteer platforms, online volunteering, volunteer identity

Acknowledgments. The study is supported by HSE Basic Research Program.

Пандемия коронавирусной инфекции COVID-19 в значительной степени активизировала распространение новых коммуникационных технологий во всех сферах общественной жизни. Необходимость поддерживать тех, кто во время пандемии оказался в особенно уязвимом положении во время эпидемии, а также связанные с пандемией ограничения передвижения и личных контактов спровоцировали рост

интереса к волонтерским онлайн-платформам — сайтам-агрегаторам, позволяющим собирать заявки от людей, нуждающихся в помощи, и от людей, желающих такую помощь оказать.

За рубежом существуют многочисленные успешные примеры организации подобных платформ, как локальных, так и национального, и международного масштаба: к примеру, швейцарский сайт «Вместе против COVID-19»¹, объединяет более 4 млн человек в локальные группы взаимопомощи [Климова, Мерсиянова, Телицына, 2020]. Аналогичные инициативы возникают и в нашей стране: например, всероссийская акция взаимопомощи #МыВместе², которая набирает волонтеров для доставки нуждающимся лекарств и продуктов, или проект «Ковидарность»³, объединяющий волонтеров из разных регионов в локальные группы для совместного оказания помощи. При этом процессы цифровизации волонтерского движения начались задолго до пандемии, которая лишь ускорила их развитие, и это дает основания полагать, что возникшие в кризисный период инициативы имеют все шансы получить продолжение на постоянной основе [там же].

Другой масштабный волонтерский онлайн-проект в России — DOBRO.RU, платформа, поддерживаемая Ассоциацией волонтерских центров⁴. Она предлагает пользователям регистрироваться в качестве добровольцев, отслеживать волонтерские мероприятия, организуемые по месту жительства и онлайн, а также выбирать направления, интересные лично им. Онлайн-платформы, подобные DOBRO.RU, позволяют эффективно распределять волонтерские усилия, дают возможность гибкой занятости и обеспечивают решение широкого спектра задач: обеспечение нуждающихся вещами первой необходимости и помощью в повседневных делах, оказание консультационной поддержки, привлечение волонтеров к работе в медицинских центрах [Соколышник, 2020]. Тем не менее для успешного долгосрочного развития существующих проектов, а также возможного создания других аналогичных платформ, необходимо иметь представление, что именно привлекает в них людей и какие возникают барьеры.

Цель данной статьи заключается в том, чтобы оценить готовность россиян к использованию волонтерских онлайн-платформ и охарактеризовать потенциал их применения в России. В первом разделе рассмотрены основные теоретические предпосылки востребованности волонтерских онлайн-платформ. Второй раздел посвящен характеристике эмпирической базы исследования. В третьем и четвертом разделах представлены результаты количественного опроса населения: оценивается уровень востребованности специализированных сайтов о волонтерстве, рассматриваются основные социально-демографические характеристики и поведенческие факторы, связанные с посещением и готовностью регистрироваться на волонтерских сайтах. В пятом разделе анализируется отношение населения к волонтерским платформам на основе данных проведенных онлайн-фокус-групп. В заключении представлены основные выводы, а также намечены перспективные направления дальнейшей работы по данной тематике.

¹ Подробнее см. URL: <https://www.aide-maintenant.ch/> (дата обращения: 26.08.2020).

² Подробнее см. URL: <https://мывместе2020.пф> (дата обращения: 28.11.2020).

³ Подробнее см. URL: <https://covidarnost.ru/> (дата обращения: 28.11.2020).

⁴ DOBRO.RU. подробнее см. URL: <https://dobro.ru/> (дата обращения: 26.08.2020).

Предпосылки развития волонтерских платформ

Многие исследователи во всем мире в последние десятилетия отмечают трансформацию организованной волонтерской деятельности, выделяя такие моменты, как рост эпизодического волонтерства [Anheier, Salamon, 1999; Dekker, Halman, 2003; Hustinx, 2010; Eimhjellen et al., 2018], расширение спектра волонтерских активностей [Wilson et al., 2001; Hustinx, Lammertyn, 2003], возникновение новых подходов к рекрутингу волонтеров [Anheier, Salamon, 1999; Rochester et al., 2011; Heley, Yarker, Jones, 2019]. Значительную роль в этих изменениях играют появление и активное развитие цифровых практик коммуникации с волонтерами:

1) использование некоммерческими организациями веб-сайтов [Yeon, Choi, Kiouisis, 2007; Slattery, Finnegan, Vidgen, 2019] и социальных медиа [Hovey, 2010; Briones et al., 2011; Raja-Yusof et al., 2016] для рекрутинга и поддержания отношений с волонтерами;

2) развитие специализированных цифровых платформ, служащих посредниками между некоммерческими проектами и организациями, которые желают получить помощь волонтеров, и самими волонтерами [Ilten, 2015]; среди них можно выделить VolunteerMatch (США), vostel.de (Германия), GoVolunteer (Австралия), DOBRO.ru (Россия) и другие;

3) появление практик онлайн-волонтерства, которые могут осуществляться как посредством вышеупомянутых краудсорсинговых платформ, так и через прямое взаимодействие с организацией [Ihm, 2017]; в том числе микроволонтерства, под которым понимается краткосрочное участие в добровольческой деятельности посредством использования мобильных приложений [Liu et al., 2016].

Вышеперечисленные изменения происходят не в вакууме: они тесно связаны с социально-культурной трансформацией, которой подвергается общество в целом. Экономическая децентрализация, гибкость рынка труда, новые коммуникационные возможности обуславливают ситуацию, которую Ульрих Бек назвал «рефлексивной модернизацией» [Beck, 1992]. Индивид в обществе «рефлексивной современности» менее вовлечен в традиционные коллективные институты, обретает свободу независимого принятия решений и конструирования собственной идентичности [Beck, 1992; Beck, Giddens, Lash, 1994]. Происходящие в обществе изменения манифестируют себя через информационные технологии. Согласно широко используемой в социологии концепции «сетового общества», основная форма организации современного социума — это гибкая сетевая структура, поддерживаемая посредством новых коммуникационных технологий, в первую очередь интернета [Castells, 2000, 2011]. Коммуникация, опосредованная цифровыми сетями (как межличностная, так и массовая), постепенно приближается по своей значимости к общению лицом к лицу; цифровизация затрагивает все основные сферы общественной жизни. При этом сетевая взаимозависимость и тенденция к индивидуализации, как замечает Я. ван Дейк, не антагонистические процессы, а две стороны одной медали [Van Dijk, 2012]. «Индивидуумы, — пишет М. Кастельс, — строят свои сети, онлайн-овые и офлайн-овые, основываясь на своих интересах, ценностях, склонностях и проектах» [Кастельс, 2004: 158].

Волонтерская деятельность также подвергается влиянию вышеуказанных процессов индивидуализации и цифровизации; на первый план выходят персо-

нальные интересы и индивидуальный выбор, что заставляет некоммерческие организации и государственные структуры искать новые способы заинтересовать потенциальных волонтеров, в том числе активно используя онлайн-технологии [Anheier, Salamon, 1999; Hustinx, 2003]. Традиционный взгляд на добровольческую деятельность предполагает тесную устойчивую связь волонтера и организации, однако современные волонтеры демонстрируют больший интерес к временным, не предполагающим долгосрочных обязательств активностям [Anheier, Salamon, 1999].

Л. Хастинкс и Ф. Лэммертин [Hustinx, Lammertyn, 2003] выделяют следующие основные черты нового типа волонтерской вовлеченности, так называемого рефлексивного волонтерства:

- 1) индивидуализированный характер — основной субъект волонтерской деятельности не сообщество (группа), а отдельный индивид;
- 2) основная мотивация — стремление к самореализации;
- 3) краткосрочность, нерегулярность участия в добровольческой деятельности;
- 4) повышение роли децентрализованных инициатив и самоорганизации, снижение роли привязанности к конкретной организации;
- 5) желание самостоятельно выбирать сферу активности и образ действий.

Таким образом, в обществе «сетевого индивидуализма» ослаблено влияние традиционных коллективных организаций и сообществ, однако возникают новые, более гибкие цифровые формы кооперации, которые позволяют вовлечь в волонтерскую деятельность даже большее число людей, чем раньше [Dekker, Halman, 2003].

Одна из ярко выраженных современных тенденций в коммерческой сфере — «уберификация» экономики, то есть активное развитие *онлайн-платформ* — виртуальных площадок, которые агрегируют информацию о предложении различных товаров и услуг частными лицами или организациями, позволяя покупателям и продавцам находить друг друга и взаимодействовать согласно унифицированным алгоритмам [Frenken, Schor, 2017]. К таким площадкам относятся, к примеру, компания Uber, объединяющая водителей-частников и пассажиров, или Airbnb, обеспечивающая коммуникацию собственников недвижимости и арендаторов. Онлайн-платформа выгодна для стороны предложения тем, что снижает издержки на организацию собственной инфраструктуры и PR, а для покупателей — возможностью поиска услуг или товаров среди многочисленных поставщиков, не разбросанных по разным источникам, но собранных на одной площадке, которая является также гарантом благонадежности сделки [David, Chalon, Yin, 2016]. Данный коммерческий опыт активно заимствуется некоммерческими организациями: в частности, в формате краудфандинговых и волонтерских платформ, которым посвящена настоящая статья.

Волонтерские онлайн-платформы, агрегирующие запросы различных людей и организаций, могут стать одним из важнейших инструментов, предлагающих необходимую «рефлексивным волонтерам» свободу выбора и возможность гибко регулировать свою вовлеченность, при этом позволяя добровольческим организациям объединять свои ресурсы и избегать необходимости организовывать с нуля собственную онлайн-инфраструктуру по привлечению добровольцев.

Методология и эмпирическая база исследования

Эмпирическую базу статьи составили материалы исследований качественного и количественного характера, проведенных Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ «Высшая школа экономики» в рамках проекта «Самоорганизация и взаимопомощь в условиях противодействия распространению коронавирусной инфекции».

Количественные данные представлены результатами всероссийского опроса населения, проведенного в период с 1 апреля по 3 мая 2020 г. по всероссийской репрезентативной выборке взрослого населения России (18 лет и старше) в формате компьютеризированного телефонного интервью (CATI), при котором интервьюер зачитывает респонденту вопросы и фиксирует ответы в программе, отмечая номера соответствующих кодовых позиций. Выборка составляет 2012 респондентов, в опросе использовалась двухосновная выборка мобильных и стационарных телефонных номеров. В качестве основы выборки (полного перечня номеров, из которых проводится отбор) был использован актуальный перечень мобильных и стационарных номеров, размещенный на официальном сайте Федерального агентства связи⁵. Каждый телефонный номер из каждого диапазона, размещенного на сайте Федерального агентства связи, имел равную вероятность попадания в выборку. Репрезентативность выборочной совокупности контролировалась по трем переменным: пол и возраст респондентов, а также тип населенного пункта. Статистическая погрешность не превышает 2,5%.

Качественная часть исследования представлена материалами четырех онлайн-фокус-групп: с обычными гражданами (не волонтерами) в 1) Москве и 2) Казани, 3) с волонтерами, которые оказывали помощь находящимся на самоизоляции людям, и 4) с волонтерами-медиками. Москва и Казань были выбраны для проведения фокус-групп с их жителями, поскольку именно в этих городах во время сбора информации уже наиболее ярко проявлялась ситуация самоизоляции с введенными ограничениями и пропускным режимом. В то же время работа волонтеров и волонтеров-медиков через штабы всероссийской акции «Мы вместе» была организована во всех регионах страны практически одинаково, поэтому респонденты из этих целевых групп рекрутировались без учета географии их деятельности. В каждой онлайн-дискуссии участвовало по 15 человек.

Выбор онлайн-фокус-групп обусловлен тем, что он позволяет участвовать в исследовании из дома, а также отвечать на вопросы через интернет в удобное для участников время с учетом образа жизни, разницы в часовых поясах, личных возможностей, что особенно актуально, когда в ситуации эпидемиологической угрозы граждане находятся на самоизоляции.

С гражданами, не имеющими опыта волонтерской деятельности, связанной с помощью людям в условиях распространения коронавирусной инфекции, были проведены две групповые дискуссии онлайн. Социально-демографическая структура участников фокус-групп следующая: возраст от 18 до 70 лет; 45% мужчин и 55% женщин; 60% состоят в браке; 40% имеют детей до 18 лет; не менее 40% имеют высшее образование. Одна фокус-группа была проведена с жителями Москвы, вторая — с жителями Казани в сроки со 2 по 4 апреля 2020 г.

⁵ URL: www.rossvyaz.ru.

Третья фокус-группа включала в себя волонтеров, то есть граждан, имеющих опыт волонтерской деятельности, связанной с помощью людям в условиях распространения коронавирусной инфекции, и/или готовыми к осуществлению такого рода деятельности. В фокус-группе приняли участие семь мужчин и восемь женщин в возрасте от 19 до 35 лет, проживающие в Санкт-Петербурге, Белгороде, Брянске, Воронеже, Иванове, Калининграде, Краснодаре, Курске, Липецке, Москве, Орле, Уфе, Симферополе, Тамбове, Екатеринбурге. Онлайн-дискуссия была проведена в период с 5 по 7 апреля 2020 г.

В четвертой фокус-группе принимали участие волонтеры-медики, готовые принимать участие в добровольческой деятельности, связанной с помощью людям в условиях распространения коронавирусной инфекции. Эта группа состояла из пяти мужчин и десяти женщин в возрасте от 19 до 46 лет, проживающих в Якутске, Всеволожске, Тюмени, Махачкале, Санкт-Петербурге, Чебоксарах, Назрани, Шадринске, Перми, Ханты-Мансийске, Хабаровске, Ноябрьске, Улан-Удэ, Астрахани и Смоленске. Онлайн-дискуссия была проведена в период с 5 по 7 апреля 2020 г.

Востребованность сайтов о волонтерстве

Вследствие введения режима самоизоляции, связанного с распространением COVID-19, значимость интернета возросла как для нуждающихся в помощи, так и для тех, кто хотел бы такую помощь оказать. Согласно результатам проведенного нами опроса россиян, каждый шестой (16 %) представитель интернет-аудитории⁶ за последние три месяца (январь — март 2020 года) обращался к каким-либо сайтам или другим сетевым ресурсам, где обсуждаются вопросы волонтерства и добровольчества (см. рис. 1).



Рис. 1. Распределение ответов на вопрос: «Приходилось ли вам в последние три месяца посещать какие-то сайты или другие сетевые ресурсы, где обсуждаются вопросы волонтерства и добровольчества?» (% от числа пользующихся интернетом)

⁶ Активная интернет-аудитория составляет 81 % от всех опрошенных.

Второй вопрос, задававшийся респондентам — интернет-пользователям, звучал следующим образом: «Если бы существовал специализированный сайт, где добровольцы могли бы узнавать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу „по душе“, зарегистрировались бы вы на таком сайте?». Как показано на рисунке 2, суммарно 40% респондентов положительно отнеслись к идее создания специализированного сайта для добровольцев и проявили готовность им воспользоваться (ответы «скорее всего, зарегистрировались бы» и «обязательно зарегистрировались бы»). Негативная оценка («не стали бы регистрироваться ни при каких условиях», «скорее всего, не зарегистрировались бы») характерна для 56% опрошенных. Только менее половины процента участников сообщили, что уже зарегистрированы на подобном сайте. Таким образом, доля потенциальных пользователей таких платформ многократно превышает долю реальных, следовательно, существует потенциал к увеличению аудитории, даже с поправкой на то, что далеко не все респонденты, заявляющие о готовности зарегистрироваться на сайте, действительно стали бы это делать.



Рис. 2. Распределение ответов на вопрос: «Если бы существовал специализированный сайт, где добровольцы могли бы узнавать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу „по душе“, зарегистрировались бы вы на таком сайте?» (% от числа пользующихся интернетом)

Субъективные характеристики, связанные с востребованностью россиянами волонтерских сайтов: результаты опроса населения

Согласно полученным в ходе опроса данным, наиболее активные посетители специализированных волонтерских сайтов — это:

- руководители высшего звена — 38% (против 16% по выборке в целом);
- студенты — 34%;
- женщины в возрасте от 18 до 24 лет — 32% (в целом доля женщин, посещающих волонтерские сайты, уменьшается с повышением возраста);
- представители неправославных христианских конфессий — 31%;
- россияне с неполным высшим образованием — 30%.

Чаще других посещают волонтерские ресурсы те, кто уже имеет опыт оказания помощи нуждающимся в связи с распространением коронавируса (25%), участвовали в волонтерском труде в прошлом году (25%) и сами считают себя добровольцами (26%).

Респондентов, выражающих интерес к регистрации на специализированном волонтерском сайте, отличают преимущественно те же социально-демографические характеристики, которые связаны с уровнем обращения к существующим сетевым ресурсам, посвященным добровольчеству, — это пол и возраст, уровень образования, род занятий, а также вовлеченность в волонтерскую деятельность.

Женщины моложе 55 лет в целом являются более активными сторонниками и потенциальными посетителями специализированного сайта, чем мужчины. Так, 67% женщин в возрасте 18—24 лет с той или иной степенью уверенности выразили желание зарегистрироваться на специализированном сайте против 40% по выборке в целом (из них большая часть — 54% — скорее всего зарегистрировались бы, в отличие от 32% среди всех). Среди женщин средней возрастной группы (от 25 до 54 лет) доля готовых прибегнуть к помощи сайта для поиска волонтерской работы также выше среднего — 49% (см. табл. 1). Меньшую заинтересованность к специализированному сайту проявляют россияне старше 55 лет обоих полов: они не только гораздо реже, чем остальные, используют интернет (26% мужчин и 44% женщин никогда не пользовались интернетом или не знают, что это такое, против 16% по выборке в целом), но среди интернет-пользователей старшего возраста треть и мужчин, и женщин не стали бы регистрироваться на сайте ни при каких условиях (33% и 31% против 20% среди всех).

Таблица 1. Ответы на вопрос: «Если бы существовал специализированный сайт, где добровольцы могли бы узнавать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу «по душе», зарегистрировались бы вы на таком сайте?»
(% от числа пользующихся интернетом в половозрастных группах, по столбцу)

Варианты ответа	Население в целом	Половозрастные группы					
		Мужчины			Женщины		
		18—24	25—54	55+	18—24	25—54	55+
Доли групп	100	5	31	11	5	33	14
Не стали бы регистрироваться ни при каких условиях	20	17	20	33	4	13	31
Скорее всего, не зарегистрировались бы	36	39	36	38	29	32	44
Скорее всего, зарегистрировались бы	32	36	33	17	54	39	18
Обязательно зарегистрировались бы	8	7	7	8	13	10	3
Уже зарегистрировался	0.2	—	—	—	—	0.5	0.3
Затруднились ответить	4	1	4	4	0	5	4
Всего зарегистрировались бы	40	43	40	25	67	49	21

Готовность зарегистрироваться на сайте по поиску волонтерской работы выше у россиян с неполным высшим образованием — 60 % из них воспользовались бы таким ресурсом (большая часть с оговоркой «скорее всего» — 51 %). Меньше других заинтересованы возможностями подобного портала для волонтеров люди с начальным профессиональным образованием — среди них 39 % отказались пользоваться специализированным сайтом (против 20 % среди всех). Чаще других уверенно говорили о готовности пройти регистрацию на сайте россияне со средним общим образованием — 14 % (при 8 % среди всех опрошенных). Однако на общей доле положительных ответов это не отразилось: их столько же, как и среди всех (40 %).

Таблица 2. Ответы на вопрос: «Если бы существовал специализированный сайт, где добровольцы могли бы узнать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу «по душе», зарегистрировались бы вы на таком сайте?»

(% от числа опрошенных по стране и в группах по материальному положению, по столбцу)

Варианты ответа	Население в целом	Материальное положение семьи					
		Денег не хватает даже на питание	На питание денег хватает, но одежду, обувь купить не можем	На одежду и обувь денег хватает, но крупную бытовую технику купить не можем	На бытовую технику денег хватает, но автомобиль купить не можем	На автомобиль денег хватает, но квартиру или дом купить не можем	На квартиру или дом денег хватает
<i>Доли групп</i>	100	5	17	31	24	9	7
Не стали бы регистрироваться ни при каких условиях	20	25	26	18	14	16	26
Скорее всего, не зарегистрировались бы	36	28	36	38	39	32	32
Скорее всего, зарегистрировались бы	32	29	28	33	37	34	30
Обязательно зарегистрировались бы	8	13	7	6	7	13	10
Уже зарегистрировался	0.2	—	—	0.5	0.2	—	—
Затруднились ответить	4	5	3	4	3	5	2
<i>Всего зарегистрировались бы</i>	40	42	35	40	44	47	40

Если говорить о связи материального положения россиян и желания регистрироваться на ресурсах, предназначенных для волонтеров, то ярко выраженной тенденции не наблюдается (см. табл. 2). Тем не менее респонденты, чей доход позволяет покупать еду, но недостаточен для приобретения одежды и обуви, чаще отмечают нежелание регистрироваться на волонтерском сайте ни при каких обстоятельствах (в 26 % случаев против 20 % среди всех). Напротив, относительно

обеспеченные россияне, которые характеризуют свое материальное положение как «на автомобиль денег хватает, но квартиру или дом купить не можем», демонстрируют более высокую заинтересованность в специализированном добровольческом сайте — 13 % обязательно зарегистрировались бы (против 8 % среди всех), тогда как в целом готов или скорее готов зарегистрироваться практически каждый второй (47 %) в этой группе респондентов. При этом все остальные категории населения — и наименее обеспеченные («денег не хватает даже на питание»), и наиболее обеспеченные («на квартиру или дом денег хватает»), и находящиеся на срединных позициях («на одежду и обувь денег хватает, но крупную бытовую технику купить не можем», «на бытовую технику денег хватает, но автомобиль купить не можем») — по общим долям выразивших желание пользоваться волонтерским сайтом не отличаются ни от друг от друга, ни от населения в целом (40 %-44 %).

Сайт для добровольцев в большей степени востребован среди студенческого сообщества (66 % высказались с разной степенью уверенности о намерении регистрации на нем), а также среди специалистов (46 %). Добровольческий сайт, как и интернет в целом, менее всего заинтересовал неработающих пенсионеров (17 %).

Люди с внутренним локусом ответственности выражают готовность зарегистрироваться на волонтерском интернет-ресурсе чаще, чем люди с внешним локусом ответственности — 44 % против 35 % (см. табл. 3).

Таблица 3. Ответы на вопрос: «Если бы существовал специализированный сайт, где добровольцы могли бы узнать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу «по душе», зарегистрировались бы вы на таком сайте?»

(% от числа опрошенных по стране и в группах по локусу ответственности, по столбцу)

Варианты ответа	Население в целом	Локус ответственности за свое (своей семьи) материальное положение*		
		От внешних обстоятельств	Примерно в равной мере от меня и от внешних обстоятельств	От меня
Доли групп	100	26	31	38
Не стали бы регистрироваться ни при каких условиях	20	25	14	21
Скорее всего, не зарегистрировались бы	36	36	39	33
Скорее всего, зарегистрировались бы	32	30	37	32
Обязательно зарегистрировались бы	8	5	5	12
Уже зарегистрировался	0.2	0.2	0.4	0.2
Затруднились ответить	4	4	5	2
Всего зарегистрировались бы	40	35	42	44

* Формулировка вопроса: «Как по-вашему, от чего в большей мере зависит ваше материальное положение: лично от вас (от ваших усилий, характера) или от не зависящих от вас обстоятельств (от ситуации в стране, в вашем населенном пункте, от начальства и пр.)?».

Большее желание зарегистрироваться на специализированном сайте выражают россияне, уже помогавшие другим в период распространения коронавируса, участвовавшие в волонтерском труде за последний год, а также считающие себя волонтерами (см. табл. 4). У последних, как и у сомневающихся в своей волонтерской идентичности, самая высокая доля готовых зарегистрироваться на специализированном волонтерском сайте (64 % и 65 % соответственно).

Таблица 4. Ответы на вопрос: «Если бы существовал специализированный сайт, где добровольцы могли бы узнавать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу «по душе», зарегистрировались бы вы на таком сайте?» (% по группам поведенческих характеристик, по столбцу)

Варианты ответа	Население в целом	Приходилось помогать в период коронавируса (среди готовых помогать людям на самоизоляции)		Участвовали в волонтерском труде за последний год (среди всех опрошенных)		Считают ли себя волонтером, добровольцем (среди всех опрошенных)		
		Да	Нет	Да	Нет	Да, считаю	Вроде бы являюсь, но есть сомнения	Нет, не считаю
Доли групп	100	26	74	40	59	13	7	77
Не стали бы регистрироваться ни при каких условиях	20	14	13	13	24	7	11	23
Скорее всего, не зарегистрировались бы	36	35	31	34	38	27	21	39
Скорее всего, зарегистрировались бы	32	40	42	38	29	46	50	28
Обязательно зарегистрировались бы	8	8	11	11	6	19	15	5
Уже зарегистрировался	0.2	1	0.1	0.3	0.2	1	1	—
Затруднились ответить	4	2	4	4	3	1	2	4
Всего зарегистрировались бы	40	48	52	48	35	64	65	33

Примечательно, что люди, которым не приходилось помогать нуждающимся в период распространения коронавируса, но которые выразили готовность к этому, также проявили довольно высокий, на одном уровне с уже помогавшими (48 % и 52 % соответственно), интерес к регистрации на специализированном сайте по поиску волонтерской работы. Это свидетельствует о потребности россиян быть полез-

ными в общих сложных жизненных обстоятельствах и при этом — об отсутствии полноценного понимания возможностей самореализации в качестве добровольца.

Отношение россиян к волонтерским сайтам: результаты фокус-групп

Приведенные данные количественного опроса могут быть рассмотрены сквозь призму результатов онлайн-фокус-групп, проведенных Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ.

Респонденты из числа «обычных граждан» в подавляющем большинстве не смогли назвать ни одного из известных им ресурсов о волонтерской деятельности. При этом многие участники фокус-групп отмечают, что зарегистрировались бы на специализированном сайте «ради интереса»: посмотреть на варианты участия, на потребности своего района (квартала) и т. д. Таким образом, отсутствие информированности о существующих волонтерских ресурсах говорят в большей степени о недостаточной медиаподдержке подобных сайтов — как в традиционных СМИ различных уровней, так и в интернет-изданиях, — чем о незаинтересованности людей вопросами добровольчества.

В ответах «обычных граждан» отражается неосведомленность о том, как именно можно было бы участвовать в добровольческой деятельности: «Многие люди готовы помочь, но не всегда знают, кому и как» (Р., 27 лет, Казань). Категоризация видов помощи, потребностей в помощи с привязкой к локации или конкретному потенциальному адресату является определяющей для большинства их точек приложения своих добровольческих усилий. Многие говорят, что готовы оказать адресную помощь нуждающимся людям в своем районе посредством отклика на размещение запросов о помощи от потенциальных подопечных:

У нас много людей, желающих помогать, участвовать в волонтерской активности. Поэтому да, сайт бы очень помог. Особенно, если бы там было структурирование по категориям волонтерской деятельности (помощь детям, помощь пожилым, уход за животными, уборка улиц, политическое волонтерство и т. д.). Я бы зарегистрировался. Есть некоторые вещи, к которым я равнодушен, поэтому, зная о них, возможно, принял бы участие. (Р., 22 года, Москва)

Да, я бы зарегистрировалась. Потому что, возможно, кто-то совсем рядом со мной нуждается в помощи, а я об этом даже не знаю. Например, в моем или соседнем доме одинокий пожилой человек, и ему нужно принести продукты или лекарства. Мне это труда не составит, а человеку будет польза. (Р., 45 лет, Москва)

Я думаю, что такой сайт нужен, где каждый нуждающийся в помощи мог обратиться туда и выбрать ту или иную для себя помощь, а каждый, кто хочет оказать эту помощь, смог бы тоже зарегистрироваться. Сам бы я там зарегистрировался. (Р., 53 года, Казань)

Думаю, что это просто великолепная идея, <...>. Уверен, что люди обязательно стали бы регистрироваться на таком ресурсе, главное — сделать его понятным, с хорошим цветовым решением, хорошей навигацией, информативным, с понятным интерфейсом, с обязательной оперативной обратной связью. Сейчас я сталкиваюсь лишь с разроз-

ненными сообществами, ориентированными, по сути, на какую-то одну сферу деятельности, с регистрацией таких групп во «ВКонтакте». (Р., 26 лет, Москва)

В значительной степени респондентов беспокоят вопросы безопасности. Поддержка сайта на федеральном уровне и использование федеральных ресурсов, по мнению участников фокус-групп, будут гарантией отсутствия мошенничества, повысят доверие к сайту. Некоторые респонденты (занимающиеся и не занимающиеся добровольческой деятельностью) предлагали идеи введения двусторонней обратной связи, которая поможет сориентироваться тем, кому требуется помощь волонтеров, или продемонстрировать высокий уровень репутации добровольца.

Сомнения у участников фокус-групп вызывает доступность информации о волонтерских сайтах, в первую очередь для нуждающихся в помощи. Некоторые респонденты опасаются злоупотреблений: по их мнению, мошенники будут пытаться извлечь выгоду, тогда как люди, которым необходима поддержка, не обратятся к сайту из-за неумения пользоваться интернетом или незнания о такой возможности:

Знаете, я не хочу скидываться людям на роды в Германии. И на закрытие кредита на авто, когда работаю на двух работах, когда работала с ребенком на руках. Но скидывалась девочке из параллели. У нее был рак, обнаружили после поездки на море. У нее была только мама. Я сдала деньги. В этом случае мне совсем не жалко денег. (Р., 30 лет, Казань)

Сайт с волонтерской помощью — это прекрасная идея. Можно было бы не искать, а делать попутно хорошие дела. Только всегда я задаюсь вопросом: бабушки, которым нужна помощь, не умеют пользоваться сайтами и интернетом, а кто умеет — использует это в мошеннических действиях. Как будут добавлять туда просьбы? (Р., 30 лет, Казань)

Подавляющее большинство волонтеров и волонтеров-медиков высказали желание зарегистрироваться на подобном сайте. В то же время существенная часть волонтеров и иногда волонтеры-медики, в отличие от обычных граждан, отмечают, что существует достаточно много сайтов и онлайн-групп, где они уже зарегистрированы, что рассеивает внимание и затрудняет оперативное получение информации о мероприятиях:

Как мне кажется, стоит заводить сервис/группу на базе «ВКонтакте», потому что даже сейчас у каждого направления добровольческой деятельности есть собственный сайт, на котором нужно регистрироваться, который нужно постоянно отслеживать (АИС «Росмолодежь», волонтерыпобеды.рф, добровольцыроссии.рф, садыпамяти.рф и т. д.). Лично мне и моим друзьям, которые на постоянной основе занимаются добровольческой деятельностью, весьма сложно отслеживать все мероприятия абсолютно на каждой площадке. (Р., волонтер, 23 года, Москва)

Некоторые волонтеры считают, что следует больше распространять информацию о возможностях существующих порталов, таких как #МыВместе, «Добровольцы

России» и многие другие, а не тратить дополнительные средства и ресурсы на создание еще одного портала. С другой стороны, волонтеры много говорят об отсутствии единой системы для всей страны: основные претензии относятся к дефициту «Грамотного менеджмента» или связующего административного аппарата для агрегации разнородных ресурсов в единую систему:

К счастью, такой сайт существует — DOBRO.RU. Единая информационная система «Добровольцы России» — это главный волонтерский интернет-ресурс страны, с помощью которого организации, осуществляющие развитие добровольческой деятельности, могут взаимодействовать с волонтерами страны. (Р., волонтер, 26 лет, Екатеринбург)

Нечто похожее сейчас — это платформа «МыВместе2020.рф». Люди оставляют заявки с самыми разными формулировками, будь они ИП, физическое лицо или представители НКО, представители добровольческой организации. (Р., волонтер-медик, 28 лет, Ханты-Мансийск)

Единая система волонтеров РФ, именно единая, чтобы она объединяла в себе все акции/мероприятия с помощью «ВКонтакте» либо сайта и приложения, оптимизированная, работающая как полноценный инструмент. Думаю, что таким механизмом должна управлять Ассоциация волонтерских центров, либо же специально созданный орган, который будет в себе совмещать все волонтерские НКО, движения и т. д. (какое-нибудь Добровольческое объединение России). (Р., волонтер, 23 года, Москва)

Волонтеры-медики и волонтеры по другим направлениям высказывают опасения, что обилие специализированных сайтов может ввести людей в заблуждение. Как и обычные граждане, они отмечают, что потенциальные благополучатели, как правило, плохо владеют навыками работы в интернете или вовсе не имеют к нему доступа:

Я считаю, что этого делать не стоит. Сейчас везде есть информация, как присоединиться к группе волонтеров и помогать. Я считаю, что это правильно, когда обработка данных людей проходит через официальные штабы. Это сократит мошенничество и позволит убедиться, что данная заявка была точно обработана. (Р., волонтер, 23 года, Москва)

В качестве возможного решения была предложена идея обратиться к помощи государственных социальных служб и служб ЖКХ для формирования релевантной базы потенциальных благополучателей.

Таким образом, информированность респондентов, в первую очередь из числа обычных граждан, о существующих волонтерских платформах (DOBRO.RU, #МыВместе), находится на невысоком уровне. При этом многие участники фокус-групп, как имеющие, так и не имеющие опыта волонтерской деятельности, положительно отнеслись к возможности появления единого информационного ресурса (портала, сайта) о волонтерской работе, который может поддерживать как нуждающихся, так и желающих помочь, в том числе оказать адресную по-

мощь в случае необходимости. Однако успешная реализация подобного проекта, по мнению респондентов, связана с рядом условий: сайт должен иметь федеральную поддержку в СМИ, быть понятен и прозрачен, исключать использование мошеннических схем, предлагать возможности рассмотреть разные виды волонтерской деятельности и выбрать наиболее приемлемые в соответствии с типом населенного пункта или даже в пределах района (улицы, дома). Возможно создание единого административного центра, который агрегировал бы работы волонтерских подразделений в регионах.

Заключение

Итак, заинтересованность в работе специализированного сайта, который позволил бы желающим узнавать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу «по душе», находится на достаточно высоком уровне: 40% активных пользователей интернета готовы или скорее готовы зарегистрироваться на таком сайте. В большей степени интерес к такому волонтерскому сайту характерен для женщин в возрасте от 18 до 24 лет, россиян с неполным высшим образованием, студентов, специалистов, граждан с достаточно высоким материальным достатком. Также опыт оказания помощи в период распространения вируса COVID-19, участие в добровольческих мероприятиях и, в особенности, наличие волонтерской идентичности способствуют готовности жителей России зарегистрироваться на специализированном сайте для добровольцев. Вместе с тем ситуация эпидемии и самоизоляции сделала актуальным подобный интернет-ресурс по поиску волонтерской работы и для тех, кто еще не имел опыта оказания помощи в период распространения коронавируса. Среди них готовность зарегистрироваться на подобном сайте не ниже, чем у тех, кто уже помогал людям во время пандемии.

Категоризация видов помощи, потребностей в помощи с привязкой к локации или конкретному потенциальному адресанту является определяющей для большинства респондентов, которые еще не были вовлечены в волонтерскую деятельность. Это согласуется с предположением, выдвинутым в ходе анализа теоретических предпосылок востребованности волонтерских онлайн-платформ, что создание более гибких и персонализированных сервисов, позволяющих регулировать степень занятости и виды активности, позволит вовлечь в добровольческую деятельность большее число людей. Другим основополагающим критерием является доступность сайта и безопасность его с точки зрения возможного мошенничества. В этой связи видится перспективным изучение факторов, влияющих на доверие к подобным сервисам. Как показали результаты качественного исследования, информированность населения о существующих волонтерских платформах находится на достаточно низком уровне, притом что потенциал роста достаточно высок: это обуславливает необходимость дальнейших исследований, сфокусированных на анализе существующих в России инициатив по созданию волонтерских онлайн-ресурсов с целью выявить, какие факторы на практике препятствуют их широкому распространению и какие стратегии вовлечения населения в использование таких интернет-ресурсов могут быть признаны удачными.

Список литературы (References)

- Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория, 2004.
- Castells M. (2004) *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society*. Ekaterinburg: U-Factory. (In Russ.)
- Климова И. В., Мерсиянова И. В., Телицына А. Ю. Платформы-агрегаторы волонтеров в условиях пандемии: анализ российского и международного опыта // Аналитический бюллетень НИУ ВШЭ об экономических и социальных последствиях коронавируса в России и в мире. 2020. № 7. С. 95—100.
- Klimova I., Mersianova I., Telitsyna A. (2020) *Volunteer Aggregator Platforms During a Pandemic: Analysis of Russian and International Experience*. *HSE Analytical Bulletin on the Economic and Social Consequences of the Coronavirus in Russia and Worldwide*. No. 7. P. 95–100. (In Russ.)
- Соколыщик Л. Некоммерческая сфера за рубежом в период пандемии: цифровизация и волонтерский активизм // Аналитический бюллетень НИУ ВШЭ об экономических и социальных последствиях коронавируса в России и в мире. 2020. № 2. С. 131—134.
- Sokolshchik L. (2020) *Non-Profit Sphere Abroad During a Pandemic: Digitalization and Volunteer Activism*. *HSE Analytical Bulletin on the Economic and Social Consequences of the Coronavirus in Russia and Worldwide*. No. 2. P. 131–134.
- Anheier H. K., Salamon L. M. (1999) *Volunteering in Cross-National Perspective: Initial Comparisons*. *Law and Contemporary Problems*. Vol. 62. No. 4. P. 43–65. <https://doi.org/10.2307/1192266>.
- Beck U. (1992) *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.
- Beck U., Giddens A., Lash S. (1994) *Reflexive Modernization. Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Cambridge: Polity Press.
- Briones R. L., Kuch B., Liu B. F., Jin Y. (2011) Keeping up With the Digital Age: How the American Red Cross Uses Social Media to Build Relationships. *Public Relations Review*. Vol. 37. No. 1. P. 37–43. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.12.006>.
- Castells M. (2000) *Toward a Sociology of the Network Society*. *Contemporary Sociology*. Vol. 29. No. 5. P. 693–699. <https://doi.org/10.2307/2655234>.
- Castells M. (2011) *The Rise of the Network Society*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- David B., Chalon R., Yin C. (2016) Collaborative Systems & Shared Economy (Uberization): Principles & Case Study. In: *2016 International Conference on Collaboration Technologies and Systems (CTS)*. Orlando, FL: IEEE. P. 57–63. <https://doi.org/10.1109/CTS.2016.0029>.
- Dekker P., Halman L. (eds.) (2003) *The Values of Volunteering: Cross-Cultural Perspectives*. Springer Science & Business Media.
- Dijk J. van (2012) *The Network Society*. London: Sage.

Eimhjellen I., Steen-Johnsen K., Folkestad B., Ødegård G. (2018) Changing Patterns of Volunteering and Participation. In: Enjolras B., Strømsnes K. (eds.) *Scandinavian Civil Society and Social Transformations Nonprofit and Civil Society Studies*. Cham: Springer International Publishing. P. 25–65.

Frenken K., Schor J. (2017) Putting the Sharing Economy Into Perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*. Vol. 23. P. 3–10. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2017.01.003>.

Heley J., Yarker S., Jones L. (2019) Volunteering in the Bath? the Rise of Microvolunteering and Implications for Policy. *Policy Studies*. <https://doi.org/10.1080/01442872.2019.1645324>.

Hovey W. L. (2010) Examining the Role of Social Media in Organization-Volunteer Relationships. *Public Relations Journal*. Vol. 4. No. 2.

Hustinx L., Lammertyn F. (2003) Collective and Reflexive Styles of Volunteering: A Sociological Modernization Perspective. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. Vol. 14. P. 167–187. <https://doi.org/10.1023/A:1023948027200>.

Hustinx L. (2010) Institutionally Individualized Volunteering: Towards a Late Modern Re-Construction. *Journal of Civil Society*. Vol. 6. No. 2. P. 165–179. <https://doi.org/10.1080/17448689.2010.506381>.

Ihm J. (2017) Classifying and Relating Different Types of Online and Offline Volunteering. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. Vol. 28. P. 400–419. <https://doi.org/10.1007/s11266-016-9826-9>.

Ilten C. (2015) «Use Your Skills to Solve This Challenge!»: The Platform Affordances and Politics of Digital Microvolunteering. *Social Media + Society*. Vol. 1. No. 2. P. 1–11. <https://doi.org/10.1177/2056305115604175>.

Liu H. K., Harrison Y. D., Lai J. J. K., Chikoto G. L., Jones-Lungo K. (2016) Online and Virtual Volunteering. In: *Palgrave Handbook of Volunteering, Civic Participation, and Nonprofit Associations*. London: Palgrave Macmillan. P. 290–310. https://doi.org/10.1007/978-1-137-26317-9_14.

Raja-Yusof R.-J., Norman A.-A., Abdul-Rahman S.-S., Nazri N., Mohd-Yusoff Z. (2016) Cyber-Volunteering: Social Media Affordances in Fulfilling NGO Social Missions. *Computers in Human Behavior*. Vol. 57. P. 388–397. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.029>.

Rochester C. et al. (2011) Volunteering and Society in the 21st Century. Palgrave Macmillan UK. Slattery P., Finnegan P., Vidgen R. (2019) Creating Compassion: How Volunteering Websites Encourage Prosocial Behaviour. *Information and Organization*. Vol. 29. No. 1. P. 57–76. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2019.02.001>.

Wilson C. et al. (2001) 'Lady Bountiful' and the 'Virtual Volunteers': The Changing Face of Social Service Volunteering. *Social Policy Journal of New Zealand*. No. 17. P. 124–146.

Yeon H. M., Choi Y., Kiouis S. (2007) Interactive Communication Features on Nonprofit Organizations' Webpages for the Practice of Excellence in Public Relations. *Journal of Website Promotion*. Vol. 1. No. 4. P. 61–83. https://doi.org/10.1300/j238v01n04_06.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1746](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1746)



О. А. Башева, П. О. Ермолаева

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ВОЛОНТЕРОВ В ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ: ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ ИЛИ САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ ТРЕНД РАЗВИТИЯ?

Правильная ссылка на статью:

Башева О. А., Ермолаева П. О. Цифровизация деятельности российских волонтеров в чрезвычайных ситуациях: влияние пандемии или самостоятельный тренд развития? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 376—402. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1746>.

For citation:

Basheva O. A., Ermolaeva P. O. (2020) Digitalization of the Russian Emergency Volunteers' Activities: a Pandemic Impact or an Independent Development Trend? *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 376–402. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1746>. (In Russ.)

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ВОЛОНТЕРОВ В ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ: ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ ИЛИ САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ ТРЕНД РАЗВИТИЯ?

DIGITALIZATION OF THE RUSSIAN EMERGENCY VOLUNTEERS' ACTIVITIES: A PANDEMIC IMPACT OR AN INDEPENDENT DEVELOPMENT TREND?

БАШЕВА Ольга Александровна — кандидат социологических наук, научный сотрудник, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, Москва, Россия
E-MAIL: olgausacheva@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1459-0091>

Olga A. BASHEVA¹ — Cand. Sci. (Soc.), Researcher
E-MAIL: olgausacheva@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1459-0091>

ЕРМОЛАЕВА Полина Олеговна — кандидат социологических наук, научный сотрудник, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, Москва, Россия; доцент кафедры общей и этнической социологии, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия
E-MAIL: polina.ermolaeva@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-7522-9537>

Polina O. ERMOLAEVA^{1,2} — Cand. Sci. (Soc.), Researcher; Associate Professor at the Department of General and Ethnic Sociology
E-MAIL: polina.ermolaeva@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-7522-9537>

Аннотация. Пандемия COVID-19 уникальна тем, что связанные с ней события разворачиваются в период повсеместного развития информационно-коммуникационных технологий. Следствием цифровизации стало формирование глобального коммуникационного пространства, которое характеризуется неизмеримо большими потоками информации, возможностями ее использования, воздействием на все жизненные процессы, сознание и поведение людей. Электронная коммерция, дистанционная работа и обучение, онлайн-услуги, досуг и развлечения стали «новой нормальностью» современного мира, а также основ-

Abstract. The COVID-19 pandemic is unique in that it unfolds amidst widespread development of information and communication technologies. Digitalization resulted in a global communication environment characterized by immeasurably large flows of information, opportunities to use it, impacts on life processes, people's consciousness and behavior. E-commerce, remote work and e-learning, online services, leisure and entertainment have become a "new normality" of the modern world, as well as the major tools to cope with social and economic crisis, to maintain social communications and interactions between different social groups.

¹ Institute of Sociology of RAS, Moscow, Russia

² Kazan (Volga region) Federal University, Kazan, Russia

ными инструментами в попытках справиться с социально-экономическим кризисом, поддержанием социальных коммуникаций, помощи и взаимодействий между различными группами населения.

Гражданское общество, включая некоммерческие добровольческие организации, сыграло значительную роль в восполнении данных функций и стало одной из сфер, оказавшихся в режиме «социального эксперимента» во время стремительной цифровизации в период пандемии. В данной статье, опираясь на результаты оригинального эмпирического исследования, авторы рассмотрели потенциал и ограничения цифровых технологий в реализации функций волонтеров, в частности добровольных лесных пожарных и поисково-спасательных отрядов, действующих в чрезвычайных ситуациях, в условиях кризиса COVID-19. Цифровые форматы позволили продолжить такие виды деятельности, как образование и просвещение, но не заменили реальной работы на местах. В то же время цифровизация волонтерской работы происходит уже давно, а нынешний кризис лишь ускорил ее, породив ряд новых проблем, таких как «цифровое выгорание».

Ключевые слова: волонтерство, гражданские инициативы, краудсорсинг, чрезвычайные ситуации, цифровизация, COVID-19

Благодарность. Статья подготовлена в рамках проекта «Волонтерство в чрезвычайных ситуациях как ответ на природные и техногенные вызовы в России», поддержанного РФФ, грант № 19-78-10052.

Civil society, including non-profit volunteer organizations, has played a significant role in performing that function and was propelled into a “social experiment” in an era of rapid digitalization amidst pandemic. The article is based on the results of an empirical study and explores the potential and limitations of digital technologies in the activities of emergency volunteers, in particular those related to forest firefighting and rescuing, during the pandemic. Digital mode allowed them to continue educational and outreach activities but did not help in their routine activities on the spot. At the same time, digitalization in volunteering started long ago, and the current crisis merely speeded it up causing new problems such as “digital burnout”.

Keywords: volunteering, civic initiatives, crowdsourcing, emergencies, digitalization, COVID-19

Acknowledgments. The article is part of the project “Emergency volunteering as a response to national and man-made challenges in Russia” supported by the Russian Science Foundation, grant no. 19-78-10052.

Введение в проблему

История показывает, что пандемии могут коренным образом изменять восприятие мира людьми. Текущий социально-эпидемиологический кризис актуализировал роль цифровых технологий в этих изменениях. По мнению экспертов, он может навсегда нормализовать их всестороннее использование обществом [Doyle, Conboy 2020], поскольку в условиях изоляции более чем трех миллиардов человек статус цифровых пространств переключился с удобного на необходимый, ведь они стали не только основным способом доступа к информации и услугам, но и одним из немногих векторов экономической, образовательной и досуговой деятельности, а также социального взаимодействия.

Цифровые технологии играют жизненно важную роль в сдерживании распространения COVID-19, делая более эффективной диагностику вируса, формируя пространственно-временную визуализацию его передачи [Zhou et al., 2020], обеспечивая обновление информации в режиме реального времени и содействие личному, коммунальному, административному и профессиональному общению и нормализации повседневности во время изоляции. Вместе с тем важно понимать, что ковидный кризис бросил вызов знаниям и навыкам работы людей с информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ), отсутствие которых, наравне с несформированностью самой цифровой инфраструктуры, воспроизводит новые типы неравенства, в частности цифрового [Beaunoyer, Depere, Guitton, 2020].

Нагляднее, чем какое-либо событие ранее, пандемия COVID-19 показала важность гражданских сообществ. Все они, по сути, стали волонтерами в ЧС, заполнив пробелы, оставленные государством. Гибкость и сетевая структура гражданского общества, отсутствие бюрократических барьеров сделали НКО и их добровольцев акторами формирующихся или уже имеющихся сетей солидарности, для которых социальная близость оказалась совершенно необязательным условием [Morrow, 2020]. Местные сообщества во всем мире стали сильным активом в борьбе с кризисом посредством подобных сетей. Добровольцы объединились и самоорганизовались, чтобы обеспечить незащищенные группы населения необходимыми товарами и услугами. Выход в онлайн стал вынужденной мерой для многих из них, и сложности вызвало понимание того, какие действия возможно выполнять в сети, а какие нет, как преодолевать разрывы между активными пользователями и теми, кто в меньшей степени владеет технологическими навыками.

Во многих странах мира гражданские организации в сотрудничестве с муниципалитетами доставляли продукты питания и лекарства для пожилых и больных людей, раздавали ваучеры бездомным и даже планшеты для получения дистанционного образования, проводили психологические консультации, защищали от домашнего насилия¹. Подобные инициативы были представлены на ad hoc созданных сайтах или онлайн-картах для того, чтобы люди могли сориентироваться в предоставляемых услугах.

Но существуют типы волонтерства, реализация которых требует непосредственного присутствия «на местах», в частности, когда помощь нужна в критических

¹ From ACTIVE NGOs to Solidarity Networks: Civic Ecosystems During and After COVID-19 / URBACT. 2020. 18 June. URL: <https://urbact.eu/active-ngos-solidarity-networks-civic-ecosystems-during-and-after-covid-19> (дата обращения: 27.08.2020).

и чрезвычайных ситуациях (ЧС), таких как пропажа людей в лесах, пожары и другие природные и техногенные катастрофы. Деятельность сообщества добровольных спасателей и пожарных довольно четко организована и подчинена строгим правилам, обеспечивающим максимальную безопасность добровольцев и тех, кому они оказывают помощь, так как главный принцип спасательной работы в ЧС — «не увеличивать количество пострадавших». Риски, вызванные пандемией COVID-19, усилили и без того непростые условия работы этих волонтеров. Появилась необходимость введения новых норм и правил — как рекомендуемых официальными службами, так и выработанных самостоятельно с опорой на здравый смысл. Одно из них — уход в виртуальное пространство.

Исследователи уже более десятилетия отмечают значимость и пользу цифровизации добровольческой деятельности во время ЧС [Zook et al., 2010] и анализируют возможности включения ее в официальный ответ на ЧС [Norris, 2016; Roberts, 2011]. Критические ситуации и катастрофы всегда стимулировали использование цифровых технологий в волонтерской деятельности, так как оно ускоряет и усиливает эффективность спасательных операций через возможности сбора добровольной географической информации и молниеносного оповещения из зоны поражения, сбора средств и координации оказания гуманитарной помощи, обеспечения прозрачности информации, снижения коммуникационных барьеров и т. д. (см. подробнее [Башева, Ермолаева, 2020]). Часто исследователи пишут, что виртуализация во время ЧС связана с применением добровольцами технических навыков в сборе и обработке данных, необходимых при реагировании на ЧС [Liu, 2014; Meier, 2015], то есть с оказанием оперативной помощи, но дистанционно [Chernobrov, 2018]. Субъектами цифрового волонтерства становятся профессионалы в области программирования, картографирования и проч. По мнению Н. Рябченко и А. Гнедаш, наличие добровольных сетевых объединений подобных специалистов стимулирует цифровой активизм [Рябченко, Гнедаш 2016]. В реальности же виртуализация деятельности во время кризисов связана не только с применением активистами специальных навыков, но и со стандартным пользовательским опытом: распространением информации на своих страницах в социальных сетях посредством репостов, подписанием петиций, участием в сборе средств, оказанием посильной профессиональной помощи (например, психологических и юридических консультаций) бесплатно через Skype, Zoom и проч.

Как шел процесс цифровизации волонтерских сообществ до пандемии и как она усилила их уход в онлайн-пространство с вытекающими для них сложностями и новыми возможностями, рассмотрим в данной статье на материалах авторского эмпирического исследования.

Обзор литературы и методология исследования

Еще в начале 2000-х годов исследователи начали анализировать цифровизацию добровольческой деятельности [Cravens, 2000], но широкое распространение этот феномен получил вместе с развитием технологий Web 2.0 и Web 3.0, связанным с производством пользовательского контента. Большая доля исследований цифровых форм волонтерства связана с контекстом чрезвычайности, так как именно ЧС провоцировали быструю мобилизацию сетевыми методами,

использование цифровых технологий для сбора информации из зон поражения, средств и гуманитарной помощи для пострадавших, оказания психологической поддержки онлайн и т. д. Подобные явления рассматриваются в таких областях знания, как:

- «гражданская наука» (Citizen Science), понимаемая как концепция проведения исследований с привлечением широкого круга общественности при взаимодействии или под руководством профессиональных ученых или научных институтов [Strasser et al., 2018; Ермолаева, Ермолаева, Башева, 2020];
- кризисные коммуникации и кризисная информатика, занимающаяся проблемами изучения деятельности по сбору и распространению информации от граждан во время кризисов и ЧС [Palen et al., 2007];
- совместная компьютеризированная работа;
- коллективный интеллект, краудсорсинг и добровольная географическая информация [Albuquerque et al., 2016];
- управление чрезвычайными ситуациями;
- цифровое волонтерство [Башева, Ермолаева, 2020].

ИКТ открыли новые репертуары добровольческих практик. Произошло переосмысление агентности волонтеров и их взаимодействий с формальными структурами, поскольку отныне они могут сами создавать виртуальные площадки для координации оказания помощи жертвам ЧС [там же]. Согласно концепции совместного участия, граждане приобретают новые роли не только в качестве потребителей, но и как производители информации о бедствии [Goldman et al. 2009]. Исследователи описывают цифровое добровольчество в ЧС как цифровой активизм, используя объяснительную концепцию гражданской вовлеченности как действий, направленных на выявление и решение проблем, вызывающих общественную обеспокоенность, посредством цифровых инструментов [Santos Rocha et al., 2017; Asmolov, 2015].

Находясь на пересечении междисциплинарных границ, цифровое волонтерство анализируется посредством различных теоретических подходов, в частности в рамках «цифрового гуманизма» или «цифровых гуманитарных наук» (Digital Humanities), связанных с исследованием новых форм накопления и трансляции знаний на основе использования ИКТ, с созданием цифровых архивов и библиотек, обработкой больших массивов данных [Meier, 2015]. Подход цифрового гуманизма как наиболее общая рамка исследования цифровых практик предполагает, что ИКТ используются гражданскими активистами для сбора и анализа обширных потоков данных при реагировании на ЧС, для мобилизации онлайн-сообществ, чтобы быстро удовлетворить потребности пострадавших, для разработки новых цифровых платформ, содействующих эффективному и прозрачному распределению помощи [Башева, Ермолаева, 2020]. Этот подход позволяет описать особенности волонтерских практик без разделения на онлайн- и офлайн-пространства, в которых они реализуются, что характерно именно для ЧС, когда мобилизация добровольцев происходит как в виртуальном пространстве, так и на месте происшествия. В этом значении, к цифровому гуманизму при осмыслении цифровых практик волонтеров в критических ситуациях близок сетевой подход М. Кастельса, согласно которому данные практики зарождаются в виртуальном мире, но дальнейшее

развитие получают в реальном [Castells, 2007]. Благодаря такой гибридной сфере реализации они характеризуются определенной независимостью от социальных и политических институтов, а субъекты, их реализующие, объединяются в сети с децентрализованным характером управления. Цифровые практики добровольцев часто анализируются в рамках концепции коллективного интеллекта, что позволяет изучать их с помощью инструментов теории совместного производства [Abeysseka, 2015] как формы участия населения в социальной политике, в которую граждане напрямую вовлечены через партисипативный дизайн и создание продуктов и услуг. Подход цифровой экономики совместного пользования позволяет проанализировать ценностные аспекты цифрового волонтерства, а также новые формы организации цифровых добровольцев, такие как краудсорсинг, краудфандинг и краудмаппинг (добровольная географическая информация)².

Обзор литературы, проведенный авторами ранее, показал, что на данный момент большинство исследований цифровых волонтерских практик носят описательный характер, не предлагая единой объяснительной рамки [Башева, Ермолаева, 2020]. В качестве наиболее общей и объединяющей различные аспекты цифровых коллективных практик в ЧС можно отметить интегральную концептуальную модель, предложенную Ч. Парком и Э. Джонстоном [Park, Johnston 2017]. Она включает в себя анализ цифрового добровольчества через:

- 1) описание кризисного контекста (почему одни ЧС получают больше внимания по сравнению с другими);
- 2) действия цифровых волонтеров в ЧС;
- 3) результаты их деятельности.

Действия цифровых добровольцев в ЧС осмысляются авторами через изучение индивидуальных, организационных, технических, функциональных переменных. *Факторы индивидуального уровня* описывают людей — носителей цифровых практик (их типы) и то, почему они их выполняют (мотивации). *Организационные факторы* характеризуют цифровые волонтерские сети: как организованы связи между участниками и как координируются задачи по реагированию на ЧС. К техническим факторам относится виртуальная инфраструктура, включающая SMS-оповещения, email-рассылки, использование социальных сетей, мобильных приложений, открытых уличных карт и т. д. *Функциональные факторы* описывают такие задачи, как настройка систем оповещения, картографирование, краудсорсинг, мобилизация ресурсов. Предлагаемый авторами подход хоть и полезен при тематизации кейсов цифрового добровольчества, но существующие дискуссии и теоретические подходы к анализу цифрового волонтерства практически не рассматриваются, соответственно, теоретического приращения знания не происходит; авторский подход выступает скорее в качестве методики, чем полноценной теоретической рамки к исследованию данного феномена.

² Краудсорсинг (от англ. crowd — толпа, sourcing — использование ресурсов) — привлечение к решению какой-либо проблемы широкого круга лиц для использования их творческих способностей, знаний и опыта по типу субподрядной работы на добровольных началах с применением ИКТ; краудфандинг (crowdfunding) — сотрудничество людей-доноров, которые добровольно объединяют свои финансовые и другие ресурсы для поддержки усилий других людей или организаций; краудмаппинг (crowdmapping) — создание цифровых карт различных событий (в частности, гуманитарных кризисов и стихийных бедствий) на базе метода краудсорсинга, то есть совокупность собранных посредством краудсорсинга данных в сочетании с географическими данными.

Научных работ, направленных на исследование цифровизации деятельности чрезвычайных волонтеров и влияния ИКТ на деятельность НКО во время пандемии COVID-19, в мировом научном дискурсе пока представлено мало. В целом можно отметить осмысление влияния ИКТ на общественные структуры, включая добровольчество, как двусторонний процесс. Амбивалентный характер цифровизации во время пандемии связан как с поддерживающими функциями ИКТ в деятельности некоммерческих структур, так и с еще большим усилением цифровых разрывов, особенно среди уязвимых и маргинализированных слоев населения.

Большинство работ направлено на анализ причин цифровых разрывов среди уязвимых слоев населения [Van Lancker, Parolin, 2020; Wang, Tang, 2020]. Например, пандемия сильно сократила посещения пожилых людей волонтерами и социальными работниками с целью минимизации социальных контактов и рисков инфицирования, что привело к росту социального изоляционизма и депривации данных групп населения, которые в малой степени используют цифровые технологии. В связи с этим необходимо сделать ИКТ инклюзивными для людей пенсионного возраста, чтобы преодолевать цифровые разрывы и изоляционизм [Xie et al., 2020].

Другие исследования фокусируются на конструктивном влиянии ИКТ на волонтерскую деятельность во время пандемии, особенно среди молодежи, с точки зрения социальной и профессиональной социализации последних [Spear et al., 2020; Wetter, Rosengren, Törn, 2020; Lachance, 2020]. В то же время отмечаются сложности цифрового добровольчества, связанные с рекрутингом новых членов, длительным процессом их вовлечения и удержания.

Технологические новации и цифровизация ускорили и расширили возможности и масштаб реагирования добровольцев в ЧС, перераспределили ответственность между агентами, оказывающими помощь, что позволило исследователям переосмыслить институциональные механизмы влияния волонтеров на спасательный процесс в ситуации ЧС. Также были отмечены «бесконтактный» характер помощи посредством ИКТ для уязвимых групп и возможность ее масштабировать от локального до национального уровня. Примеры, которые приводятся в литературе [Spear et al., 2020], относятся к организации добровольческих онлайн-акций через социальные медиа и краудсорсинговые платформы по покупке продуктов питания для разных категорий населения, в частности тех, кто находится в группе риска по заболеваемости. Кроме того, помощь и взаимопомощь во время пандемии COVID-19 чаще представлена в различных гибридных формах объединений — организованных и спонтанных добровольческих группах, самоорганизующихся сообществах, бизнес-сообществах, госструктурах, которые используют краудсорсинговые методы и мобильные приложения для оказания помощи, отслеживания распространения вируса и т. д.³ Именно в таких формах «коллективной гибридности» на пересечениях волонтерства, новых технологий, социальных инноваций ученые видят новые теоретические рамки и аналитические возможности для исследования гражданского общества, включая волонтерские группы.

Учитывая данные международные эвристические заделы и методологические рамки к исследованию цифрового волонтерства в ЧС, авторы статьи предлагают

³ Nutt S. Innovation in the Time of Coronavirus. OPSI. 2020. 20 March. URL: <https://oecd-opsi.org/innovation-in-the-time-of-coronavirus/> (accessed: 17.12.2020).

результаты анализа процесса цифровизации работы добровольцев, участвующих в реагировании на критические и чрезвычайные ситуации для того, чтобы понять, стала ли пандемия COVID-19 катализатором изменения форматов работы такого типа добровольчества или всего лишь ускорила естественный тренд цифровизации данной сферы.

Для реализации поставленной задачи применялись такие исследовательские методы, как анализ литературы и сайтов НКО, проведение 45 глубинных и экспертных интервью с волонтерами, координаторами добровольческой деятельности и руководителями НКО (авторами использовалась теоретическая выборка, отбор информантов проведен до теоретического насыщения поля), анализ информации из открытых источников, в частности социальных сетей, вторичный анализ данных, полученных авторами в прошлых проектах [Усачева, 2012; Башева, 2018].

Результаты исследования

Цифровизация деятельности волонтеров в ЧС до пандемии

В России, вследствие обширных программ поддержки с Запада [Яницкий, 2014], общественные организации шли в авангарде процесса цифровизации, перенимая опыт зарубежных коллег [Усачева, 2008]: быстрее, чем государственные структуры и даже частные лица, стали делать email-рассылки, создавать сайты, а позже — использовать краудсорсинговые и краудфандинговые технологии; привлекать IT-специалистов для создания благотворительных проектов. Уже более десятилетия российские общественники используют технологии, помогающие реализовывать их основные функции — просвещение, обучение, оказание гуманитарной помощи, психологической и финансовой поддержки.

К 2010-м годам в основной своей массе НКО и гражданские активисты вышли в сеть, многие имели свои сайты и социальные сети, вели блоги в популярном в тот период «Живом Журнале» [Кузьмина, 2011], а в моменты кризисов и ЧС эти площадки становились узлами сетей гражданской мобилизации [Усачева, 2012], выполняя информационные и координационные функции. Уже тогда стало понятно, что цифровые площадки значительно ускоряют и упрощают работу волонтеров в случае ЧС, делают ее масштабнее, заметнее, а информацию из зон ЧС — прозрачнее. Постепенно из «Живого Журнала» активистское сообщество стало переходить на становившиеся более популярными площадки Facebook, Twitter, «ВКонтакте». Возникновение каждой новой ЧС отражалось в сетях тысячами постов и репостов. Так было в 2010 г., когда бушевали лесные пожары в Центральной России [Усачева, 2013], сжигая деревни, в 2012 г. [Usacheva, 2013] и 2013 г., когда произошли наводнения на Кубани, в Дагестане и на Дальнем Востоке, а позже — когда пожар уничтожил часть фондов библиотеки ИНИОН РАН в Москве [Башева, 2018] и т. д.

По нашим оценкам, примерно с начала 2010-х годов в России стало формироваться независимое и довольно масштабное сообщество волонтеров, действующих в критических (например, пропажа человека в лесу или городе) и чрезвычайных ситуациях на регулярной основе: спасателей, поисковиков, добровольных лесных пожарных, активистов, оказывающих гуманитарную помощь в зонах поражения. До этого момента мы можем говорить скорее о «ростках» подобных

организаций (например, в Москве уже существовал общественный поисково-спасательный отряд «СпасРезерв», работающий наравне с профессиональными спасателями). Работа этих волонтеров в большей части связана с деятельностью на местах. В контексте всеобщей цифровизации, конечно же, все эти группы стали транслировать информацию о своей деятельности и нуждах в сети:

[Без цифровых технологий] совсем, наверное, невозможно работать, потому что в том числе общение, оповещение и большинство коммуникаций — все происходит уже через почту, мессенджеры, разные социальные сети и т. д. (Софья Косачева, руководитель противопожарной программы российского отделения Гринпис)⁴

Важную роль в распространении информации о деятельности волонтерских объединений и актуализации проблем, на решение которых она направлена, по мнению самих участников, играют социальные сети и мессенджеры:

Социальные сети — это один из способов распространения информации. Ну, то есть у нас есть группы «ВКонтакте», на Facebook, у нас есть свой сайт, у нас есть канал в Telegram. У нас, в общем, есть канал в Instagram. И все это мы используем, чтобы... рассказывать... о какой-то ситуации, о проблеме в регионе — это очень важно. (Волонтер)

Через эти каналы волонтеры пытаются «заявить о себе», сформировать свою позитивную репутацию:

В своих соцсетях я пытаюсь транслировать нашу работу, то есть хотя бы своих друзей оповещать о том, что есть такие люди, которые [этим] занимаются. Если хотите, друзья, приходите, или хотя бы не делайте ничего такого, что приведет к глобальной катастрофе в дальнейшем. (Волонтер)

[В соцсетях] мы регулярно выкладываем новости о том, что мы делаем, о занятиях... (Волонтер)

Мы стараемся публиковать информацию о наших выездах... в наших социальных сетях, то есть Facebook, Instagram, на Youtube мы выкладываем ролики, в том числе некоторые ролики с нашего обучения для волонтеров-новичков. (Волонтер)

Также социальные сети обеспечивают рекрутинг новых участников:

Для нас, как для любой волонтерской организации, главный ресурс — это люди, поэтому для нас нужен постоянный поток новых людей... а для того, чтобы они о нас узнавали,

⁴ Здесь и далее в скобках указан статус информантов, с кем были проведены интервью в рамках проекта «Волонтерство в чрезвычайных ситуациях как ответ на природные и техногенные вызовы в России» или чьи цитаты были взяты из открытых источников («волонтер» или «эксперт» — руководитель или координатор волонтерской деятельности). Два информанта не анонимизированы, так как нами было получено разрешение открыто цитировать их, или они выступали в открытых источниках, а также для понимания их статуса и контекста деятельности.

мы ведем в нескольких соцсетях наши собственные страницы... чтобы привлечь людей. (Волонтер)

Социальные сети — эффективный инструмент координации деятельности волонтерских групп:

Наличие социальных сетей — это великолепная вещь. Вся координация добровольцев упростилась в разы. То есть, вообще, появилась возможность мгновенной координации. Когда, грубо говоря, кидается клич на интернет-форму в три часа ночи, что нужно помочь заделать полиэтиленом окна в сгоревшей квартире, чтобы не разморозить отопление. И когда координатор приехал... и уже троих человек увидел, на месте стоящих, которые, пока он ехал, прочитали и пришли, они были рядом. (Волонтер)

Через соцсети во время пожаров мы нашли друг друга с ребятами, с которыми мы вместе собирались и там тушили, вот. А «ЛизаАлерт», у них вообще вся работа через соцсети. То есть у них и информирование, и поиски, ориентировки... Кидают ориентировки в соцсети, чтобы распространялись, и люди репостили, ездили. Если человек рядом с вами, чтобы помогали искать. (Волонтер)

Подобные технологии обеспечивают быструю и эффективную коммуникацию как внутри сообщества, так и с внешними субъектами:

Через соцсети распространяются не только ориентировки, но и обмен информацией происходит через соцсети и мессенджеры. То есть у нас есть поисковый чат <...> информацию мы по «потеряшке» <...> скидываем непосредственно в чат, чтобы все участники могли видеть, информацией оперировать. (Волонтер)

Просто писал посты в Facebook. Потом их многие перепостивали. Иногда сразу после появления этих постов начинали звонить журналисты, задавать вопросы. <...> Коммуникация получается великолепная. Не требует специальных «пиаровских» навыков. (Эксперт)

Одно из важнейших направлений деятельности общественных организаций — просвещение населения, которое также в большой степени реализуется через социальные сети:

Ключевое направление в работе добровольных лесных пожарных — это, как ни крути, экопросвещение и социальные сети. То есть сил на то, чтобы тушить все, что поджигают, не будет никогда и ни у кого, нужно, чтобы меньше поджигали. И это основная задача, именно над этим нужно в первую очередь работать. (Волонтер)

НКО уже давно привлекают так называемых кибер-активистов — сторонников, которые всегда помогают дистанционно — подписывают петиции, делают пожертвования, распространяют информацию, которой делятся организации с широкой общественностью. Фандрайзинг или краудфандинг, необходимый общественным

организациям, также производится посредством их сайтов или социальных сетей. Например, на сайте поисково-спасательного отряда «ЛизаАлерт» постоянно висит список отрядных нужд:

Мы не ведем сборы, и у нас есть куча людей, которые помогают нам... Они не могут поехать на поиски, но они могут купить фонари. Они идут за фонарями, покупают фонари, приносят нам их. Есть некоторые люди, которые приходят и говорят: «Мы хотим вам помочь. Что именно вам нужно?». У нас есть список, он висит на сайте. (Председатель добровольческого поисково-спасательного отряда «ЛизаАлерт» Григорий Сергеев, из прямого эфира в Instagram от 03.04.2020)

Несмотря на позитивный опыт использования социальных сетей, волонтеры осознают и возможные риски, такие как распространение ложной информации или информационный прессинг:

[Социальные сети] могут сыграть и злую шутку. Например, распространить фейк. (Эксперт)

Никто никому ничего не должен, никто не обязан помогать, если не хочет. Это должно идти изнутри, от сердца, от собственной потребности, но никак не от желания манипуляции, поэтому вот это «не выпейте чашку кофе, а переведите 100 рублей на хоспис» — этого не должно быть. Нужно информировать нейтрально, поэтому я пишу и рассказываю о своем волонтерстве, ну, например, десант радости высадили в парке на озерах и провел там концерт. (Волонтер)

Помимо социальных сетей, волонтеры применяют множество других современных технологий. Например, поисковики всегда работают с «геотрекерами, чтобы отмечать пройденную территорию» (Волонтер); добровольные лесные пожарные неоднократно упоминали в ходе интервью об использовании спутникового мониторинга за термочками:

[Используем] открытые данные по космоснимкам, которые выполняют спутники NASA... Спутники эти снимают в разных спектрах, и там есть слой термальных аномалий, когда можно выделить сильно горящие участки. (Волонтер)

Важное значение имеют навигаторы, различное программное обеспечение для картографии:

Используются навигаторы для картографии, для того чтобы строить маршруты, оценивать площади пожаров. (Волонтер)

Сейчас очень много используются планшеты, географические информационные системы, программы по работе с разными подложками, снимками. На любую территорию мы можем сделать карту, которая нам нужна. Если у нас есть разведка какой-то территории, то это мы сразу можем выложить в электронный носитель. Где горит, где

ближайшая вода, какие расстояния от воды до очагов. Можно отдельно произвести разведку, а потом приступить к тушению. Можно рассчитать, какое оборудование необходимо взять с собой, какой сделать маршрут. Все это отдельно составила, людям рассказала, в навигатор залила — все, дальше человек просто идет по навигатору, и не надо фантазировать, хватит воды или нет. (Эксперт)

При тушении лесных пожаров волонтеры давно и активно используют беспилотные летательные аппараты, в частности квадрокоптеры, дроны:

Используются, естественно, коптерные снимки, когда у нас есть возможность поднять коптер и посмотреть, чтобы оценить, собственно, масштабы того, что происходит. Если это пожар или что-нибудь такое. (Волонтер)

Очень сильно сейчас дает шаг вперед использование беспилотных летательных аппаратов — квадрокоптеров. С ними видно, куда надо быстрее, где еще терпит, и прочее... Особенно помогает, когда у тебя не постоянная территория, которую ты много раз проходил, а там, где все в новинку, где приходится ориентироваться. Ну и с точки зрения торфяных пожаров можно обнаружить очаги. Но с точки зрения, что беспилотники нужно регистрировать и все полеты нужно оформлять, это, конечно, непростая задача, потому что мы сами работаем исключительно в правовом поле и предлагаем добровольцам только те штуки, которые соответствуют законодательству. Несмотря на то, что есть много соблазнительных и не очень законных штук, мы вздыхаем и не используем их. Это должно быть помощью, а не дополнительной проблемой. (Эксперт)

Волонтеры, имеющие навыки программирования, участвуют в разработке программного обеспечения по принципу краудсорсинговых систем. Так, один из информантов сообщил, что их сообщество добровольных лесных пожарных работает над «приложением на Андроиде, чтобы любой человек, который столкнулся с пожаром, мог самостоятельно, нажав несколько кнопок, зафиксировать, что, собственно, горит, в каком масштабе, где, в какую сторону распространяется, и вызвать помощь» (волонтер).

Уже десятилетие назад российские общественники поняли эффективность таких форм деятельности, как краудсорсинг, используя подход добровольной географической информации. В условиях масштабной ЧС летом 2010 г., когда горели леса Центральной России, российские активисты организовали на площадке Ушахиди карту помощи «Виртуальная рында» [Asmolov, 2014]. В тот момент стало понятно, что подобные технологии, связанные со сбором добровольной географической информации, во время ЧС необходимы. И тогда встал вопрос о кооперации активистов-волонтеров с программистским сообществом. Развитие получили гражданские онлайн-приложения, служащие для целей цифрового активизма, а впоследствии непосредственно для оказания помощи в критических ситуациях, например, такие как «Спасатель.Рядом» (spasatel.me), инициированное петербургским поисково-спасательным отрядом «Экстремум». Это мобильное приложение, работающее как связующее звено между людьми, которым стало плохо на улице или в общественном месте, и добровольным спасателем, умеющим оказывать первую помощь.

Появление необходимости в разработке новых платформ и приложений стимулировало НКО к кооперации с IT-специалистами. Еще в 2016 г. российское сообщество IT-специалистов, занятых в общественной сфере, исследователи называли лишь зарождающимся [Рябченко, Гнедаш, 2016], но нарастающая необходимость в разработках гражданских приложений и технологий к сегодняшнему дню вывела их на передовые позиции в мире:

У нас, в российском отделении Гринпис, есть специальный отдел — отдел географических информационных систем. И это не только отдельный коллектив внутри российского офиса, но еще и международная лаборатория. Со всего мира нашим коллегам поступают запросы на помощь в проведении исследований, визуализации природоохранных проблем, создании новых инструментов. Наш отдел в том числе является центром для обучения сотрудников из других стран, потому что такое направление есть далеко не в каждом офисе. (Софья Косачева)

Цифровизация деятельности волонтерских организаций оценивается ее участниками как средство оптимизации и поиска инновационных решений, вовлечения большего количества кибер-активистов, но не как единственный путь развития:

Я не думаю, что имеет смысл все принудительно пытаться переводить в цифровой формат, но попытка оптимизации, как правило, приводит как раз в сторону каких-то цифровых решений. Например, у нас весной был большой проект, в котором мы тоже вовлекали много добровольцев, но это необязательно должны были быть лесные пожарные, это были люди совершенно разного характера и качества. Мы решили посчитать, сколько за весну в реальности сгорает природных территорий, потому что государство дает статистику по лесным пожарам, то есть если это не лесной фонд, то мы не понимаем, сколько сгорело. <...> У нас есть возможность получать снимки [спутников] и по ним, собственно, видеть площадь выгоревших территорий. Мы решили по ним «отрисовать» всю страну, сколько же у нас сгорает всего за весну, и сравнить это со статистикой, которую дает государство, на основе тех данных, которые приходят из регионов или которые считаются автоматически. В том числе чтобы понимать, какая у нас погрешность с разными инструментами. И чтобы найти и посчитать все пожары, выгоревшие территории, нужно было искать и обводить вручную. Вся страна поделилась на кучу маленьких полигонов, в каждом из которых нужно было отсмотреть спутниковые снимки. [В этом] приняли участие порядка 500 человек, в течение одного месяца нашли почти все пожары в стране. <...> классный проект, но при этом нужно было этим руководить, людей обучать, объяснять, это было достаточно напряженно⁵. <...> Сам результат и возможность вовлечения в такой формат дает новые размышления о возможностях. (Софья Косачева)

Важная специфика цифровых технологий — инклюзивность, то есть то, что позволяет участвовать в поисково-спасательной деятельности людям, не достиг-

⁵ См. подробнее: Ягодина В. Как мы собирали карту весенних пожаров. Краудмеппинг, чаты, космоснимки // Greenpeace. 2020. 6 июня. URL: <https://greenpeace.ru/stories/2020/06/06/kak-my-sobirali-kartu-vesennih-pozharov/> (дата обращения: 03.08.2020).

шим совершеннолетия или имеющим ограничения в передвижении. Наглядный пример — участие в качестве координатора волонтерской помощи летом 2010 г. девушки-инвалида, прикованной болезнью к постели⁶, или вовлечение юных добровольцев в оказание посильной помощи в рамках информирования о пропаже людей в специальной группе репостов ПСО «ЛизаАлерт» в сети «ВКонтакте».

Цифровизация деятельности волонтеров в ЧС во время пандемии COVID-19

Как только начали поступать первые сообщения из эпицентра пандемии — Китая, — глобальное сообщество общественников сразу же дало свой ответ на надвигающуюся глобальную угрозу. В числе первых были природоохранники: Greenpeace International, WWF International, Friends of the Earth, Римский клуб опубликовали на своих сайтах письма с призывами к правительствам и населению стран мира к соблюдению ряда необходимых мер по предотвращению распространения вируса COVID-19, а также недопущению подобных заболеваний в будущем⁷.

Проведенный анализ публичных писем и информации на сайтах общественных организаций показал, что пандемия внесла коррективы в их работу, но не прекратила ее. Многие перешли в мобилизационный режим, еще более, чем обычно, нуждаясь в поддержке сторонников. Эти организации стали практически ежедневно использовать email-рассылки, сообщая срочные новости и призывая к незамедлительным действиям, хотя до пандемии рассылали максимум по два-три письма в неделю. Перемещение крупных событий и сбора средств в онлайн-пространство стало одним из сложнейших аспектов работы. В Greenpeace International в марте поняли, что офлайн-сбор средств невозможен, из-за чего были уволены 172 сотрудника⁸. На сайтах крупных российских НКО сразу же стали появляться материалы, посвященные условиям работы в период карантина⁹: переходу на удаленный формат работы и проведению ранее запланированных встреч и тренингов в онлайн-формате. Также НКО обозначили множество способов проявления солидарности в условиях пандемии: использование социальных сетей для распространения информации и стандартов поведения, рекомендуемых ВОЗ и Министерством здравоохранения РФ; распространение на своих каналах материалов, фильмов и книг, которые будут интересны детям и подросткам в качестве действий, направленных на помощь семьям, проводящим время дома с детьми; призывы сторонников к активному участию через распространение информации, подписание петиций, направление обращений в госорганы. И, конечно же, просвещение.

Помимо активизации усилий уже имеющихся общественных организаций, как и любая другая ЧС, пандемия COVID-19 спровоцировала появление новых об-

⁶ См. Наталья Вороницына: «Мой сегодняшний день — это и есть жизнь» // Матроны.ру. 2012. 26 Окт. URL: <https://www.matrony.ru/natalya-voronicyna-moj-segodnyashnij-den-eto-i-est-zhizn/> (дата обращения: 25.08.2020).

⁷ См., например, Morgan J., Rosemberg A. Covid-19: Compassion, Cooperation, Courage, Choice // Greenpeace. 2020. 22 March. URL: <https://www.greenpeace.org/international/story/29490/covid-19-compassion-cooperation-courage-choice/> (дата обращения: 10.12.2020).

⁸ Leonard A. How Coronavirus Has Changed Our Campaigning // Greenpeace. 2020. 14 May. URL: <https://www.greenpeace.org/usa/how-coronavirus-changed-our-campaigning/> (дата обращения 10.12.2020).

⁹ См., например, Рябко В. Изменит ли свою работу Greenpeace в связи с пандемией? Почему важно быть вместе и помнить о природе // Greenpeace. 2020. 20 марта. URL: <https://greenpeace.ru/blogs/2020/03/20/izmenit-li-svoju-rabotu-greenpeace-v-svjazi-s-pandemiej/> (дата обращения: 10.12.2020).

щественных инициатив, направленных на помощь разным типам общественных групп и действующих онлайн¹⁰. Это проекты, инициированные как государственными структурами с привлечением волонтеров¹¹, так и поддерживаемые бизнесом¹², а также исключительно гражданские инициативы, созданные «снизу» активистами¹³.

Пандемия выявила новые необходимые направления волонтерской работы, в частности мультилингвальные переводы как важное средство обеспечения доступа к информации при реагировании на ЧС. Волонтеры-переводчики все чаще стали использовать платформы социальных сетей для самоорганизации и выполнения срочных переводческих задач, которые эффективно дополняют официальные усилия по оказанию помощи. Однако роль краудсорсинговых переводов в уменьшении последствий стихийных бедствий по-прежнему недооценивается, и поэтому они малоизучены, хотя уже десять лет назад исследователи обратили внимание на участие волонтеров-переводчиков как «культурных посредников» [O'Brien, Federici, 2019] в таких ситуациях, как землетрясение на Гаити [Munro, 2010]. Исследование проблем экстренной кризисной коммуникации в Ухани на ранних стадиях пандемии и необходимости интеграции ИКТ с мультилингвальными ресурсами для оказания помощи при стихийных бедствиях, проведенное китайскими учеными в этом году, лишь актуализировало важность этой работы [Zhang, Wu, 2020].

Вспышка COVID-19 в 11-миллионном городе сразу же вылилась в кризис общественного здравоохранения и выявила множество неотложных и разнообразных коммуникационных потребностей, таких как закупка медицинских товаров за границей в связи с невозможностью китайских производств быстро ответить на возникший спрос, помощь в понимании стандартов качества иностранных медицинских продуктов, медицинские консультации, карантинные инспекции в аэропортах или общественные услуги для 12 000 иностранных жителей Ухани. В ответ на эти многочисленные и весьма разноплановые в языковом отношении потребности в общении на платформах социальных сетей и мессенджеров (в частности, в WeChat) были созданы онлайн-сообщества добровольцев-переводчиков для преодоления языковых барьеров при проведении операций по спасению и оказанию помощи в Китае. С середины марта 2020 г. общая ситуация с медикаментами в Ухане значительно улучшилась благодаря совместным усилиям всех сторон.

¹⁰ Готов помочь: 6 волонтерских благотворительных сервисов по борьбе с COVID // Sravni.ru. 2020. 6 мая. URL: <https://www.sravni.ru/text/2020/5/6/gotov-pomoch-6-volontjorskikh-i-blagotvoritelnykh-servisov-po-borbe-s-covid/> (дата обращения: 10.12.2020).

¹¹ Например, #МыВместе — организация помощи пожилым людям, оказавшимся на карантине или не имеющим возможности выйти на улицу (покупка продуктов и лекарств, юридическая и психологическая поддержка онлайн), которую координирует Всероссийское движение «Волонтеры-медики» совместно с Ассоциацией волонтерских центров и Общероссийским народным фронтом.

¹² Такие как «Помощь рядом», организованная при участии «Яндекса» и направленная на оказание бесплатной технической и логистической поддержки.

¹³ Например, #COVIDарность. Этот проект направлен на помощь в формировании локальных сообществ взаимопомощи в условиях карантина и самоизоляции (на сайте covidarnost.ru представлены необходимые для этого материалы и инструменты), а также на оказание психологической поддержки в онлайн-формате. Для формирования локальных сообществ команда #COVIDарность предложила использовать специально созданные боты в Telegram, Viber, «ВКонтакте», а также расклеивать листовки, которые можно скачать на сайте (на русском, узбекском, киргизском, таджикском языках), в подъездах и общаться в региональных чатах (их список также представлен на сайте).

Российские волонтеры действовали в том же русле, что и другие представители глобального гражданского общества: они адаптировали свою работу к условиям самоизоляции, частично уходя в онлайн-пространство. На примере деятельности Добровольных лесных пожарных и ПСО «ЛизаАлерт» рассмотрим практики переноса их деятельности в онлайн и ограничения, связанные с этим процессом.

Цифровые инструменты (Zoom, Skype, мессенджеры и проч. программы) позволили расширить образовательные практики, изобрести новые форматы обучения (например, игровые) в самые короткие сроки. Несмотря на экстренную мобилизацию, усилия по переводу обучения в виртуальное пространство дали такие позитивные эффекты, как стирание границ между регионами:

У нас весна, начальный весенний период — он связан с проведением тренировок и семинаров для добровольцев. В этом году его пришлось полностью перенести в дистанционный формат — в формат вебинаров, разных интерактивных задач, ролевых игр, словесных игр. Причем у нас было запланировано много поездок по разным городам с рассказами и привлечением новых добровольцев. В конце зимы мы уже запускали разные информационные кампании, набор людей, была аренда мест для проведения встреч — это порядка 18 городов в нашей стране. В некоторые мы даже успели съездить. Когда начали появляться ограничения, связанные с коронавирусом, мы быстро поняли, что нужно в полете успеть переобуться, чтобы не потерять людей. Надо было все равно как-то попробовать передать те знания, что у нас есть. Получилось, что с середины марта по середину мая мы провели около 85 вебинаров для волонтеров со всей страны: где-то это были региональные сессии, где-то собирались люди из разных федеральных округов. Это были не только вебинары, но и интерактивные занятия для тренировки уже полученных знаний, просмотры тематических фильмов и их обсуждения, викторины. Придумывали разные подходы и смотрели, что получается. Например, на основе детских воспоминаний создали игру «Одень пожарного» для изучения правильной экипировки. Каждый новый инструмент — это попытка не только передать знания, но и удержать слушателя у экрана, не дать отвлечься на домашние дела, социальные сети. А чтобы удерживать — должно быть интересно и затрагивать разные сферы внимания. Чтобы добровольцы сразу могли транслировать новые знания, придумали интерактивное противопожарное занятие для детей: работу по профилактике пожаров не останавливали даже в режиме самоизоляции. Школы закрыты, детские лагеря практически все на лето отменились. Проведением таких занятий мы сразу увлекали новых волонтеров, которые только весной присоединились: прослушал несколько вебинаров, подготовился с инструктором и сразу же рассказываешь детям о правильном поведении на природе, особенностях развития и тушения пожаров. Использование новых знаний помогает большему количеству информации остаться в памяти. А из дополнительных плюсов — вели такие занятия добровольцы из разных регионов: сразу стирали границы, не обособляя добровольцев по территориальному признаку. Время занятий мы подбирали так, чтобы было удобно подключаться людям и из европейского часового пояса, из Сибири, с Дальнего Востока. Так получалось, что детские занятия у нас могли вести добровольцы из Москвы и из Новосибирска,

из Томска и из Хабаровска. То есть такого опыта, чтобы малознакомые люди на первых этапах сразу же начинали деятельность, сильно перемешиваясь между регионами, у нас раньше не было. Очень здорово, что что-то новое и уникальное мы смогли вынести в этом процессе. (Софья Косачева)

При переходе обучения Добровольных лесных пожарных в онлайн-формат использовались такие технологии, как Zoom для проведения вебинаров и теоретических занятий, Roll 20 и Kahoot, а также Photoshop и другие графические редакторы для создания и проведения обучающих игр, Blatube для совместного просмотра обучающих роликов¹⁴.

В рамках той же образовательной стратегии для новичков действовали и волонтеры поисково-спасательного отряда «ЛизаАлерт»:

Сейчас одна из главных наших задач — сделать такую историю новичковую при помощи каких-то удаленных средств, чтобы это не были только физические контакты на месте. Это первое. Второе — у нас есть лекции на такие общие темы. У нас есть лекции на тему, как искать в природной среде, как искать в городе, что такое отклик, как работать с самыми разными поисковыми технологиями. Такие лекции в формате вебинаров мы сейчас будем проводить много. Кроме того, «ЛизаАлерт» славится тем, что у нас всегда было много обучений. Один из тех моментов, которым хочется хвастаться, что обучений у нас больше, чем дней в году. Сейчас, конечно, эта ситуация изменилась, потому что большинство обучений очные, нам надо уменьшить количество контактов между людьми, как мы уже сказали. Именно поэтому обучения сейчас станут чуть поменьше. Ну, в любом случае мы будем делать вебинары, будем их объявлять, в том числе делать такие общеформатные семинары для всех. Вот сейчас в процессе, когда мы с вами разговариваем, мне кажется, что это хорошая идея — сделать не профессиональные [семинары] для поисковиков, а для тех людей, кто интересуется. Тем самым мы вместе гораздо лучше переживем карантин, во-первых, а во-вторых, получим достаточное количество новых знаний. И давайте попробуем придумать программу таких вебинаров, которые нам были бы интересны и полезны. (Григорий Сергеев)

Волонтеры пытались, насколько возможно, сократить работу на местах, прибегая к помощи бизнеса и цифровых платформ:

Для нас изменения такие: как можно больше работы удаленной, как можно больше работы информационной, как можно меньше физической работы. Нам надо уменьшить количество расклеиваемых ориентировок, чтобы трогать меньше поверхностей, даже несмотря на то, что в перчатках. И для этого мы совместно с Mail.ru сделали такую историю <...>: наши ориентировки подсвечивают в «ВКонтакте», наши ориентировки будут подсвечивать на те районы, где это очень важно. То есть это будет как некая рекламная от них программа, и эту ориентировку будут показывать тем людям, которые находятся в нужных нам районах. (Григорий Сергеев)

¹⁴ Zoom-тушение: как онлайн изменил работу добровольных пожарных // Теплица социальных технологий. 2020. 20 авг. URL: <https://te-st.ru/2020/08/20/voluntary-firefighters-online/> (дата обращения: 28.08.2020).

Ограничения цифровых методов работы для волонтерского сообщества спасателей

Широкие возможности, которые открывают цифровые технологии, не могут полностью компенсировать основную, «офлайновую», деятельность, которой заняты волонтеры-спасатели, пожарные и те, кто оказывает гуманитарную помощь на местах. Выполнение многих видов действий требует от участников наработки практических навыков, которые невозможно, по мнению волонтеров, приобрести дистанционно. Это касается работы с техникой, пожаротушения, поисковой деятельности, оказания первой помощи пострадавшим в ЧС и т. д.

Осталась очень большая проблема в том, что невозможно потушить пожар, не выходя из дома. Это то ограничение, которое мы никак не смогли продумать, как можно решить. У нас отчасти сейчас не до конца решенная проблема с тем, как уже практические знания передать новым добровольцам. Мы в теории, что могли, дали и показали, а теперь это надо дать в руки все пощупать, попробовать, как это происходит в реальности. Здесь мы очень сильно как раз ограничены... Я вот, например, не знаю, как можно научиться человеку первую помощь оказывать, не подходя к нему ближе чем на два метра <...> как можно, условно, потушить пожар, если ты не вышел из дома. Даже если ты пожар в своем доме тушишь, тебе все равно нужно выйти из него <...> делать это снаружи. (Софья Косачева)

Еще одно ограничение цифровизации — физические и ментальные возможности человека, которые мы можем обозначить как «цифровое выгорание»:

Все дистанционные форматы, они, конечно, очень удобные во многом <...>, но, с другой стороны, люди очень устали от компьютера. Мы даже по участию в вебинарах видели, как на второй месяц стала резко падать посещаемость. <...> люди просто дико устали от дистанционного формата, люди хотят живого общения, поездок <...> потрогать, не знаю, человека другого. (Софья Косачева)

Помимо перечисленных ограничений, волонтеры столкнулись с таким вызовом, как актуализация раньше времени проблем, на решение которых направлена их деятельность, что также вынуждало их выходить в офлайн:

Намного больше людей сидит дома, намного больше бабушек оказалось под контролем. Но по детям количество пропавших не стало сильно меньше. И еще одна проблема, которая у нас возникла в связи с этим: многие люди пережидать вот эти тяжелые времена уехали на дачи. В этом тоже есть проблема. Мы получили внеурочный лесной сезон, мы получили людей, которые уходят в лес не за грибами и ягодами, а они уходят сейчас, ну просто, например, на прогулку. Не так давно отец с сыном сажали деревья, и сын потерялся. Слава богу, все закончилось хорошо. (Григорий Сергеев)

Работа в рамках этих выходов была подчинена новым строгим правилам: соблюдая все меры предосторожности, используя маски и перчатки, средства дезинфекции, волонтеры работали в малых постоянных группах-«двойках»:

Весной основные наши задачи <...> были — разведка торфяных пожаров. Ездили парами, с помощью беспилотников с тепловизорами проводили разведку с воздуха, где этого не хватало — проходили ногами, составляли план очагов и предложения по тушению, передавали в местную пожарную часть. Основная помощь добровольцев — это как раз разведка, на которую, бывает, у местных пожарных не хватает ресурсов. Ездили без ночевки в гостиницах. <...> Либо это выезд на один день, либо мы на месте ночевали в палатках: своя еда, свои отдельные чашечки-тарелочки. Использовалось бесконечное количество антисептиков, которыми мы протирали машину, когда передавали следующей группе, себя протирали... прям уже пропахли запахом санитайзеров. (Софья Косачева)

Такая же методика работы автономными группами применялась и поисково-спасательными отрядами:

Нам придется заниматься поисками так, как мы занимались до этого. Потому что люди продолжают пропадать... Единственное что важно сказать, мы будем заниматься этим следующим образом: мы формируем «двойки», эти «двойки» у нас работают на постоянной основе. <...> Потому что речь идет... о безопасности. Человек не может один заниматься какими-то поисковыми мероприятиями, то есть может, но это намного сложнее. То есть для нас это намного сложнее с точки зрения организации самого поискового мероприятия. <...> Мы будем стараться максимальное количество задач выполнять автономно, то есть мы должны действовать без штабов. Мы должны действовать с минимальным контактом между людьми. Мы должны применять все средства индивидуальной защиты, которые необходимы, а именно: очки, перчатки, респираторы класса F, FP-2 и выше. И вот примерно так мы должны обеспечивать собственную защиту. Наша задача на любом поиске — не увеличивать количество пострадавших. (Григорий Сергеев)

На период пандемии некоторые волонтерские организации при поддержке бизнеса даже расширили свою офлайн-деятельность, присоединившись к таким инициативам, как помощь незащищенным общественным группам:

На период того же самого карантина для выполнения поисковых мероприятий больше 20 автомобилей компания «Ягуар Лэндровер» передала московскому отряду «ЛизаАлерт», для того чтобы могли <...> вот эти автономные «двойки» совершать выезды, во-первых. А во-вторых, для того чтобы мы чуть-чуть присоединились к поддержке пожилого поколения. И если у нас есть время, то мы пытаемся заниматься доставкой продуктов и такими вещами. (Григорий Сергеев)

Но при этом пандемия снизила приток новичков:

Мы сдержанно приглашаем новых людей в ходе карантина, опять же — средства индивидуальной защиты, сложившиеся группы, отсутствие лишней коммуникации — это все крайне важные для нас сейчас слова и действия. (Григорий Сергеев)

Позитивные последствия вынужденной цифровизации волонтерской деятельности и перспективы использования цифровых методов после пандемии COVID-19

Позитивные последствия вынужденного перехода на дистанционный формат подготовки и обучения новичков состоят в том, что координаторы обрели практические навыки работы онлайн (хотя и не всегда с восторгом).

Было внутреннее большое сопротивление, потому что очень жалко той огромной работы, которую мы проделали для того, чтобы осуществить все в другом формате. Условно, можно было зимой ничего не делать и точно так же за неделю переориентироваться и заново все продумывать. <...> прямо скрипя иногда шестеренками, приходилось принимать какие-то решения. А с другой стороны я сейчас понимаю, что если планировать на следующий год какое-то обучение, то я не могу для себя ответить на вопрос, например, «а зачем до определенной стадии ездить в каждый город?» (Софья Косачева)

Были придуманы новые форматы, открыты возможности, о которых активисты раньше не задумывались:

Люди <...> в данной ситуации освоились к использованию Skype, Zoom и других дистанционных форматов <...> [мы просто] не задумывались раньше, что возможно вовлечь людей в формат видеоконференций... аудитория, на которую мы работали, для нее стала привычнее такая форма, она стала реальнее, ближе, это, конечно, точно будет менять дальнейшую работу, потому что <...> вот яркий пример — вебинар по дистанционному мониторингу пожаров [вместо] очной лекции. Обычно это было три часа, где мы говорили о том, что можно в принципе сделать, а заканчивали, что теперь вот вам 60 страниц подробной инструкции — разбирайтесь! В этот раз мы сделали три отдельных вебинара по два часа, делали трансляцию с экрана и вместе с людьми все проходили, все этапы: куда тыкнуть, где зарегистрироваться, что скачать, как это выглядит и почему. В обычном формате это было невозможно сделать. Такие действительно неожиданные возможности, о которых мы раньше не задумывались, открылись. (Софья Косачева)

Выводы и рассуждения

Исследования новых условий жизни в период эпидемии COVID-19 дают ученым возможность обосновывать поведенческие изменения в условиях «внешнего шока» [Harrington, Hadjiconstantinou, 2020] не только отдельных людей, но целых организаций, о которых шла речь в данной работе. Пандемия, с одной стороны, сильно нарушила деятельность общественных организаций и волонтеров, а с другой — показала необходимость в них, обострив множество социальных проблем (от одиночества и цифрового неравенства до досрочного выезда людей за город и их пропажи в лесах).

Новая глобальная ЧС — первая пандемия в эпоху цифровых технологий — показала необходимость цифровых форм добровольчества как безопасной меры поддержки незащищенных групп населения; проявила такие формы добровольческой деятельности, на которые ранее мало обращали внимание исследователи

и лица, принимающие решения, например, мультилингвальные переводы; открыла возможности для новых типов образовательных процессов, которые проводят общественные организации для своих сторонников и активистов.

Хотя волонтерские организации, как и все общество, еще глубже погрузились в виртуальную среду, все цифровые форматы работы, использованные во время карантина, в той или иной мере применялись добровольными спасателями и ранее: уже десятилетие они налаживают координационные процессы через социальные сети, рекрутируют новичков, оповещают и информируют сторонников, производят краудсорсинг, собирают пожертвования, используют коптерные технологии для мониторинга местности, снимают кино и рисуют мультфильмы, ведут просветительскую работу на сайтах и проч. Наибольшие изменения коснулись образовательных программ, которые ранее велись офлайн. Для перевода их в дистанционный формат волонтеры активно использовали популярные приложения и технологии (например, Skype, Zoom, различные мессенджеры и чаты), быстро наращивая новые знания и навыки, а также применяя свой творческий потенциал и связи с сообществом IT-специалистов. Но помимо очевидной пользы процесс виртуализации открыл и такие проблемы, как усталость от экранов и дистанционных форматов, невозможность отработать практические навыки, необходимые для работы на местах в условиях ЧС, а также наличие цифрового неравенства, закрывающего возможности участия волонтеров, не владеющих цифровой грамотностью или оборудованием (ноутбуком или стационарным компьютером и т. д.).

Пандемия «протестировала» сообщество добровольных спасателей на их способность к оказанию помощи в новых условиях. Гибкость, быстрая адаптация и обучаемость, сетевая структура, наличие локальных знаний снова сыграли на руку гражданским объединениям. Делать выводы о том, как будут работать волонтеры после пандемии, еще рано, но очевидно, что цифровые практики не могут заменить работу на местах, которую выполняют волонтеры в зонах ЧС: невозможно найти человека в лесу или потушить пожар, не находясь в зоне поражения.

В связи с отсутствием комплексной аналитической модели для анализа коллективных цифровых практик в условиях чрезвычайности нам видится необходимой ее разработка по методу обоснованной теории и с учетом важных условий, а именно:

— она должна объяснить характерную для критических ситуаций связку «онлайн — офлайн», которая предполагает зарождение практик в цифровой среде и дальнейшую реализацию на местах;

— требуется критически осмыслить возможные коммуникационные/цифровые разрывы при (ре)транслировании практик из онлайн- в офлайн-пространство и обратно;

— необходимо избежать технологического детерминизма, поскольку цифровые технологии выступают скорее как инструменты волонтерских практик, имеющих под собой определенные смыслы.

Помимо разработки теоретической рамки перед исследователями встают вопросы о том, какие уроки вынесли для себя из этого кризиса сами добровольцы, использующие цифровые технологии в своей деятельности, какие практики уже не будут прежними, а какие закрепятся и изменятся в дальнейшем в посткризис-

ный период. Неизученными также остаются вопросы, касающиеся эффективного вовлечения населения в цифровые добровольческие практики (в частности, краудсорсинговых кампаний, использования гражданских приложений), а также их совместного использования с государственными службами, задействованными в реагировании на критические ситуации. Более глубокого изучения требуют и риски, порожденные «вынужденной» цифровизацией, как для самих волонтеров, так и для других групп стейкхолдеров. Они могут касаться нормативного ландшафта, кибербезопасности, физического и ментального здоровья.

Список литературы (References)

Башева О. А. Специфика городской катастрофы на примере пожара в ИНИОН РАН // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология. 2018. № 2. С. 99—116. URL: <https://www.isras.ru/publ.html?id=6289&type=publ> (дата обращения: 18.12.2020).

Basheva O. A. (2018) The Specifics of an Urban Catastrophe on the Example of a Fire at INION RAS. Social and Humanitarian Sciences. Domestic and foreign literature. Ser. 11, Sociology. No. 2. P. 99–116. URL: <https://www.isras.ru/publ.html?id=6289&type=publ> (accessed: 18.12.2020). (In Russ.)

Башева О. А., Ермолаева П. О. Феномен цифрового волонтерства в чрезвычайных ситуациях: сущность, виды, теоретические рамки // Вестник Института социологии. 2020. Т. 11. № 1. С. 49—71. <https://doi.org/10.19181/vis.2020.11.1.625>.

Basheva O. A., Ermolayeva P. O. (2020) The Phenomenon of Digital Volunteerism in Emergency Situations: Its Essence, Types and Theoretical Framework. *Vestnik Instituta Sotziologii*. Vol. 11. No. 1. P. 49–71. <https://doi.org/10.19181/vis.2020.11.1.625>. (In Russ.)

Ермолаева П. О., Ермолаева Ю. В., Башева О. А. Цифровой экологический активизм как новая форма экологического участия населения // Социологическое обозрение. 2020. Т. 19. № 3. С. 376—408. <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2020-3-376-408>.

Ermolaeva P. O., Ermolaeva Yu. V., Basheva O. A. (2020) Digital Environmental Activism as the New Form of Environmental Participation. *Sociological Review*. Vol. 19. No. 3. P. 376–408. <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2020-3-376-408>. (In Russ.)

Кузьмина Е. В. Сообщества в живом журнале — новые коммуникативные возможности для субкультурных групп и общественных инициатив // Журнал исследований социальной политики. 2011. Т. 9 № 3. С. 365—389. URL: <https://jsps.hse.ru/article/view/3513> (дата обращения: 18.12.2020).

Kuzmina E. V. (2011) Communities in Live Journal – New Communication Opportunities for Subcultural Groups and Social Initiatives. *The Journal of Social Policy Studies*. Vol. 9. No. 3. P. 365–389. URL: <https://jsps.hse.ru/article/view/3513> (accessed: 18.12.2020). (In Russ.)

Рябченко Н. А., Гнедаш А. А. Цифровой активизм: новые медиа, гражданские приложения и технологические сообщества как основания для социально-поли-

тических изменений // Государство и граждане в электронной среде. Сборник научных статей. Труды XIX Международной объединенной научной конференции «Интернет и современное общество» (IMS-2016), Санкт-Петербург, 22—24 июня 2016 г. СПб.: Университет ИТМО, 2016. С. 48—55. URL: <http://ojs.itmo.ru/index.php/IMS/article/view/483> (дата обращения: 17.12.2020).

Ryabchenko N. A., Gnedash A. A. (2016) Digital Activism: New Media, Civic Applications and Technological Communities as Basis for Socio-Political Change. In: *State and Citizens in the Electronic Environment. Collection of Scientific Articles. Proceedings of the XIX International Joint Scientific Conference «Internet and Modern Society»* (IMS-2016), St. Petersburg, June 22–24, 2016. Saint Petersburg: University of ITMO. P. 48–55. URL: <http://ojs.itmo.ru/index.php/IMS/article/view/483> (accessed: 17.12.2020). (In Russ.)

Усачева О. А. Общественные движения и информационные технологии в Западной Европе // Человек и природа: «вызов» и «ответ» / под ред. Кульпина Э. С. Вып. XXXII. М.: ИАЦ-Энергия. 2008. С. 236—258. URL: https://www.isras.ru/files/File/publ/Binder1_Kulpin.pdf (дата обращения: 17.12.2020).

Usacheva O. A. (2008) Social Movements and Information Technologies in Western Europe. In: Kulpin E. S. (ed.) *Man and Nature: «Challenge» and «Response»*. Vol. XXXII. Moscow: IAC-Energy. P. 236–258. URL: https://www.isras.ru/files/File/publ/Binder1_Kulpin.pdf (accessed: 17.12.2020). (In Russ.)

Усачева О. А. Сети гражданской мобилизации // Общественные науки и современность. 2012. № 6. С. 35—42.

Usacheva O. A. (2012) Civilian Mobilization Networks. *Social Sciences and Contemporary World*. No. 6. P. 35–42. (In Russ.)

Усачева О. А. Интернет как новая площадка для гражданской самоорганизации // Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества / Отв. ред. Верченнов Л. Н., Ефременко Д. В., Тищенко В. И. Сборник научных трудов ИНИОН РАН. М.: ИНИОН РАН, 2013. С. 214—227. URL: http://inion.ru/site/assets/files/2653/social_networks_and_online_communities_2013.pdf (дата обращения: 17.12.2020).

Usacheva O. A. (2013) Internet as a New Platform for Civil Self-Organization. In: Verchenov L. N., Efremenko D. V., Tishchenko V. I. (eds.) *Social Networks and Virtual Network Communities*. INION RAN Proceedings. Moscow: INION RAN. P. 214–227. URL: http://inion.ru/site/assets/files/2653/social_networks_and_online_communities_2013.pdf (accessed: 17.12.2020). (In Russ.)

Яницкий О. Н. Экологический архив О. Н. Яницкого / Институт социологии РАН, Яницкий О. Н. // Официальный сайт ИС РАН, 2014. URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=2983> (дата обращения: 17.12.2020).

Yanitsky O. N. (2014) Environmental Archive of O. N. Yanitsky. Institute of Sociology RAS. *Official Site of the Institute of Sociology of RAS*. URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=2983> (accessed: 17.12.2020). (In Russ.)

Abeysekera R. (2015) Concepts and Implications of Theory of Co-Production. *Colombo Business Journal*. Vol. 6. No. 2. P. 22–38. <https://doi.org/10.4038/cbj.v6i2.26>.

Albuquerque J. P. de, Eckle M., Herfort B., Zipf A. (2016) Crowdsourcing Geographic Information for Disaster Risk Management and Improving Urban Resilience: An Overview of the Lessons Learned. In: Capineri, C., Haklay M., Huang H., Antoniou V., Kettunen J., Ostermann F., Purves R. (eds). *European Handbook of Crowdsourced Geographic Information*. London: Ubiquity Press. P. 309–321. <https://doi.org/10.5334/bax.w>.

Asmolov G. (2015) Crowdsourcing and the Folksonomy of Emergency Response: The Construction of a Mediated Subject. *Interactions: Studies in Communication & Culture*. No. 6(2). P. 155–178. https://doi.org/10.1386/iscc.6.2.155_1.

Asmolov G. (2014) Virtual Rynda – The Atlas of Help: Mutual Aid as a Form of Social Activism: Crowdsourcing in Transition From Emergency to Everyday Life. In: Zuckerman E., LeJeune L. (eds.) *Global Dimensions of Digital Activism*. MIT Center for Civic Media.

Beaunoyer E., Dupéré S., Guitton M. J. (2020) COVID-19 and Digital Inequalities: Reciprocal Impacts and Mitigation Strategies. *Computers in Human Behavior*. Vol. 11. 106424. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106424>.

Castells M. (2007) Communication, Power and Counter-Power in the Network Society. *International Journal of Communication*. Vol. 1. P. 238–266. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46> (accessed: 17.12.2020).

Chernobrov D. (2018) Digital Volunteer Networks and Humanitarian Crisis Reporting. *Digital Journalism*. Vol. 6. No. 7. P. 928–944. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1462666>.

Cravens J. (2000) Virtual Volunteering: Online Volunteers Providing Assistance to Human Service Agencies. *Journal of Technology in Human Services*. Vol. 17. No. 2–3. P. 119–136. https://doi.org/10.1300/j017v17n02_02.

Doyle R., Conboy K. (2020) The Role of IS in the COVID-19 Pandemic: A Liquid-Modern Perspective. *International Journal of Information Management*. Vol. 55. P. 102184. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102184>.

Goldman J., Shilton K., Burke J. A., Estrin D., Hansen M., Ramanathan N., Reddy S., Samanta V., Srivastava M., West R. (2009) *Participatory Sensing: A Citizen Powered Approach to Illuminating the Patterns That Shape Our World*. Washington, DC: Woodrow Wilson International Center for Scholars. URL: <https://www.wilsoncenter.org/publication/participatory-sensing-citizen-powered-approach-to-illuminating-the-patterns-shape-our> (accessed: 17.12.2020).

Harrington D., Hadjiconstantinou M. (2020) Changes in Commuting Behaviours in Response to the COVID-19 Pandemic in the UK. *OSFPREPRINTS*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/46hzd>.

Lachance E. L. (2020) COVID-19 and Its Impact on Volunteering: Moving Towards Virtual Volunteering. *Leisure Sciences*. <https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1773990>.

Liu S. B. (2014) Crisis Crowdsourcing Framework: Designing Strategic Configurations of Crowdsourcing for the Emergency Management Domain. *Computer Supported*

Cooperative Work. Vol. 23. No. 4–6. P. 389–443. <https://doi.org/10.1007/s10606-014-9204-3>.

Meier P. (2015) Digital Humanitarians: How Big Data Is Changing the Face of Humanitarian Response. New York, NY: Routledge. <https://doi.org/10.1201/b18023>.

Morrow J. A. (2020) Alone Together: Finding Solidarity in a Time of Social Distance. *Space and Culture*. Vol. 23. No. 3. P. 315–319. <https://doi.org/10.1177/1206331220938643>.

Munro R. (2010) Crowdsourced Translation for Emergency Response in Haiti: The Global Collaboration of Local Knowledge. In: *AMTA Workshop on Collaborative Crowdsourcing for Translation*. Denver, CO. URL: http://www.robertmunro.com/research/Munro_AMTA.pdf (accessed: 17.12.2020).

Norris W. (2016) Digital Humanitarians: Citizen Journalists on the Virtual Front Line of Natural and Human-Caused Disasters. *Journalism Practice. Special Issue: Mapping Citizen and Participatory Journalism*. Vol. 11. No. 2–3. P. 213–228. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1228471>.

O'Brien S., Federici F. M. (2019) Crisis Translation: Considering Language Needs in Multilingual Disaster Settings. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*. Vol. 29. No. 2. P. 129–143. <https://doi.org/10.1108/DPM-11-2018-0373>.

Palen L., Vieweg J., Sutton S. B., Liu S. B., Hughes A. (2007) Crisis Informatics: Studying Crisis in a Networked World. *Third International Conference on e-Social Science*, Ann Arbor, Michigan. October 7–9, 2007. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.113.5750&rep=rep1&type=pdf> (accessed: 17.12.2020).

Park C. H., Johnston E. W. (2017) A Framework for Analyzing Digital Volunteer Contributions in Emergent Crisis Response Efforts. *New Media & Society*. Vol. 19. No. 8. P. 1308–1327. <https://doi.org/10.1177/1461444817706877>.

Roberts N. C. (2011) Beyond Smokestacks and Silos: Open-Source, Webenabled Coordination in Organizations and Networks. *Public Administration Review*. Vol. 71. No. 5. P. 677–693. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2011.02406.x>.

Santos Rocha R. dos, Widera A., Berg R. P. van den, Albuquerque J. P. de, Helingrath B. (2017) Improving the Involvement of Digital Volunteers in Disaster Management. In: Murayama Yu., Velev D., Zlateva P., Gonzalez J. J. (eds.) *Information Technology in Disaster Risk Reduction. ITDRR 2016. IFIP Advances in Information and Communication Technology*. Vol. 501. Cham: Springer. P. 214–224. https://doi.org/10.1007/978-3-319-68486-4_17.

Spear R., Erdi G., Parker M. A., Anastasiadis M. (2020) Innovations in Citizen Response to Crises: Volunteerism & Social Mobilization During COVID-19. *A Journal for and About Social Movements*. Vol. 12. P. 383–391. URL: <https://www.interfacejournal.net/wp-content/uploads/2020/07/Interface-12-1-Spear-Erdi-Parker-Anastasiadis.pdf> (accessed: 17.12.2020).

Strasser B., Baudry J., Mahr D., Sanchez G., Tancoigne E. (2019) «Citizen Science»? Rethinking Science and Public Participation. *Science and Technology Studies. Special Issue: Many Modes of Citizen Science*. Vol. 32. No. 2. P. 52–76. <https://doi.org/10.23987/sts.60425>.

Usacheva O. (2013) Urban Social Movements under Disaster Conditions (the Case of Krymsk). *Russian Sociology in the Period of Crisis, Critique and Changes. Papers of Russian Sociologists for the 11th ESA Conference CRISIS, CRITIQUE AND CHANGES in Torino Italy, August 28–31, 2013* P. 480–488. URL: <https://www.ssa-rss.ru/files/File/PublikaciiROS/RussianSociologyInThePeriodOfCrisisCritiqueAndChanges.pdf> (accessed: 11.12.2020).

Van Lancker, W., Parolin, Z. (2020) COVID-19, School Closures, and Child Poverty: A Social Crisis in the Making. *The Lancet Public Health*. Vol. 5. No. 5. P. e243-e244. [https://doi.org/10.1016/s2468-2667\(20\)30084-0](https://doi.org/10.1016/s2468-2667(20)30084-0).

Wang Zh., Tang K. (2020) Combating COVID-19: Health Equity Matters. *Nature Medicine*. Vol. 26. No. 4 P. 458. <https://doi.org/10.1038/s41591-020-0823-6>.

Wetter E., Rosengren S., Törn F. (2020) Private Sector Data for Understanding Public Behaviors in Crisis: The Case of COVID-19 in Sweden. *SSE Working Paper Series in Business Administration*. Stockholm School of Economics. URL: https://ideas.repec.org/p/hhb/hastma/2020_001.html (accessed: 14.12.2020).

Xie B., Charness N., Fingerman K., Kaye J., Kim Mi. T., Khurshid A. (2020) When Going Digital Becomes a Necessity: Ensuring Older Adults' Needs for Information, Services, and Social Inclusion During COVID-19. *Journal of Aging & Social Policy*. Vol. 32 No. 4–5. P. 460–470. <https://doi.org/10.1080/08959420.2020.1771237>.

Zhang J., Wu Yu. (2020) Providing Multilingual Logistics Communication in COVID-19 Disaster Relief. *Multilingua*. Vol. 39. No. 5. P. 517–528. <https://doi.org/10.1515/multi-2020-0110>.

Zhou C., Su F., Pei T., Zhang A., Du Y., Luo B., Cao Zh., Wang J., Yuan W., Zhu Y., Song C., Chen J., Xu J., Li F., Ma T., Jiang L., Yan F., Yi J., Hu Y., Liao Y., Xiao H. (2020) COVID-19: Challenges to GIS With Big Data. *Geography and Sustainability*. Vol. 1. No. 1. P. 77–87. <https://doi.org/10.1016/j.geosus.2020.03.005>.

Zook M., Graham M., Shelton T., Gorman S. (2010) Volunteered Geographic Information and Crowdsourcing Disaster Relief: A Case Study of the Haitian Earthquake. *World Medical & Health Policy*. Vol. 2. No. 2. P. 6–32. <https://doi.org/10.2202/1948=4682.1069>.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1749](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1749)



А. В. Андреевкова

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОНТАКТОВ СРЕДИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В РОССИИ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

Правильная ссылка на статью:

Андреевкова А. В. Цифровизация социальных контактов среди студенческой молодежи в России во время пандемии коронавируса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 403—426. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1749>.

For citation:

Andreevkova A. V. (2020) Digitalization of Social Contacts Among University Students in Russia During COVID-19. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 403–426. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1749>. (In Russ.)

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОНТАКТОВ СРЕДИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В РОССИИ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

АНДРЕЕНКОВА Анна Владимировна — доктор социологических наук, ведущий исследователь, Институт сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ), Москва, Россия

E-MAIL: cessi@cessi.ru

https://orcid.org/0000-0002-6776-7703

DIGITALIZATION OF SOCIAL CONTACTS AMONG UNIVERSITY STUDENTS IN RUSSIA DURING COVID-19

Anna V. ANDREENKOVA¹ — Dr. Sci. (Soc.), Senior Researcher

E-MAIL: cessi@cessi.ru

https://orcid.org/0000-0002-6776-7703

¹ Institute for Comparative Social Research (CESSI), Moscow, Russia

Аннотация. Внедрение цифровых технологий приводит к изменениям во многих областях социальной жизни, постепенному переходу к «цифровому обществу». Карантинные меры по предотвращению распространения COVID-19 стали стимулирующим фактором развития цифровых социальных контактов. В первую очередь эти изменения затрагивают молодежь. Данные сравнительного исследования «Международный опрос о благополучии студентов в период коронавируса» (ISSC—МОБС) показывают, что во время режима самоизоляции социальные контакты остались важнейшим элементом образа жизни студенческой молодежи благодаря использованию цифровых форм взаимодействия. Внедрение цифровых технологий в социальную жизнь повысило интенсивность межпоколенных, личных и общих социальных контактов. В период карантина цифровые коммуникации позволили существенно снизить риски социальной изоляции, сохранить социальные связи, поддержать стабильность системы социальных отношений.

Цифровые контакты не становятся заменой личному общению с семьей, партнером и близким кругом людей,

Abstract. Introduction of digital technologies affects different aspects of social life and leads to a gradual shift to digital society. Lockdown measures restricting social contacts to prevent the spread of COVID-19 boosted digital interactions, and these changes primarily concern the youth. The data of the Covid-19 International Student Well-being Study suggest that digital format enabled students to interact with each other during self-isolation. Penetration of digital technologies into life intensified inter-generational, interpersonal and common social interactions. Digital communications helped to reduce the risks of social isolation, to maintain social relationships and to keep the system of social relationships stable during the COVID-19 self-isolation.

Digital contacts are not aimed at replacing personal communication with family, partners or friends or diminishing the intensity of such contacts; instead, they just complement the existing opportunities. Intense communication with the immediate circle in whatever format has a positive impact on individual's social well-being and mental health and may prevent depression and loneliness sparking positive emotions. On the contrary, excessive social media usage,

не ведут к меньшей интенсивности таких контактов, а дополняют имеющиеся возможности. Форма социальных контактов и субъекты контактов значимо влияют на социально-психологическое состояние людей во время карантинных мер. Интенсивное общение с близкими людьми в любой, в том числе цифровой, форме положительным образом сказывается на социально-психологическом состоянии, снижает вероятность проявления симптомов депрессии и одиночества, стимулирует положительные эмоции. Однако длительное время, проведенное в социальных сетях, безличные формы контактов без установления стабильной эмоциональной связи, напротив, ведут к увеличению симптомов депрессии, негативно влияют на социально-психологическое самочувствие студенческой молодежи.

Влияние цифровизации двойственно: оно ведет к расширению возможностей для социальных контактов с близкими людьми в кризисных ситуациях или в условиях территориальной удаленности, но в случае интенсивного погружения в мир цифровых социальных сетей оказывает негативный социально-психологический эффект.

Ключевые слова: цифровизация социальных контактов, интенсивность социальных контактов, формы социальных контактов, социальные последствия эпидемии COVID-19, социально-психологическое самочувствие, депрессия, Международный опрос о благополучии студентов в период коронавируса (МОБС)

impersonal form of contacts ending up a failure to develop stable emotional bonds may result in depression and negatively impact student social and emotional well-being.

Digitalization has a dual character: it can expand opportunities for social contacts with the immediate social circle in times of crisis or long-distance communication but heavy use of social media may have negative social and psychological impact.

Keywords: digitalization of social contacts, intensity of social contacts, forms of social contacts, social consequences of COVID-19, depression, International Student Well-being Study, social and mental well-being

Цифровизация социальных контактов как глобальный процесс

В последнее десятилетие происходят радикальные изменения в формах и способах установления и поддержания социальных связей. Одним из основных трендов является цифровизация социальных контактов, затронувшая большинство стран мира, в том числе Россию. Однако скорость, с которой этот процесс протекает в разных странах, неодинакова [Davudov, 2020] и определяется темпами внедрения и распространения новых технологий, развитостью инфраструктуры, культурной среды, благоприятствующей или, наоборот, препятствующей освоению инноваций, осознанием потребностей в новых формах коммуникации среди разных групп населения.

Технологические инновации и расширяющиеся возможности в организации социальных связей ведут к изменениям в самых разных областях жизни людей — в трудовых отношениях, доступе к образованию и организации образовательного процесса, взаимоотношениях между гражданами и государством [Агеев и др., 2017; Гнатышина, Саламатов, 2017; Жулего и др., 2019; Katzenbach, Bächle, 2019]. Но именно в области социальных контактов, составляющих саму основу жизни общества и показавших высокую устойчивость к изменениям даже в условиях высокой турбулентности социально-экономических и политических процессов XX — начала XXI века, цифровизация открывает совершенно новые перспективы и возможности.

Как технологический и одновременно социально-культурный процесс цифровизация представляет собой новый способ социального взаимодействия. Она включает передачу вербальной, письменной и визуальной информации через каналы-посредники — устройства или цифровые системы (смартфоны, системы обмена электронными сообщениями, системы видеокommunikации, социальные сети). Несмотря на технический характер, цифровизация повлияла практически на все аспекты межличностных контактов [Marlowe, Bartley, Collins, 2016] — состав участников, «круг общения», виды информации, являющейся предметом обмена, частоту и интенсивность контактов, их место в общем бюджете времени людей. Новые способы коммуникации влияют на социально-психологическое состояние людей, их представления о включенности в социальное пространство, плотность и разнообразие социальных сетей и связей, в которых находится человек [Boulianne, Yannis, 2020].

Основное внимание в научных исследованиях последнего десятилетия уделялось проблемам виртуализации общения и особенностям коммуникаций в виртуальной или киберсреде [Горошко, 2012; Первушина, Савушкин, 2017], последствиям виртуализации — обезличиванию социальных контактов, их формализации, нарушению границ частной жизни и информационной безопасности, возникновению интернет-зависимости [Патрикеева, 2015; Коваленко, 2011], а также влиянию виртуальной коммуникации на навыки межличностного общения и построение стабильных отношений в семье [Onyeator, Okpara, 2019]. Однако комплексного взгляда в социологии и социальной психологии на трансформацию социальных контактов в условиях цифровизации пока выработано не было.

Предыдущие исследования показали, что молодежь, обладающая более развитыми способностями, навыками и мотивационными стимулами для освоения новых коммуникационных возможностей, лидирует в процессе трансформации

социальных контактов практически во всех странах¹. Она первой усваивает, тестирует и внедряет новые формы и способы общения, каналы межличностной коммуникации [Коршунова, 2019].

Можно предположить, что в условиях пандемии, ограничительных мер в отношении традиционных форм социальных контактов эти процессы будут ускоряться. Вводимые во многих странах ограничения по распространению инфекции — карантины, режимы самоизоляции и другие меры по сокращению физических контактов — могут оказать стимулирующее влияние на скорость освоения новых способов коммуникации, запустить режим «тестирования» таких форм даже среди тех групп, которые раньше такими возможностями не пользовались.

Студенческая молодежь — одна из наиболее затронутых карантинными мерами групп. Последствия ограничительных мер для молодежи в значительной степени отличаются от последствий для других социальных групп в силу особенностей образа жизни, источников финансовой стабильности, жилищных условий, мобильности, целей получения образования и построения карьеры. Социальные контакты, общение — важнейшая часть образа жизни молодежи, один из главных способов социализации, а также получения опыта и навыков поддержания социальных связей, их установления в семейно-брачных, широких межличностных, профессиональных и других отношениях, важная часть профессионального обучения [Пеньков, Маркарян, 2018]. На этом жизненном этапе в процессе становления и формирования личности человека и построении своей судьбы встает несколько ключевых задач — обучение общим и профессиональным знаниям и навыкам, продолжение социализации, поиск идентичности и раскрытие своих особенностей и способностей — определение себя, своих целей, возможностей. В этот период круг общения обычно наиболее широк и включает межпоколенное общение, поиск и построение отношений с личным партнером, ближним кругом друзей, широким кругом людей по интересам, установление первых профессиональных связей — с сокурсниками, преподавателями, коллегами.

Задачей данного исследования является изучение влияния, которое оказывает расширение цифровых коммуникаций на традиционные социальные контакты с разными субъектами, выступая либо заменой, либо дополнением к существующим традиционным формам контактов. Перед нами стоит важный исследовательский вопрос о долговременности намеченных в условиях карантинных мер изменений в формах и способах социальных контактов, а также влияние этих процессов на социально-психологическое благополучие людей. Нам предстоит проверить гипотезу о том, что цифровизация социальных контактов ведет к смягчению психологических и социальных последствий карантинных мер.

Эмпирическая база исследования — Международный опрос о благополучии студентов в период коронавируса (CISSWS-МОБС)

Для решения поставленных задач и проверки выдвинутых гипотез используются данные Международного опроса о благополучии студентов в период коро-

¹ Pew Global Attitudes Project. Global Digital Communication: Texting, Social Networking Popular Worldwide. 2011. URL: <https://www.pewresearch.org/global/wp-content/uploads/sites/2/2011/12/Pew-Global-Attitudes-Technology-Report-FINAL-December-20-2011.pdf> (accessed: 10.12.2020).

навируса (CISSWS-МОБС). Исследование представляет собой академический сравнительный проект о влиянии пандемии коронавируса, карантинных и других ограничительных защитных мер общенационального, регионального и внутриорганизационного уровня на разные стороны жизни студенческой молодежи — образовательный процесс, качество образования, занятость, экономическое положение, а также социальные контакты и социально-психологическое состояние.

Исследование проведено по единой программе в 25 странах, включая 20 стран Западной и Восточной Европы, Россию, Израиль, Турцию, Канаду и ЮАР при координации университетов Гента и Антверпена². В каждой стране опрашивались студенты высших учебных заведений всех уровней (бакалавриат, магистратура, аспирантура). В России исследование проводилось Институтом сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ) под научным руководством А. В. Андреевковой методом онлайн-опроса студентов высших учебных заведений очной формы обучения в апреле — мае 2020 г. В выборку вошли студенты двух ведущих университетов страны (МГУ им. М. В. Ломоносова и Санкт-Петербургский государственный университет), двух педагогических вузов Москвы и Санкт-Петербурга (Московский государственный педагогический университет и Российский Государственный Педагогический Университет им. А. И. Герцена), а также других вузов России, включенных в список с помощью процедуры случайного отбора. Такой подход позволяет проводить анализ данных на общенациональном, региональном уровне и межорганизационном (межвузовском) уровне. Всего в опросе приняли участие 2738 студентов разных уровней обучения по разным специальностям и направлениям³.

Понятийный аппарат изучения социального взаимодействия людей для установления стабильных социальных связей обширен и меняется в зависимости от социальной дисциплины (в частности, социологии и социальной психологии), научной школы или даже задач конкретного исследования. Многие термины используются как взаимозаменяемые, потому что их значение в разных научных школах варьируется. В рамках данного исследования под *социальными контактами* мы подразумеваем способ установления и поддержания реальных социальных связей в отличие от символических (через идентичность или чувство принадлежности, близости), который может осуществляться как информационный обмен («межличностной коммуникации»), как сочетание информационного и эмоционально-чувственного обмена («социального общения») или в форме совместной деятельности («межличностное взаимодействие»).

В ходе исследования измерялись разные составляющие социальных контактов — субъекты, формы и способы осуществления контактов. К *субъектам социальных контактов* отнесены родительская семья, партнер или супруг, с которым строятся стабильные отношения, друзья, коллеги и широкий социальный круг без тесных личных отношений. Среди *социальных контактов* были выделены цифровые и традиционные контакты лицом к лицу — «живое», или очное, общение, которое строится на визуальных, слуховых и невербальных стимулах. Среди *цифровых*

² International Survey on Wellbeing of Students. 2020. URL: <https://www.uantwerpen.be/en/research-groups/centre-population-family-health/research2/covid-19-internation/> (accessed: 10.12.2020).

³ ЦЕССИ. Международный опрос о благополучии студентов в период коронавируса. 2020. URL: <https://www.cessi.ru/opros-studentov-coronaviruse> (дата обращения 11.12.2020).

контактов мы различаем устное телефонное общение (аудиостимулы), аудиовизуальное (видеотелефония) и текстовое, или письменное (включающее обмен текстами, знаками, визуальными образами, звуковыми материалами, ссылками). В письменных цифровых контактах выделяются пассивное и активное общение (чтение материалов и производство таких материалов), контакты индивидуальные, диалоговые (электронные письма) и открытые групповые (в социальных сетях, интернет-форумы).

Включенность в разные формы социальных контактов измерялась прямыми вопросами о поведении (приходилось ли делать это за определенный период времени) и методом «бюджета времени» — определением того, какая часть времени тратится на разные виды социальных контактов (косвенный показатель значимости каждого способа (канала)). Согласно теории социальной принадлежности [Hill, 1988] и теории саморазвития [Ickes, Duck 2000], количество совместно проведенного времени увеличивает взаимопонимание и взаимную приверженность, укрепляя качество отношений. Например, время, проведенное с членами семьи, является важнейшим фактором качества отношений «родитель — ребенок» [Hochschild, 1997; Roeters, Van der Lippe, Kluwer, 2010].

Влияние карантинных мер и пандемии на широту и интенсивность социальных контактов

Исследование показало, что пандемия и карантинные меры по предотвращению ее распространения, принятые в России с конца марта 2020 г., существенным образом повлияли на формы и каналы социальных контактов студенческой молодежи с разными субъектами взаимодействия. В этот период, по оценке самих респондентов, изменилась частота их общения с семьей: у 41 % опрошенных она увеличилась, у 10 % — уменьшилась, а у остальных осталась на прежнем уровне. В то же время контакты с друзьями и сверстниками сократились у значительной доли респондентов — 47 % (на прежнем уровне они остались у 36 % опрошенных). Больше всего изменения коснулись студентов в Москве, чуть в меньшей степени — в Санкт-Петербурге, менее заметны они в других городах страны. Время общения с родительской семьей в наибольшей степени увеличилось у студентов самой младшей возрастной группы до 18—22 лет. Вероятно, это связано с изменением места жительства — переездом из общежитий к родителям, возвращением в родительский дом. Студентов более старших возрастов, многие из которых уже образовали свои семьи, такие изменения затронули в меньшей степени.

Формы контактов

Наиболее распространенным видом социальных контактов во время карантинных мер стала письменная коммуникация (чтение информации и переписка в социальных сетях с друзьями и широким кругом людей) — ее охват составил более 95 % опрошенных. За ним следуют регулярные личные контакты с членами семьи, с которыми живет респондент (82 %), и цифровые контакты в аудио-видео-формате (по телефону или видеосвязи). Традиционные личные контакты за пределами круга людей с совместным проживанием во время эпидемии имеют значительно меньший охват (см. табл. 1).

В период карантинных мер произошла дифференциация форм и каналов социальных контактов российских студентов с участниками взаимодействия. Увеличилась распространенность и частота контактов с семьей и родственниками лицом к лицу за счет объединения с семьей на одной территории, личные очные контакты со всеми другими группами сократились и перешли в другие форматы — электронной переписки и телефонного (в том числе видео) общения. На время ограничительных и карантинных мер цифровые социальные контакты стали доминирующими и основными для подавляющего большинства этой группы. Наиболее вероятно, что эти изменения носят кратковременный характер, однако приобретенный опыт и открывшиеся возможности могут способствовать тому, что цифровые социальные контакты не будут полностью заменены и вытеснены, а, скорее всего, станут дополнением, расширят имеющиеся формы социальных контактов.

Таблица 1. Охват и интенсивность социальных контактов по субъектам взаимодействия

Формы социальных контактов по субъектам	Тип контакта	Субъект контакта (широта социальной сети)	Охват (% тех, кто это делает)	Интенсивность (среднее количество минут в день среди тех, кто пользуется этой формой контактов)
С членами родительской семьи личное	Личное очное	Семья	82 %	218 мин.
С супругом партнером личное	Личное очное	Семья	13 %	178 мин.
Чтение информации в социальных сетях	Цифровое письменное	Широкий, открытый, групповой или безличный	95 %	171 мин.
Переписка в социальных сетях	Цифровое письменное	Широкий, открытый, групповой или безличный	94 %	171 мин.
С супругом/партнером по переписке	Цифровое письменное	Семья	30 %	158 мин.
С друзьями по переписке	Цифровое письменное	Друзья ограниченный круг	92 %	137 мин.
С друзьями лично	Цифровое аудио-видео	Друзья ограниченный круг	28 %	123 мин.
С супругом/партнером по телефону или видеосвязи	Цифровое аудио-видео	Семья	24 %	112 мин.
С коллегами по телефону	Традиционное аудио	Коллеги, широкий круг	35 %	89 мин.
С друзьями по телефону или видеосвязи	Цифровое аудио-видео	Друзья, близкий круг	67 %	86 мин.

Формы социальных контактов по субъектам	Тип контакта	Субъект контакта (широта социальной сети)	Охват (% тех, кто это делает)	Интенсивность (среднее количество минут в день среди тех, кто пользуется этой формой контактов)
С членами родительской семьи по телефону или интернету	Цифровое письменное или аудио	Семья	72 %	73 мин.
С коллегами по переписке	Цифровое письменное	Коллеги, широкий круг	52 %	69 мин.

Примечание. В МОБС из 2700 респондентов полная информация о бюджетах времени была получена от 2500 респондентов, что и послужило базой для всех дальнейших вычислений.

Частота контактов, бюджет времени на социальные контакты

Как показало исследование, социальные контакты занимают одно из важнейших мест в каждодневной жизни студенческой молодежи, что подтверждает результаты других исследований [Голубева, 2018]. Даже при условии возможных преувеличений, характерных для измерения показателей времени, затрачиваемых на регулярные и длительные действия в прямой (недневниковой) форме вопроса, можно говорить, что большая часть дня студента во время карантина проходила в общении, которое носило практически непрерывный характер, пересекаясь со многими другими делами и действиями (см. табл. 2).

Центральная роль социальных контактов в каждодневной жизни характерна для самых молодых студентов. С возрастом их значение постепенно уменьшается, замещаясь другими действиями и активностью. Не только межгрупповые, но и внутригрупповые различия во времени, затраченном на социальные контакты, оказались довольно велики: разброс значений времени на разные формы контактов вокруг средней, выраженный в стандартном отклонении (σ), близок или превышает среднее значение по выборке. То есть можно говорить, что внутри всех возрастных групп время общения и его значимость, вес в общем бюджете времени в значительной степени зависят от индивидуальных факторов.

Таблица 2. Бюджеты времени на социальные контакты по основным социально-демографическим группам и регионам

Время на контакты (минуты в день)	Всего	Регионы			Возрастные группы				Пол	
		Москва	Санкт-Петербург	Другие города	Менее 20 лет	21—22 года	23—25 лет	26 и старше	Мужчины	Женщины
<i>Время на все формы социальных контактов</i>										
Средняя по выборке (Mean)	937	919	916	1061	981	897	876	719	773	989
Стандарт. отклонение (stdv)	725	717	701	807	743	708	697	562	689	729
% Непрерывное (фоновое)	64 %	64 %	63 %	67 %	66 %	61 %	60 %	58 %	52 %	68 %
% Высокая интенсивность	24 %	24 %	25 %	21 %	22 %	25 %	27 %	25 %	32 %	22 %
% Средняя	8 %	9 %	7 %	8 %	8 %	9 %	7 %	11 %	11 %	7 %

Время на контакты (минуты в день)	Всего	Регионы			Возрастные группы				Пол	
		Москва	Санкт-Петербург	Другие города	Менее 20 лет	21—22 года	23—25 лет	26 и старше	Мужчины	Женщины
% Низкая	2%	2%	3%	2%	2%	2%	3%	5%	2%	2%
Никакая	2%	1%	2%	2%	2%	1%	2%	1%	4%	1%
<i>Личные очные контакты</i>										
Средняя по выборке (Mean)	254	246	250	298	255	249	270	229	191	274
Стандарт. отклонение (stdv)	245	237	241	275	247	238	254	227	216	250
% Непрерывное (фоновое)	14%	13%	14%	18%	14%	14%	17%	14%	8%	16%
% Высокая интенсивность	39%	40%	38%	42%	40%	40%	37%	40%	32%	42%
% Средняя	25%	25%	25%	22%	25%	24%	24%	19%	30%	23%
% Низкая	13%	14%	12%	12%	13%	13%	13%	13%	18%	11%
Не общается в этой форме	9%	7%	11%	6%	8%	10%	9%	15%	12%	8%
<i>Контакт в аудио- или видеоформе</i>										
Средняя по выборке (Mean)	168	165	166	181	173	158	169	150	145	175
Стандарт. отклонение (stdv)	197	191	196	214	203	188	195	162	190	198
% Непрерывное (фоновое)	5%	5%	6%	7%	6%	5%	6%	4%	4%	6%
% Высокая интенсивность	31%	31%	29%	32%	32%	28%	32%	30%	25%	32%
% Средняя	29%	28%	30%	28%	28%	30%	29%	34%	29%	29%
% Низкая	27%	28%	27%	24%	26%	30%	25%	26%	30%	26%
Не общается в этой форме	8%	7%	8%	9%	9%	6%	9%	6%	11%	7%
<i>Цифровые письменные контакты</i>										
Средняя по выборке (Mean)	533	529	518	588	566	508	474	364	440	562
Стандарт. отклонение (stdv)	468	470	447	515	474	474	426	390	449	470
% Непрерывное (фоновое)	37%	36%	38%	40%	41%	34%	33%	24%	27%	41%
% Высокая интенсивность	38%	39%	37%	37%	38%	37%	41%	39%	41%	37%
% Средняя	15%	15%	15%	13%	13%	17%	16%	24%	19%	14%
% Низкая	8%	8%	8%	8%	7%	10%	8%	11%	9%	8%
Не общается в этой форме	2%	2%	3%	2%	2%	1%	2%	3%	4%	1%

Примечание. Для всех форм социальных контактов высокая интенсивность определена как 180 мин. в день и больше, средняя — 60—180 мин., низкая — менее 60 мин. в день.

Основными субъектами социальных контактов для молодых людей, обучающихся в вузах, являются родители и члены родительской семьи (см. приложение 1). Возврат в родительский дом в постподростковый период времени (студенческой фазы), увеличение времени совместного проживания студентов в родительской семье ведет к общей интенсификации межпоколенной коммуникации и взаимодействия, но также может иметь и другие социально-экономические последствия, влияя на общий процесс взросления, установление более прочных «взрослых» связей с многопоколенной семьей. Такое новое явление, вызванное карантинными мерами, несмотря на свою вероятную краткосрочность, может оказать и более долгосрочное влияние на социальные связи молодого поколения с семьей, создать основу для более интенсивного взаимодействия детей и родителей, создать новую «взрослую» повестку общения по взрослым правилам. Но нельзя исключить и рост конфликтности в отношениях родителей и детей, увеличение длительности родительской опеки и, в результате, обострение трудностей социализации молодых людей и их адаптации к самостоятельной взрослой жизни.

Одно из центральных мест в бюджете времени студенческой молодежи занимают контакты с личным партнером. Во время карантинных мер такие контакты осуществлялись во всех основных формах: традиционной личной очной, цифровой письменной и устной по телефону и видеосвязи. Цифровые технологии расширили возможности для разных форм социальных контактов помимо очного, позволили увеличить их интенсивность и частоту, что, возможно, положительно скажется на качестве отношений, позволит людям лучше узнать друг друга на добрачной стадии и таким образом послужит укреплению браков.

Если ключевое место общения с партнером в общей структуре социальных контактов молодых людей не является чем-то новым, то распространенность и интенсивность контактов с широким кругом лиц открытого характера (групповое общение) в социальных сетях, занимающее второе место по затрачиваемому времени после общения с семьей и партнером, существенным образом отличает новое поколение от более старших. Примерно равное время в цифровых контактах занимают пассивное потребление информации и активное общение. В этом проявляется многозначная роль социальных сетей и как канала и способа общения, и как источника социальной информации — политической, экономической, культурной, развлекательной.

На третьем месте по затрачиваемому времени стоят контакты с друзьями — ограниченным, но обычно довольно широким для этой возрастной группы кругом близких знакомых, единомышленников, сокурсников. При контактах с такими субъектами взаимодействия большую часть времени занимает общение в электронной письменной форме, немного меньше времени тратится на личное очное общение и значительно меньше — на устное общение по телефону и видеосвязи. Коллеги как субъект контактов значительно отстают от личного круга, основным способом общения с ними является телефонное устное и меньше времени занимает письменное электронное общение.

Наиболее широкий охват (доля тех, кто использует такую форму социальных контактов) имеют активные и пассивные цифровые письменные контакты — чтение или переписка в социальных сетях или переписка с друзьями. По затрачиваемому

му времени такие социальные контакты занимают одно из самых высоких мест в бюджетах времени студенческой молодежи.

Второе место по широте охвата — личные очные контакты. В случае проживания в родительском доме такое общение еще и наиболее интенсивно — оно занимает максимальное время. Очным контактам с партнером или супругом также отводится значительная часть бюджета времени тех, у кого такие контакты есть. Если с родственниками (в первую очередь родителями, затем братьями и сестрами) интенсивные по времени контакты происходят лишь очно, то общение с партнером или супругом реализуется во всех известных формах — не только личной очной, но и устной по аудио-видеосвязи, а также письменной цифровой.

Цифровые письменные контакты включают в себя общение с несколькими основными субъектами. Наиболее интенсивны по времени контакты в социальных сетях, за ними следует общение с партнером, затем с друзьями и с большим отрывом — с коллегами. Общение по аудио-видеосвязи значительно более ограничено по времени в сравнении с личным очным или цифровым письменным общением. Больше всего времени занимают общение с партнером в аудиоформате (в среднем 112 мин. в день), общение с коллегами и друзьями (89 мин. в день) и телефонное общение с членами семьи (73 мин. в среднем).

На основе полученных данных выявилась еще одна особенность в распределении времени на социальные контакты среди студенческой молодежи. Часть таких контактов сконцентрированы во времени, имеют *целевой характер*, а часть осуществляются непрерывно и служат постоянным сопровождением другой деятельности, имеют *фоновый характер*. Фоновый характер определенных действий характерен для ежедневных практик не только среди молодежи, но и среди других возрастных групп. Для людей старшего возраста такой «фоновой» деятельностью часто является прослушивание радио, для людей молодого и среднего возраста, занимающихся домашним хозяйством, — просмотр телевизора. Для респондентов, указавших, что включены в разные формы социальных контактов более девяти часов в день, то есть большую часть времени бодрствования (а их в опросе оказалось 64%), такие социальные контакты были определены как «непрерывные фоновые» и в подсчете средних использовано единое значение в 560 минут в день как максимальное.

Как показано в таблице 2, на личные очные социальные контакты со всеми субъектами в среднем затрачивается 4,2 часа, на контакты в аудио- и видеоформате — 2,8 часа в день, на цифровые письменные — 8,8 часов в день. Но при этом в отношении всех форм социальных контактов разброс поведенческих моделей очень велик (стандартное отклонение близко или даже превышает среднее значение по выборке). Таким образом, во время карантинных мер цифровые каналы коммуникации обеспечивают более половины возможностей для социальных контактов, существенно их расширяют.

Возрастная сегментация студенческой молодежи по интенсивности и формам социальных контактов довольно велика. Временная длительность контактов среди наиболее молодых групп (до 20 лет) значительно выше, чем среди других возрастных групп. В первую очередь это происходит за счет цифровых текстовых (письменных) контактов, на которые в младших возрастных группах тратится

значительно больше времени, чем в более старших. Различия в личном очном и аудио-видео контактах гораздо менее значительны.

В ходе исследования были обнаружены статистически значимые гендерные различия во временной интенсивности социальных контактов среди студенческой молодежи. У девушек на социальные контакты уходит на 25 % больше времени, чем у юношей. Основные отличия касаются личного очного общения — на такие контакты девушки тратят почти на 40 % больше времени, чем юноши. Гендерные различия в отношении цифровых текстовых (письменных) контактов также довольно велики — более чем на треть в пользу девушек. Временные затраты на общение через аудио- и видеосвязь статистически незначимы. Гендерные различия проявляются в отношении всех субъектов социальных контактов, что может говорить об особенностях «стиля ответов» на вопросы о затрачиваемом времени на общение: девушки систематически преувеличивают, а юноши преуменьшают, недооценивают это время. Но так как величина различий для разных форм социальных контактов и разных субъектов взаимодействия неодинакова, можно говорить, что помимо влияния методических факторов существуют содержательные поведенческие гендерные различия в реализации социальных контактов.

Среди условий и обстоятельств жизни наиболее заметное влияние на временную интенсивность социальных контактов и формы контактов оказывает наличие партнера, с которым строятся стабильные отношения. Для тех, кто находится в таких отношениях, партнер является основным субъектом общения. При этом задействуются все формы контактов — личная очная, аудио-видео и цифровая письменная. Среди респондентов, которые находятся в стабильных отношениях, временные затраты на общение с родительской семьей также увеличиваются, а на контакты с друзьями по телефону и по цифровой переписке, напротив, уменьшаются. На времени, затрачиваемом на цифровые текстовые контакты с широким кругом людей в социальных сетях, наличие партнера практически не сказывается.

В ходе исследования была проверена гипотеза о том, что увеличение частоты социальных контактов в виртуальной сфере ведет к сокращению личных очных и телефонных контактов, а также к уменьшению времени общения с родными и близкими. Такая гипотеза не нашла подтверждения на основе проанализированных данных. Цифровые контакты не только не снижают частоту социальных контактов со всеми другими субъектами, но, напротив, показывают позитивную корреляционную связь с ними (см. прил. 2). Интенсивность цифровых контактов линейным образом связана с интенсивностью личных очных контактов: те, кто тратит значительное количество времени на цифровые текстовые (письменные) контакты, также тратит много времени на личные очные. Частота цифровых письменных контактов коррелирует с частотой контактов через аудио- и видеоприборы слабее. Включенность в цифровые текстовые контакты не ведет к снижению интенсивности личных или аудио-видео контактов ни с родительской семьей, ни с друзьями.

Влияние интенсивности традиционных и цифровых форм социальных контактов на социально-психологическое самочувствие молодежи

Карантинные меры отразились на самых разных сторонах жизни студентов, но особенно значимое влияние оказали на общее социально-психологическое

состояние молодых людей. Ограничения свободы передвижения могут стимулировать чувство одиночества, изолированности, подавленности и тревожности. Более интенсивные и разнообразные социальные контакты, предположительно, могли бы смягчить последствия карантинных мер на психологическое состояние людей. В ходе анализа была проверена гипотеза о связи общей интенсивности социальных контактов и социально-психологического самочувствия во время карантинных мер, а также рассмотрен вопрос о дифференцированном влиянии форм социальных контактов, в том числе цифровых, на признаки депрессии.

Для оценки влияния карантинных мер на общее социально-психологическое состояние молодежи мы использовали сравнение данных Международного опроса о благополучии студентов в период коронавируса и данные Европейского социального исследования (ESS), волна 9 (2018—2019) по Шкале депрессии CES-D (Шкала депрессии Центра эпидемиологических исследований [Radloff, 1977]). В базе данных ESS для сравнения была выделена возрастная группа 17—25 лет — максимально близкая группа к выборке МОБС (см. табл. 3)⁴.

Факторный анализ (метод главных компонент) показал трехфакторное решение в вопросах о депрессии и в ESS, и в МОБС. В целях сравнения в анализ были включены восемь пунктов укороченной шкалы CES-D, используемой в ESS (хотя в МОБС используется расширенная версия Шкалы). На основе решения факторного анализа построены три индекса, характеризующие социально-психологическое состояние людей: Индекс депрессии, Индекс эмоционального подъема и Индекс социальной изолированности. Каждый из них измеряется по сконструированной шкале от 0 до 10.

В обычное время, к которому можно отнести ESS 2018—2019 гг., Индекс депрессии и отдельные ее составляющие в группе молодежи находится на довольно низком уровне: 3,95 по 11-балльной шкале. Индекс эмоционального подъема составляет 6,56 по 11-балльной шкале — около двух третей респондентов большую часть времени чувствуют себя счастливыми, и лишь немногим меньшая доля респондентов получает удовольствие от жизни. Негативные эмоции и депрессивное состояние испытывают менее 10% респондентов в молодежной группе (см. табл. 3). Во время карантинных мер Индекс депрессии увеличился почти в два раза — до 7,53; доля молодых людей, испытывающих признаки депрессии, составила более половины опрошенных.

Таким образом, можно говорить, что карантинные меры оказали значимое негативное влияние на социально-психологическое состояние студенческой молодежи. Более всего период карантина сказался на общем энергетическом уровне молодых людей, привел к росту вялости и апатии: большинство молодых людей стали испытывать постоянные трудности с тем, чтобы собраться, мобилизовать себя, чувствовали, что все дела даются с трудом. На общее эмоциональное состояние карантинные меры подействовали чуть меньше, хотя такие чувства, как одиночество, ощущение депрессии и беспокойный сон, стали проявляться существенно чаще и затронули около трети респондентов.

⁴ Подробная информация об PCI-ESS и методологии исследования размещена на международном вебсайте www.europeansocialsurvey.org и русскоязычном сайте www.ess-ru.org.

Таблица 3. Социально-психологическое состояние молодежи во время карантинных мер и в «обычный» период (% ощущающих большую часть времени или постоянно)

	ESS, 2018	МОБС, 2020
Чувствовали депрессию	7%	31%
Все, что делаете, дается Вам с трудом	10%	49%
Беспокойно спали	6%	28%
Были счастливы	69%	47%
Чувствовали себя одиноко	8%	32%
Получали удовольствие от жизни	62%	43%
Грустили	9%	42%
Не могли собраться, мобилизовать себя	8%	60%
Индекс депрессии (среднее значение Индекса по выборке)	3,95	7,53
Индекс эмоционального подъема (среднее значение Индекса по выборке)	6,56	5,33

Примечание. Данные ESS волна 9 для группы 17—25 лет, всего около 300 респондентов. Использованы те вопросы, которые были включены в оба исследования.

Исследование показало, что в условиях карантина наиболее благоприятно на поддержании хорошего социально-психологического состояния сказывается проживание с постоянным партнером/супругом или в родительском доме. В этом случае значения Индекса депрессии и Индекса социальной изолированности наименьшие, а Индекса эмоционального подъема — наибольшие (см. табл. 4). Позитивное влияние оказывает также наличие личного партнера. Наибольшее значение при появлении признаков депрессии имеет окружение, в котором человек живет. Жизнь с родительской семьей или с партнером ведет к наименьшему проявлению признаков депрессии и наибольшим значениям Индекса эмоционального подъема. Жизнь с людьми помимо семьи и одинокое проживание сопутствуют максимальным признакам депрессии и наименьшим проявлениям позитивных эмоций.

Сама по себе интенсивность социальных контактов не ведет к улучшению социально-психологического состояния молодых людей — связь со всеми тремя индексами статистически незначима и скорее даже негативно направлена (см. табл. 5). Влияние социальных контактов на психологическое состояние молодых людей в большей степени зависит от субъекта и формы контактов, чем от интенсивности контактов в целом.

Таблица 4. С кем живут респонденты во время карантина

	Индекс депрессии		Индекс эмоционального подъема		Индекс социальной изолированности	
	Средняя (μ)	СтО (σ)	Средняя (μ)	СтО (σ)	Средняя (μ)	СтО (σ)
Живет один	7,95	2,64	4,26	2,78	5,01	3,79
С семьей						
В том числе с супругом, партнером	7,70	2,41	4,80	2,76	4,43	3,43
Без супруга, партнера	7,74	2,40	4,69	2,74	4,65	3,46
Живет вместе людьми, не связанными личными или семейными отношениями	8,12	2,36	4,21	2,71	5,00	3,66

Таблица 5. Интенсивность социальных контактов с разными субъектами и социально-психологическое состояние

	Индекс депрессии		Индекс эмоционального подъема		Индекс социальной изолированности	
	Средняя (μ)	СтО (σ)	Средняя (μ)	СтО (σ)	Средняя (μ)	СтО (σ)
<i>Общая интенсивность контактов со всеми субъектами во всех формах</i>						
Фоновая (непрерывная)	7,87	2,26	4,69	2,67	4,66	3,47
Высокая	7,63	2,49	4,77	2,87	4,18	3,37
Средняя	7,81	2,41	4,74	2,87	4,41	3,51
Низкая	7,20	3,09	4,83	2,93	4,07	3,44
<i>Интенсивность контактов с родительской семьей</i>						
Фоновая (непрерывная)	7,51	2,21	5,26	2,57	4,41	3,41
Высокая	7,60	2,41	4,82	2,71	4,46	3,38
Средняя	7,97	2,25	4,45	2,71	4,75	3,42
Низкая	8,06	2,32	4,48	2,73	4,89	3,57
Не имеют контактов в этой форме	7,75	2,55	4,74	2,87	4,31	3,55
<i>Интенсивность контактов с партнером</i>						
Фоновая (непрерывная)	7,83	2,42	4,73	2,81	5,48	3,76
Высокая	7,71	2,36	4,63	2,50	4,90	3,41
Средняя	7,78	2,21	4,55	2,64	4,74	3,49
Низкая	8,16	2,32	4,61	2,87	5,04	3,57
Не имеют контактов в этой форме	7,72	2,44	4,77	2,81	4,27	3,41

	Индекс депрессии		Индекс эмоционального подъема		Индекс социальной изолированности	
	Средняя (μ)	СтО (σ)	Средняя (μ)	СтО (σ)	Средняя (μ)	СтО (σ)
<i>Интенсивность контактов с друзьями</i>						
Фоновая (непрерывная)	8,10	1,99	4,80	2,64	5,16	3,60
Высокая	7,73	2,37	4,77	2,70	4,56	3,39
Средняя	7,77	2,35	4,66	2,75	4,48	3,48
Низкая	7,80	2,43	4,77	2,88	4,26	3,44
Не имеют контактов в этой форме	7,05	3,39	4,28	3,02	4,13	3,75
<i>Интенсивность контактов с широким кругом</i>						
Фоновая (непрерывная)	8,00	2,26	4,67	2,72	5,00	3,53
Высокая	7,82	2,29	4,64	2,70	4,49	3,44
Средняя	7,60	2,45	4,75	2,74	4,15	3,29
Низкая	7,52	2,62	5,05	2,95	4,08	3,53
Не имеют контактов в этой форме	6,49	3,70	5,06	3,47	4,27	3,85

Примечание. Если ситуация не относится к респонденту (нет партнера, например), в подсчетах интенсивности контактов используется значение 0. Высокая интенсивность определена как 90 мин. в день и больше, средняя — от 20 до 90 мин. в день, низкая — менее 20 мин. в день.

Интенсивные по времени контакты в личной очной форме наиболее сильно и позитивно влияют на социально-психологическое состояние молодых людей. Среди тех, кто общается с другими людьми лицом к лицу значительное время в течение недели, Индекс депрессии ниже, чем среди тех, кто тратит на социальные контакты небольшое количество времени. Активные личные взаимодействия статистически позитивно связаны также с Индексом эмоционального подъема, но эффект выражен лишь при условии непрерывного или очень интенсивного общения. Индекс социальной изолированности также линейно коррелирует с временем, затрачиваемым на личное общение: чем больше времени затрачивается, тем ниже Индекс.

Таблица 6. **Формы социальных контактов и влияние на социально-психологическое самочувствие**

	Индекс депрессии		Индекс эмоционального подъема		Индекс социальной изолированности	
	Средняя (μ)	СтО (σ)	Средняя (μ)	СтО (σ)	Средняя (μ)	СтО (σ)
<i>Интенсивность личных очных контактов</i>						
Фоновая (непрерывная)	7.52	2.27	5.17	2.55	4.22	3.32
Высокая	7.65	2.40	4.84	2.78	4.36	3.45
Средняя	7.94	2.26	4.48	2.71	4.64	3.42

	Индекс депрессии		Индекс эмоционального подъема		Индекс социальной изолированности	
	Средняя (μ)	СтО (σ)	Средняя (μ)	СтО (σ)	Средняя (μ)	СтО (σ)
Низкая	8.09	2.34	4.52	2.78	4.78	3.58
<i>Дисперсионный коэффициент</i>	6,091**		4,253**		2,632*	
<i>Уровень значимости</i>	0,002		0,014		0,072	
<i>Интенсивность контактов по телефону (аудио)</i>						
Фоновая (непрерывная)	7.84	2.10	5.04	2.65	4.77	3.60
Высокая	7.69	2.38	4.82	2.71	4.64	3.45
Средняя	7.72	2.34	4.68	2.70	4.42	3.39
Низкая	7.88	2.36	4.70	2.77	4.37	3.46
Не имеют контактов в этой форме	7.68	3.02	4.36	3.15	4.62	3.74
<i>Дисперсионный коэффициент</i>	1,525		0,596		1,480	
<i>Уровень значимости</i>	0,218		0,551		0,228	
<i>Интенсивность цифровых письменных контактов</i>						
Фоновая (непрерывная)	8.01	2.20	4.59	2.61	4.94	3.50
Высокая	7.76	2.33	4.72	2.78	4.37	3.41
Средняя	7.48	2.55	4.83	2.86	4.14	3.39
Низкая	7.50	2.65	5.07	2.87	3.84	3.38
Не имеют контактов в этой форме	6.28	3.92	5.07	3.65	4.49	4.00
<i>Дисперсионный коэффициент</i>	2,560*		1,418		2,388*	
<i>Уровень значимости</i>	0,078		0,242		0,092	

Примечание. В однофакторном дисперсионном анализе проверена гипотеза о независимости двух переменных — использование разных форм контактов в минутах и Шкалы эмоционального состояния со значениями от 0 до 10.

Связь социально-психологического состояния и интенсивности социальных контактов через устройства-посредники (аудио- и видеосвязь) менее очевидна. Корреляция с Индексом депрессии статистически незначима, однако проявляется в отношении Индекса эмоционального подъема: позитивные эмоции чаще испытывают люди с наиболее активными контактами по телефону и в видеоформате и гораздо реже их испытывают те, кто вообще не имеет подобных контактов. Индекс социальной изолированности статистически связан с интенсивностью таких контактов, хотя различия между группами меньше, чем в случае очных контактов.

Цифровое письменное общение линейно-позитивно связано со всеми тремя Индексами : чем интенсивнее общение, тем ниже Индекс депрессии и Индекс социальной изолированности и выше Индекс эмоционального подъема.

Субъект социального контакта оказывает значимое влияние на социально-эмоциональное состояние молодых людей. Для них особенно важна частота контактов

с семьей, родственниками: чем интенсивнее эти контакты, тем ниже Индекс депрессии и Индекс социальной изолированности и выше Индекс эмоционального подъема (см. табл. 5). Частота контактов с партнером и с друзьями с Индексом депрессии и Индексом эмоционального подъема коррелирует слабо, а с Индексом социальной изолированности такая связь статистически значима.

Цифровые текстовые (письменные) контакты с широкой аудиторией в социальных сетях оказывают противоречивое влияние на социально-психологическое состояние молодежи. Высокая интенсивность таких контактов сопровождается более высоким уровнем Индекса депрессии и более высоким уровнем Индекса социальной изолированности. При наиболее низкой частоте таких контактов зафиксировано наиболее высокое значение по Индексу эмоционального подъема. Остается под вопросом каузальная направленность этой взаимосвязи. Можно предположить ее двусторонний характер: люди, которые очень много времени проводят или постоянно находятся в социальных сетях, начинают испытывать симптомы депрессии и социальной изолированности, и, напротив, те, кто находится в депрессии и испытывает чувство одиночества, начинает больше времени проводить в социальных сетях, так как наладить контакты в сети легче и быстрее, чем в личной очной форме.

Заключение

Во время карантинных мер общение с разными группами остается одним из центральных событий в каждодневной жизни студенческой молодежи, важнейшей частью образа жизни этой группы. Социальные контакты поддерживаются с помощью цифровых технологий и цифровых форм общения. «Цифровая жизнь» занимает более трети всего ежедневного активного времени студенческой молодежи, а для значительной ее части проходит в непрерывном, фоновом режиме.

При обсуждении вопроса о цифровизации социальных контактов большие опасения вызывает возможное влияние на качество таких контактов и сокращение значимости и времени контактов с семьей. Полученные данные показывают, что цифровое общение не заменяет личное в отношении семьи и близких, но дополняет имеющиеся возможности. Благодаря цифровым каналам увеличиваются интенсивность и частота общения с личным партнером и друзьями, расширяется круг общения за счет использования социальных сетей и включенности в электронные неформальные группы по интересам. В наименьшей степени цифровизация влияет на профессиональную трудовую жизнь студентов, где телефонное общение остается более значимым, чем цифровое.

Однако однозначно позитивным распространение цифровых технологий и их внедрение в социальную жизнь молодежи также считать нельзя, влияние скорее двойственное. С одной стороны, расширяются межпоколенные, личные и общие социальные контакты. В период карантинных мер и опасности пандемии цифровые контакты позволили существенно снизить риски социальной изоляции, сохранить многие социальные связи и стабильность системы социальных отношений. С другой стороны, высокая интенсивность таких контактов связана с негативными социально-психологическими симптомами, признаками депрессии и социальной изолированности.

Высокая частота социальных контактов как таковая не ведет к улучшению социально-психологического состояния людей. Влияние социальных контактов на психологическое состояние студенческой молодежи в большей степени зависит от субъекта и формы контактов, чем от их временной интенсивности. Большое количество времени, затрачиваемое на общение с близкими людьми — родственниками, партнером/супругом, друзьями и коллегами, положительным образом влияет на социально-психологическое состояние людей, уменьшает вероятность проявления симптомов депрессии и одиночества. Напротив, длительное общение с широким кругом людей в цифровом текстовом формате (в социальных сетях) скорее негативно влияет на психологическое самочувствие людей и увеличивает ощущение одиночества и изолированности.

Список литературы (References)

Агеев А. И., Аверьянов М. А., Евтушенко С. Н., Кочетова Е. Ю. Цифровое общество // Экономические стратегии. 2017. № 1. С. 114—125. URL: <http://www.inesnet.ru/article/cifrovoe-obshhestvo-arhitektura-principy-videniya/> (дата обращения: 10.12.2020).

Ageev A. I., Averiyarov M. A., Evtushenko S. N., Kochetova E. Y. (2017) Digital Society. *Ekonomicheskie Strategii*. No. 1. P. 114–125. URL: <http://www.inesnet.ru/article/cifrovoe-obshhestvo-arhitektura-principy-videniya/> (accessed: 10.12.2020). (In Russ.)

Гнатышина Е. В., Саламатов А. А. Цифровизация и формирование цифровой культуры: социальные и образовательные аспекты // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2017. № 8. С. 19—23. URL: http://vestnik-cspu.ru/upload/pdf/issues/2017/2017_8.pdf (дата обращения: 10.12.2020).

Gnatishina E. V., Salamatov A. A. (2017) Digitalization and Formation of Digital Culture: Social and Educational Aspects. *Bulletin of the Chelyabinsk State Pedagogical University*. No. 8. P. 19–23. URL: http://vestnik-cspu.ru/upload/pdf/issues/2017/2017_8.pdf (accessed: 10.12.2020). (In Russ.)

Голубева Н. А. Феноменология межличностного и межгруппового общения современной молодежи в реальном и виртуальном пространстве // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2018 № 2. С. 45—59. <https://doi.org/10.28995/2073-6398-2018-2-45-59> (дата обращения: 10.12.2020).

Golubeva N. A. (2018) Phenomenology of Interpersonal and Intergroup Communication of Modern Youth in Real and Virtual Space *RSUH/RGGU Bulletin. Series «Psychology. Pedagogics. Education»*. No. 2. P. 45–60. <https://doi.org/10.28995/2073-6398-2018-2-45-59> (accessed: 10.12.2020). (In Russ.)

Горошко Е. И. Современные Интернет-коммуникации: структура и основные характеристики // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. М.: Наука, Издательство «Флинта», 2012. С. 9—52. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?ald=232> (дата обращения: 10.12.2020).

Goroshko E. I. (2012) Modern Internet-Communications: Structure and Main Characteristics. In: *Internet-Communication as New Linguistic Formation*. Moscow: Nauka,

“Flinta” Publishing House. P. 9–52. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?ald=232> (accessed: 10.12.2020). (In Russ.)

Жулего В. Г., Балякин А. А., Нурбина М. В., Тараненко С. Б. Цифровизация общества: новые вызовы в социальной сфере // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 9. Ч. 2. С. 36–43. URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=718> (дата обращения: 10.12.2020).

Zhulego V. G., Balyakin A. A., Nurbina M. V., Taranenko S. B. (2019) Digitalization of the Society: New Challenges in Social Sphere. *Vestnik Altaiskoi Akademii Ekonomiki i Prava*. No. 9. Part 2. P. 36–43. URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=718> (accessed: 10.12.2020). (In Russ.)

Коваленко Д. Г. Коммуникации молодежи в интернет-среде: феномен массовости // Социология власти. 2011. № 4. С. 75–83.

Kovalenko D. G. (2011) Youth Communications in Internet Environment: Phenomenon of Large-Scale Participation. *Soziologiya vlasti*. No. 4. P. 75–83.

Коршунова С. А. Молодежь как активный субъект развития современного цифрового общества // Россия и мировые тенденции развития. Материалы Всероссийской научно-практической конференции Омск, 13–15 мая 2019 г. / науч. ред. П. Г. Макухин. 2019. С. 124–129.

Korshunova S. A. Youth as Active Subject of the Development of Modern Digital Society. (2019) In: Makuchin P. G. (ed.) *Russia and World Development Trends. Materials of Russian Scientific-Practical Conference Omsk, 13–15 of May 2019*. P. 124–129. (In Russ.)

Патрикеева Э. Г. Влияние виртуального пространства сети Интернет на жизненные ценности современной молодежи // Молодой ученый. 2015. № 10. С. 1342–1346. URL: <https://moluch.ru/archive/90/18990/> (дата обращения 11.12.2020).

Patrikeeva E. G. (2015) Impact of Virtual Space of Internet on Life Values of Modern Youth. *Molodoi Ucheny*. No. 10. P. 1342–1346. URL: <https://moluch.ru/archive/90/18990/> (accessed: 11.12.2020). (In Russ.)

Пеньков В. Ф., Маркарян Т. А. Молодежные коммуникации как феномен информационного общества // Вестник Тамбовского университета. 2018. Т. 4. № 13. С. 39–46. URL: <http://journals.tsutmb.ru/go/2413-6840/2018/13/39-46/> (дата обращения 11.12.2020).

Penkov V. F., Markaryan T. A. (2018) Youth Communication as an Informational Society Phenomenon. *Vestnik Tambovskogo Universiteta. Seriya Obshchestvennye Nauki*. Vol. 4. No. 13. P. 39–46. URL: <http://journals.tsutmb.ru/go/2413-6840/2018/13/39-46/> (accessed: 11.12.2020). (In Russ.)

Первушина В. Н., Савушкин Л. М. Особенности коммуникации в киберпространстве // Вестник ВГУ. 2017. № 1. С. 59–71. URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylosophy/2017/01/2017-01-05.pdf> (дата обращения 11.12.2020).

Pervushina V. N., Savushkin L. M. (2017) Peculiarities of Communication in Cyberspace. *Vestnik VGU*. No. 1. P. 59–71. URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylosophy/2017/01/2017-01-05.pdf> (accessed: 10.12.2020). (In Russ.)

Boulianne S., Yannis T. (2020) Young People, Digital Media, and Engagement: A Meta-Analysis of Research. *Social Science Computer Review*. Vol. 38. No. 2. P. 111–127. <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>.

Davydov S., Maltseva D., Sharikov A., Logunova O., Zadorin I. (2020) Digital Literacy Concepts and Measurement. In: Davydov S. (ed.) *Internet in Russia: A Study of the Rунet and Its Impact on Social Life*. Cham: Springer. P. 103–120. https://doi.org/10.1007/978-3-030-33016-3_6.

Hill M. S. (1988) Marital Stability and Spouses' Shared Time: A Multidisciplinary Hypothesis. *Journal of Family Issues*. Vol. 9. No. 4. P. 427–451. <https://doi.org/10.1177/019251388009004001>.

Hochschild A. R. (1997) *The Time Bind: When Work Becomes Home and Home Becomes Work*. New York, NY: Metropolitan Books.

Ickes W., Duck S. (2000) *The Social Psychology of Personal Relationships*. New York, NY: Wiley.

Katzenbach C., Bächle T. C. (2019) Defining Concepts of the Digital Society. *Internet Policy Review*. Vol. 8. No. 4. <https://doi.org/10.14763/2019.4.1430>.

Marlowe J. M., Bartley A., Collins F. (2016) Digital Belongings: The Intersections of Social Cohesion, Connectivity and Digital Media. *Ethnicities*. Vol. 17. No. 1. <https://doi.org/10.1177/1468796816654174>.

Onyeator I., Okpara N. (2019) Human Communication in a Digital Age: Perspectives on Interpersonal Communication in the Family. *New Media and Mass Communication*. Vol. 78. <https://doi.org/10.7176/nmmc/78-06>.

Radloff L. S. (1977) The CES-D Scale: A Self-Report Depression Scale for Research in the General Population. *Applied Psychological Measurement*. Vol. 1. No. 3. P. 309–330. <https://doi.org/10.1177/014662167700100306>.

Roeters A., Lippe T. van der, Kluwer E. S. (2010) Work Characteristics and Parent-Child Relationship Quality: The Mediating Role of Temporal Involvement. *Journal of Marriage and Family*. Vol. 72. No. 5. P. 1317–1328. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2010.00767.x>.

Приложение 1. Бюджеты времени на социальные контакты с разными субъектами среди основных социально-демографических групп и при разных условиях жизни (минуты)

Формы социальных контактов с разными субъектами	Пол		Стабильные отношения		Место жительства		Наличие работы	
	Мужчины	Женщины	Находятся в стабильных отношениях	Не находятся в стабильных отношениях	Во время опроса живут в родительском доме	Живут отдельно от родителей	Имеют работу	Не имеют работы
Личное очное с родителями и членами родительской семьи	175	230	238	203	206	264	219	217
Личное очное с супругом/партнером	144	189	200	148	176	187	189	174
Цифровое текстовое: чтение информации в социальных сетях	153	176	168	172	174	164	160	175
Цифровое текстовое (письменное): переписка в социальных сетях	138	181	169	169	182	147	156	177
Цифровое письменное с супругом/партнером	148	161	171	136	161	143	151	160
Цифровое письменное с друзьями	108	146	122	147	147	115	122	143
Аудио-видео с супругом/партнером	105	114	121	85	113	107	116	111
Личное очное с друзьями	107	129	123	124	121	127	124	122
Аудио-видео с коллегами	73	95	89	89	94	80	77	98
Аудио-видео с друзьями	79	88	75	91	91	73	78	88
Цифровое письменное с коллегами	62	71	66	71	74	60	69	69
Аудио-видео с членами родительской семьи	57	77	81	67	70	80	73	73

Приложение 2. Цифровая и другие формы социальных контактов по субъектам, %

Формы социальных контактов	Интенсивность цифровых письменных контактов			
	Фоновое	Высокая	Средняя	Низкая
Личные очные контакты				
Фоновое	25	10	6	2
Высокая	49	43	27	9
Средняя	17	30	36	20
Низкая	4	11	23	52
Аудио-видео контакты				
Фоновое	12	1	1	0
Высокая	50	28	9	2
Средняя	24	40	29	7
Низкая	9	24	56	82
Не используется этой формой	5	8	5	9
Субъекты социальных контактов				
<i>Контакты с родителями и членами родительской семьи (все формы)</i>				
Фоновое	22	9	5	1
Высокая	48	41	26	10
Средняя	19	31	34	18
Низкая	4	12	25	53
Не имеет таких контактов	7	7	9	18
<i>Контакты с друзьями (все формы)</i>				
Фоновое	24	1	0	0
Высокая	59	37	6	1
Средняя	14	44	34	3
Низкая	2	15	56	93
Не имеет таких контактов	1	3	4	3

Примечание. К цифровым отнесены контакты со всеми субъектами в цифровой письменной форме.

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1770](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1770)



М. О. Макушева, Т. А. Нестик

**СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ
И ЭФФЕКТЫ ДОВЕРИЯ СОЦИАЛЬНЫМ ИНСТИТУТАМ
В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ**

Правильная ссылка на статью:

Макушева М. О., Нестик Т. А. Социально-психологические предпосылки и эффекты доверия социальным институтам в условиях пандемии // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 427—447. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1770>.

For citation:

Makusheva M. O., Nestik T. A. (2020) Socio-Psychological Preconditions and Effects of Trust in Social Institutions in a Pandemic. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 427–447. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1770>. (In Russ.)

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ И ЭФФЕКТЫ ДОВЕРИЯ СОЦИАЛЬНЫМ ИНСТИТУТАМ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

МАКУШЕВА Мария Олеговна — кандидат социологических наук, генеральный директор, Центр социального проектирования «Платформа», Москва, Россия
E-MAIL: makushevam@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1696-3149>

НЕСТИК Тимофей Александрович — доктор психологических наук, заведующий лабораторией социальной и экономической психологии, Институт психологии РАН, Москва, Россия
E-MAIL: nestik@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1410-4762>

Аннотация. Вызванный пандемией кризис обострил в российском обществе проблему доверия — межличностного, генерализованного, институционального. В ходе массовых опросов с апреля по май 2020 г. нами фиксировался низкий и снижающийся уровень доверия официальной информации о коронавирусе, низкий уровень доверия социальным институтам — государству, СМИ, здравоохранению и науке. Широкое распространение получили конспирологические теории происхождения вируса и убеждение в том, что его угроза преувеличивается. Цель статьи — на основе серии эмпирических исследований рассмотреть социально-психологические факторы, влияющие на доверие/недоверие социальным институтам в период пандемии, основные типы отношения к пандемии, а также влияние уровня доверия на готовность соблюдать санитарно-эпидемиологические нормы.

SOCIO-PSYCHOLOGICAL PRECONDITIONS AND EFFECTS OF TRUST IN SOCIAL INSTITUTIONS IN A PANDEMIC

Maria O. MAKUSHEVA¹ — Cand. Sci. (Soc.), General Director
E-MAIL: makushevam@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1696-3149>

Timofei A. NESTIK² — Dr. Sci. (Social Psychol.). Head of the Laboratory of Social and Economic Psychology
E-MAIL: nestik@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1410-4762>

¹ 'Platforma' Social Design Center, Moscow, Russia

² Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Abstract. The crisis caused by the COVID-19 pandemic has exacerbated the problem of trust in Russian society — interpersonal, generalized, institutional. In the course of mass polls during April-May 2020, we recorded a low and declining level of trust in official information about the coronavirus, a low level of trust in social institutions — the state, the media, healthcare and science. Conspiracy theories about the origin of the virus and the belief that the threat is being exaggerated have become widespread. The purpose of the article is to consider, on the basis of a series of empirical studies, socio-psychological factors influencing trust/distrust in social institutions during a pandemic, the main types of attitudes towards a pandemic, as well as the influence of the level of trust on the readiness to comply with sanitary and epidemiological requirements. Data: a mass surveys of the population based on an opt-in panel of respondents ($N=1,000$), an online

Для сбора данных были проведены: серия массовых опросов населения на основе opt-in панели респондентов ($N = 1\,000$, проведены в рамках совместного исследования ЦСП «Платформа» и ОМИ), онлайн-опрос с использованием социально-психологических шкал ($N = 668$, проведен Институтом психологии РАН), глубинные интервью ($N = 60$, проведены ЦСП «Платформа»). Результаты показывают, что причинами снижения доверия к СМИ и властям стали противоречивость официальной информации и рассогласованность действий чиновников, подозрения в сокрытии информации, дефицит проявления эмпатии и двусторонних коммуникаций, чувство несправедливости и разочарование, вызванное нарушенными обещаниями. В условиях пандемии уровень доверия связан с верой в справедливость мира, поиском социальной поддержки, моральными основаниями лояльности и заботы, ориентацией на учет долгосрочных последствий. Вместе с тем тема доверия имеет в ситуации пандемии прагматический аспект: уровень социального доверия влияет на готовность следовать рекомендациям экспертов и проходить вакцинацию, оптимизм в отношении будущего, уровень тревожности и стратегии совладания, веру в конспирологические теории. В заключении статьи намечены перспективные направления исследований социального доверия и его социально-психологических функций в условиях глобальных рисков.

Ключевые слова: социальное доверие, доверие к социальным институтам, пандемия, COVID-19, коммуникационный разрыв, тревога, стратегии совладания

survey using socio-psychological scales ($N = 668$), in-depth interviews ($N = 60$ interviews). Our research shows that the decline in trust in the media and the authorities was caused by contradictions in official information and inconsistency in the actions of government officials, a lack of empathy and two-way communication, a sense of injustice and disappointment with broken promises. In a pandemic, the level of trust is associated with belief in the justice of the world, the search for social support, the moral foundations of loyalty and care, and an orientation towards taking into account long-term consequences. At the same time, the trust-related issues have a pragmatic aspect in a pandemic situation: the level of social trust affects the willingness to follow the recommendations of experts and to be vaccinated, optimism about the future, the level of anxiety and coping strategies, and belief in conspiracy theories. Prospective directions of research of social trust and its socio-psychological functions in conditions of global risks are outlined.

Keywords: social trust, trust in social institutions, pandemic, COVID-19, anxiety, coping strategies, communication gap

Благодарность. Исследование выполнено по гранту РФ №18-18-00439 «Психология человека в условиях глобальных рисков».

Acknowledgments. The study is supported by the Russian Science Foundation grant (project No. 18-18-00439 “Psychology of human beings in conditions of global risks”).

Введение

Вызванный пандемией коронавируса кризис обострил в российском обществе проблему доверия — межличностного, генерализованного, институционального. Как и подавляющее большинство других государств, Россия вошла в эпоху COVID-19 с низким уровнем институционального доверия [Нестик, 2020b]. Международные исследования свидетельствуют, что в развитых странах большинство людей уже не верит в то, что жизнь их детей будет лучше, чем их собственная¹, а по данным мониторинга Edelman Trust Barometer, 56 % всех опрошенных считают, что капитализм в нынешней его форме приносит больше вреда, чем пользы². При этом среди 28 стран, участвовавших в указанном выше мониторинге в 2020 г., Россия по уровню доверия заняла последнее место: лишь 30 % россиян доверяют социальным институтам — государству, СМИ, бизнесу и НКО. Отечественные социологические исследования показывают, что уровень доверия во время пандемии коронавируса в России продолжал снижаться. Согласно инициативному опросу, проведенному Synopsis Group и Центр новой философии совместно с Knife.media в марте 2020 г., 40 % респондентов полагались только на себя, 37 % — на коллективную ответственность людей, и только 9 % считали, что можно надеяться на помощь со стороны государства³. Согласно опросу «Левада-Центра», отвечая на вопрос «В ситуации эпидемии что будет происходить с отношениями между людьми в нашей стране?», половина респондентов выбрали ответ: «Люди станут больше заботиться только о себе и „своих“». При этом лишь 17 % опрошенных считали, что люди станут больше поддерживать друг друга, а среди молодежи доля таких ответов была еще ниже (12 %)⁴.

Значимость доверия для жизнеспособности общества в условиях пандемии связана с рядом особенностей эпидемиологической угрозы. Во-первых, она невидима, сопровождается длительным переживанием тревоги и неопределенности, и, если официальные источники информации не вызывают доверия, дефицит информации быстро восполняется всевозможными конспирологическими теориями. Во-вторых, в условиях самоизоляции человек находится в зависимости от других людей, от принимаемых властью решений, а зависимость без доверия провоцирует дистресс (неблагоприятный стресс, в результате которого снижают-

¹ Victor Pinchuk Foundation. The Governance for Happiness. Global Survey Results. 2019. URL: https://yes-ukraine.org/files/pdf/Happiness_report_2019.pdf (дата обращения: 12.12.2020).

² Edelman Trust Barometer. Global Report. 2020. URL: <https://edl.mn/2NOWltm> (дата обращения: 12.12.2020).

³ Степанцов П., Вилейкис А. Коронавирус и общество. Как россияне реагируют на эпидемию // НОЖ. 2020. 1 апреля. URL: <https://knife.media/corona-sociology-1/> (дата обращения: 16.12.2020).

⁴ Гражданское общество в самоизоляции // Левада-Центр. 2020. 3 апреля. URL: <https://www.levada.ru/2020/04/03/grazhdanskoe-obshhestvo-v-samoizolyatsii/> (дата обращения: 16.12.2020).

ся способности к адаптации), тревожные расстройства и депрессии. В-третьих, в таких ситуациях возможности контроля за массовым поведением ограничены, поэтому меры сдерживания пандемии основываются одновременно и на провокации страха заражения, и на ожидании добровольного, социально ответственного поведения. Возникает противоречие между отношением к гражданам как к иррациональным и невосприимчивым «большим» с одной стороны, и отношением к ним как партнерам в противостоянии коллективной угрозе — с другой. Такое противоречие может приводить к снижению доверия официальным источникам информации и вызывать протестное поведение.

Эмпирические исследования показывают, что уровень доверия — одна из ключевых предпосылок готовности личности участвовать в предотвращении глобальных рисков и преодолении их негативных последствий [Нестик, Журавлев, 2018]. Снижение доверия к СМИ и другим социальным институтам существенно влияет на эффективность мер сдерживания пандемии [Siegrist, Zingg, 2014; Lep, Babnik, Beyazoglu, 2020]. Недоверие СМИ, государству и системе здравоохранения ведет к росту числа людей, не желающих обращаться к врачам при наличии легких симптомов респираторного заболевания. С уровнем доверия к государству и науке прямо связана готовность проходить тестирование на наличие антител, а также поддержка вакцинации [Нестик, 2020а]. Снижение доверия к властям и СМИ усиливает социальный пессимизм, обостряет чувство социальной несправедливости и сокращает горизонт планирования [Нестик, 2020б]. Низкое социальное доверие затрудняет солидаризацию перед лицом масштабных рисков, ослабляет горизонтальные формы волонтерства, облегчая их вытеснение вертикальными, бюрократизированными формами⁵.

По-видимому, переживание эпидемической угрозы может стать одним из механизмов снижения социального доверия. Так, исследование в 39 странах показало, что в обществах, исторически более подверженных эпидемиям, а также другим природным и антропогенным угрозам, отмечается меньшая проактивность в завязывании межличностных контактов, меньшая склонность к самораскрытию и генерализованному доверию [Thomson et al., 2018]. Одной из причин снижения доверия к СМИ может быть сенсационная подача новостей и общий алармистский стиль в освещении пандемии COVID-19, который, как показывают исследования, вызывает травмирующие психологические последствия [Garfin, Silver, Holman, 2020].

В период кризисов доверие оказывается важным ресурсом для преодоления различных травмирующих психологических факторов. Согласно исследованиям, посттравматический синдром усиливается, если личность испытывает дефицит социальной поддержки от окружающих и низко оценивает сплоченность общества [Нестик, 2020а]. Генерализованное социальное доверие снижает воспринимаемый уровень стресса и тревоги в условиях пандемии COVID-19, при этом среди людей, склонных доверять другим, меньше тех, кто убежден, что власти избыточно реагируют на эпидемиологическую угрозу⁶.

⁵ Асмолов Г. А. Борьба за волонтеров: у кого у в руках цифровой штурвал? // OpenDemocracy.net. 2020. 28 апреля. URL: <https://www.opendemocracy.net/ru/borba-za-volonetov/> (дата обращения: 11.12.2020).

⁶ Rainie L., Perrin A. The State of Americans' Trust in Each Other Amid the COVID-19 Pandemic. Pew Research Center. 2020. April 6. URL: <https://pewrsr.ch/34ly9B9> (дата обращения: 11.12.2020).

В настоящей статье, опираясь на серию эмпирических исследований, авторы рассматривают социально-психологические факторы, влияющие на доверие/недоверие СМИ и другим социальным институтам в период пандемии, типы недоверия к информации о пандемии, а также влияние уровня доверия на готовность соблюдать санитарно-эпидемиологические нормы.

Дизайн и методы эмпирического исследования

В основу нашего анализа легли несколько эмпирических исследований, проведенных в период с марта по июнь 2020 г.:

— *Опросы по онлайн-панели OMI.* Всего проведено пять волн: 2, 10, 17, 24 апреля и 15 мая 2020 г. Объем выборки каждой волны составил 1 000 респондентов, отобранных по квотной выборке. Данные репрезентируют онлайн-аудиторию России в возрасте старше 18 лет в городах с населением более 100 000 человек по полу, возрасту, Федеральному округу и размеру населенного пункта. Квоты задавались на основе данных ФОМ о структуре онлайн-аудитории⁷.

— *Онлайн-опрос, проведенный с использованием исследовательской платформы Mail.ru Group на базе панели во «ВКонтакте» и «Одноклассниках».* Опрашивались жители в возрасте старше 18 лет в городах с населением более 100 000 человек. Всего было опрошено 2 500 респондентов. Дата проведения опроса — 8 июня 2020 г. Полученные данные были взвешены по полу/возрасту/географическому положению по Росиндексу по пользователям интернета 18+ РФ 100+.

— *Качественное исследование, включавшее 60 глубинных интервью с жителями разных регионов России старше 18 лет.* В исследовании наряду с собственными интервью Центра социального проектирования «Платформа» использованы интервью студентов курса «Исследования аудитории медиа» факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ, 2020 г. Поиск участников проводился двумя способами. Во-первых, с помощью отбора случайным образом в ходе опроса на базе панели респондентов (20 интервью), где использовался отборочный вопрос о доверии информации о пандемии. Примерно в равных пропорциях были отобраны те, кто доверяет официальной информации, те, кто считает, что ситуация преувеличивается, и те, кто считает, что реальная угроза и последствия преуменьшаются. Во-вторых, чтобы расширить выборку, мы использовали метод «снежного кома» (40 интервью).

— *Онлайн-опрос интернет-пользователей,* проведенный Институтом психологии РАН в марте и апреле 2020 г. и направленный на выявление социально-психологических предикторов внутригруппового, аутгруппового и институционального доверия в условиях пандемии. Всего было опрошено 668 респондентов (78,2% — женщины; $M_{age} = 30 \pm 12,7$ лет).

Наряду с вопросами, направленными на выявление уровня доверия и отношения к пандемии, в рамках последней волны по онлайн-панели OMI ($N = 1\,043$), а также при онлайн-опросе, проведенном ИП РАН ($N = 668$), нами использовался ряд психологических методик для выявления личностных характеристик респондентов: «Шкала глобальной социальной идентификации» (GSI) Дж. Риза в адап-

⁷ <https://fom.ru/SMI-i-internet/14402>.

тации Т. А. Нестика; скрининговая шкала гражданской идентичности («Я горжусь тем, что являюсь гражданином России», «Я связываю свое будущее с судьбой России»; альфа Кронбаха = 0,804); «Опросник моральных оснований» (the Moral Foundations Questionnaire, MFQ) Дж. Хайдта в адаптации О. А. Сычева; опросник «Социальные аксиомы» (the Social Axioms Survey, SAS) М. Бонда и К. Леонга в адаптации А. Н. Татарко и Н. М. Лебедевой; краткая версия «Опросника проактивного копинга» Э. Грингласса, адаптированная Е. П. Белинской, А. В. Вечериным и Е. Р. Агадуллиной. В рамках последней волны по онлайн-панели ОМИ мы использовали шкалу PHQ-4 для измерения уровня тревоги и депрессии, а также субшкалы из методики «Стратегии совладания» (COPE) в адаптации Е. И. Рассказовой, Т. О. Гордеевой и Е. Н. Осина.

Динамика доверия к СМИ и другим социальным институтам в период вынужденной самоизоляции (апрель — май 2020 г.)

Результаты проведенных нами в апреле — мае 2020 г. опросов свидетельствуют о низком доверии к официальной информации о пандемии в СМИ, уровень которого на протяжении этого времени снижался. Так, с 17 апреля по 15 мая на 9% сократилась доля тех, кто считал информацию достоверной, и на 10% выросла доля респондентов, уверенных в том, что ситуация представляется хуже, чем есть (см. рис. 1).



Рис. 1. Доверяете ли Вы официальной информации о коронавирусе? (% опрошенных)

При этом 15 мая лишь 44% доверяли официальной статистике о распространении коронавируса в России и всего 51% опрошенных верили, что угроза настолько велика, что необходимо изолировать людей и закрывать предприятия (см. рис. 2). Среди тех, кто считал статистику недостоверной, 68% были уверены, что цифры искажаются намеренно.



Рис. 2. Ответы на вопрос: «Доверяете ли Вы...?» (% опрошенных)

Собранные нами данные указывают на рост разочарования в способности государства адекватно реагировать на угрозы и обеспечивать защиту граждан. Так, в мае 2020 г. 61% опрошенных россиян признавали, что за последний месяц их уверенность в том, что государство позаботится о них в трудной ситуации, уменьшилась; еще 54% указали на снижение доверия официальным СМИ (см. рис. 3).

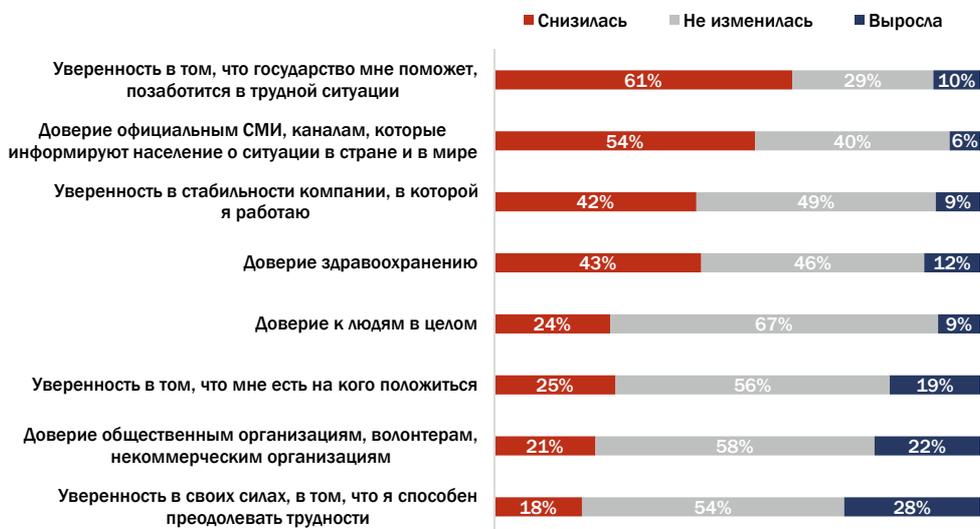


Рис. 3. Ответы на вопрос: «Как за последний месяц изменилась...?» (% опрошенных)

Доля горожан, одобряющих вводимые ограничения, с апреля по май 2020 г. становилась все меньше. Страх заражения стал уступать место тревоге по поводу экономических последствий локдауна: 2 апреля сильный страх заразиться испытывали 29% опрошенных, 24 апреля — 23%, а 15 мая таких было всего 15%. Страхи, связанные с экономическими последствиями пандемии, напротив, росли: в частности, с 46% до 50% выросла доля тех, кто опасался, что им не на что будет жить (см. рис. 4).

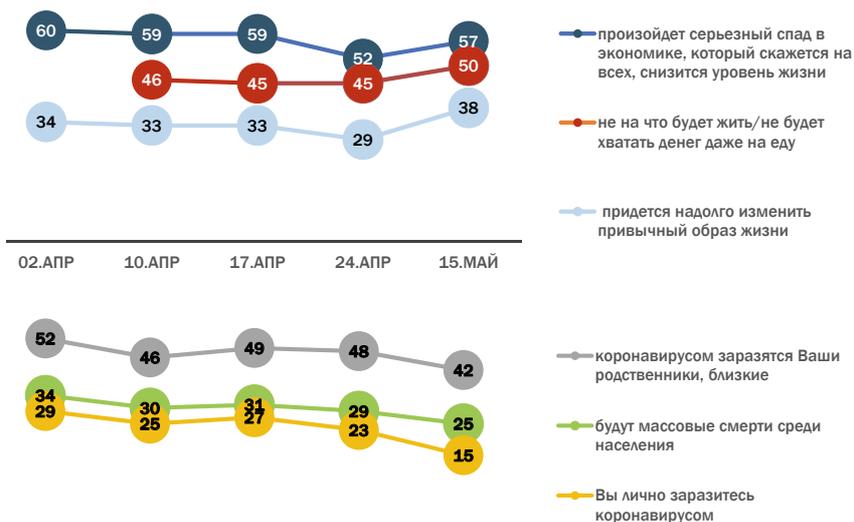


Рис. 4. Скажите, пожалуйста, насколько в связи с ситуацией коронавируса Вы испытываете чувство страха, что...? (% опрошенных, суммируются ответы 8—10 по 10-балльной шкале)

Снижение страха заражения, на наш взгляд, объяснялось не только противоречивостью информации о способах защиты от коронавируса в СМИ, но и алармизмом в подаче новостей о пандемии. Нагнетание тревоги приводило к противоречию между необходимостью защитить себя и близких и невозможностью существенно повлиять на ситуацию, которое разрешалось через занижение вероятности и последствий заражения [Нестик, 2020a]. За два месяца вынужденной самоизоляции первоначальная мобилизация сил горожан сменилась истощением и неверием в эффективность предпринимаемых государством мер сдерживания. И если 2 апреля 2020 г. 62% опрошенных считали оправданным режим всеобщей самоизоляции и ограничения передвижений по городу, то 24 апреля таких респондентов было всего 47% (см. рис. 5).



Рис. 5. Какие меры борьбы с распространением коронавируса в России Вы считаете оправданными, а какие слишком серьезными, неоправданными?/ Категория «Мера оправданная» (% опрошенных)

Основания доверия к официальной информации о пандемии

Опираясь на проведенные нами интервью и фокус-группы, в сложившейся ситуации можно выделить три основания для доверия к информации о происходящем: очевидец, экспертиза, статус.

Как известно, людям свойственно недооценивать риски, информация о которых представлена в виде обобщенной статистики, тогда как риски, знакомые по личному опыту или по рассказу очевидцев, могут переоцениваться [Slovic, 2013]. Поэтому не случайно среди источников информации, пользующихся доверием, на первый план выходят люди с личным опытом болезни и простые врачи, которые работают с больными коронавирусом. Здесь в первую очередь важно то, что в очевидце не видят заинтересованности, мотива к искажению правды: «живой голос живого человека» против дистантной, часто обобщенной, абстрактной картины, представляемой СМИ. В этих условиях блогер, снимающий видеорепортаж, или один комментарий очевидца на форуме может пошатнуть картину, созданную официальным профессиональным СМИ. И если официальные каналы игнорируют частную, но резонансную ситуацию, создается ощущение намеренного замалчивания, и недоверие растет. Резонансы требуют реакции и помещения ситуации в определенный контекст. Самый яркий пример такого резонанса — это рассказы о критическом положении здравоохранения и смертности среди врачей, а также истории тех, кто столкнулся с трудностями при диагностике и лечении.

Доверие экспертизе — это доверие к тому, кто обладает специальными знаниями, доступом к информации, компетентностью. В ситуации пандемии это врач. Но эксперт — не обязательно публичный специалист, им может стать любой, кто признается таковым в окружении человека — например, знакомый доктор.

Еще одним основанием доверия к информации о коронавирусе стал официальный статус человека, выступающего в качестве ее источника (доверие институту, должностному лицу, человеку, занимающему высокое положение в медицинской или административной иерархии). Известно, что определенные социальные роли обладают кредитом доверия, особенно если речь идет о помогающих профессиях [Kramer, 1999]. Распространенный мотив доверия официальным лицам и институтам — стремление сохранить устойчивость картины мира. Допущение, что привычная реальность может быть неверной, вызывает потерю чувства безопасности и страх. Это основание доверия сегодня истончается по мере накопления информации об ошибках и колебаниях власти.

Доверие с психологической точки зрения можно рассматривать, во-первых, как убеждение в том, что другая сторона не будет действовать во вред нам, несмотря на то что мы не можем это проконтролировать и являемся уязвимыми, а во-вторых — как готовность принять эту уязвимость в отношении с личностью, группой или социальным институтом [Купрейченко, 2008; PytlikZillig, Kimbrough, 2016]. Уязвимость и зависимость от решений власти в целом обострили внимание к официальным коммуникациям. Наиболее существенными проблемами стали неумение спикеров проявлять эмпатию, сухой, казенный стиль и недостаточная оперативность/своевременность их выступлений. Это сказывалось на оценке основных критериев доверия, ранее выявленных социальными психологами: доброжелательности, компетентности и готовности выполнять обещания [Hamm,

Smidt, Mayer, 2019]. При этом наиболее тесно связана с доверием официальной статистике оценка сообщений как достаточно аргументированных, а также оценка эмпатии и стиля при обращении к аудитории. Именно этими чертами, судя по проведенным нами интервью, отличаются коммуникации в социальных сетях — близостью, неформальным стилем и скоростью появления информации.

Учитывая низкий уровень институционального доверия в России⁸, критически настроенный источник скорее вызывал доверие, чем оправдывавший действия власти. Здесь сказывается усталость от позитивной повестки — произошла своеобразная девальвация хороших новостей, они стали выглядеть предвзятыми. Наблюдения, опирающиеся на проведенные нами интервью, хорошо согласуются с данными о том, что в социальных сетях негативные сообщения распространяются быстрее и с большим охватом, что может создавать эффект иллюзии доминирования критики [Leitner et al., 2020]. Среди участников наших интервью доля тех, кто наблюдал критику власти в ситуации пандемии, выше доли тех, кто видел ее поддержку.

Основания социального недоверия в условиях пандемии

Доверие и недоверие можно рассматривать не только как установку или представление о вероятном поведении другой стороны, но и как определенное состояние, окрашенное переживаниями человека [Купрейченко, 2008]. С этой точки зрения выделяются несколько типов недоверия, характерных для общества в период коронакризиса. Главные среди них — недоверие как дезориентация и недоверие как протест.

Дезориентация проявлялась прежде всего как *недоверие к компетентности экспертов и власти*.

Как видно из приведенных выше рисунков 1-3, официальная статистика оставалась противоречивой и часто подвергалась критике, так как зависела от количества проведенных тестов и от их качества, отражала только видимые, известные симптомы и т. д. Поэтому наши респонденты следили за информацией, но понимали, что она ненадежна. Кроме того, часть статистических показателей толковались превратно — люди не понимали разницы между ними и видели в этом манипуляции с цифрами. Поле разногласий складывалось и вокруг того, насколько серьезно само заболевание: вирус — это «обычная ОРВИ», которую здоровые люди переживают легко, или смертельная опасность для всех. Оставалась противоречивой информация о средствах защиты и профилактики: как долго вирус остается на поверхности предметов, насколько защищают от него маски и т. д. Человек чувствовал себя обманутым после череды распространенных и опровергнутых мифов — о необходимости проводить самодиагностику, делать полоскания, использовать лимон и имбирь. Когда все народные рецепты подверглись критике, развилась общая подозрительность к любым советам, звучащим со стороны экспертов.

Часть аудитории убеждена: если получать информацию от разных источников, сформируешь объективную картину. Однако, не в силах оценить значимость отдельных экспертных позиций, человек при обращении к ним подчас только усиливает собственное ощущение неопределенности.

⁸ Edelman Trust Barometer. Global Report. 2020. URL: <https://edl.mn/2NOWitm> (дата обращения: 12.12.2020).

Заявления официальных лиц о вводимых мерах также часто выглядели не последовательными. Например, когда кривая заболеваемости пошла вверх, звучала обеспокоенность распространением заболевания. При этом появились публикации, что рост статистики связан с расширением тестирования и появлением новых, более надежных тестов. Введение масочного режима происходило на фоне разъяснений со стороны официальных инстанций о неэффективности масок на здоровых людях. Другим примером несогласованности в заявлениях и действиях властей стала политика штрафов. В начале апреля спикер Мосгордумы объявил, что передвижение на автомобиле нескольких людей (более одного человека), если они не проживают вместе, будет караться штрафом. Затем, однако, последовало официальное заявление, что штрафы не введены. Звучали и разные толкования применения ограничений — на прогулки, на поездки в автомобиле в одиночку и т. д. Где-то ограничения ужесточались, а где-то ослаблялись без видимой на то причины. Наконец, «нерабочая неделя», объявленная с 30 марта, продлялась «максимум на месяц», но затем была продлена еще раз.

Мы отмечали рост непонимания решений власти, особенно непопулярных; усиливалось ощущение их немотивированности и оторванности от ситуации. Почему запрещены прогулки в парках, где можно соблюдать дистанцию, одиночные пробежки, рыбалка и охота (особенно в регионах, где это значимая для людей традиция), походы в лес? Почему в разных регионах введены разные меры? Почему нерабочие дни вводились по всей стране без учета положения дел в каждом конкретном регионе? Почему они заканчиваются на фоне роста заболеваемости? Почему всех заставляют носить маски и перчатки, но при этом не призывают носить очки, ведь слизистая глаз тоже уязвима к заражению?

Выступления президента В. В. Путина каждый раз привлекали большое внимание, но и они оставляли много вопросов, были не вполне понятными (например, использование эвфемизмов — «выходные дни» вместо карантина, непонимание перспектив).

Пытаясь объяснить непоследовательные заявления и действия официальных лиц, люди видели причину в отсутствии контроля, либо предполагали личную заинтересованность.

Недоверие как форма протеста развивалось в ответ на воспринимаемую несправедливость. Ситуация с введением всеобщей самоизоляции, закрытием компаний, введением штрафов при отсутствии помощи не укладывалась в понимание ответственности государства. Это создало общий негативный фон, породило обиду и ощущение абсурда, произвола и спровоцировало сопротивление любой исходящей от официальных инстанций информации. Сказалась также недостаточно выраженная эмпатия в разговорах представителей власти о насущных проблемах россиян.

Еще одним основанием для недоверия как реакции протеста стали нарушенные обещания. Прозвучавшее от президента страны обещание поддержки обернулось ростом надежд, но они подтвердились не для всех: меры оказались избирательными, сложными в оформлении, а в период, когда люди начали обращаться за помощью, не во всех регионах работали механизмы выплат. Возникло ощущение обманутых надежд. Разочарование подкреплялось информацией о несправедливости в отношении более узких категорий — малого бизнеса и врачей, с которыми стало солидаризоваться население.

Сформировавшиеся задолго до пандемии политический цинизм и недоверие властям стали переноситься на текущую ситуацию. Негативно настроенные люди искали подтверждения своему недоверию, что усиливалось когнитивными эффектами подтверждения выбранной позиции и групповой поляризацией. Первый из них состоит в нечувствительности к информации, которая противоречит нашим убеждениям, и стремлении интерпретировать новую информацию как подтверждающую сформированную ранее позицию. Вторым эффектом является сдвиг участников обсуждения к крайним, диаметрально противоположным точкам зрения. Оба эффекта усиливаются так называемыми эхо-камерами, информационными пузырями из источников информации, которые соответствуют уже выбранной позиции по отношению к происходящему [Михеев, Нестик, 2018]. Благодаря этим механизмам сформировавшееся ранее недоверие усиливалось, генерализовывалось, распространялось на новые каналы информирования людей о пандемии.

Протест вызывало и чрезвычайное внимание к теме коронавируса, которое оттеснило на периферию или вовсе вытеснило из повестки актуальные для человека вопросы, например другие заболевания.

Наконец, протест провоцировала слабость контроля при строгости введенных ограничений. Люди наблюдали, как окружающие нарушают предписания (только 38% горожан, опрошенных нами в мае 2020 г., считали, что большинство окружающих их людей следует мерам предосторожности — носит маски и соблюдает социальную дистанцию), а сотрудники правоохранительных органов сами иногда транслировали скептицизм в отношении введенных мер. Кроме того, строгость ограничений и невозможность соблюдать часть из них рождали тотальный релятивизм и побуждали людей искать «лазейки».

Эти эффекты разрушительно сказывались на всех трех основных составляющих доверия [Schoorman, Mayer, Davis, 2007]:

- 1) противоречивость информации, слабость контроля и рассогласованность действий снижали оценку компетентности властей, экспертов и СМИ;
- 2) подозрения в сокрытии информации, ощущение равнодушия, отсутствия эмпатии и дефицит двусторонних коммуникаций понижали оценку доброжелательности;
- 3) чувство несправедливости и разочарование, вызванные нарушенными обещаниями, подрывали веру в добросовестность власти, готовность соблюдать взятые на себя обязательства.

Социально-психологические предпосылки институционального доверия и недоверия в условиях пандемии

Как показывают результаты онлайн-опроса (март — апрель 2020 г.; $N = 668$; 78,2% — женщины; $M_{age} = 30 \pm 12,7$ лет), доверие к социальным институтам в условиях пандемии связано с оптимизмом в отношении ее исхода, ориентацией на авторитарные и консервативные ценности, а также уверенностью в возможности защитить себя от заражения (см. табл. 1). Результаты линейного регрессионного анализа ($R = 0,570$; $R^2 = 0,325$; $F = 22,683$; $p < 0,001$) показывают, что предикторами доверия к государству и СМИ являются низкая ориентация на ценность заботы о людях и высокая ориентация на уважение к авторитетам в сочетании с поддержкой жестких мер сдерживания. При этом институциональное доверие прямо

связано с общей верой в справедливость мира, оптимистичной оценкой влияния пандемии на общество, интересом к новостям о ней, убежденностью в своей способности защитить себя и близких от заражения, а также с поиском инструментальной поддержки, то есть готовностью обращаться к знакомым и друзьям за помощью. Выявленные нами связи позволяют сделать вывод, что доверие к государству и СМИ поддерживается не только оптимизмом, верой в осмысленность и справедливость мироустройства и оправданность жестких мер защиты, но и верой в собственную способность влиять на ситуацию.

Негативная связь между доверием к социальным институтам и ценностью заботы о людях, измерявшейся с помощью опросника «Моральные основания» (MFQ) Дж. Хайдта [Graham, Haidt, Nosek, 2009; Сычев и др., 2014], может указывать на то, что неоправдавшиеся ожидания заботы о гражданах со стороны государства ведут к снижению доверия как к государству, так и к другим институтам — СМИ, науке и здравоохранению.

Доверие к государству и СМИ тем выше, чем меньше вера в свою зависимость от судьбы, но при этом оно также отрицательно связано с ориентацией на проактивное совладание с трудными ситуациями, то есть с планированием дальнейших самостоятельных действий для решения возникших проблем. Как нам кажется, этот парадокс может объясняться тем, что доверие к социальным институтам основывается на ожидании определенных гарантий со стороны государства. Когда же действия властей не соответствуют ожиданиям, люди, уверенные в своей способности определять собственную судьбу, начинают делать ставку на свои силы и планировать действия, не рассчитывая на помощь государства.

Таблица 1. Социально-психологические предикторы доверия к социальным институтам (N = 668)

Социально-психологические предикторы	B	Станд. ошибка	Бета	t	Значимость
(Константа)	0,795	0,290		2,745	0,006
Шкала заботы (MFQ)	-0,031	0,011	-0,115	-2,851	0,005
Шкала уважения к авторитетам (MFQ)	0,038	0,01	0,173	3,641	0
Зависимость от судьбы (SAS)	-0,113	0,041	-0,115	-2,734	0,006
Общая вера в справедливый мир	0,135	0,038	0,167	3,573	0
Проактивное совладание с трудными ситуациями	-0,178	0,063	-0,118	-2,836	0,005
Поиск инструментальной поддержки	0,157	0,059	0,107	2,657	0,008
Социальный оптимизм	0,253	0,038	0,291	6,743	0
Интерес к новостям о пандемии	0,137	0,036	0,154	3,846	0
Поддержка жестких мер сдерживания	0,089	0,035	0,103	2,516	0,012
Вера в способность защитить себя и близких, оказать влияние на ход эпидемии и ее последствия	0,089	0,04	0,092	2,19	0,029

Сегментация населения по уровню социального доверия, тревоги и психологического благополучия в условиях пандемии

Опираясь на данные опроса, проведенного нами по квотной выборке ОМІ 15 мая 2020 г. ($N = 1043$), с помощью кластерного анализа методом k -средних мы выделили несколько типов реагирования личности на пандемию. Основаниями для построения типологии служили уровень социального доверия, а также выраженность страхов, связанных с пандемией и ее последствиями⁹.

Представителей первого типа «Солидарные оптимисты» (19% респондентов) можно считать наиболее психологически благополучной группой. Для них характерно низкое переживание страхов за здоровье, умеренное — экономических страхов. Представители данной группы чаще доверяют официальной информации, социальным институтам — СМИ, здравоохранению, науке, государству. Они верят в свою способность повлиять на ситуацию и эффективность средств защиты, в основном соблюдают правила профилактики. Это самая молодая группа (58% — до 35 лет).

Для второго типа «Переживающие за близких» (примерно 22%) характерен относительно низкий страх за себя и высокий — за близких. В группу чаще попадали те, кто имеет заболевших коронавирусом в своем окружении — таких респондентов на тот момент было 16%. Также в этой группе высоки страхи экономических последствий пандемии, выражены симптомы тревоги и депрессии. Представители данной группы в целом доверяют официальной информации и социальным институтам — СМИ, здравоохранению, науке, государству; соблюдают правила профилактики. Группа в значительной степени состоит из молодежи (55% — до 35 лет) и имеет преимущественно женское лицо (71% женщин против 29% мужчин).

Первые два типа относительно благополучны и не преуменьшают угрозу — либо потому, что опасаются за близких, либо из солидарности с другими.

Третий тип «Алармисты» характеризуется высокой выраженностью симптомов стресса, тревожного и депрессивного расстройств (примерно 19%). Именно в этой группе наблюдается самый высокий страх и перед болезнью, и перед экономическими последствиями локдауна. Выраженность тревожно-депрессивных симптомов сопровождается низким уровнем оптимизма относительно исхода пандемии. Представители данного типа чаще говорят о падении уверенности в своих силах, им свойственны пассивные стратегии совладания с трудной ситуацией — концентрация на негативных эмоциях и уход от проблемы. Они чаще других следят за информацией о распространении COVID-19, чаще смотрят телевизор (69% — каждый день, 43% — более трех часов в день), однако чаще других считают, что реальная угроза занижается. Респонденты из этой группы соблюдают все правила профилактики, но при этом мало верят в свою способность повлиять на угрозу (установка «я не в силах повлиять на то, заболею я или нет» — 42%), в большей мере полагаются на государство и его поддержку. В группе больше женщин — 64% против 36% мужчин. Средний возраст — 39 лет (что выше среднего по другим выделенным группам); в группе больше людей старшего возраста. Большинство

⁹ Авторы выражают благодарность М. А. Падун, к. психол. н., старшему научному сотруднику лаборатории психологии развития субъекта в нормальных и посттравматических состояниях Института психологии РАН за консультацию при интерпретации результатов исследования.

(58 %) столкнулось с теми или иными негативными последствиями на рынке труда. У 63 % существенно сократился доход семьи, 72 % работают в частном секторе, который более уязвим для экономических рисков пандемии.

Представители четвертого типа «Скептики» наиболее обеспокоены экономическими последствиями пандемии, тогда как страх заражения среди них очень низкий (27 %). Большинство респондентов этой группы признают, что уже пострадали финансово. Здесь отмечается средняя склонность к тревожно-депрессивным состояниям, тесно коррелирующая с экономическими страхами. Для данного типа респондентов характерно низкое доверие государству, СМИ, здравоохранению и науке, а также вера в конспирологические теории: в то, что причиной пандемии являются чьи-то экономические и политические интересы, что вирусы, подобные COVID-19, создаются искусственно, и т. д. Представители этой группы чаще других смотрят телевизор (67 % — каждый день, 39 % — три часа и более) и полагают, что ситуация нагнетается, представляется хуже, чем она есть; не считают оправданными меры изоляции. Не думают, что способны контролировать угрозу заражения, не верят в эффективность средств защиты, разделяют фатализм («Бессмысленно надевать маску или отсиживаться дома — если суждено заболеть, то этого не избежать»). Более половины (51 %) не находятся на самоизоляции, почти не соблюдают правила профилактики. В этой группе больше малообеспеченных людей — 59 % против 38 % средне- и высокообеспеченных; 72 % из них заняты в частном секторе.

Наконец, для пятого типа — «Фаталисты» — характерно игнорирование угрозы заражения (ее опасаются примерно 17 %), а также наименьшая склонность к сопереживанию другим в ситуации пандемии — заболевшим, уязвимым к заражению. В целом в этой группе очень низкое обобщенное доверие людям в целом. Большинство представителей данного типа не видят, чтобы окружающие соблюдали правила профилактики, и не верят в социальную ответственность окружающих. По сравнению с другими типами здесь отмечается самое низкое доверие государству, СМИ, здравоохранению и науке. Респонденты данной группы часто пользуются для объяснения ситуации конспирологическими теориями. Чаще полагают, что ситуация нагнетается, представляется хуже, чем она есть. Не считают себя способными контролировать угрозу заражения, не верят в эффективность средств защиты, разделяют фатализм («Бессмысленно надевать маску или отсиживаться дома — если суждено заболеть, то этого не избежать»). Чаще других не следят за информацией, связанной с пандемией. Как и в четвертой группе, здесь почти не соблюдают правила профилактики, меньшинство (39 %) находится на самоизоляции. Представители данного типа — это чаще мужчины, — 57 % против 43 % женщин; больше молодых людей (41 % в возрасте 25-34 года). Почти половина членов данной группы (47 %) проживает в городах до 500 тыс. человек. Респонденты из пятой группы реже других сталкивались с существенным сокращением дохода.

Проведенный нами анализ типов реагирования жителей российских городов на пандемию показывает, что солидаризация и соблюдение санитарно-эпидемиологических ограничений связаны с социальным доверием и сопереживанием, тогда как вера в конспирологические теории и отказ от соблюдения правил сопряжены с неверием человека в свою способность влиять на складывающиеся

обстоятельства. Кроме того, сравнение выделенных нами типов позволяет сделать вывод, что низкое доверие СМИ и власти при переживании трудноконтролируемой угрозы снижает уровень психологического благополучия личности.

Влияние институционального доверия на соблюдение санитарно-эпидемиологических норм

Ряд исследований, проведенных за рубежом и в России, показал, что страх заражения вносит наибольший вклад в соблюдение человеком физической дистанции и ношение маски [Нестик, 2020а]. Вместе с тем известно, что страх подталкивает к изменению поведения только в тех случаях, когда люди верят в свою способность изменить ситуацию, в противном случае он запускает сильные защитные реакции [Witte, Allen, 2000]. Это подтверждают и наши данные, страх заболеть повышает соблюдение санитарно-эпидемиологических норм в том случае, если он сопряжен с институциональным доверием и самоэффективностью, то есть уверенностью в своей способности защитить себя и близких, а также с сопереживанием людям, которые в наибольшей степени уязвимы в условиях пандемии (см. табл. 2).

В целом уверенность наших респондентов в эффективности средств профилактики и в своей способности контролировать угрозу, влиять на ситуацию собственными действиями оказалась довольно низкой. В мае 2020 г. 30 % считали, что бессмысленно надевать маску или отсиживаться дома — если суждено заболеть, то этого не избежать. 33 % полагали, что никак не могут повлиять на то, заболеют они или нет, а 44 % — что действия, которые они могут предпринять, слишком ничтожны, чтобы внести вклад в сдерживание эпидемии. Влияние сопереживания на соблюдение правил предосторожности сильнее всего проявилось среди молодежи — респондентов до 35 лет. В целом 74 % опрошенных испытывали сострадание к людям, которые наиболее уязвимы к заражению, 52 % старались понять переживания других по поводу пандемии.

Данные опроса, проведенного по квотной выборке OMI 15 мая 2020 г. ($N = 1043$), свидетельствуют, что доверие социальным институтам является одной из предпосылок соблюдения санитарно-эпидемиологических норм. Как показали результаты линейного регрессионного анализа ($R = 0,569$; $R^2 = 0,319$; $F = 70,429$; $p < 0,001$), предикторами соблюдения мер предосторожности оказались уверенность в своей способности защитить от заражения себя и близких, выраженность страхов, связанных с пандемией, сопереживание другим людям, ориентация на планирование собственного будущего в условиях пандемии, принятие сложившейся ситуации, институциональное доверие, то есть общий уровень доверия к государству, СМИ и медицине, а также убеждение в том, что большинство окружающих соблюдает социальную дистанцию и носит маски.

В мае 2020 г. 38 % опрошенных нами горожан считали, что большинство окружающих их людей следуют мерам предосторожности — носят маски и соблюдают дистанцию. Этот «эффект большинства», получивший в социальной психологии название дескриптивных норм, когда поведение человека определяется представлением о наиболее типичном поведении других членов социальной группы,

был выражен сильнее в других регионах, нежели в Москве, которая оставалась, по официальным данным, главным очагом заражения.

Таблица 2. **Социально-психологические предикторы соблюдения санитарно-эпидемиологических норм (N = 1 043)**

Социально-психологические предикторы	B	Станд. ошибка	Бета	t	Значимость
(Константа)	0,843	0,104		8,103	,000
Выраженность страхов, связанных с пандемией	0,073	0,009	0,228	8,024	,000
Уверенность в своей способности защитить от заражения себя и близких, внести вклад в сдерживание пандемии	0,159	0,018	0,231	8,76	,000
Сопереживание другим в условиях пандемии	0,076	0,022	0,108	3,541	,000
Планирование своего будущего	0,095	0,026	0,108	3,686	,000
Принятие сложившейся ситуации	0,133	0,027	0,149	4,948	,000
Дескриптивные нормы: большинство жителей моего города соблюдает дистанцию, носит маски	0,06	0,015	0,108	3,957	,000
Институциональное доверие (общий уровень доверия к государству, СМИ и медицине)	0,097	0,022	0,124	4,381	,000

Полученные данные хорошо согласуются с результатами других исследователей. Так, оказалось, что убеждение в контролируемости угрозы COVID-19 позитивно влияет на психологическое благополучие и повышает готовность следовать правилам предосторожности [Li et al., 2020]; наибольший отклик получают сообщения с призывом оставаться дома из сострадания к людям, уязвимым в отношении COVID-19 [Blagov, 2020]; сострадание к заболевшим в сочетании с тревогой по поводу эпидемии повышает готовность к вакцинации и использованию дезинфицирующих средств [King, Kamble, DeLongis, 2016], а также мотивацию к социальному дистанцированию в условиях пандемии COVID-19 [Pfattheicher et al., 2020].

Таким образом, доверие к СМИ, государству, науке и здравоохранению не только является фактором, снижающим психологическую травматизацию общества, но и вносит вклад в готовность личности соблюдать санитарно-эпидемиологические ограничения — носить маску, поддерживать дистанцию, пользоваться дезинфицирующими средствами.

Заключение

Наши исследования показывают, что предпосылками недоверия в период кризиса стали коммуникационный разрыв (противоречия в информационном поле, непонимание принимаемых властью решений); кризис общественного договора (ощущение социальной несправедливости; накопленный опыт неоправдавшихся ожиданий); а также поляризация в социальных сетях, противоречие опыта очевидцев официальной повестке.

При этом тема доверия имеет в ситуации пандемии важный прагматический аспект: уровень социального доверия связан с отношением к информации о пандемии, оптимизмом в отношении будущего, уровнем тревоги, стратегиями совладания с трудными ситуациями, верой в конспирологические теории и, в конечном счете, с готовностью следовать рекомендациям экспертов.

Опираясь на полученные результаты, можно наметить несколько возможных перспективных направлений исследований социального доверия в условиях глобальных рисков.

1. Требуется дальнейшего уточнения роль генерализованного доверия и недоверия к людям в соблюдении санитарно-эпидемиологических требований. С одной стороны, недоверие к людям может снижать поддержку мер правительства, направленных на сдерживание пандемии. С другой стороны, недоверие окружающим в том, что они будут соблюдать меры предосторожности, может повышать бдительность и стремление защитить себя от заражения.

2. Перспективным направлением исследований является изучение различных типов социального доверия и их социально-психологических функций в условиях масштабной угрозы. Одним из оснований для такой типологии может быть сочетание разных видов доверия, выраженность которых, как правило, различается: генерализованного (к людям вообще), внутригруппового (к близким, друзьям, знакомым), аутгруппового (представителям других этносов, территориальных общностей, идеологических взглядов и т. д.), институционального (к СМИ, государству, медицине, науке).

3. Огромный научный и прикладной интерес представляет исследование динамики доверия к различным источникам информации на разных этапах развития пандемии и связанного с ней кризиса, в том числе во время первой волны заболеваний и после нее, во время карантина и выхода из него, при обострении экономического кризиса.

Список литературы (References)

Купрейченко А. Б. Психология доверия и недоверия. М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2008. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/11/09/1214795330/0126.pdf> (дата обращения: 11.12.2020).

Kupreychenko A. B. (2008) Psychology of Trust and Distrust. Moscow: Publishing House "Institute of Psychology RAS". URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/11/09/1214795330/0126.pdf> (accessed: 11.12.2020). (In Russ.)

Михеев Е. А., Нестик Т. А. Дезинформация в социальных сетях: состояние и перспективы психологических исследований // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 2. С. 5—20. <https://doi.org/10.17759/sps.2018090201>.

Mikheev E. A., Nestik T. A. (2018) Disinformation in Social Networks: Current State and Perspective Research Directions. *Social Psychology and Society*. Vol. 9. No. 2. P. 5—20. <https://doi.org/10.17759/sps.2018090201>. (In Russ.)

Нестик Т. А., Журавлев А. Л. Психология глобальных рисков. М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2018.

Nestik T. A., Zhuravlev A. L. (2018) Psychology of Global Risks. Moscow: Publishing House “Institute of Psychology RAS” (In Russ.)

Нестик Т. А. Влияние пандемии COVID-19 на общество: социально-психологический анализ // *Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология*. 2020а. Т. 5. № 2. P. 47—83. <https://doi.org/10.38098/ipran.sep.2020.18.2.002>.

Nestik T. A. (2020a) The Impact of the COVID-19 Pandemic on Society: Socio-Psychological Analysis. *Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Social and Economic Psychology*. Vol. 5. No. 2. P. 47–83. <https://doi.org/10.38098/ipran.sep.2020.18.2.002>. (In Russ.)

Нестик Т. А. Долгосрочная ориентация личности: состояние и перспективы исследований // *Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология*. 2020б. Т. 5. № 3. P. 110–140. <https://doi.org/10.38098/ipran.sep.2020.19.3.005>.

Nestik T. A. (2020b) The Long-Term Orientation of the Person: The State and Prospects of Research. *Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Social and Economic Psychology*. Vol. 5. No. 3. P. 110–140. <https://doi.org/10.38098/ipran.sep.2020.19.3.005>. (In Russ.)

Сычев О. А., Беспалов А. М., Прудникова М. М., Власов М. С. Особенности моральных оснований у монгольских, немецких и российских подростков // *Культурно-историческая психология*. 2016. Т. 12. № 1. С. 85—96.

Sychev O. A., Bespalov A. M., Prudnikova M. M., Vlasov M. S. (2016) Features of Moral Foundations in Mongol, German and Russian Adolescents. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya = Cultural-Historical Psychology*. Vol. 12. No. 1. P. 85–96. <https://doi.org/10.17759/chp.2016120109>. (In Russ.)

Blagov P.S. (2020) Adaptive and Dark Personality Traits in the COVID-19 Pandemic: Predicting Health-Behavior Endorsement and the Appeal of Public Health Messages. *Social Psychological and Personality Science*. <https://doi.org/10.1177/1948550620936439>.

Hamm J. A., Smidt C., Mayer R. C. (2019) Understanding the Psychological Nature and Mechanisms of Political Trust. *PLOS ONE*. Vol. 14. No. 5. P. e0215835. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0215835>.

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*. Vol. 39. No. 5. P. 355–357. <https://doi.org/10.1037/hea0000875>.

Graham J., Haidt J., Nosek B. A. (2009) Liberals and Conservatives Rely on Different Sets of Moral Foundations // *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 96. No. 5. P. 1029–1046. <https://doi.org/10.1037/a0015141>.

King D., Kamble Sh., DeLongis A. (2016) Coping with Influenza A/H1N1 in India: Empathy Is Associated with Increased Vaccination and Health Precautions. *International*

Journal of Health Promotion and Education. Vol. 54. No. 6. P. 283–294. <https://doi.org/10.1080/14635240.2016.1174950>.

Kramer R. M. (1999) Trust and Distrust in Organizations: Emerging Perspectives, Enduring Questions. *Annual Review of Psychology*. Vol. 50. No. 1. P. 569–598. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.50.1.569>.

Leitner S., Gula B., Jannach D., Krieg-Holz U., Wall F. (2020) Infodemics: A Call to Action for Interdisciplinary Research. *ArXiv*. abs/2007.12226. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Infodemics%3A-A-call-to-action-for-interdisciplinary-Leitner-Gula/973ef6c5ee60c6c6d47c08967c4ff4ac63d0cb07> (accessed: 12.12.2020).

Lep Ž., Babnik K., Beyazoglu K. H. (2020) Emotional Responses and Self-Protective Behavior Within Days of the COVID-19 Outbreak: The Promoting Role of Information Credibility. *Frontiers in Psychology*. Vol. 11. 1846. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01846>.

Li J.-B., Yang A., Dou K., Wang L.-X., Zhang M.-Ch., Lin X.-Q. (2020) Chinese Public's Knowledge, Perceived Severity, and Perceived Controllability of the COVID-19 and Their Associations with Emotional and Behavioural Reactions, Social Participation, and Precautionary Behaviour: A National Survey. *BMC Public Health*. Vol. 20. No. 1. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-09695-1>.

Pfattheicher S., Nockur L., Böhm R., Sassenrath C., Petersen M. B. (2020) The Emotional Path to Action: Empathy Promotes Physical Distancing During the COVID-19 Pandemic. *PsyArXiv*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/y2cg5>.

PytlikZillig L. M., Kimbrough C. D. (2016) Consensus on Conceptualizations and Definitions of Trust: Are We There Yet? In: Shockley E., Neal T. M. S., PytlikZillig L. M., Bornstein B. H. (eds.) *Interdisciplinary Perspectives on Trust*. Cham: Springer. P. 17–47. https://doi.org/10.1007/978-3-319-22261-5_2.

Schoorman F. D., Mayer R. C., Davis J. H. (2007) An Integrative Model of Organizational Trust: Past, Present, and Future. *Academy of Management Review*. Vol. 32. No. 2. P. 344–354. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.24348410>.

Siegrist M., Zingg A. (2014) The Role of Public Trust During Pandemics: Implications for crisis communication. *European Psychologist*. Vol. 19. No. 1. P. 23–32. <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000169>.

Slovic P. (2013) The More Who Die, the Less We Care. In: Slovic P. (ed.) *The Feeling of Risk: New Perspectives on Risk Perception*. New York, NY: Routledge. P. 69–78.

Thomson R. et al. (2018) Relational Mobility Predicts Social Behaviors in 39 Countries and Is Tied to Historical Farming and Threat. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Vol. 115. No. 29. P. 7521–7526. <https://doi.org/10.1073/pnas.1713191115>.

Witte K., Allen M. (2000) A Meta-Analysis of Fear Appeals: Implications for Effective Public Health Campaigns. *Health Education & Behavior*. Vol. 27. No. 5. P. 591–615. <https://doi.org/10.1177/109019810002700506>.

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1748](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1748)



E. V. Rodionova, J. P. Bayer

**A PLACE FOR SALVATION OR TORTURE:
THE IMAGE OF THE RUSSIAN ORTHODOX CHURCH
IN SECULAR MEDIA DURING THE COVID-19 PANDEMIC**

For citation:

Rodionova E. V., Bayer J. P. (2020) A Place for Salvation or Torture: The Image of the Russian Orthodox Church in Secular Media During the COVID-19 Pandemic. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 448–469. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1748>.

Правильная ссылка на статью:

Родионова Е. В., Байер Ю. П. Место спасения или мучения: образ Русской православной церкви в светских СМИ во время пандемии COVID-19 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 448—469. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1748>. (In Eng.)

A PLACE FOR SALVATION OR TORTURE: THE IMAGE OF THE RUSSIAN ORTHODOX CHURCH IN SECULAR MEDIA DURING THE COVID-19 PANDEMIC

*Elizaveta V. RODIONOVA*¹ — *Cand. Sci. (Soc.), Associated Professor at the Department of Sociology of Culture and Communication*

E-MAIL: e.v.rodionova@spbu.ru

https://orcid.org/0000-0002-1787-4025

*Julia P. BAYER*² — *Cand. Sci. (Soc.), Associate Professor at the Department of Social Technologies*

E-MAIL: bayer-yp@ranepa.ru

https://orcid.org/0000-0002-1866-3633

¹ Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

² North-West Institute of Management, branch of RANEPА, Saint Petersburg, Russia

Abstract. Hjarvard in his work “Mediatization and religion” noted that it is becoming increasingly difficult to control public representations of religion in the media. The difficulty is that religious media, religious journalism, and “banal religion” speak very different languages. During the pandemic, a debate broke out among believers and non-believers about whether to close churches and parishes on the quarantine period. By the decree of the Patriarch, all services in churches were to be performed without the participation of the parishioners. The secular media did not stay away the discussion either. In our study, we analyse a number of texts (articles) from three major news portals: Fontanka.ru (regional level, Saint Petersburg), the newspaper “Arguments and Facts” (Federal level) and the newspaper “Moskovsky Komsomo-

МЕСТО СПАСЕНИЯ ИЛИ МУЧЕНИЯ: ОБРАЗ РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ В СВЕТСКИХ СМИ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19

РОДИОНОВА *Елизавета Валерьевна* — кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии культуры и коммуникации, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

E-MAIL: e.v.rodionova@spbu.ru

https://orcid.org/0000-0002-1787-4025

БАЙЕР *Юлия Паулевна* — кандидат социологических наук, доцент кафедры социальных технологий, Северо-Западный институт управления РАНХиГС, Санкт-Петербург, Россия

E-MAIL: bayer-yp@ranepa.ru

https://orcid.org/0000-0002-1866-3633

Аннотация. В работе «Медиатизация и религия» С. Хьярвард отметил, что становится все труднее контролировать публичные репрезентации религии в СМИ. Сложность заключается в том, что религиозные СМИ, религиозная журналистика и «повседневная религия» говорят на разных языках. Во время пандемии среди верующих и неверующих разгорелись споры о том, закрывать ли церкви и приходы на период карантина. По указу патриарха все службы в храмах должны были совершаться без участия прихожан. Не остались в стороне от обсуждения этого вопроса и светские СМИ. В нашем исследовании мы проанализировали ряд текстов (статей) трех крупных новостных порталов. Это портал «Фон-танка» (региональный уровень, Санкт-Петербург), портал газеты «Аргументы

lets" (regional level, Moscow). Articles were analysed for the period from March 15 to June 15, 2020. The main working hypothesis was the assumption that the image of the Russian Orthodox Church (ROC) in the secular media would change depending on the actions of the Church itself during the pandemic, but in general it would be reproduced rather in a negative way. The content analysis of the data confirmed this hypothesis, both for the media and for their audience. The desire of the ROC to perform services during the pandemic was considered in the media as a wrecking activity that threatens the lives of parishioners. Also The Russian Orthodox Church in the pandemic intensified the process of digitalization of interaction with parishioners.

Keywords: mediatization, Russian Orthodox Church, secular media, digitalization, social stereotypes

и факты» (федеральный уровень) и портал газеты «Московский комсомолец» (региональный уровень, Москва). Статьи анализировались за период с 15 марта по 15 июня 2020 г. Основной рабочей гипотезой было предположение, что имидж Русской православной церкви (РПЦ) в светских СМИ будет меняться в зависимости от действий самой Церкви во время пандемии, но в целом воспроизводиться скорее в негативном ключе. Данные контент-анализа подтвердили эту гипотезу как для СМИ, так и для их аудитории. Желание РПЦ вести богослужения во время пандемии было расценено в СМИ как вредительство, угрожающее жизни прихожан. РПЦ в период пандемии активизировала процесс цифровизации взаимодействия с паствой.

Ключевые слова: медиатизация, Русская Православная Церковь, светские медиа, цифровизация, социальные стереотипы

Introduction & Theoretical framework

The modern world has experienced shock caused by the coronavirus pandemic: traditional economic chains, cultural ties have been disrupted and personal communication has become a luxury. Some people lost their jobs and livelihoods, while for others the time of quarantine and self-isolation has become a real psychological “test of strength”.

The Church is one of the main social institutions that is supposed to meet the spiritual needs of the population together with science, art as well as spiritual leaders of all kinds, coaches and media influencers. For science as a social institution, pandemic time was rather hard because of incapability of science to answer many questions concerning nature of disease and ways of its treatment.

In times of crisis and ambiguity the Church is supposed to meet the spiritual needs of the population, and the way this social institution acted during the global pandemic when the population was in extreme need for support and comfort (being isolated and in a state of fear for their lives) has become the subject of our studies. In these pandemic times, communications between the Church and the population we consider to be a kind of “moment of truth”. But we should not forget, that during the coronavirus pandemic, ordinary people were not able to participate in the life of the Church and

could only get the necessary information about church services and parishes from various media.

During the pandemic, the role of the media has increased significantly, and they have become the only source of information about life outside the apartment, house, room, where ordinary people were isolated.

In such difficult times, one can observe how the interception of the leading role in satisfying spiritual needs took place, and here the media has started to play the leading role, since only through various media channels it is possible to address a person in self-isolation. Thus, if we argue in the frame of S. Hjarvard's logic, the media itself has become "religious" institution, thus, competing with religion for the right to satisfy the spiritual needs of the population [Hjarvard, 2008].

The Church is among those social institutes in our contemporary society that is supposed to meet the spiritual needs of the population. Though we do realize that there are already other institutions that have taken over the function of the Russian Orthodox Church (ROC), in this very article we will focus on the ROC. It is obvious that trust in the church has been steadily declining even before the outbreak of the pandemic. So, we will consider and put under research such a problem as how an external shock (coronavirus) affected coverage of a church institution that was already in crisis in media. That is, we can surely say that the Russian Orthodox Church, enduring a long-term communicative crisis, in the pandemic times was facing a challenge of fast and adequate communication with authorities, media and parishioners.

It would be fair to note that religious organizations, and, above all, the Russian Orthodox Church, was already in, to put it mildly, in not easy connection with the mass media and thus, its image in public opinion was no longer perfect.

D. Uzlaner, analyzing these processes, concludes that today the "Pro-Orthodox consensus" is being destroyed and new points of contradictions and conflicts are being formed both within the ROC itself and between the ROC and various actors in social life [Uzlaner, 2020].

It should be noted that during the 90-s various sociological studies showed both an increase in the number of believers and a high level of trust in the ROC [Sinelina, 2013; Chesnokova, 2005; Furman, Kaariainen, Karpov, 2007]. D. Furman, V. Karpov and K. Kaariainen believed that there is a Pro-Orthodox consensus in Russian society as one of the most striking manifestations of the so-called "religious revival" in post-Soviet Russia. Using this concept, they expressed the idea that the "good" and "very good" attitude to Orthodoxy becomes a strong and "unconditional" attitude of the vast majority, almost universal [Furman, Kaariainen, Karpov, 2007: 20]. This consensus is nationwide, "because the proportion of 'positive' and 'very positive' attitude to Orthodoxy is significantly greater than the proportion of believers" [ibid.: 22]. Paradoxically, not only believers but also the vast majority of those who identify themselves as "hesitating", "non-believers" and even "atheists" are "good" about Orthodoxy [ibidem].

The problem of pandemic and its reflections in media is actual too. Among recent publications on COVID-19 and media content analysis there should be noted an article by Ogbodo et al. "Communicating health crisis: a content analysis of global media framing of COVID-19" [Ogbodo et al., 2020]. The study investigates the global media framing of coronavirus. Ogbodo et al. argue that periods of health crisis such as the

outbreak of coronavirus pandemic add to the enormous burden of the media in keeping people constantly informed. The conclusions of this study we took into account in our research and they coincided with the results of studies mentioned above: (1) Global media coverage of COVID-19 was high, but the framing lacks coherence and sufficient self-efficacy which can be associated with **media's obsession for breaking news**; (2) The preponderance of these frames not only shapes public perception and attitudes towards the pandemic but also risks **causing more problems for those with existing health conditions due to fear or panic attack**.

So far, the study by Ogbodo et al. is one of many most related to that of ours and it shows that mass media's as well as general population's reaction to crisis is all similar in whatever country is being taken into the research. Other publications on the subject all seem to be alike in observing, interpreting and extrapolating the situation, as well as its conclusions about media seeking for getting attention, uplifting ratings, thus, earning money and increasing of panic among consumers of this media as a result [Ogbodo et al., 2020].

It should also be taken into account that in recent years there has been no growth in the number of believers, and trust in the ROC is declining, in particular under the influence of the media. Another sign of the new reality is that religion is at the center of constant conflicts that are widely discussed in the media [Filatov, 2014; Rodionova, 2018]. E. Rodionova notes that there are contradictions concerning Orthodox organizations [Rodionova, 2018]. On the one hand, sociological research shows a high level of approval of the Church's activities. She underlines that the mass media in the news series constructed a conflicting image of the public perception of the ROC. According to the sociologist, religious contradictions or events that are somehow related to the sphere of activity of the ROC become conflictual due to dramatization in the media. Conflicts arise only when religious problems and issues are brought into the political and economic field, where there is a struggle for resources.

It should be noted that modern mass media — television, radio, Internet, messengers, and telegram channels have a huge power and influence. If earlier it was usual to consider the media as one of the social institutions in society, which performs certain functions by interacting with other social institutions, then in the last 15-20 years sociologists, philosophers are talking about the mediatization of society. The study of the processes of mediatization of society is developing in two directions:

1. *Institutional*, which is presented in the works of S. Hjarvard [Hjarvard, 2008, 2012], K. Lundby [Lundby, 2011], M. Lövheim [Lövheim, 2011];
2. *Socio-constructivist*, which is developed in the works of A. Hepp [Hepp, 2020] and N. Couldry [Couldry, 2012].

For both of these traditions, the process of mediatization is the basis for research, despite the different logics of building these studies and different theoretical paradigms. It includes research on mediatization of politics, science, and religion [see, for example, Krotz, 2009; Hepp, 2020; Campbell, 2013]. Thus, we can say that the role of both media and mediatization processes is significant and relevant for research.

We should take into account contemporary global trend that all social institutions are forced to change the way they interact with their participants, as there is a technological change and expansion of the possibilities for this interaction, and these technical

capabilities in many ways force social institutions (including religious ones) to obey the logic of the media. It is for this reason that the possibility of online confession is being discussed. The genre of conversations with a priest is being developed and popularized in a real TV studio with elements of such journalistic traits as a provocation, dramatization, infotainment, and others. Spiritual leaders conduct their blogs. This kind of development, digitalization, and computerization of traditional forms of religious interaction are of great interest. However, it is necessary to understand that such genres have their narrow audience which is interested in them and may even know the main issues of religion and faith. For such an audience, modern religious organizations, including the ROC, are actively developing various religious media — TV channels (“SPAS”, “Mir”), glossy magazines (“Foma”, “Vinograd”), Telegram channels, and social media communities.

But what is significant — how the secular media represent the activities of religious organizations, as they influence the formatting of opinions about them and their image in the eyes of the public. And it is undoubtedly the Russian Orthodox Church that occupies a special place here, as one of the key religious organizations in our country.

We believe that the modern ROC is losing out in information policy to the modern media, which, in fact, carry out this policy for the Church itself, and implements it, of course, in its own interests and by its specific methods. We should understand that media have a great influence on forming stereotype attitudes to the various problems, issues, and themes. That is, if the individual has no individually or within the family formed attitudes on certain problems or issues, he/she is influenced by the media. W. Lippman, in his classic work “Public opinion”, described this process as following: “We are told about the world before we see it. We get an idea of most things before we directly encounter them. And if the education we have received does not help us clearly understand the existence of these biases, then they control the process of perception” [Lippman, 2004: 57].

It happens pretty often that the opinion about a particular event is already formed by journalists for us. This, of course, makes it easier to receive and digest information from a large flow of it, but often excludes the possibility of a critical understanding of it for most recipients. In this way, journalists take the role of opinion leaders, promoting their vision of the world, events, and cause-and-effect relationships to a wide audience [Kirsanova, Korotina, 2011].

Thus, we can say that the media can largely determine the image of the ROC, the attitude to its activities in public opinion.

The point here is the fact that the media construct their field of meanings for the actions of the ROC, omitting the religious component, or describing it in completely different concepts and terms [Khroul, 2018].

A. Semenova and M. Korsunskaja emphasize that the cultural power of journalism is rooted in its ability to mobilize faith and consent in the public consciousness through the reporting of stories, facts, etc., which are perceived as the most likely because they are journalistic [Semenova, Korsunskaja, 2010]. Thus, the scholars argue that the producers of journalism are forced to constantly assert and confirm their status by methods that demonstrate “plausibility” to the audience. Journalism, therefore, is an ideological power communication that not only provides facts but also offers a way to understand them and make sense of these facts [ibidem].

That is why the vector of secular media's work with the Russian Orthodox Church is of empirical interest. Can these trends, mentioned by Khroul [Khroul, 2018], Uzlaner [Uzlaner, 2020] and others, be confirmed?

To identify the object of our study correctly, namely secular media, we will rely on the concept of the mediatization of religion by S. Hjarvard [Hjarvard, 2012]. He was sure that mediatization not only affects other social fields or institutions in a variety of ways but also signifies a new social and cultural condition in which the media in general come to serve a different role in culture and society [ibidem].

S. Hjarvard supposes that the mediatization of religion is changing the public representation of religion and is evoking both a decline and a transformation of religious organizations, practices, and beliefs. He suggested *three different forms of mediatized religions* and each of these involves a particular way of communicating about religion in the public sphere: (1) *religious media*, (2) *journalism on religion*, and (3) *banal religion* [ibid.: 24].

Let's give a brief overview of what each of these notions means according to S. Hjarvard. When we speak about the first form — *religious media* we think about media organizations and practices that are primarily controlled and performed by religious actors. This control can be conducted collectively (by a church) or individually [ibid.: 28]. Examples of such religious media in Russia are TV channels "SPAS" and "MIR", radio stations "Maria" or "Grad Petrov".

The second form is connected to media, which through genres, portray religion through the frames of secular society, often involving a critical discourse on religious organizations [ibid.: 31]. The examples of such *journalism on religion* can be found everywhere in secular media. When we watch the TV-reportage about Orthodox Easter, or Islamic Ramadan or read news about Deacon Andrey Kouraev in the newspaper "Arguments and Facts"¹, these are examples of journalism on religion.

The third form of mediatization can be found everywhere in pop culture — it means the use of religious symbols and rituals in everyday life, for example, advertisement, popular situation comedies, TV-series. S. Hjarvard explains that "*banal religion* makes use of a variety of rituals and symbols from institutionalized religions (e. g., crosses, monks and prayers) as well as folk religions (e. g., black cats, witches, and vampires), but mixes and rearticulates them in new contexts relatively independent of their traditional meanings" [ibid.: 35].

Thus, based on the theoretical views of S. Hjarvard, we consider the secular media and the peculiarities of forming the image of the ROC in them during the coronavirus pandemic as the object of our research.

While studying the peculiarities of forming the image of the ROC in the media we assume that the key point is the concept of "meaning", which is the factor of selecting newsworthy events in huge information flow. D. Gavra, for example, also points out the role of journalists in this process. It is the subjective human factor that affects whether a particular event goes into news and whether a particular event is "newsworthy" [Gavra, Dekalov, 2018].

Thus, events that occur in religion are transmitted to us through the prism of the perception of a particular journalist and editor of the publication. If we take into account

¹ Andrey Kouraev — Russian religious and public figure, writer, theologian, philosopher.

that dramatization of information messages as a way of forming public opinion takes place and this principle is actively used not only by domestic but also by world media, then it becomes obvious which events are being regularly chosen for publication, including in the sphere of religion.

The question arises as to whether such trends exist, and what is the role of the media in these processes. We need to decide how we understand what the media is and how we are going to explore it. The concept of mass media has a long history, but due to the transformation of information transmission channels, it is very difficult to isolate the media according to the traditional principle — print, television, radio, and the Internet. The vast majority of traditional media now have their electronic duplicates, where they promptly publish the latest news. Radio stations and TV channels also broadcast through their Internet portals, complementing them with constant interaction with the audience through groups in social networks and various messengers (Telegram, WhatsApp). Such a variety of channels for transmitting information puts the researcher in a difficult position. We consider that it is necessary to choose information platforms and justify this choice in order not to be drowned in the flow of analyzed data. In our case, by *media* we mean information portals aimed at a mass audience (more than ten thousand subscribers, listeners, viewers), operating on different platforms, and interacting with the audience through different communication channels (groups in social networks, telegram channels, messengers, forums). The structure of such media can be represented as follows (see figure 1):

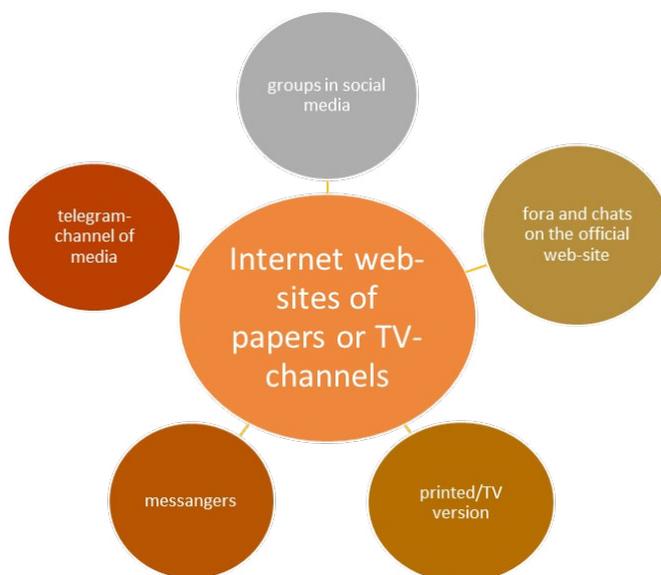


Fig. 1. The structure of contemporary media

Figure 1 shows the structure of modern media and it includes many channels of interaction with the audience, and for media with history, the traditional format (print-

ed edition, TV broadcast) takes a back seat and becomes only a brief repetition of what is published on the website of the information portal. *Media is an information hub that includes a set of information distribution channels and, depending on the goals, objectives, and specific conditions of communication, the core of the media is an Internet website where the main news materials are published. In addition to the site as the core of the media, a specific channel or several channels for transmitting information are selected: a traditional print format (or TV broadcast), groups in social networks, forums and chats for interacting with the audience, and a telegram channel for quickly spreading information among subscribers.*

Research techniques & Results

Thus, the object of our analysis is the core of this media structure, namely the Internet site. The focus of our research is on secular media, for which religion and religious topics are not the key issues for coverage. For the analysis, we selected several news portals. When choosing news portals, we relied on data from “Medialogy” and “Mediascope”². According to data from “Medialogy”, “Arguments and Facts” and “Moskovsky Komsomolets” are among the top ten newspapers in terms of citations in Russia (see tables 1 and 2).

Table 1. **Summary table for news publications based on the data from “Medialogy”**

News edition, portal	Citation Index	Social media hyperlinks
Arguments and Facts	144.96	587 999
Moskovsky Komsomolets	455.37	360 811
Fontanka.ru	386.53	121 423

* Analyzed period: May 2020.

Additionally, the data from “Medialogy” were compared with the data from “Mediascope”.

Table 2. **Summary table for publications based on the data from “Mediascope”**

News edition, portal	AIR, thousands of people	AIR, %
Arguments and Facts	3996.2	6.5
Moskovsky Komsomolets	504.4	0.8

* Analyzed period: December 2019 — April 2020.

** AIR (Average Issue Readership) or Audience of a single issue: the average number of readers of a single issue of the publication. It can be expressed in thousands of people or as a percentage of the represented population.

² “Medialogia” is a Russian company that develops an automatic system for monitoring and analyzing media and social networks in real time. “Medialogy” products are used by leading commercial companies, government ministries and departments, as well as regional administrations. “Medialogia” automatically processes 500 thousand media messages and 100 million social media messages per day. For more details see URL: <https://www.mlg.ru/> (date of access: 23.12.2020). “Mediascope” is a technological research company, the leader of the Russian market of media research, advertising and media monitoring. For more details see URL: <https://mediascope.net/en/> (date of access: 23.12.2020).

Based on the results of data analysis of the two companies, we identified two newspaper portals “Arguments and Facts” and “Moskovsky Komsomolets” at the Federal level, as they were presented in the data of both “Medialogy” and “Mediascope”. This was the reason for including them in the sample. The rest of the top media are not included in two ratings at the same time, they are mentioned either in one (“Medialogia”) or in the other (“Mediascope”). The Portal “Fontanka.ru” was involved in the study, as it is the only regional news website included in the top ten Federal media³. In developing the Protocol for content analysis of the media, we relied on the methodology developed by the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences and described in detail by A. Semenova, and M. Korsunskaja in the book “Content analysis of mass media: problems and practices” [Semenova, Korsunskaja, 2010].

The study aimed to identify the main components of the image of the ROC constructed in the media during the pandemic. Following this goal, several tasks were formulated:

- Identification of the ratio of positive and negative publications on the effectiveness of the ROC during the pandemic;
- Highlighting the main parameters that construct a negative image of the ROC;
- Highlighting the main parameters that construct a positive image of the ROC;
- Identification of information priorities of news portals;
- Highlighting the main topics in describing the activities of the ROC during the pandemic in the media.

The empirical base of the research consisted of publications in the media for the period from 15.03.2020 to 15.06.2020, which were dedicated to events and actions of the Russian Orthodox Church during the Covid-19 pandemic. The analyzed period covers the most severe quarantine requirements and contains the largest number of publications on the topic. During the selected period, 94 articles were published on the “Moskovsky Komsomolets” portal, 44 publications on the “Arguments and Facts” website, and 41 articles — on the “Fontanka.ru” portal. Thus, the total number of publications we analyzed, was 179 articles.

The unit of analysis in this study was an article about the ROC, published during the pandemic. The search was performed automatically through the search engine of the analyzed sites. In the search bar, the label “ROC” was formulated and then all the articles, where there is a mention of *the* ROC published during the pandemic, were highlighted.

The account units were article volume (number of lines), the section for publication, type of publication, and main actors of the article. Content analysis was performed in two stages: at the first stage, manifest encoding was performed, data was entered into the “SurveyMonkey database”⁴, and at the second stage, additional analysis of data in the database was performed by semantic blocks (latent encoding).

The main working hypothesis of the study was the assumption that the image of the ROC in the media will change depending on its actions, but, in any case, it

³ For more information about the rating, see URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/7491/> (date of access: 12.06.2020).

⁴ For more information about the program, see URL: <https://www.surveymonkey.com> (date of access: 23.12.2020).

will be more negative than positive. Articles about positive (for example, charitable) activities of the ROC will be presented at a minimum.

The discussion of the results

Let's look at the results of media content analysis. Since the number of articles for each of the sources is less than 100, we use data in percentages when describing the total array, and in absolute values for individual sources. The number of publications varies depending on the period. When compiling the content analysis Protocol, we divided the entire pandemic period into two-week segments, since this is the period during which significant changes could occur both in quarantine measures and in the activities of the ROC.

From the data presented in table 3, we can see that the largest number of publications, almost a third of the total analyzed array, were published between April 16 and April 30. A significant amount of material about the ROC and the pandemic is present and 41 articles on the topic were published in the first two weeks of the quarantine from April 01 to April 15. After April 30, the number of publications goes down and consistently decreases every two weeks.

Table 3. *Distribution of publication materials by a quarantine period*

Quarantine period	Percentage of total articles analyzed (%)	Number of publications
March 15–31	24.0	43
April 01–15	22.9	41
April 16–30	27.9	50
May 1–15	11.8	21
May 16–30	10.1	18
June 01–15	3.3	6
Total	100	179

The fact that the largest number of publications appeared in the media in the period from April 16 to April 30 can be explained by the presence of relevant information occasions: April 12 was Palm Sunday, and on this day many people gathered for the service in different regions of the country, April 19 was Easter, and one of the key issues was the question of holding festive services on this day in churches.

But the second largest number of publications is the pre-quarantine period from March 15 to March 31, 2020, and here we see almost a quarter of the total volume of analyzed articles. Since the population in this period had an extreme need to get information about new living rules and conditions during the pandemic. Hence this time can be described as the most difficult in implementing communication. Still, media, with a large volume of published information on the topic, did not satisfy the needs of the audience. Thus, we can say that the huge *amount* of information was not compensated by its *quality*.

To understand the hottest and most discussed events and topics related to the activities of the ROC, let's look at the results of latent encoding. Let's briefly describe

this procedure. The content analysis Protocol included an open question about the topic of each analyzed publication and a brief description of the topic of the article or publication. After the entire data set was collected, the texts of this open question were analyzed again, and each topic was assigned a tag. During latent encoding, ten such labels were allocated, i. e. ten key events related to the ROC that the media wrote about and which received the greatest public response:

1. Covid-19 Disease.
2. The closure of churches.
3. Financial assistance to parishes and the Russian Orthodox Church.
4. Prayer service from coronavirus.
5. Prayer against coronavirus.
6. Violation of the quarantine ban by ROC representatives.
7. New rules of service in the ROC.
8. ROC assistance to patients with coronavirus.
9. Events in the Ural monastery — Monk Sergius⁵.
10. Death from coronavirus.

Table 4 shows the thematic ratio of publications in different periods of quarantine and pandemic.

Table 4. Thematic correlation of materials in different periods of the pandemic (number of articles)

Label /Period	March	April		May		June	Total for the entire period
	15–31	1–15	16–30	1–15	16–30	1–15	
Disease-coronavirus	2	3	13	1	3	0	22
The closure of churches	12	16	9	0	1	0	38
Financial assistance to parishes and the Russian Orthodox Church	0	0	1	1	2	0	4
Prayer service from coronavirus	6	6	2	0	0	0	14
Prayer against coronavirus	4	0	1	2	1	0	8
Violation of the quarantine ban by ROC representatives	6	6	8	2	2	0	24
New rules of service in the ROC	12	6	4	1	4	4	31
ROC assistance to patients with coronavirus	1	1	5	3	2	0	12
Events in the Ural monastery	0	0	0	0	2	1	3
Death from coronavirus	0	3	7	11	1	1	23

⁵ Sredneurskaya abode was “captured” by the infamous schemer Sergiy (Romanov), who previously publicly denied the existence of the coronavirus and called for a fight against “mass chipization of the population”. The Church leadership forbade him to preach, and later to serve, but the rebellious monk decided to act differently. Father Sergius gained popularity among the faithful in the early noughties, when he became the first Abbot of the monastery in Ganina Yama. The monastery is especially revered by many Orthodox Christians as the place of the first burial of the remains of the Royal family.

Out of 43 publications made during this period, 12 discussed the issue of closing churches for the period of quarantine, another 12 articles reported on the new rules for conducting services in churches, 6 articles were devoted to the violation of the quarantine ban in different parishes, as well as 6 publications were devoted to prayers against coronavirus, which were held in different parts of our country. Only 2 articles reported on the disease, representatives of the clergy, 1 article discussed how the ROC will help patients with coronavirus, and 4 articles discussed the prayer from the coronavirus proposed by Patriarch Kirill.

We can see that at the initial stage there was an active discussion of the need to close churches for quarantine, and there was no consensus among the clergy on this issue. In the second stage, from April 01 to April 15, the issue of closing churches also remained the main one, but there were publications about the illness and death of clergy from coronavirus. If at the first stage there were only two publications on the illness of the clergy, then at the second period, the number of articles on the illness and death of the clergy tripled and amounted to 3 notes on the illness of priests and 3 more articles on the death of clergy members from coronavirus.

The largest number of publications occurred during the third phase of the pandemic, from April 16 to April 30. The topic of 20 out of 50 articles during this period is the illness and death of priests from coronavirus. Articles in this period are a summary of the battlefields. In second place in the number of publications during this period is the topic of closing churches (9 articles) and another 8 articles describe how the ROC violates the quarantine ban. Thus, the image of the ROC was constructed as a source danger of infection, as a social institution that does not fulfill its social function of spiritual support, which is especially relevant in the crisis period.

Against the background of the total number of negative publications, 5 articles about the ROC's assistance to believers during the pandemic remained almost unnoticed.

In the next, fourth stage of the pandemic, from May 01 to May 15, the number of publications on the death of priests from coronavirus increases (11 articles), but the number of publications on the disease of priests decreases (only 1) so that the total number of publications on the disease and death from coronavirus among the clergy decreases to only 12 articles.

On the fifth and sixth stages of the pandemic, there is a steady decline of media interest in the activities of the Russian Orthodox Church and a reduced number of publications on the subject, and if in the fifth stage there are 18 articles on the subject, then at the last stage there are just 6. This can be explained by the fact that the quarantine restrictions were canceled, and churches and parishes resumed their work as usual.

One of the main markers of the importance of the topic of the published material is the volume of the article. It should be noted that we are limited by the cognitive and research potential of content-analysis as a method. This method supposes using a number of quantitative indicators. And in classical content-analysis the volume of the article is the marker of its "newsworthy" [see, for example, Semenova, Korsunskaja, 2010]. Surely in the frame of qualitative methods this indicator should be explained and justified relying on the notion of importance. But the limits of quantitative content-analysis do not allow to dig in this almost philosophical problem very deep.

The data presented in table 5 shows that there is a significant interest in the information events that the ROC creates. Small notes up to 10 lines make up only 15% of the total volume of publications, the most frequent are medium-sized publications from 11 to 30 lines, but there is also a certain number of very large, expanded publications, so-called long reads (14%). 10% are articles of volume from 31 to 50 lines.

Table 5. The volume of published articles on the research topic

Number of lines	%	Number of publications
Less than 10 lines	15.2	27
From 11 to 30 lines	60.7	108
From 31 to 50 lines	10.1	18
More than 51 lines	14.0	26
Total	100	179

Next, we will consider the main genre features of coverage of the ROC's activities during the pandemic. At the stage of development of the content analysis Protocol, when identifying the main genres, we relied on the work by A. Kolesnichenko "The principles of journalistic activity" [Kolesnichenko, 2018].

And in our case, we mean by an informational note-Informing about the event through answers to the main questions (*Who? What? Where? When?* and others) and in descending order of importance of the information. In some cases, it may be expanded, in some cases, it may be short. An analytical review is the presentation of a thesis and its subsequent proof or clarification based on facts and expert assessments with a detailed description of the situation and an overview of various points of view on the topic of the publication. An interview as a genre is a conversation with a person on a given topic or issue [ibidem].

Table 6 presents data on the type of publications, and we see that information notes predominate, there is some part of analytical reviews, but it is only 13% of all materials. Data from tables 5 and 6 correlate with each other, and the analytical review in most cases is a large article with more than 50 lines. If we are talking about such a genre as an informational note, then most of them are not short news, but rather a detailed news item with a volume of 11 to 30 lines.

Table 6. Distribution of materials by the type of publication

Type of publication	%	Number of publications
Information note	82.0	146
Interview	5.0	9
Analytical overview	13.0	24
Total	100	179

These data show us that the media has a great interest in the activities of the ROC and events that take place in the bosom of the Church, but all the news touch non-religious topics. Here we see confirmation of S. Hjarvard's thesis that the media

are interested in religion, religious issues, and problems, but represent them with their language tools and techniques, guided primarily by editorial policy and current news agenda [Hjarvard, 2012]. An extremely small share of interviews in the mass of publications about the ROC in the media indicates, on the one hand, that representatives of the ROC are not sources of information about its activities, on the other hand, it may be part of the media’s information policy, which seeks to give its vision, thus replacing the function of a religious institution in society.

The significance of the ROC for society is constructed by placing materials in the relevant sections. Consider the thematic distribution of articles by section, which is presented in table 7, more than half of the publications (56.7 %) are presented in the section “Society” and almost forty percent (39.3 %) are presented in a special section called “Chronicles of the Pandemic”. This subsection was also on the portal of “Moskovsky Komsomolets” and the portal of “Arguments and Facts”. Thus, the ROC as a social institution appears in the media as an important participant in social processes and as an organization that contributes to the spread of the pandemic.

Table 7. Distribution of materials in sections

Website section	%	Number of publications
Politics	2.3	5
Society	56.7	101
Culture	1.1	2
Accidents	0.6	1
Other (Pandemic Chronicles)	39.3	70
Total	100	179

It is interesting who is represented as a subject of religious relations in various publications. We hypothesized that the main actor will be the clergy and through various negative events its image will be constructed negatively, but this hypothesis was only partially confirmed (see table 8).

Table 8. Main actors of publications (more than one response, the total number of responses received is not equal to 100%)

Actors	%	Number of publications
Priests, clergy	54.8	98
Officials, administration	11.8	21
Laypeople, parishioners	49.7	89
Other	2.2	4

The data that are introduced in table 8, show that most articles mention clergy and priests (54.8%), 49.7% of publications refer to laypeople, parishioners, and only 11.8% of actors are officials and administration. If we look at the data for each of the portals separately, we will see significant differences. In the case of the portal of the newspaper “Moskovsky Komsomolets”, our hypothesis was confirmed and in 91 publications out of 94, the actors were priests and clergy. But on the portal “Fontanka.ru” and

“Arguments and Facts” the main actors of publications were laypeople, parishioners (38 articles on the “Fontanka.ru” from 41, and 40 articles on the portal “Arguments and Facts” from 44).

In all the sources analyzed, Patriarch Kirill was one of the main actors, which seems logical, since he is the head of the Church. But other actors also appeared on the “Moskovsky Komsomolets” portal: deacon Andrey Kuraev, shikumen Sergiy — abbot of the Ural monastery, and priest Dmitry Smirnov⁶. Thus, the media during the pandemic voiced not only the official position of the ROC in the person of Patriarch Kirill but also continued to broadcast internal conflicts and contradictions of the ROC, thereby constructing the image of the ROC as an unstable and contradictory institution, even in a period of acute crisis.

We have already noted that the analysis of the entire data set showed that publications of negative content (illness and death of priests from coronavirus, violation of quarantine by parishes) account for almost 40% of all publications. The largest number of such negative publications is contained on the portal of the newspaper “Moskovsky Komsomolets”: 16 articles are devoted to the violation of quarantine, 16 articles — about death from coronavirus, and 14 more — about coronavirus disease among priests. The portal “Arguments and Facts” is characterized by neutral articles devoted to the new rules of worship (11) and the problem of closing churches (13), while there are only 3 articles about death and coronavirus disease and 3 publications about the violation of quarantine in the ROC.

On the “Fontanka.ru”, neutral publications about the new rules of service (10) and the closure of churches (6) also prevail, but there are also articles on negative topics, so about the violation of quarantine — 5 articles, and 9 articles are devoted to disease and death from coronavirus.

It is important not only to analyze the content of articles but also possible comments on them from readers. On the “Fontanka.ru” portal, there is such an opportunity. So readers, subscribers of the portal use it to leave comments under articles. There is also a possibility to comment on the website of the newspaper “Moskovsky Komsomolets”, but no comments were found under the analyzed articles. Subscribers and readers cannot comment on the articles on the portal “Arguments and Facts”.

Conclusions

Interesting and very symptomatic is the fact that comments on publications about the activities of the ROC on the “Fontanka.ru” portal are 85% negative; the remaining number of percentages are neutral and very rarely — positive. Although the nature of the publications themselves about the ROC is mostly neutral, this appears to be surprising. It can be explained by the following reasons.

Firstly, the Church (as well as state authorities) failed to respond quickly to the rapidly changing stressful external conditions. The content analysis of the articles allows us to conclude that the actions of the Church during the pandemic were reactive, and not

⁶ Dmitry Smirnov — the Chairman of the Synodal department for interaction with the armed forces and law enforcement agencies, Dean of the Faculty of Orthodox culture of the Academy of strategic missile forces named after Peter the Great, co-Chairman of the Church-public Council for biomedical ethics of the Moscow Patriarchate. His public speeches and sermons have always been widely discussed. He died October 21, 2020.

always adequate to the increased demands of society. In this situation, the initiative was seized by the media and, as S. Hjarvard said [Hjarvard, 2012], they constructed actions and events in the ROC during the pandemic based on their interests and means of pop culture.

Secondly, we can say that the ROC did not have a ready-made strategic plan for crisis communications, so we obviously cannot define it as a planned information policy. Unfortunately, the pandemic crisis revealed the Church's lack of readiness for operational, proactive information policy, and revealed its certain helplessness in the modern information field, namely in the sphere of secular media. Since it should be noted that the ROC is rapidly developing the most relevant communication trends. Content analysis of the media showed that when describing events in the ROC, one of the main sources of information for them was the official telegram channels of the ROC.

The selection and interpretation of events were left to the secular media, and they presented it in their way. We can make this conclusion freely and base it on the pure statistics that shows that major part of publications about ROC in pandemic times we made not by church representatives but by journalists doing their job. In their articles they were expressing their opinions, very rarely referring to the opinion of the priests or any other ROC officials. It seems logical and somehow reasonable for us, since the ROC and the media are somehow competitors in influencing humans' mind and believes.

The fact of the digitalization and development of electronic communications was recorded in several studies of sociologists, for example, E. Ostrovskaya in her article analyzed women's groups and rabbinical blogs on Instagram and Facebook [Ostrovskaya, 2020] and O. Bogdanova [Bogdanova, 2020] explored the practices of media pastoralism of Orthodox priests based on various websites.

Based on D. Uzlaner's [Uzlaner, 2020] thoughts about the violation of the Pro-Orthodox consensus in society, it can be concluded that this consensus, which has existed for the past 30 years, led the ROC to a state of "communicative insularity". Communicative insularity means that all the actions of its representatives are *a priori* approved and supported by public opinion and the media and do not require neither explanations, nor justifications.

Now we are watching a violation of the "Pro-Orthodox consensus" in society, in public opinion and in the media, the number of critical publications is increasing, and the ROC is not ready for this. Thus, the ROC needs to take the initiative of media communication in the information field to form the desired image itself, and not allow other participants in the media market to do so.

In the media, the image of the ROC as a source of danger of infection was constructed. ROC also appeared as a social institution that does not fulfill its social function of spiritual support, which was especially in demand in the crisis period.

Against the background of the total number of negative publications, 5 articles about the ROC's assistance to believers during the pandemic remained almost unnoticed. Here we see confirmation of S. Hjarvard's thesis that the media are interested in religion, religious issues, and problems, but represent their language means and techniques, guided primarily by editorial policy and current news agenda [Hjarvard, 2012].

An extremely small share of interviews in the mass of publications about the ROC in the media indicates, on one hand, that representatives of the ROC are not sources of information about its activities, on the other hand, it may be part of the media's information policy, which aims to give its vision, thus replacing the function of a religious institution in society. The analysis of the main topics for publications shows that the selection of an informational occasion or event for the publication of an article depends mainly on the information policy of the media.

The results of our content analysis also confirm the conclusions of A. Khroul that "secular media, overcoming the difficulties of communicating with religions that have long been closed, 'hermetic', gradually acquire the necessary skills in dialogue with them and in extracting information that corresponds to the interests and needs of the audience. However, this process is still not easy, because there is a large 'gap' between what the media want to edify and tell the audience about religions, and how religions want to position themselves and what they are trying to put on the national and local media 'agenda'" [Khroul, 2018: 367].

We can freely draw the conclusion that, due to the results of our content analysis, the ROC and the media are somehow competitors in getting the power over the population's mind, whether it is a crisis or not. It only seems that media got more advantage in getting the attention and their ratings high, because it has been "playing on its own field". ROC, on the contrary, being in communicative long-term crisis before, could not cope with the new global challenge. Its informational policy was reactive and rarely pro-active, their leaders were available only through special communication channels and as a result the population did not get expected moral support from the ROC.

We can conclude that there could be pessimistic as well as optimistic scenarios of the situation unfolding:

1. The tendency of ROC declining both in real as well as in virtual space, will increase, initiative of mass media, covering the events, conducting by ROC, will be kept on. This will put ROC in the field of constant social conflicts and contradictions. Religious and spiritual aspects which make the essence of ROC would be diminished.

2. ROC will change its informational policy, activating communicational channels and will cover the spiritual needs as well as helping people to overcome difficult times. This will help this social institution to gain part of its power back and will be appreciated by those who were disappointed in ROC during the "first wave" of COVID-19.

References (Список литературы)

Bogdanova O. (2020) Mediatization of Pastoral Care in the Russian Orthodox Church: Reasons Behind "Ask the Priest." *State, Religion, Church in Russia and Abroad*. Vol. 38. No. 2. P. 207–234. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-207-234>. (In Russ.)

Богданова О. Медиатизация пастырства в Русской православной церкви: предпосылки формирования сайтов с вопросами священнику // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2020. Т. 38. № 2. С. 207—234. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-207-234>.

Campbell H. A. (ed.) (2013) *Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. London; New York: Routledge; Taylor & Francis Group.

Chesnokova V. F. (2005) *Through the Narrow Way: The Process of Churching in Russia in the Late 20th Century*. Moscow: Akademicheskij proekt. (In Russ.)

Чеснокова В. Ф. Тесным путем: процесс воцерковления населения России в конце XX века. М.: Академический проект, 2005.

Couldry N. (2012) *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity Press.

Dobrokhotova M. A. (2014) The Specifics of Orthodox Mediasphere in Russia in the 1990-2000s on the Example of Printed Periodicals. *Perm University Herald. History*. No. 2. P. 134–142. URL: <http://press.psu.ru/index.php/history/article/view/3617/2665> (accessed: 07.12.2020). (In Russ.)

Доброхотова М. А. Специфика православной медиасферы в России в 1990-2000-е годы на примере печатных периодических изданий // Вестник Пермского университета. Серия: История. 2014. № 2. С. 134—142. URL: <http://press.psu.ru/index.php/history/article/view/3617/2665> (дата обращения: 07.12.2020).

Filatov S. (2014) Russian Orthodoxy, Society and Power in Times of Political Turbulence: ROC after the Autumn of 2011. In: Malashenko A., Filatov S. (eds.) *Installation and Dismantling of the Secular World*. Carnegie Moscow Center. Moscow: ROSSPEN. P. 9–41 URL: https://carnegieendowment.org/files/Montazh_i_Demontazh_web_1.pdf (accessed: 07.12.2020). (In Russ.)

Филатов С. Русское православие, общество и власть во времена политической турбулентности: РПЦ после осени 2011 года // Монтаж и демонтаж секулярного мира / под ред. А. Малашенко, С. Филатова. Московский центр Карнеги. М.: РОССПЭН. 2014. С. 9—41. URL: https://carnegieendowment.org/files/Montazh_i_Demontazh_web_1.pdf (дата обращения: 07.12.2020).

Furman D., Kaariainen K., Karpov V. (2007) Religiousness in Russia in the 90-ies. XX — Early XXI Century. In: Kaariainen K., Furman D. (eds.) *New Churches, Old Believers — Old Churches, New Believers: Religion in Post-Soviet Russia*. Moscow, Saint Peterburg: Letnii sad. P. 6–87. (In Russ.)

Фурман Д., Каарияйнен К., Карпов В. Религиозность в России в 90-е гг. XX — начало XXI в. // Новые церкви, старые верующие — старые церкви, новые верующие: Религия в постсоветской России / под ред. К. Каарияйнена, Д. Фурмана. М.; СПб.: Летний сад, 2007. С. 6—87.

Gavra D. P., Dekalov V. V. (2018) The Concept of Communicative Capitalism: Methodological Premises and Paradigmatic Positioning. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*. Vol. 21. No. 1. P. 27–43. <https://doi.org/10.31119/jssa.2018.21.1.2>. (In Russ.)

Гавра Д. П., Декалов В. В. Коммуникативный капитализм: методологические предпосылки и парадигмальное позиционирование // Журнал социологии и социальной антропологии. 2018. Т. 21. № 1. С. 27—43. <https://doi.org/10.31119/jssa.2018.21.1.2>.

Hjarvard S. (2012) Three Forms of Mediatized Religion. Changing the Public Face of Religion. In: Hjarvard S., Lövheim M. (eds.) *Mediatization and Religion: Nordic*

Perspectives. Göteborg: Nordicom. P. 21–44. URL: [https://tors.ku.dk/ansatte/?pure=en%2Fpublications%2Fthree-forms-of-mediatised-religion\(42cc9a14-0b99-4977-a074-85fe696e05be\).h](https://tors.ku.dk/ansatte/?pure=en%2Fpublications%2Fthree-forms-of-mediatised-religion(42cc9a14-0b99-4977-a074-85fe696e05be).h) (accessed: 07.12.2020).

Hjarvard S. (2008) The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*. Vol. 29. No. 2. P. 105–134. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181>.

Hepp A. (2020) The Communicative Figurations of Mediatized Worlds: Mediatization Research in Times of the “Mediation of Everything”. *State, Religion and Church in Russia and Abroad*. Vol. 38. No. 2. P. 98–123. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-98-123>. (In Russ.)

Хепп А. Исследование коммуникативных фигураций медиатизированных миров в условиях «тотальной медиации» // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2020. Т. 38. № 2. С. 98—123. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-98-123>.

Khroul V. M. (2018) Religion in Texts of Mass Communication: Structural-Semantic, Functional and Ethical Aspects: Diss. ... Doct. of Philol. Sciences. Moscow: PFUR. URL: http://dissovet.rudn.ru/web-local/prep/rj/index.php?id=22&mod=dis&dis_id=2283 (accessed: 07.12.2020). (In Russ.)

Хруль В. М. Религия в текстах массовой коммуникации: структурно-семантические, функциональные и этические аспекты: дисс. ... докт. филол. наук. М.: РУДН, 2018. URL: http://dissovet.rudn.ru/web-local/prep/rj/index.php?id=22&mod=dis&dis_id=2283 (дата обращения: 07.12.2020).

Kirsanova L. I., Korotina O. A. (2011) Dramatization of the Information Message as a Way of Forming Public Opinion. *The Territory of New Opportunities. Bulletin of the Vladivostok State University of Economics and Service*. No. 1. P. 102–107. URL: https://science.vvsu.ru/scientific-journals/journal/current/article/id/2145441171/2011_1_10dramatizatsiia_informatsionnogo (accessed: 07.12.2020). (In Russ.)

Кирсанова Л. И., Коротина О. А. Драматизация информационного сообщения как способ формирования общественного мнения // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского Государственного университета экономики и сервиса. 2011. № 1. С. 102—107. URL: https://science.vvsu.ru/scientific-journals/journal/current/article/id/2145441171/2011_1_10dramatizatsiia_informatsionnogo (дата обращения: 07.12.2020).

Kolesnichenko A. V. (2018) The Principals of Journalistic Activity: A Study Guide for Universities. Moscow: Yurayt Publishing House. URL: <https://www.urait.ru/bcode/409787> (accessed: 07.12.2020) (In Russ.)

Колесниченко А. В. Основы журналистской деятельности: учеб. пособие для вузов. М.: Юрайт, 2018. URL: <https://www.urait.ru/bcode/409787> (дата обращения: 07.12.2020).

Krotz F. (2009) Mediatization. A Concept with Which to Grasp Media and Societal Change. In: Lundby K. *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York, NY: Oxford. P. 21–41.

Lippman W. (2004) Public opinion. Moscow. Institute of fund “Public opinion”. (In Russ.) Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

Lövheim M. (2011) Mediatisation of Religion: A Critical Appraisal. *Culture and Religion*. Vol. 12. No. 2. P. 153–166. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579738>.

Lundby K. (2011) Mediatizing Faith: Digital Storytelling on the Unspoken. In: Bailey M., Redden G. (eds.) *Mediating Faiths: Religion and Socio-Cultural Change in the Twenty-First Century*. Farnham: Ashgate. P. 49–62.

Ostrovskaya E. (2020) Media Practices of Russian Speaking Orthodox Jews: Women’s Groups and Rabbis’ Blogs on Facebook and Instagram. *State, Religion, Church in Russia and Abroad*. Vol. 38. No. 2. P. 263–292. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-263-292>. (In Russ.)

Островская Е. Медиапрактики русскоязычных ортодоксальных евреев: женские группы и раввинские блоги в Facebook и Instagram // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2020. Т. 38. № 2. С. 263—292. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-263-292>. (In Russ.)

Ogbodo J. N., Onwe E. C., Chukwu J., Nwasum C. J., Nwakpu E. S., Nwankwo S. U., Nwamini S., Elem S., Iroabuchi Ogbaeja N. I. (2020) Communicating Health Crisis: a Content Analysis of Global Media Framing of COVID-19. *Health Promotion Perspectives*. Vol. 10. No. 3. P. 257–269. <https://doi.org/10.34172/hpp.2020.40>.

Rodionova E. V. (2018) Conflict-Generating Potential of Religious Settings among Megapolis Inhabitants: Based on a St. Petersburg’s Study. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 209–224. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.2.12>. (In Russ.)

Родионова Е. В. Конфликтотенный потенциал религиозных установок жителей мегаполиса: по материалам исследования в Санкт-Петербурге // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018. № 2. С. 209—224. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.2.12>.

Semenova A. V., Korsunskaja M. V. (2010) Content-Analysis of Media: Problems and Practice. Ed. by A. Mansurov. Moscow: Institute of Sociology RAS. URL: <https://www.isras.ru/publ.html?id=1984> (accessed: 07.12.2020). (In Russ.)

Семенова А. В., Корсунская М. В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / под ред. В. А. Мансурова. М.: Институт социологии РАН, 2010. URL: <https://www.isras.ru/publ.html?id=1984> (дата обращения: 07.12.2020).

Sinelina Yu. Yu. (2013) On the Dynamics of Religiosity of Russians and Some Methodological Problems of Its Research (Religious Consciousness and Behavior of the Orthodox Christians and Muslims). *Sociological Studies*. No. 10. P. 104–115. URL: https://www.isras.ru/files/File/Socis/2013_10/Sinelina.pdf (accessed: 07.12.2020). (In Russ.)

Синелина Ю. Ю. О динамике религиозности россиян и некоторых методологических проблемах ее изучения (религиозное сознание и поведение православных и мусульман) // Социологические исследования. 2013. № 10. С. 104—115. URL:

https://www.isras.ru/files/File/Socis/2013_10/Sinelina.pdf (дата обращения: 07.12.2020).

Uzlaner D. (2020) The End of the Pro-Orthodox Consensus: Religion as a New Cleavage in Russian Society. *The New Literary Review*. No. 3. P. 96–116. URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe_literaturnoe_obozrenie/163_nlo_3_2020/article/22227/?fbclid=IwAR3wIDPAuOx4AFCKrvZiY8GeORn0o6m7XEZQfdiWSiDRQh4KeuTgdib5UU0 (accessed: 07.12.2020). (In Russ.)

Узланер Д. Конец проправославного консенсуса: религия как новый раскол в российском обществе // Новое литературное обозрение. 2020. № 3. С. 96—116. URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe_literaturnoe_obozrenie/163_nlo_3_2020/article/22227/?fbclid=IwAR3wIDPAuOx4AFCKrvZiY8GeORn0o6m7XEZQfdiWSiDRQh4KeuTgdib5UU0 (дата обращения: 07.12.2020).

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1708](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1708)



Д. М. Логинов

**СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ РОССИЙСКОГО НАСЕЛЕНИЯ
В ПЕРИОД ОСТРОЙ ФАЗЫ ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

Правильная ссылка на статью:

Логинов Д. М. Социальное самочувствие российского населения в период острой фазы эпидемиологического кризиса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 470—487. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1708>.

For citation:

Loginov D. M. (2020) Social Well-Being of the Russian Population During the Acute Stage of the Epidemiological Crisis. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 470–487. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1708>. (In Russ.)

СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ РОССИЙСКОГО НАСЕЛЕНИЯ В ПЕРИОД ОСТРОЙ ФАЗЫ ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКОГО КРИЗИСА

ЛОГИНОВ Дмитрий Михайлович — кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Института социального анализа и прогнозирования, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия
E-MAIL: loginov-dm@ranepa.ru
<https://orcid.org/0000-0002-2717-6909>

Аннотация. На основе данных социологического опроса, проведенного Институтом социального анализа и прогнозирования РАНХиГС ($N=3500$) в апреле 2020 г., рассмотрены показатели социального самочувствия россиян в период острой фазы эпидемиологического кризиса. Показано, что большая часть населения серьезно восприняла эпидемиологическую угрозу распространения COVID-19 и скорректировала собственное поведение с целью минимизации соответствующих рисков. Типология самоограничительного поведения иллюстрирует наличие двух массовых групп, представители которых характеризуются высоким уровнем самоограничений (высокий уровень самоограничений при значительных эпидемиологических опасениях, высокий уровень самоограничений при отсутствии значительных эпидемиологических опасений). Выявлены риски в сферах доходов и занятости, связанные с ухудшением материального положения граждан и их опасениями потерять работу. Обнаружено, что, основываясь на опыте адаптации к прошедшим периодам экономической нестабильности, значительные группы

SOCIAL WELL-BEING OF THE RUSSIAN POPULATION DURING THE ACUTE STAGE OF THE EPIDEMIOLOGICAL CRISIS

Dmitry M. LOGINOV¹ — Cand. Sci. (Econ.), Senior Researcher at the Institute for Social Analysis and Forecasting
E-MAIL: loginov-dm@ranepa.ru
<https://orcid.org/0000-0002-2717-6909>

¹ Russian Presidential Academy of National and Public Administration, Moscow, Russia

Abstract. Based on the data of a survey conducted by the Institute for Social Analysis and Forecasting (RANEPA) in April 2020 the article considers the Russians' well-being indicators during the acute stage of the epidemiological crisis ($N=3,500$). The study shows that most of the population perceived the threat of COVID-19 epidemic and adjusted their own behaviors to minimize potential risks. According to the types of self-limiting behaviors two large groups were detected, each with high prevalence of self-restrains. The article explores the risks related to income and employment, the worsening of individual's financial situation and individuals' fears of losing the job. Based on the previous experiences of adaptation to the periods of economic instability, large groups of populations intend to adopt a number of adaptation strategies which include lower consumer activities coupled with efforts to find an additional source of income or a side job. The results suggest that there is a mismatch in terms of respondents' approvals of the government decisions: respondents consider the measures aiming to tackle the epidemiological situation to be quite adequate, however

населения предполагают реализовать комплекс адаптационных практик, в число которых входят как снижение потребительской активности, так и активизация усилий на рынке труда, выражающихся в поиске дополнительной работы и приработков.

По результатам исследования наблюдается существенная асимметрия в уровне одобрения респондентами властных управленческих решений: меры, направленные на стабилизацию эпидемиологической обстановки, респонденты считают адекватными, а уровень социальной поддержки населения представляется им недостаточным, следовательно, запрос на расширение социальной поддержки в обществе крайне высок.

Ключевые слова: социальное самочувствие, уровень жизни, социально-экономическое поведение, социально-экономическая адаптация, коронавирус, COVID-19

Благодарность. Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы государственного задания РАНХиГС.

they think that the level of social support is not sufficient, therefore, more efforts to improve social assistance are needed.

Keywords: social well-being, socio-economic behaviour, socio-economic adaptation, coronavirus, COVID-19, living standards

Acknowledgments. The article is part of the research work under the state assignment to RANEPА.

Ситуация, вызванная распространением новой коронавирусной инфекции и реализацией мер противодействия ей весной 2020 г., актуализировала существенные изменения в жизнедеятельности и экономической активности массовых групп российского общества. Сложившиеся социально-экономические условия характеризуются рядом важных особенностей. Во-первых, это «острота момента», поскольку необходимость изменений жизнедеятельности обострилась в течение краткого временного периода. Во-вторых, вынужденными корректировками оказались затронуты все аспекты жизнедеятельности: принципиально изменились параметры занятости и условия осуществления предпринимательской деятельности, возможности поддержания стиля жизни, коммуникационные практики и т. п. В-третьих, ситуация нестабильности возникла на исходе не самого благополучного пятилетия, в течение которого массовые социальные группы, столкнувшись с па-

дением доходов, исчерпали значительную часть имевшегося «запаса прочности», выстраивая практики адаптации к новой реальности второй половины 2010-х годов. И, наконец, новая кризисная ситуация актуализировалась в контрвекторе социальных ожиданий, когда население, в значительной мере адаптировавшись к падению доходов предшествовавшего периода, к концу 2019 г. сформировало ожидания дальнейшей стабилизации и роста благосостояния.

Особенности восприятия различными группами населения макросоциальных перемен и реализуемые на основе этого восприятия поведенческие модели рассматривались в рамках адаптационного дискурса 1990-х годов [Гордон, 1994; Заславская, 1995; Тихонова, 1997; Авраимова, Логинов, 2002]. На фоне экономической стагнации и снижения доходов населения исследования адаптационных практик были актуализированы во второй половине 2010-х годов [Авраимова, Логинов, 2015; Тихонова, Каравай, 2016]. Объемная и комплексная рефлексия последствий разворачивающегося кризиса еще впереди, но уже сейчас очевидна глубина и многогранность вызванных им социально-экономических проблем [Колодко, 2020; Григорьев, Павлюшина, Музыченко, 2020], а также необходимость адекватных комплексных решений, направленных на преодоление его последствий [Полбин, Синельников-Мурылев, Трунин, 2020; Анпилов, Сорочайкин, 2020; Щетинина, 2020]. Оперативный мониторинг складывающейся ситуации подтверждает шоковый характер произошедших изменений и ситуативность адаптационных практик различных социальных групп [Мониторинг мнений..., 2020а; Мониторинг мнений..., 2020б; Аналитический бюллетень..., 2020].

В середине апреля текущего года Институтом социального анализа и прогнозирования РАНХиГС реализован массовый анкетный опрос (3 500 респондентов) по репрезентативной для населения России в возрасте 18-65 лет выборке. Результаты позволяют выявить оценки, ожидания и представления различных групп населения страны о складывающемся социально-экономическом контексте и перспективах его изменения в условиях острой фазы эпидемиологического кризиса весной 2020 года¹.

Актуальность данного исследования определяется не только эксклюзивностью социально-экономического контекста по отношению к предшествующим периодам, но и неопределенностью дальнейшего развития ситуации, что делает особенно важным рефлексию накопленного социального опыта.

Восприятие ситуации и актуализация самоограничений

Около половины опрошенных россиян в апреле 2020 г. назвали ситуацию с распространением новой коронавирусной инфекции в пункте своего проживания серьезной (в том числе 13% — очень серьезной). Чуть более трети опрошенных

¹ Выборка для опроса, проведенного методом телефонного интервью, — случайная систематическая стратифицированная; номера телефонов сгенерированы на основе задействованных DEF диапазонов на территории России, по информации с официального сайта Россвязи по состоянию на 1 января 2020 г.). Диапазоны позволили таргетировать телефонные номера до субъектов РФ для создания территориальных страт. Распределение выборки по стратам рассчитано на основе данных Росстата о численности населения, проживающего на территории выделенных страт, на 1 января 2020 г. Для массива данных рассчитан вес, выравнивающий половозрастную структуру (по информации Росстата). Статистическая погрешность данных исследования при использованном дизайне выборки не превышает 2%. База данных по результатам опроса будет размещена на Портале социологических данных РАНХиГС. Подробнее см.: <https://social.ranepa.ru/> (дата обращения: 15.12.2020).

не имели существенных опасений, а каждый восьмой респондент зафиксировал представления об абсолютной незначимости угрозы.

Особенности формирования выборочной совокупности не позволяют выявить региональную специфику, которая, безусловно, важна вследствие ассиметричных изменений эпидемиологической обстановки. Однако мы имеем возможность рассмотреть территориально-поселенческий аспект остроты восприятия коронавирусной угрозы. Данные, представленные на рисунке 1, показывают, что чем крупнее населенный пункт, тем в большей степени его жители были склонны высказывать опасения. В городах-миллионниках угроза представлялась очень серьезной каждому четвертому, тогда как в прочих городских и сельских поселениях такого мнения придерживались 7%—12% опрошенных. Суммируя группы респондентов, представители которых рассматривали угрозу как серьезную, можно констатировать почти двукратные различия между мегаполисами, жители которых были склонны к наиболее алармистским настроениям, и сельскими жителями, воспринимавшими ситуацию максимально спокойно. Показатели малых городов в большей степени приближены к показателям, отмеченным в сельских территориях.



Рис. 1. Оценка угрозы распространения COVID-19, по типам поселений (%)

Большинство опрошенных (67%) сообщили, что соблюдали режим самоизоляции и социального дистанцирования (кроме необходимых и разрешенных в момент опроса действий, связанных с работой, покупкой продуктов и выгулом домашних животных), и лишь 4% респондентов не предпринимали никаких самоограничительных мер. Важно отметить, что такое поведение очень быстро стало социальной нормой, характеризуя различные поселенческие и возрастные группы в практически равной степени (см. рис. 2).

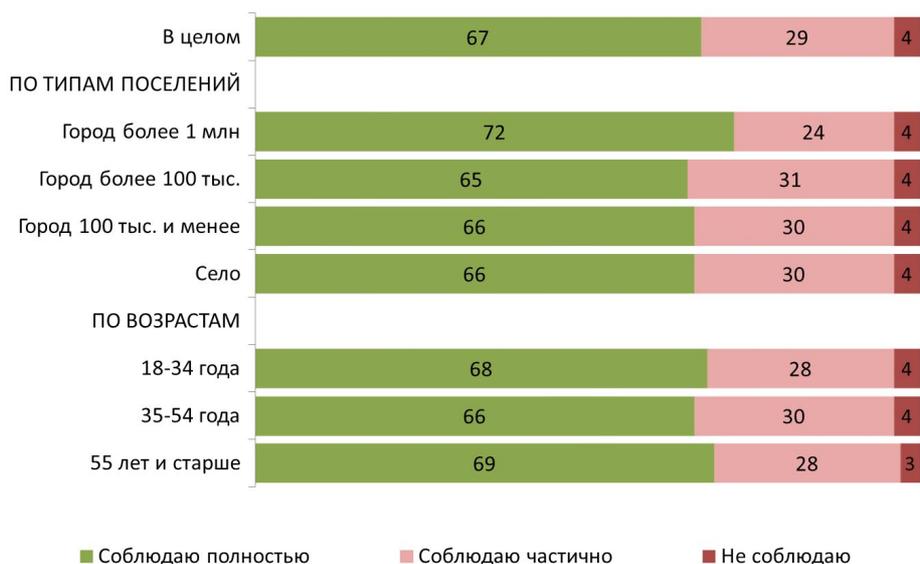


Рис. 2. Соблюдение режима самоограничений, по типам поселений и возрастным группам (%)

На основе комбинирования информации о восприятии респондентами уровня эпидемиологической угрозы и соблюдении ими мер социальной изоляции реализована типология самоограничительного поведения населения, с учетом остроты восприятия эпидемиологической угрозы. Выделяются следующие группы:

1. *Высокий уровень самоограничений при значительных эпидемиологических опасениях*, что предполагает оценку угрозы распространения вируса как очень или скорее серьезную и максимальное соблюдение режима самоизоляции — 36%;
2. *Отсутствие высокого уровня самоограничений при значительных эпидемиологических опасениях*, когда риски представляются серьезными, но максимальный самоизоляционный режим отсутствует — 13%;
3. *Высокий уровень самоограничений при отсутствии значительных эпидемиологических опасений*, то есть соблюдение максимального самоизоляционного режима при оценке вирусной угрозы как незначительной — 32%;
4. *Отсутствие высокого уровня самоограничений при отсутствии значительных эпидемиологических опасений*. В данную группу включены те, кто не придерживается максимального самоизоляционного режима на фоне восприятия соответствующих рисков несерьезными — 19%.

Реализованная типология показывает, что около 55% населения продемонстрировали полное соответствие поведенческих практик своим представлениям об остроте эпидемиологической угрозы. В отношении остальных существует явный (и очевидно позитивный) дисбаланс: существенно чаще несовпадение характеризуется ограничениями в субъективно не очень опасной внешней среде, чем наоборот — когда за восприятием рисков не следуют ограничительные практики.

Рассмотрим социально-демографическую дифференциацию выделенных поведенческих типов.

Как показывают результаты, представленные в таблице 1, поселенческие различия крайне значительны, и в наибольшей мере выделяются жители мегаполисов. Ровно половина из проживающих в крупных городах относится к первому поведенческому типу, демонстрируя самосохранительное поведение на фоне серьезного восприятия существующих рисков. По мере снижения размера населенного пункта актуализация такого поведения снижается, доходя до 23% в сельских поселениях. Наименее подвержен влиянию поселенческого фактора поведенческий паттерн, который предполагает игнорирование рисков. Поскольку сельские жители, как было рассмотрено выше, считали ситуацию наименее опасной, среди них очевидным образом максимально распространены третий и четвертый поведенческие типы, при этом особенности стиля жизни позволили самой массовой группе селян соблюдать осторожность, даже когда это не представлялось им необходимым.

Таблица 1. Типология ограничительного поведения с учетом остроты восприятия угрозы, по типам поселений (% по строке)

Типы поселения	Типы поведения			
	Существенные ограничения при значительных опасениях	Отсутствие существенных ограничений при значительных опасениях	Существенные ограничения при отсутствии значительных опасений	Отсутствие существенных ограничений при отсутствии значительных опасений
Города более 1 млн жителей	50	15	22	13
Города более 100 тыс. жителей	39	15	26	20
Города до 100 тыс. жителей	30	12	37	21
Сельские поселения	23	10	43	24
<i>В целом</i>	36	13	32	19

Возрастные различия (см. табл. 2) проявляются прежде всего в том, что самые молодые респонденты несколько чаще демонстрировали ограничительное поведение на основе актуализации значительных рисков, а представители старшей когорты больше представлены в числе тех, кто принял на себя ограничения, не будучи уверенными в их объективной необходимости.

Поскольку уровень образования традиционно рассматривается в числе параметров, влияющих как на восприятие окружающего контекста, так и на формирование моделей социального поведения, представляется небезынтересным выяснить, как меняется наполненность выделенных групп в зависимости от имеющегося образовательного потенциала. Из данных, приведенных в таблице 3, видно, что наличие высшего образования является фактором, принципиально дифференцирующим остроту восприятия эпидемиологической угрозы и формируемые на основе этого поведенческие практики. Различия между имеющими среднее профессиональное образование и вообще не получившими профессиональной подготовки существенно менее выражены (4-8%).

Таблица 2. Типология ограничительного поведения с учетом остроты восприятия угрозы, по возрастным группам (% по строке)

Возрастные группы, лет	Типы поведения			
	Существенные ограничения при значительных опасениях	Отсутствие существенных ограничений при значительных опасениях	Существенные ограничения при отсутствии значительных опасений	Отсутствие существенных ограничений при отсутствии значительных опасений
18—34	39	14	29	18
35—54	34	13	32	21
55 и старше	34	13	35	18
<i>В целом</i>	36	13	32	19

Таблица 3. Типология ограничительного поведения с учетом остроты восприятия угрозы, по образовательным группам (% по строке)

Образовательные группы	Типы поведения			
	Существенные ограничения при значительных опасениях	Отсутствие существенных ограничений при значительных опасениях	Существенные ограничения при отсутствии значительных опасений	Отсутствие существенных ограничений при отсутствии значительных опасений
Высшее образование	46	14	27	13
Среднее (начальное) профессиональное образование	29	14	32	25
Без профессионального образования	25	10	41	24
<i>В целом</i>	36	13	32	19

Население негативно воспринимает не только эпидемиологический, но и макроэкономический контекст. Лишь около 20% опрошенных сочли его благоприятным. При 6% затруднившихся с ответом почти 74% респондентов охарактеризовали экономическую ситуацию в стране как скорее плохую или плохую, при этом доля однозначно негативных оценок составила 41%. Такая ситуация неизбежно актуализирует в восприятии населения риски социально-экономического неблагополучия и предполагает поиск возможностей микширования этих рисков, что будет подробно рассмотрено нами далее.

Риски снижения доходов и уровня жизни

К концу 2019 г., как показывают данные Мониторинга социального самочувствия², россиянами были сформированы достаточно оптимистичные ожидания

² Мониторинг социального самочувствия проводился Институтом социального анализа и прогнозирования РАНХиГС в период 2015–2019 гг. по репрезентативной для взрослого населения России сопоставимой выборке методом личного анкетного интервью. Реализовано 38 волн опроса; объем выборочной совокупности — 1 600 респондентов в каждой волне. Подробнее см.: URL: <https://www.ranepa.ru/social/informatsionno-analiticheskij-byulleten> (дата обращения: 16.12.2020).

относительно перспективной динамики собственной материальной обеспеченности. Так, при 11% затруднившихся с ответом, 24% опрошенных предполагали улучшение своего материального положения на горизонте предстоящего года, 53% ожидали стабильности, и лишь 12% декларировали предполагаемое снижение уровня жизни. Кризисная реальность первой половины 2020 г. внесла существенные коррективы в реализацию этих планов.

Снижение уровня материальной обеспеченности в период эпидемиологической нестабильности и связанных с этим ограничений оказалось значительным и массовым. Лишь 6% респондентов заявили, что в течение нескольких месяцев, предшествующих опросу, уровень их благосостояния вырос. Более 43% опрошенных зафиксировали сокращение своих доходов, в том числе 20% — существенное.

Ухудшение материального положения в несколько большей степени ощутили представители средневозрастной когорты (см. табл. 4). Как можно предположить, для части молодых людей оказалось возможным оперативно включиться в сегменты рынка труда, минимально пострадавшие в кризисной обстановке или даже получившие в сложившихся условиях потенциал развития. Среди старших возрастов максимальна доля тех, кто свидетельствует о неизменности материального статуса. При этом важно отметить, что в составе каждой из возрастных когорт негативную динамику материального положения отметили более трети опрошенных.

Таблица 4. Динамика материального положения, по возрастным группам (% по строке)

Возрастные группы, лет	Динамика материального положения			
	Улучшилось	Не изменилось	Незначительно ухудшилось	Существенно ухудшилось
18—34	8	49	24	19
35—54	5	48	24	23
55 и старше	3	60	21	16
В целом	6	51	23	20

Выявлены существенные различия, характеризующие представителей различных доходных групп (см. табл. 5). Наибольшие потери понесли респонденты, имеющие материальный статус ниже среднего и низкий, среди последних существенное ухудшение финансового положения отметила половина опрошенных.

Таблица 5. Динамика материального положения, по группам материальной обеспеченности (% по строке)

Уровень материальной обеспеченности	Динамика материального положения			
	Улучшилось	Не изменилось	Незначительно ухудшилось	Существенно ухудшилось
Выше среднего	20	64	14	2
Средний	6	65	22	7
Ниже среднего	3	44	30	23
Низкий	3	27	20	50
В целом	6	51	23	20

Рассмотрим риски, которым оказались подвержены россияне в сфере занятости. Заметное сокращение заработной платы или предпринимательского дохода за прошедшие с начала эпидемии месяцы отметили 24 % опрошенных. При этом показательна существенная отраслевая дифференциация, характеризующая уровень снижения доходных поступлений. В наиболее благополучном положении оказались работники государственных сфер — правоохранительной и управленческой, в которых лишь около 6 % отмечают снижение уровня оплаты труда. Группа отраслей, в которую входят социальная сфера, сельское хозяйство, информационные технологии, финансы, промышленность и электроэнергетика, обеспечили среднюю стабильность: более 80 % занятых сохранили доход в полном объеме. Сотрудники транспортной, строительной и досуговой отраслей пострадали в существенной степени, поскольку около 30 % занятых не смогли сохранить установленную оплату труда. Максимальными оказались потери для занятых в торговле, бытовом обслуживании, общественном питании и гостиничном бизнесе, где доля утративших как минимум часть дохода составила 38 %.

Анализ актуализации иных рисков в сфере занятости показывает, что с сокращением оплачиваемого рабочего времени столкнулись около 16 % наемных работников, а с увеличением трудовой нагрузки, не подкрепленной соответствующей финансовой мотивацией, — 14 %. Задержки оплаты труда и вынужденный уход в неоплачиваемый отпуск несколько менее распространены и характеризуют трудовые позиции, соответственно, 11 % и 8 % респондентов.

Данные, приведенные в таблице 6, показывают, что каждый четвертый из работающих опасается потери занятости в текущем году. Массовые представления о соответствующих рисках свойственны самым разным социально-демографическим группам, что иллюстрирует сложившаяся «кризисную социальную норму». В несколько лучшей ситуации находятся представители молодых и средних возрастных когорт, а также работники, имеющие высшее образование, однако межгрупповые различия крайне невелики.

Таблица 6. Субъективная оценка перспектив потери занятости, по возрастным и образовательным группам (% от работающих, по строке)

Социальные группы	Оценка перспектив потери занятости		
	Скорее могут потерять	Скорее не могут потерять	Затруднились ответить
<i>По возрасту</i>			
18—34 лет	23	70	7
35—54 лет	24	65	11
55 лет и старше	30	61	9
<i>По уровню образования</i>			
Высшее образование	24	68	8
Среднее (начальное) профессиональное образование	25	64	11
Без профессионального образования	27	64	9
<i>В целом</i>	25	66	9

Рассматривая опасения наемных работников относительно возможного ухудшения ситуации в сфере занятости, не связанные с потерей работы, надо отметить, что снижения оплаты труда ожидают 15 % респондентов, а направления в неоплачиваемый отпуск — 24 %. Наиболее распространенные (и практически одинаково значимые) опасения: сокращение оплачиваемого рабочего времени (31 %), задержки зарплатных выплат (31 %) и увеличение трудовой нагрузки без соответствующего повышения оплаты (29 %).

Говоря о краткосрочных перспективах посткризисного развития, население явно склоняется в сторону негативных ожиданий. Безусловно, респонденты надеются на сглаживание кризисной ситуации и преодоление «эпидемиологического шока», поэтому представления о будущем нельзя назвать катастрофическими, но при этом позитивную динамику собственного благосостояния ожидают 15 %, а негативную — почти 29 % опрошенных.

Женщины воспринимают открывающиеся перспективы несколько более критично, но различия по гендерным группам незначительны и составляют лишь несколько процентов. Также крайне невелика дифференциация ожиданий жителей различных поселенческих типов. Определяющим выступает возраст респондентов: представители молодежной когорты отличаются явно большим оптимизмом (см. табл. 7).

Таблица 7. **Представления о перспективной динамике материальной обеспеченности, по социально-демографическим группам (% по строке)**

Социально-демографические группы	Представления о перспективной динамике материальной обеспеченности			
	Улучшится	Не изменится	Ухудшится	Затруднились ответить
<i>По гендерной принадлежности</i>				
Мужчины	17	46	28	9
Женщины	14	46	30	10
<i>По возрасту</i>				
18-34 лет	21	47	23	9
35-54 лет	14	42	32	12
55 лет и старше	9	51	32	8
<i>По типу поселений</i>				
Города более 1 млн жителей	16	40	35	9
Города более 100 тыс. жителей	14	48	30	8
Города до 100 тыс. жителей	15	47	27	11
Сельские поселения	17	50	23	10
<i>В целом</i>	15	46	29	10

Адаптационное поведение

Наращение эпидемиологической угрозы и введенные в этой связи ограничения поставили население перед необходимостью реализации ситуативных адаптационных практик. Как мы рассматривали выше, большинство респондентов в той или иной степени соблюдало меры, направленные против распространения COVID-19, наиболее массовыми из которых были самоограничение на выход из дома (76 %)

и использование средств индивидуальной защиты (72 %). Социальной дистанции старались придерживаться 62 % населения. Каждый третий из опрошенных создал запасы продуктов питания и непродовольственных товаров. Примерно равные группы, составляющие, соответственно, 12 % и 10 %, осуществили временный переезд (как правило, в загородный дом) и активизировали доставку продуктов и других необходимых для себя товаров на дом.

Стратегические решения в сложившейся ситуации объективно затруднены значительным уровнем неопределенности. Однако неблагоприятные ожидания в отношении ближайших перспектив развития экономической ситуации предполагают адаптационные усилия, которые могут применяться различными группами населения для достижения приемлемого уровня благосостояния. На горизонте ближайшего года 42 % опрошенных планируют сокращение потребительской активности, 32 % предполагают найти работу или приработки, 28 % считают для себя возможным и необходимым более активно задействовать возможности личного подсобного хозяйства (ЛПХ), а каждый десятый респондент декларирует планы повышения квалификации за счет получения образования или профессиональной переподготовки (см. табл. 8).

Рассмотрим социально-демографические факторы принятия соответствующих адаптационных решений.

Необходимость экономии актуализирована в первую очередь женщинами. Также сокращение потребительских расходов в большей степени ожидается со стороны городских жителей и обладателей высшего образования, то есть представителей социальных групп, имеющих более сложную структуру потребления.

Активизация усилий на рынке труда, выражающаяся в поиске постоянной работы или приработков, ожидаемо является стратегией сравнительно молодых когорт. Развитые рынки труда крупных и средних городов позволяют их жителям рассчитывать на успешный поиск работы и приработков, но различия по типам поселений в данном случае невелики и составляют около 4-5 %. Респонденты, получившие профессиональное образование (вне зависимости от его уровня), чаще рассчитывают на удержание имеющихся рабочих мест, в отличие от тех, кто не имеет диплома и предполагает необходимость большей мобильности на нестабильном рынке труда.

Повышение образовательного и квалификационного потенциала, по понятным причинам, массово востребовано молодежью, и каждый пятый из опрошенных до 35 лет видит в этом возможность эффективного приспособления к социально-экономическим реалиям. Важно отметить, что такие возможности актуализируются и значительной частью представителей среднего возраста. В несколько большей степени задумываются о получении необходимого образования те, кто имеет вузовский диплом, проживая в крупных и средних городах.

Максимизация возможностей личного подсобного хозяйства очевидно приоритетна для жителей сельской местности, но такая адаптационная практика востребована и горожанами, в том числе и 17 % населения мегаполисов. Надежды на использование ЛПХ (личного подсобного хозяйства) увеличиваются с возрастом, когда шансы эффективного использования иных стратегий снижаются, и в большей степени свойственны женщинам.

Таблица 8. Планируемые адаптационные практики, по социально-демографическим группам (% по строке, допускалось более одного ответа)

Социально-демографические группы	Планируемые адаптационные практики			
	Экономия	Поиск работы/приработков	Получение образования	Активизация ЛПХ
<i>По гендерной принадлежности</i>				
Мужчины	37	34	12	24
Женщины	47	30	9	33
<i>По возрасту</i>				
18—34 года	42	37	19	19
35—54 года	43	33	8	28
55 лет и старше	41	21	2	43
<i>По уровню образования</i>				
Высшее образование	47	30	13	25
Среднее (начальное) профессиональное образование	39	30	8	32
Без профессионального образования	39	40	10	27
<i>По типу поселений</i>				
Города более 1 млн жителей	46	33	13	17
Города более 100 тыс. жителей	43	34	12	22
Города до 100 тыс. жителей	45	29	8	28
Сельские поселения	35	29	8	49
<i>В целом</i>	42	32	10	28

Как мы видим, значительные группы россиян предполагают возможность достаточно длительного периода экономической нестабильности и декларируют готовность к реализации разнообразных адаптационных практик.

Оценка управленческих решений и ожидания социальной поддержки

На фоне усугубления эпидемиологической обстановки в конце первого квартала 2020 г. государственными органами власти был принят ряд управленческих решений, накладывающих ограничения как на жизнедеятельность частных лиц, так и на ведение предпринимательской деятельности. В оценке введенных мер мнения населения разделились. Половина опрошенных считает, что предпринимаемые действия абсолютно адекватны ситуации. Распределение вариантов ответов между группами населения, которые не вполне удовлетворены реализуемым комплексом мер, говорит о том, что общественные ожидания явно направлены в сторону большей ответственности государства за поддержание эпидемиологической и социально-экономической стабильности: при 5% затруднившихся с ответом, 11% респондентов считают предпринятые меры чрезмерными, а 33% — недостаточными.

Комплекс реализованных управленческих решений чаще называют достаточным женщины, представители старших возрастов и те, кто имеет средний уровень доходов. Среди выражающих мнение о недостаточности предпринятых действий выделяются самые молодые из респондентов и имеющие высокий уровень материальной обеспеченности. Мнение о чрезмерности ограничительных мер наиболее представлено среди мужчин, а также представителей малообеспеченных слоев, которые, не имея финансовых резервов, столкнулись с наибольшими сложностями на изменившемся рынке труда.

В ходе исследования нами был также выявлен спектр мнений, характеризующий восприятие административных усилий, направленных на социальную поддержку населения в условиях эпидемиологического шока. Выяснилось, что лишь каждый пятый из опрошенных считает адекватными действия, предпринятые государственными органами в этом направлении. Большинство респондентов полагает, что такие меры либо недостаточны, либо вовсе отсутствуют — распространенность этих оценок составила около 40% и 31% соответственно, а 9% затруднились с ответом. Важно подчеркнуть, что отмеченный спектр мнений достаточно равномерно распределен среди представителей всех социально-демографических групп. Единственным значимо влияющим фактором, по понятным причинам, является финансовый: в каждой нижестоящей группе материального статуса доля удовлетворенных реализованным комплексом социальной поддержки существенно снижается.

При этом запрос на социальную помощь в кризисной ситуации, с учетом неясных перспектив ее стабилизации, ощутимо велик: нуждающимися в ней назвали себя 62% опрошенных, в том числе 16% зафиксировали критичный уровень потребности в помощи (см. табл. 9). Наиболее настоятельный запрос отмечается со стороны групп населения, находящихся в ситуации ресурсного дефицита — как при низком уровне индивидуального образовательного потенциала, так и в условиях неразвитого рынка труда сельских поселений. Представители старшей возрастной когорты реже прочих высказывают острую нуждаемость в социальной поддержке, что можно объяснить заниженным уровнем ожиданий на основе накопленного начиная с 1990-х годов опыта преодоления социально-экономических кризисов.

Таблица 9. Острота запроса на социальную поддержку, по социально-демографическим группам (% по строке)

Социально-демографические группы	Самооценка нуждаемости в помощи со стороны государства			
	Остро нуждаются	Скорее нуждаются	Скорее не нуждаются	Не нуждаются
<i>По гендерной принадлежности</i>				
Мужчины	15	43	30	12
Женщины	18	49	26	7
<i>По возрасту</i>				
18—34 года	16	48	27	9
35—54 года	18	45	28	9
55 лет и старше	14	46	29	11

Социально-демографические группы	Самооценка нуждаемости в помощи со стороны государства			
	Остро нуждаются	Скорее нуждаются	Скорее не нуждаются	Не нуждаются
<i>По уровню образования</i>				
Высшее образование	10	44	34	12
Среднее (начальное) профессиональное образование	19	50	24	7
Без профессионального образования	25	46	22	7
<i>По типу поселений</i>				
Города более 1 млн жителей	15	42	32	11
Города более 100 тыс. Жителей	14	46	29	11
Города до 100 тыс. Жителей	16	48	27	9
Сельские поселения	21	50	23	6
<i>По материальному статусу</i>				
Выше среднего	4	17	45	34
Средний	5	44	39	12
Ниже среднего	14	60	22	4
Низкий	47	44	7	2
<i>В целом</i>	16	46	28	10

Представители наименее обеспеченных слоев населения ожидаемо максимизируют запрос на социальную поддержку. Именно им реализуемые формы и объемы помощи со стороны государства реже всего представляются соответствующими и достаточными.

Заключение

Как показывают результаты исследования, около половины опрошенных считают угрозы, связанные с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой, в той или иной степени серьезными, и чем крупнее населенный пункт, тем более актуализированы соответствующие опасения. На фоне достаточно высокого доверия к административно предприняемым мерам (51% респондентов считают реализованные в регионах их проживания меры, ограничивающие социальные взаимодействия и экономическую активность, адекватными сложившейся ситуации), россияне в своем большинстве ответственно отнеслись к необходимости соблюдения социального дистанцирования и режима самоизоляции, а также использования средств индивидуальной защиты.

Ограничения, вызванные распространением новой коронавирусной инфекции, повлияли как на социальные взаимодействия, так и на экономическую активность россиян. Около 24% работающих респондентов отметили уменьшение оплаты труда за время, прошедшее с начала пандемии и введения связанных с ней ограничений, в том числе 14% потеряли не менее четверти имевшегося дохода. Больше всего пострадали работающие в торговле, сферах бытового обслуживания и общественного питания, а также в гостиничном бизнесе. Каждый четвертый занятый в экономике респондент опасается потери работы или собственного

бизнеса в текущем году. Около 30 % (в отношении каждой из перечисленных далее ситуаций) предполагают вероятность сокращения оплачиваемого рабочего времени, задержек выплаты заработной платы и неоплачиваемого увеличения трудовой нагрузки. Риски существенного снижения оплаты труда актуальны для 15 % респондентов.

В ответ на негативные изменения социально-экономического контекста население актуализирует адаптационные стратегии, главной из которых является потребительская экономия (к ней планируют прибегнуть 42 % опрошенных). Трудовые стратегии — поиск альтернативной работы или приработков — планирует реализовать каждый третий россиянин. Традиционной и достаточно массовой формой адаптации выступает также использование приусадебных участков для выращивания необходимых продуктов.

Если в отношении ситуационных мер противодействия эпидемиологической угрозе население скорее склонно солидаризироваться с административными усилиями органов исполнительной власти, признавая адекватность принимаемых решений, то в оценке масштабов социальной поддержки очевидны расхождения. Более 43 % респондентов зафиксировали сокращение объема располагаемых доходов за последнее время, в том числе 20 % отметили их существенное сокращение. При этом почти 30 % опрошенных предполагают, что не смогут преодолеть последствия кризисной ситуации без существенного снижения уровня жизни. Запрос на поддержку со стороны государства в этих условиях достаточно высок, а предпринимаемые меры массово оцениваются населением как недостаточные.

Список литературы (References)

Аврамова Е. М., Логинов Д. М. Адаптационные ресурсы населения: попытка количественной оценки // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2002. № 3. С. 13—17.

Avraamova E. M., Loginov D. M. (2002) Adaptive Resources of the Population: An Attempt to Quantify. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 13–17. (In Russ.)

Аврамова Е. М., Логинов Д. М. Социальное самочувствие: население чувствует кризис все больше, а видит — все меньше // Экономическое развитие России. 2015. Т. 22. № 6. С. 79—82. URL: <http://www.edrussia.ru/archive/2015/237-06-2015> (дата обращения 23.12.2020).

Avraamova E. M., Loginov D. M. (2015) Social Well-Being: The Population Feels the Crisis More, but Sees Less. *Russian Economic Development*. Vol. 22. No. 6. P. 79–82. URL: <http://www.edrussia.ru/archive/2015/237-06-2015> (accessed: 22.12.2020). (In Russ.)

Аналитический бюллетень НИУ ВШЭ об экономических и социальных последствиях коронавируса в России и в мире/Высшая школа экономики. № 2. 21.05.2020. URL: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/366627594.pdf> (дата обращения 23.12.2020).

National Research University Higher School of Economics. HSE Analytical Bulletin on the Economic and Social Consequences of Coronavirus in Russia and in the World. No. 2. 21.05.2020. <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/366627594.pdf> (accessed: 22.12.2020). (In Russ.)

Анпилов С. М., Сорочайкин А. Н. Россия в постпандемийном мире // Основы экономики, управления и права. 2020. № 2. С. 24—30. URL: https://0eb752d5-456f-43f1-880c-1aaca28824fe.filesusr.com/ugd/5520ef_5bdf86e62e8b4ddab45d675db1bfff105.pdf (дата обращения: 22.12.2020).

Anpilov S. M., Sorochaikin A. N. (2020) Russia in the Post-Pandemic World. *Economy, Governance and Law Basis*. No. 2. P. 24—30. URL: https://0eb752d5-456f-43f1-880c-1aaca28824fe.filesusr.com/ugd/5520ef_5bdf86e62e8b4ddab45d675db1bfff105.pdf (accessed: 22.12.2020). (In Russ.)

Григорьев Л. М., Павлюшина В. А., Музыченко Е. Э. Падение в мировую рецессию 2020... // Вопросы экономики. 2020. № 5. С. 5—24. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2020-5-5-24>.

Grigoryev L. M., Pavlyushina V. A., Muzychenko E. E. (2020) The Fall into 2020 Recession... *Voprosy Ekonomiki*. No. 5. P. 5—24. (In Russ.) <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2020-5-5-24>.

Гордон Л. А. Социальная адаптация в современных условиях // Социологические исследования. 1994. № 8—9. С. 3—15. URL: <http://ecsocman.hse.ru/socis/msg/16698157.html> (дата обращения: 22.12.2020).

Gordon L. A. (1994) Social Adaptation in the Modern Conditions. *Sociological Studies*. No. 8—9. P. 3—15. URL: <http://ecsocman.hse.ru/socis/msg/16698157.html> (accessed: 22.12.2020). (In Russ.)

Заславская Т. И. Социальный механизм трансформации российского общества // Социологический журнал. 1995. № 3. С. 5—21. URL: https://www.isras.ru/index.php?page_id=2384&id=183&l=&j=1 (дата обращения: 23.12.2020).

Zaslavskaya T. I. (1995) The Social Mechanism for the Russian Society Transformation. *Sociological Journal*. No. 3. P. 5—21. URL: https://www.isras.ru/index.php?page_id=2384&id=183&l=&j=1 (accessed: 23.12.2020). (In Russ.)

Колодко Г. В. Последствия. Экономика и политика в постпандемическом мире. // Вопросы экономики. 2020. № 5. С. 25—44. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2020-5-25-44>.

Kolodko G. W. (2020) After. Economics and Politics of the Post-Pandemic World. *Voprosy Ekonomiki*. No. 5. P. 25—44. (In Russ.) <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2020-5-25-44>.

Мониторинг мнений (ВЦИОМ): март — апрель 2020 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020а. № 2. С. 293—311. URL: <https://www.monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/article/view/1639> (дата обращения: 23.12.2020).

Public Opinion Poll (VCIOM): March – April 2020 (2020) *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 293–311. URL: <https://www.monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/article/view/1639> (accessed: 23.12.2020). (In Russ.)

Мониторинг мнений (ВЦИОМ): май — июнь 2020 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020б. № 3. С. 224—246. URL: <https://www.monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/article/view/1696> (дата обращения: 23.12.2020).

Public Opinion Poll (VCIOM): May – June 2020. (2020) *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 224–246. URL: <https://www.monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/article/view/1696> (accessed: 23.12.2020). (In Russ.)

Полбин А. В., Синельников-Мурылев С. Г., Трунин П. В. Экономический кризис 2020 г.: причины и меры по его преодолению и дальнейшему развитию России // Вопросы экономики. 2020. № 6. С. 5—21. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2020-6-5-21>.

Polbin A. V., Sinelnikov-Murylev S. G., Trunin P. V. (2020) The Economic Crisis of 2020: Reasons, Policies to Deal With and Further Development of the Russian Economy. *Voprosy Ekonomiki*. No. 6. P. 5–21. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2020-6-5-21>. (In Russ.)

Тихонова Н. Е. Динамика социальной стратификации в постсоветском обществе // Общественные науки и современность. 1997. № 5. С. 5—14. URL: <http://ecsocman.hse.ru/ons/msg/18778805.html> (дата обращения: 23.12.2020).

Tikhonova N. E. (1997) Dynamics of Social Stratification in the Post-Soviet Society. *Social Sciences and Contemporary World*. No. 5. P. 5–14. URL: <http://ecsocman.hse.ru/ons/msg/18778805.html> (accessed: 23.12.2020). (In Russ.)

Тихонова Н. Е., Каравай А. В. Ресурсы россиян в условиях кризиса: динамика и роль в адаптации к новым условиям // Социологические исследования. 2016. № 10. С. 43—53. URL: https://www.isras.ru/index.php?page_id=2624&jn=socis&jn=socis&jid=6393 (дата обращения: 23.12.2020).

Tikhonova N. E., Karavay A. V. (2016) Russian People Resources in Crisis: Dynamics and Its Role in Adaptation to the New Conditions. *Sociological Studies*. No. 10. P. 43–53. URL: https://www.isras.ru/index.php?page_id=2624&jn=socis&jn=socis&jid=6393 (accessed: 23.12.2020). (In Russ.)

Щетинина И. В. Государственные ограничительные меры в условиях пандемии и их социально-экономические последствия // Всероссийский экономический журнал «ЭКО». 2020. Т. 50. № 5. С. 156—174. <https://doi.org/10.30680/eco0131-7652-2020-5-156-174>.

Shchetinina I. V. (2020) Public Restrictions During Pandemic and Their Socio-Economic Consequences. *ECO*. Vol. 50. No. 5. P. 156–174. <https://doi.org/10.30680/eco0131-7652-2020-5-156-174>. (In Russ.)

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1714](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1714)



А. Л. Рочева, Е. А. Варшавер, Н. С. Иванова

**УЯЗВИМЫЕ ГРУППЫ В ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ:
СОЛИДАРНОСТЬ И ДОВЕРИЕ ГОСУДАРСТВУ
КАК ОСНОВА СТРАТЕГИЙ МИГРАНТОВ В РОССИИ
ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19**

Правильная ссылка на статью:

Рочева А. Л., Варшавер Е. А., Иванова Н. С. Уязвимые группы в чрезвычайных ситуациях: солидарность и доверие государству как основа стратегий мигрантов в России во время пандемии COVID-19 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 488—511. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1714>.

For citation:

Rocheva A. L., Varshaver E. A., Ivanova N. S. (2020) Vulnerable Groups in Disasters: Solidarity and Trust in Government as the Basis for Migrant Strategies in Russia During the COVID-19 Pandemic. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 488–511. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1714>. (In Russ.)

Уязвимые группы в чрезвычайных ситуациях: солидарность и доверие государству как основа стратегий мигрантов в России во время пандемии COVID-19

РОЧЕВА Анна Леонидовна — кандидат социологических наук, ведущий исследователь Группы исследований миграции и этничности, научный сотрудник Центра региональных исследований и урбанистики, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия
 E-MAIL: anna.rocheva@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3181-9698>

ВАРШАВЕР Евгений Александрович — кандидат социологических наук, руководитель Группы исследований миграции и этничности, старший научный сотрудник Центра региональных исследований и урбанистики, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия
 E-MAIL: varshavere@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-5901-8470>

ИВАНОВА Наталия Сергеевна — магистр социологии, исследователь Группы исследований миграции и этничности, научный сотрудник Центра региональных исследований и урбанистики, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия
 E-MAIL: nataliya.ivanova.0709@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1140-2334>

Аннотация. Мигранты относятся к числу уязвимых групп, для которых столкновение с чрезвычайной ситуацией,

VULNERABLE GROUPS IN DISASTERS: SOLIDARITY AND TRUST IN GOVERNMENT AS THE BASIS FOR MIGRANT STRATEGIES IN RUSSIA DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Anna L. ROCHEVA¹ — Cand. Sci. (Soc.), Leading Researcher at the Group for Ethnicity and Migration Research; Research Fellow at the Center for Regional Research and Urban Studies
 E-MAIL: anna.rocheva@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3181-9698>

Evgeni A. VARSHAVER¹ — Cand. Sci. (Soc.), Head of the Group for Ethnicity and Migration Research; Senior Research Fellow at the Center for Regional Research and Urban Studies
 E-MAIL: varshavere@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-5901-8470>

Nataliya S. IVANOVA¹ — Master of Sociology, Researcher at the Group for Ethnicity and Migration Research; Research Fellow at the Center for Regional Research and Urban Studies
 E-MAIL: nataliya.ivanova.0709@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1140-2334>

¹ Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

Abstract. Migrants are one of the vulnerable groups for whom confronting an emergency, whether it be a hurricane or

такой как ураган или эпидемия, как правило, сопряжено с особенно высокими рисками. Эти риски могут быть нивелированы или, наоборот, усилены в зависимости от того, как группа реагирует на эту ситуацию. Имеющиеся научные работы содержат в большей степени экспертные оценки и редко основываются на эмпирических данных; они свидетельствуют, что положение мигрантов в разных странах, включая Россию, в условиях пандемии COVID-19 можно охарактеризовать как уязвимое в плане эпидемиологических и экономических рисков. Исследований же о том, как именно мигранты в России или в других странах реагировали на пандемию коронавируса, найти не удалось. В этой статье мы определяем стратегии мигрантов в России в контексте их реагирования на ситуацию пандемии и введения карантинных мер в 2020 г. Исследование основано на данных онлайн-опроса, проведенного с помощью таргетинга в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram среди мигрантов из Кыргызстана и Узбекистана и местных жителей ($N = 2074$). Мы выделяем две переменные: (1) высокий или низкий уровень солидарности и (2) доверие или недоверие российскому государству, — и на их основании конструируем четыре стратегии. В отличие от местных респондентов, среди мигрантов гораздо меньше распространена стратегия, предполагающая низкий уровень солидарности и недоверие государству, а преобладают стратегии, в которых заложены высокий уровень солидарности и доверие государству — или как минимум один из этих элементов. Мы предполагаем, что именно распространенность этих стратегий способствовала тому, что мигранты в России смогли пережить пер-

an epidemic, usually carries a particularly high risk that can be mitigated or intensified depending on the reaction of the group. Available academic literature largely contains expert opinions and is less likely to be grounded in empirical evidence. This literature demonstrates that the situation of migrants across different countries, including Russia, amidst the COVID-19 pandemic can be qualified as vulnerable in terms of epidemiological and economic risks. However, attempts to find studies describing how exactly migrants in Russia responded to the coronavirus pandemic ended in a failure. The article defines the strategies of migrants in Russia in terms of their reaction to the spring 2020 lockdown. The study is based on the data from an online survey conducted among migrants from Kyrgyzstan and Uzbekistan and non-migrants ($N = 2074$) using targeting on social media (VKontakte and Instagram). Four strategies were constructed on the basis of two variables: (1) a high or low level of solidarity and (2) trust or distrust in the Russian state. Unlike non-migrants, migrants are less likely to adopt a strategy implying low levels of solidarity and distrust in the state and more likely to adhere to the opposite strategies (high level of solidarity and trust in the state — or at least one of these elements). Based on the characteristics of the migrant situation in Russia, the authors assume that it was the prevalence of those strategies that contributed to the fact that the migrants in Russia were able to survive the first wave of the coronavirus crisis and lockdown suffering fewer losses than expected.

вую волну коронавируса и карантинных ограничений с меньшими потерями, чем можно было ожидать, ориентируясь на характеристики их положения в России.

Ключевые слова: уязвимость, чрезвычайные ситуации, катастрофа, коронавирус, COVID-19, мигранты, Россия

Благодарность. Статья написана на основании научно-исследовательской работы «Анализ характеристик расселения иностранных мигрантов в России в контексте необходимости их интеграции в российское общество» в рамках государственного задания РАНХиГС на 2020 г.

Keywords: vulnerability, coronavirus, COVID-19, migrants, Russia, emergencies, catastrophe

Acknowledgments. The article is based on the research work “Analyzing the characteristics of the foreign migrant settlement in Russia because of the necessity to integrate into the Russian society”, RANEPА, 2020.

Введение

В марте 2020 г. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) объявила о пандемии коронавируса, в связи с чем в большинстве стран были введены ограничения, границы закрыты, и жизнь практически замерла. Социальные ученые стали изучать, какое воздействие на людей оказывает пандемия [Belot et al., 2020; Coibion, Gorodnichenko, Weber, 2020; Dang, Giang, 2020; Perrotta et al., 2020]. Отдельные тексты посвящены тому, как пандемия скажется на мигрантах в разных странах, однако они скорее носят характер экспертных оценок, чем представляют результаты эмпирических исследований. В таких публикациях подчеркивается, что мигранты и особенно живущие в лагерях и специальных центрах временного содержания беженцы и лица, ищущие убежище, — одна из наиболее уязвимых групп населения, поскольку их доступ к системе здравоохранения, как правило, ограничен [Kluge et al., 2020]. В таких публикациях подчеркивается, что мигранты и особенно живущие в лагерях и специальных центрах временного содержания беженцы и лица, ищущие убежище, — одна из наиболее уязвимых групп населения, поскольку их доступ к системе здравоохранения, как правило, ограничен [Vopen et al., 2020], получить надежную информацию о заболевании на родном языке затруднительно¹, их позиции на рынке труда не защищены [Ivakhnyuk, 2020], а кроме того, их правовой статус может быть «подвешен» в силу карантина [Bhopal, 2020]. Более того, эксперты отмечают, что пандемия коронавируса, будучи сопряженной с массовой потерей дохода мигрантами, может негативно сказываться на домохозяйствах, которые зависят от денежных переводов, в странах их про-

¹ Interim guidance for refugee and migrant health in relation to COVID-19 in the WHO European Region // World Health Organization. Europe. 2020. 25 March. URL: <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/Interim-guidance-refugee-and-migrant-health-COVID-19.pdf> (accessed: 22.07.2020).

исхождения, [Ratha et al., 2020]. Не менее важно и то, что во время эпидемий может обостряться ксенофобия в отношении мигрантов [Onoma, 2019; Vieira et al., 2020]. Тем не менее публикаций, в которых на конкретных данных было бы показано, какое воздействие пандемия COVID-19 оказала на жизнь мигрантов в той или иной стране и как мигранты справлялись с ситуацией пандемии, нами обнаружено не было.

Существующие работы, в которых исследуется, как этнические меньшинства и, в частности, мигранты переживают эпидемии, ураганы и прочие чрезвычайные ситуации, демонстрируют разнонаправленные результаты. Однако они сходятся в том, что реакция сообщества может нивелировать риски, которые несут в себе эти ситуации, и способствовать быстрому восстановлению прежней жизни [Li et al., 2010; Uekusa, 2020]. Опираясь на эти наработки исследовательского поля, называемого исследованиями катастроф (disaster studies), в этой статье мы предлагаем концептуальную рамку, в соответствии с которой существует четыре стратегии, то есть типичные реакции на чрезвычайную ситуацию, например пандемию. Они задаются, с одной стороны, уровнем солидарности, а с другой — доверием государству, и различаются своей «успешностью». На основании анализа данных, полученных в ходе опроса мигрантов и местных жителей весной 2020 г. ($N = 2074$), мы показываем, какие стратегии были характерны для мигрантов, а кроме того, обсуждаем, насколько успешными они оказались.

Статья организована следующим образом: на основе анализа литературы мы обсуждаем теоретическую рамку, затем описываем дизайн и контекст исследования, после чего представляем результаты и предлагаем их интерпретацию.

Обзор литературы и теоретическая рамка

Исследований, в которых изучается поведение мигрантов в связи с какими-либо вспышками заболеваний, не так много. В первую очередь миграция рассматривается как фактор риска при распространении вирусных заболеваний, а мигранты — как особо эпидемиологически уязвимая группа [Barnett, Walker, 2008; Biao, Wong, 2003; Greenaway, Gushulak, 2017; Wickramage, Peiris, Agampodi, 2013], хотя в части случаев распространяющиеся среди местного населения опасения относительно того, что мигранты несут в себе эпидемиологические угрозы, — не более чем проявление ксенофобии [Onoma, 2017; Onoma, 2018]². Уязвимость мигрантов перед лицом пандемий может иметь, кроме того, экономическое измерение: мигранты теряют работу чаще остальных [Biao, Wong, 2003].

Эпидемии — только одна из разновидностей чрезвычайных ситуаций, которые, в свою очередь, являются объектом изучения отдельной предметной области — исследований катастроф (disaster studies). Результаты этих исследований свидетельствуют, что степень уязвимости перед лицом катастрофы варьируется в разных группах населения, а характеристики людей и сообществ, а также паттерны их поведения способствуют или препятствуют прохождению через эти бедствия с минимальными потерями и быстрым восстановлением [Gilbert, 1995]. Исследования

² См. также: Report on the Health of Refugees and Migrants in The WHO European Region: No Public Health Without Refugees and Migrant Health // World Health Organization. Europe. 2018. URL: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/311347/9789289053846-eng.pdf> (accessed: 22.07.2020).

в разных странах показывают, что важным фактором, связанным с более высокой уязвимостью перед лицом катастроф, является принадлежность к этническим меньшинствам [Collins, 2010; Hutanuwatr, Bolin, Pijawka, 2012; Peacock, Girard, 1997]. Тем не менее «успешная» стратегия сообщества способна нивелировать риски, которые несет в себе критическая ситуация: например, в результате урагана Катрина в 2005 г. жители вьетнамского района в Новом Орлеане (США) восстановили свою жизнь на прежнем месте быстрее остальных, тогда как некоторые другие районы не восстановились до сих пор [Chamlee-Wright, Storr, 2009; Li et al., 2010]. Такую успешность вьетнамского сообщества исследователи связывают с социальной сплоченностью и налаженной коммуникацией, позволившими его членам быстро вернуться в свой район после эвакуации, будучи уверенными в том, что их соседи тоже вернутся, а также наладить диалог с представителями власти и получить от них максимально возможную помощь [Chamlee-Wright, Storr, 2009]. Афроамериканские сообщества Нового Орлеана, которые сильнее других пострадали в ходе урагана Катрина и восстанавливались очень медленно, напротив, характеризовались атомизацией [Uekusa, 2020] и низким уровнем доверия к представителям государственной власти [Pyles, Cross, 2008]. Изучая, как в целом сообщества могут реагировать на катастрофические события, исследователи выделили «здоровые» и «деструктивные» типы реакций, или типы сообществ (therapeutic community и corrosive community) [Lidskog, 2018]. Для «здорового» сообщества катастрофа — это ситуация, в которой его члены ориентированы на помощь друг другу и на кооперацию с государством, что способствует менее болезненному прохождению через этот опыт. Второй тип — «деструктивное» сообщество — предполагает рост разобщенности и даже социальной напряженности между его членами, а также недоверие государству: на такие сообщества катастрофы оказывают гораздо более сильное негативное воздействие. Научная литература, описывающая реакцию сообществ мигрантов на другие катастрофические события, позволяет допустить существование третьего типа, который характеризуется использованием социального капитала сообщества и избеганием взаимодействий с государством, в котором эти сообщества видят скорее угрозу (например, депортации), чем источник помощи [Donner, Rodríguez, 2008].

Мы предполагаем, что существует четыре возможные реакции сообщества на катастрофическое событие, которые определяются двумя параметрами: во-первых, уровнем солидарности, а во-вторых — доверием государству. Первая реакция характеризуется высоким уровнем солидарности и доверием государству — это то самое «здоровое сообщество», описанное выше, имеющее наиболее высокую вероятность пережить катастрофу без значительных потерь и быстро восстановиться. Для второй реакции характерны высокий уровень солидарности и недоверие государству. Как описано выше, эта реакция встречается среди сообществ мигрантов, и она, по всей видимости, может приводить к несколько менее благоприятному исходу, чем в первом случае. Третья реакция — это низкий уровень солидарности и недоверие государству, аналог описанного «деструктивного» сообщества; она имеет, по всей вероятности, наименьшие шансы на благоприятный исход. Наконец, четвертая реакция — это низкий уровень солидарности при доверии государству; она возможна тогда, когда люди полагаются на высшую власть и при

этом считают, что окружающие стремятся их обмануть и использовать, а потому помогать им не следует. Такая реакция, по всей видимости, будет уступать первой реакции по успешности преодоления катастрофической ситуации, но, возможно, будет успешнее третьей, ассоциируемой с «деструктивным» сообществом. Впрочем, возможны ситуации, когда оценки «успешности» этих реакций будут обратными описанным выше. Например, если государство больше ориентировано на проверку документов и поиск мигрантов с неурегулированным статусом, чем на оказание помощи, кооперация с таким государством для сообщества, где преобладают мигранты с неурегулированным статусом, может оказаться проигрышной. Что касается солидарности, то на групповом уровне ее высокая степень, скорее всего, связана с положительным исходом, тогда как для индивида атомизация в каких-то контекстах может быть выгоднее, чем стремление помогать окружающим.

Эти реакции сообщества мы будем называть стратегиями, с необходимой оговоркой: стратегия в нашем случае подразумевает некоторый суммарный вектор действий или установок совокупности людей с определенными характеристиками, а не рационально выбранную линию поведения на индивидуальном уровне. Кроме того, термин «сообщество», обозначающий в обычном случае жителей одного района, которые слабо отличаются друг от друга по социально-экономическим и этническим характеристикам, мы будем использовать применительно к совокупностям людей (мигрантам и местным жителям) без географической привязки. Это обусловлено тем, что, во-первых, пандемия коронавируса затронула практически весь земной шар, в отличие от отдельного происшествия, например урагана. Во-вторых, в России в целом и в Москве в частности, по наблюдениям исследователей [Вендина, Панин, Тикунов, 2019], хоть и появляются территориальные единицы, где концентрация мигрантов выше, чем в среднем по населенному пункту [Варшавер и др., 2020], но проживание мигрантов и местных жителей тем не менее характеризуется смешанностью. Таким образом, далее мы будем говорить о стратегиях мигрантов и немигрантов в ответ на пандемию как о синонимах реакции на нее этих двух сообществ.

В этой статье мы попробуем определить, какой стратегии придерживались мигранты в России во время коронавирусной волны весной 2020 г. и отличалась ли она от стратегии местных жителей.

Дизайн исследования

Статья основана на анализе данных, собранных в ходе онлайн-опроса, проведенного на платформе SurveyMonkey с помощью таргетинга в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram с 23 апреля по 19 мая 2020 г. Этот метод опроса предполагает, что рекламное объявление со ссылкой на анкету демонстрируется тем пользователям социальной сети, чьи характеристики соответствуют установленным исследователями критериям. В нашем случае в каждой социальной сети действовали шесть рекламных кампаний: рекламные кампании для местных жителей, для мигрантов из Кыргызстана и для мигрантов из Узбекистана, проживающих в России в целом и в Москве в отдельности. Выбор этих двух стран обусловлен тем, что они входят в число стран, откуда в Россию приезжает наибольшее число мигрантов, и при этом различаются между собой в части положения своих граждан

в России, поскольку Кыргызстан входит в ЕАЭС, а Узбекистан — нет. В рекламных кампаниях во «ВКонтакте», направленных на мигрантов, таргетировались участники этнически маркированных групп (151 «кыргызская» группа и 196 «узбекских» групп). В Instagram в качестве мигрантов таргетировались пользователи, имеющие интересы, связанные с «Кыргызстаном», «Узбекистаном», «Ташкентом» и «узбекским языком». Никаких специфических критериев для таргетинга местных респондентов не применялось. Во всех случаях таргетировались пользователи старше 18 лет, находящиеся в Москве или в России в целом³. Креатив, то есть рекламное объявление, включающее в себя изображение и текст, для мигрантов был представлен на кыргызском или узбекском языке и содержал фразу: «Из Узбекистана? Сейчас в России? Как коронавирус повлиял на Вашу жизнь? Пройти опрос» (см. рис. 1). Креатив для группы местных респондентов спрашивал пользователей: «Как коронавирус повлиял на Вашу жизнь?» и призывал «Пройти опрос» (см. рис. 2). Всего в базу данных включены ответы 2074 респондентов. Проведение онлайн-опроса сопряжено с рядом смещений, которые на данном этапе затруднительно компенсировать и даже зафиксировать в полной мере, тем не менее внешняя валидация собранного массива позволяет предположить, что в нем несколько перепредставлены респонденты молодого возраста, учащиеся и респонденты с более высоким уровнем образования, а также работники сферы торговли и услуг⁴.

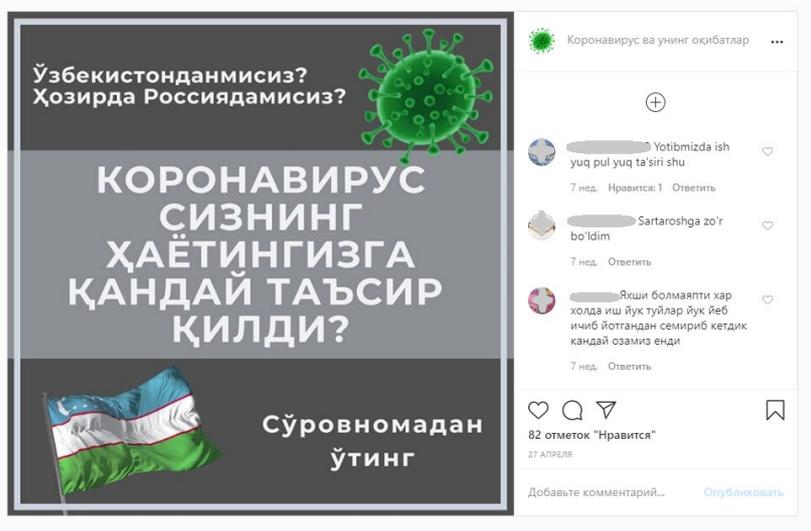


Рис. 1. Креатив для мигрантов из Узбекистана для Instagram

³ Местоположение при таргетировании определяется самой социальной сетью, а кроме того, в анкете содержатся вопросы, позволяющие это местоположение проверить.

⁴ Более подробно о методологии опроса, а также о возможных смещениях можно прочитать в отчете: «Положение мигрантов в России во время пандемии коронавируса (COVID-19): результаты опроса» [Варшавер, Иванова, Рочева, 2020].

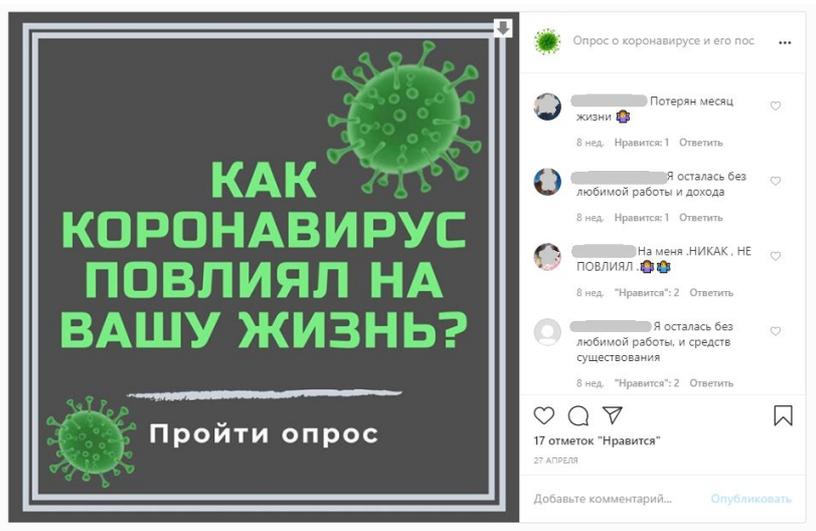


Рис. 2. Креатив для местных респондентов для Instagram

Анкета, предложенная респондентам на русском, кыргызском и узбекском языках, включала в себя блоки про социально-демографические характеристики, рынок труда во время пандемии, характеристики расселения, установки и отношение к коронавирусу и карантину, медицинские практики, тревожность и уровень счастья.

На основании ответов на вопросы о месте рождения и нынешнем гражданстве были сконструированы три группы: мигранты из Кыргызстана, мигранты из Узбекистана и местные респонденты. Так, мигранты из Кыргызстана определяются как люди (1) или родившиеся в Кыргызстане, (2) или имеющие гражданство Кыргызстана (в том числе двойное), (3) проживающие в Москве/России, (4) отреагировавшие на рекламное объявление для кыргызов. Схожим образом определяются и мигранты из Узбекистана. Под ними понимаются респонденты (1) или родившиеся в Узбекистане, (2) или имеющие гражданство Узбекистана, (3) проживающие в Москве/России, и (4) отреагировавшие на рекламное объявление для узбеков. Под местными респондентами понимаются респонденты, которые (1) родились в России или РСФСР, (2) являются гражданами России (в том числе имеют двойное гражданство, но не гражданство Узбекистана или Кыргызстана), (3) на данный момент проживают в Москве/России, (4) увидели рекламное объявление для местных жителей на русском языке.

Четыре стратегии, которые находятся в центре этого исследования, сконструированы на основании переменных, описывающих степень согласия или несогласия респондентов по 4-балльной шкале с двумя высказываниями: (1) «Последнее время я стал внимательнее к потребностям малознакомых людей, пытаюсь в случае чего помочь» и (2) «Высшее руководство России делает все необходимое для предотвращения распространения коронавируса». Первую переменную мы интерпретируем как показатель уровня солидарности, вторую — как уровень доверия

государству. Для того чтобы сконструировать переменную, описывающую стратегии, эти две переменные были перекодированы в бинарные (вместо «полностью не согласен» и «скорее не согласен» — просто «не согласен», вместо «полностью согласен» и «скорее согласен» — просто «согласен»), а их сочетание легло в основу четырех стратегий (см. табл. 1).

Таблица 1. Конструирование переменных, описывающих стратегии

		«Высшее руководство России делает все необходимое для предотвращения распространения коронавируса»	
		Согласие	Несогласие
«Последнее время я стал внимательнее к потребностям малознакомых людей, пытаюсь в случае чего помочь»	Согласие	Стратегия (1): солидарность (+), доверие государству (+)	Стратегия (3): солидарность (+), доверие государству (–)
	Несогласие	Стратегия (2): солидарность (–), доверие государству (+)	Стратегия (4): солидарность (–), доверие государству (–)

Описание контекста

В марте 2020 г. Россия закрыла границы, и большая часть мигрантов, находившихся в стране на тот момент, не успели выехать. Число единовременно пребывающих в РФ иностранцев в последние годы колеблется около отметки в 10 млн из них порядка 4 млн — это те, кто при въезде указал в качестве цели поездки «работу» [Российская экономика..., 2020]. Среди них преобладают граждане трех среднеазиатских государств: Кыргызстана, Таджикистана и Узбекистана. Кроме того, часть мигрантов из этих стран, натурализовавшись, продолжают жить транснационально: их число оценить затруднительно, но только за 2019 г. оно увеличилось на 75 тыс.⁵

Многие мигранты работали в наиболее пострадавших от карантинных мер сферах, таких как общественное питание, обслуживание и торговля. Согласно результатам нашего опроса, по России в целом среди мигрантов, которые до начала кризиса были наемными работниками, потеряли работу 40% (среди местных аналогичный показатель составил 23%), а другие 35% ушли в неоплачиваемый отпуск (среди местных — 25%). Это означает, что без регулярного дохода остались 75% мигрантов (см. приложение 1). В предыдущих кризисных ситуациях, например в кризис 2018 г., мигранты, теряя работу, уезжали домой, чтобы переждать тяжелое время там. Кризис 2020 г. такой возможности им не дал. Финансовые резервы мигрантов довольно скромные: согласно данным опроса, только у 10% из них были накопления, на которые можно было бы прожить дольше, чем три месяца — столько длился карантин (у местных жителей аналогичный показатель составил 22%) (см. приложение 2). Это объясняется не столько уровнем доходов, сколько распределением

⁵ Отдельные показатели миграционной ситуации в Российской Федерации за январь — декабрь 2019 года с распределением по странам и регионам. МВД. 2020. URL: <https://мвд.рф/Deljatelnost/statistics/migracionnaya/item/19365693/> (дата обращения: 30.06.2020).

бюджета: многие мигранты отсылают деньги в родные страны [Rocheva, Varshaver, 2017], и денежные переводы мигрантов составляют около трети ВВП Таджикистана и Кыргызстана и около 15% ВВП Узбекистана⁶. Все это создает предпосылки к тому, чтобы описать экономическое положение «застрявших» в России мигрантов как бедственное. Но есть еще одно измерение уязвимости мигрантов перед лицом пандемии — эпидемиологические риски. Условия проживания мигрантов, особенно в Москве, характеризуются скученностью: согласно данным нашего опроса, среднее число людей, проживающих вместе с мигрантом, в два раза выше, чем с местным жителем (3,94 против 1,86 по России и 4,33 против 2,13 по Москве соответственно). Скученность проживания мигрантов, о которой свидетельствуют и другие исследования⁷, означает, что мигранты могут быть особенно подвержены риску передачи вируса и уровень заболеваемости среди них может быть выше, тогда как их доступ к российской системе здравоохранения ограничен [Кузнецова, Мухарямова, 2014; Demintseva, Kashnitsky, 2016].

Все это позволяет охарактеризовать положение мигрантов во время коронавируса в России как чрезвычайно уязвимое в плане как экономических, так и эпидемиологических рисков. Драматичность положения мигрантов была отражена в ряде публикаций СМИ⁸. Тем не менее консультации с экспертами из числа правозащитников, журналистов и врачей, проведенные в ходе подготовки статьи, а также анализ данных МВД⁹ позволяют предположить, что самые страшные прогнозы не оправдались. Несмотря на масштабные потери на рынке труда, не случилось ни ситуаций массового голода или бездомности, ни повышения уровня преступности. Нельзя говорить и о том, что произошли какие-либо массовые вспышки заболевания среди мигрантов, или о том, что доля мигрантов среди нуждавшихся в медицинской помощи была аномально высокой. В целом крайне неблагоприятные «исходные условия» не привели к тем чрезвычайно драматичным последствиям, которых можно было бы ожидать. В свете этого мы можем с осторожностью — поскольку эта тема все же требует дальнейшего исследования — предполагать, что стратегии мигрантов в ситуации коронавирусной пандемии оказались вполне успешными. В чем они заключались, будет показано в следующей части.

Результаты исследования

Сначала мы проанализируем, насколько мигранты ориентированы на солидарность и в какой степени доверяют государству, после чего продемонстрируем, какие стратегии, характеризующиеся высоким или низким уровнем солидарности

⁶ Personal remittances, received (% of GDP). World Bank staff estimates based on IMF balance of payments data, and World Bank and OECD GDP estimates. World Bank. 2019. URL: https://data.worldbank.org/indicator/BX.TRF.PWKR.DT.GD.ZS?most_recent_value_desc=true (accessed: 22.07.2020).

⁷ Агаджанян В., Зотова Н. Социальная уязвимость и сексуальные риски женщин-мигрантов из Средней Азии в Москве // Демоскоп Weekly. 2011. № . 465—466. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2011/0465/analit02.php> (дата обращения: 12.11.2020).

⁸ См., например, Иващенко Е. «Врачи спрашивают страховку и регистрацию» // Фергана. 2020. 21 апреля. URL: <https://fergana.ru/articles/117247/> (дата обращения: 22.07.2020); Иващенко Е. «Выгнали на улицу, когда я заболел» // Фергана. 2020. 12 мая. URL: <https://fergana.ru/articles/117910/> (дата обращения: 22.07.2020).

⁹ Краткая характеристика состояния преступности в Российской Федерации за январь — апрель 2020 года. МВД, РФ. 2020. URL: <https://мвд.рф/reports/item/20176492/> (дата обращения: 22.06.2020).

и доверием или недоверием государству, были среди них распространены в период действия карантинных мер весной 2020 г.

Две трети мигрантов (69% в Москве и 68% в России) выразили полное или частичное согласие с высказыванием, характеризующим установку на солидарность («Последнее время я стал внимательнее к потребностям малознакомых людей, пытаюсь в случае чего помочь»), причем большинство согласились с ним полностью (см. табл. 2). Можно было бы предположить, что это отражение некоторого общего настроения, преобладавшего в России в это время, однако сравнение с ответами немигрантов это предположение не подтверждает. Среди местных респондентов полностью или частично согласились с этим высказыванием только 44% опрошенных в России и 37% в Москве, а самым популярным ответом был «скорее не согласен» (31% в России и 37% в Москве). Мы можем трактовать эту шкалу следующим образом: тот, кто «полностью не согласен» с предложенным высказыванием, не стал внимательнее к малознакомым людям, а напротив, мог стать и менее внимательным, замкнувшись на собственных проблемах и трудностях близких людей. Тот, кто «скорее не согласен», возможно, значительным образом свое поведение не изменил. Частичное или полное согласие может свидетельствовать, в свою очередь, о росте ориентации на социальную сплоченность. При такой интерпретации логично заключить, что среди мигрантов с гораздо большей вероятностью уровень солидарности вырос. Кроме того, мигранты из Кыргызстана, судя по всему, более ориентированы на помощь другим людям, чем мигранты из Узбекистана.

Таблица 2. **Уровень солидарности среди мигрантов и местных респондентов (в %)**

Группы респондентов		Степень согласия с утверждением «Последнее время я стал внимательнее к потребностям малознакомых людей, пытаюсь в случае чего помочь»					Итого	Chi-квадрат Пирсона
		Полностью не согласен	Скорее не согласен	Скорее согласен	Полностью согласен			
Россия (N = 1011)	Местные (N = 465)	24	31	29	15	100	79,630***	
	Мигранты (N = 546)	13	19	31	38	100		
	Мигранты из Кыргызстана (N = 287)	9	17	34	40	100	12,994**	
	Мигранты из Узбекистана (N = 259)	17	21	26	35	100		
Москва (N = 1063)	Местные (N = 512)	27	37	29	8	100	176,906***	
	Мигранты (N = 551)	14	18	26	42	100		
	Мигранты из Кыргызстана (N = 300)	8	19	25	47	100	21,502***	
	Мигранты из Узбекистана (N = 251)	22	16	26	36	100		

Примечание. Здесь и далее в таблицах: *** $p < 0,001$; ** $0,001 \leq p < 0,01$; * $0,01 \leq p < 0,05$. В связи с округлением общая сумма по столбцу/строке может быть не равна 100%.

Мигранты больше чем в половине случаев выражают доверие российскому государству — соглашаются, полностью или частично, с высказыванием «Высшее руководство России делает все необходимое для предотвращения распространения коронавируса» (60 % в России и 63 % в Москве) (см. табл. 3). Опять же, нельзя сказать, что это общее настроение в стране, поскольку среди местных респондентов выражают доверие государству только 39 % опрошенных в России и 42 % в Москве. В Москве мигранты из Кыргызстана в целом больше доверяют российскому государству, чем мигранты из Узбекистана (70 % против 54 %), в России в целом статистически значимой разницы между этими двумя группами нет.

Таблица 3. **Уровень доверия государству среди мигрантов и местных респондентов (в %)**

Группы респондентов		Степень согласия с утверждением «Высшее руководство России делает все необходимое для предотвращения распространения коронавируса»					Итого	Хи-квадрат Пирсона
		Полностью не согласен	Скорее не согласен	Скорее согласен	Полностью согласен			
Россия (N = 1011)	Местные (N = 465)	32	29	26	13	100	78,541***	
	Мигранты (N = 546)	17	23	25	35	100		
	Мигранты из Кыргызстана (N = 287)	14	20	27	39	100	7,163	
	Мигранты из Узбекистана (N = 259)	20	25	24	31	100		
Москва (N = 1063)	Местные (N = 512)	25	33	32	10	100	109,594***	
	Мигранты (N = 551)	17	21	26	37	100		
	Мигранты из Кыргызстана (N = 300)	13	17	29	41	100	14,702**	
	Мигранты из Узбекистана (N = 251)	20	26	22	32	100		

Для более чем половины мигрантов и в России в целом, и в Москве в частности характерны стратегии, предполагающие или высокий уровень солидарности, или доверие государству, или и то, и другое одновременно (53 % в России и 57 % в Москве) (см. табл. 4). При этом среди указанных трех стратегий наиболее распространена та, что сопряжена одновременно с высоким уровнем солидарности и с доверием государству (20 % в России и 22 % в Москве). В свою очередь, стратегия, связанная с низким уровнем солидарности и недоверием государству, зафиксирована среди 47 % мигрантов в России и 43 % в Москве. Это разительным образом отличается от ситуации местных респондентов, для подавляющего большинства которых наиболее близка стратегия, описываемая низким уровнем солидарности и недоверием государству (75 % в России и 85 % в Москве), а стратегия, предполагающая высокий уровень солидарности и доверие государству, среди них встречается реже всего (4 % в России и 3 % в Москве).

Сравнение мигрантов из Кыргызстана и Узбекистана показывает, что в Москве первые чаще характеризуются «двойной положительной» стратегией (высокий уровень солидарности и доверие государству) и реже — «двойной отрицательной» (низкий уровень солидарности и недоверие государству). В России в целом между этими двумя группами нет статистически значимой разницы.

Таблица 4. Распространенность стратегий среди мигрантов и местных респондентов (в %)

Группы респондентов		Стратегия сообщества: ориентация на солидарность и доверие государству					Итого	Chi-квадрат Пирсона
		Солидарность (-), доверие государству (-)	Солидарность (-), доверие государству (+)	Солидарность (+), доверие государству (+)	Солидарность (+), доверие государству (-)			
Россия (N = 1011)	Местные (N = 465)	75	9	4	12	100	100,862***	
	Мигранты (N = 546)	47	15	20	18	100		
	Мигранты из Кыргызстана (N = 287)	44	16	23	17	100	4,225	
	Мигранты из Узбекистана (N = 259)	50	15	17	19	100		
Москва (N = 1063)	Местные (N = 512)	85	7	3	5	100	211,829***	
	Мигранты (N = 551)	43	15	22	20	100		
	Мигранты из Кыргызстана (N = 300)	37	15	26	22	100	9,440*	
	Мигранты из Узбекистана (N = 251)	49	14	18	19	100		

Обсуждение результатов и заключение

Мы выяснили, что среди мигрантов из Узбекистана и Кыргызстана в период карантинных ограничений весной 2020 г. преобладали стратегии, связанные или с высоким уровнем солидарности, или с доверием государству, или с тем и другим одновременно. Сравнивая их с местными жителями, мы можем сделать вывод, что это не общие для всех, кто оказался на территории России в месяцы пандемии, настроения: местные жители, в отличие от мигрантов, в подавляющем большинстве стали придерживаться стратегии «двойного отрицания», предполагающей низкий

уровень солидарности и недоверие государству. Работы, написанные в рамках исследований катастроф, свидетельствуют о том, что стратегии, сопряженные с высоким уровнем солидарности и/или доверием государству, позволяют сообществам пережить катастрофическую ситуацию с меньшими потерями и быстрее восстановиться.

Потери мигрантов в России от введения карантинных мер были значительными, однако не настолько драматичными, как можно было бы ожидать: массовых ситуаций голода и бездомности, а также чрезвычайно высокой заболеваемости с тяжелым течением болезни, требующей госпитализации, среди них, по всей видимости, не случилось. На имеющихся данных говорить о строгой причинно-следственной связи между стратегиями мигрантов и относительной успешностью переживания ими кризиса, вызванного пандемией коронавируса, довольно сложно. Тем не менее мы предполагаем наличие этой связи, и опосредоваться она могла следующими механизмами: доверяя государству, мигранты могли быть более склонны выполнять инструкции, исходящие от него, касались ли они возможности выйти из дома или вызывать врача в случае симптомов, позволяющих заподозрить коронавирус. Действительно, согласно нашим данным, в Москве мигранты в недели самоизоляции реже, чем местные жители, выходили из дома с рекреационными целями — встретиться с друзьями, позаниматься спортом или прогуляться на свежем воздухе: 52 % против 58 % соответственно (см. приложение 3). В Москве и в России в целом мигранты выражали большую готовность вызвать врача в случае «коронавирусных» симптомов, чем местные жители (91 % против 84 % в России и 94 % против 83 % в Москве) (см. приложение 4) — то есть вели себя более «дисциплинированно». Готовность соблюдать установленные государством правила может быть связана и с тем, что лишний выход из дома для мигранта мог привести к выписанному протоколу об административном правонарушении, который, в свою очередь, может грозить иностранному гражданину закрытием въезда в Россию на несколько лет, депортацией или административным выдворением. Что касается солидарности, то ее высокий уровень среди мигрантов свидетельствует, вероятно, об интенсификации взаимопомощи и перераспределении даже скудных ресурсов. Строго говоря, сама формулировка вопроса, измеряющего уровень солидарности среди мигрантов, не свидетельствует о том, что эта солидарность ориентирована исключительно на других мигрантов. Однако оказание помощи предполагает, что адресат и источник помощи оказались в одном физическом или виртуальном пространстве, а значительная часть мигрантов из Средней Азии в России делят рабочие, резидентные и онлайн-пространства прежде всего с другими мигрантами [Rocheva, Varshaver, 2017; Varshaver, Rocheva, 2020]. В свете этого мы предполагаем, и это находит подтверждение в консультациях с экспертами, что солидарность мигрантов была направлена в первую очередь на других мигрантов. Из-за того, что передвижение в весенние месяцы 2020 г. было ограничено, а места проживания мигрантов в России, в отличие от многих других стран, распределены относительно равномерно по районам внутри одного города, можно предполагать, что особо важную роль в процессе перераспределения ресурсов среди мигрантов сыграли средства коммуникации, такие как WhatsApp, Telegram и прочие чаты,

сервисы звонков и социальные сети, а также мгновенные денежные переводы. В этом смысле не так важно, чтобы обязательно все мигранты характеризовались высоким уровнем солидарности — достаточно, чтобы в некоторой сети поддержки было хотя бы несколько человек, готовых помочь. Зафиксированные в исследовании 68 % мигрантов, которые, по их словам, стали внимательнее к окружающим людям, — это вполне достаточная доля для того, чтобы не случилось катастрофы. Помимо того, что мигранты могли оказывать помощь, переводя небольшие или даже очень маленькие суммы нуждающимся, в оказание помощи включились фонды и посольства стран происхождения мигрантов, а также ad hoc возникавшие объединения неравнодушных людей. Виды этой помощи и их соотношение — вопрос, требующий отдельного исследования.

Еще один вопрос, который следует из результатов исследования, отражают ли зафиксированные среди мигрантов стратегии установки, распространенные в Кыргызстане и Узбекистане, или же это результат некоторого «миграционного отбора» (в Россию чаще отправляются люди, имеющие эти установки), или это специфическая для изучаемых групп мигрантов реакция на катастрофическую ситуацию. Данных, которые можно было бы привлечь в пользу того или иного варианта, чрезвычайно мало. Скорее, в пользу первого варианта свидетельствуют данные Всемирного исследования ценностей, согласно которым в Кыргызстане и Узбекистане в сравнении с Россией чаще считают, что важно делать что-то во благо общества, а также реже думают, что люди вокруг склонны их использовать¹⁰. Тем не менее этот вопрос требует дальнейшего анализа.

Исследование, кроме того, продемонстрировало различия между кыргызскими и узбекскими мигрантами: для первых характерны более высокий уровень солидарности (в Москве и в России в целом), более высокий уровень доверия государству (в Москве) и, следовательно, меньшая распространенность стратегии «двойного отрицания», предполагающей низкий уровень солидарности и недоверие государству (в Москве). Возможно, это связано в том числе с их сильной концентрацией в Московской агломерации: в российской подвыборке среди опрошенных мигрантов из Кыргызстана 64 % живут в Москве и Московской области. Более высокий уровень солидарности кыргызских мигрантов может быть вынужденной мерой: по некоторым наблюдениям, среди них была более распространена помощь на индивидуальном уровне — от мигранта к мигранту, тогда как в среде узбекских мигрантов больше работали благотворительные организации. Что касается доверия государству, то среди объясняющих факторов можно отметить, во-первых, тесные отношения Кыргызстана и России, выражением которых было действовавшее до 2012 г. соглашение, позволявшее гражданам Кыргызстана получать гражданство РФ в упрощенном порядке, а затем — вхождение Кыргызстана в ЕАЭС, которое закрепило позиции граждан Кыргызстана в РФ как привилегированные в сравнении с гражданами других стран [Иванова, Варшавер, 2018а; Иванова, Варшавер, 2018б]. Во-вторых, можно предположить, что в Узбекистане, в силу еще недавно существовавшего авторитарного политического режима, отношение к государству в целом было

¹⁰ Высказывания «It is important to this person to do something for the good of society» и «Do you think most people try to take advantage of you (10-point scale)» [World Values Survey..., 2014].

настороженным, и это отношение могло быть перенесено и на российское государство. Тем не менее это не объясняет того, что в Москве различия между двумя группами мигрантов по уровню доверия государству статистически значимы, а в России в целом — нет.

Список литературы (References)

Варшавер Е., Иванова Н., Рочева А. Положение мигрантов в России во время пандемии коронавируса (COVID-19): результаты опроса. РАНХиГС, 2020. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3672397>.

Varshaver E., Ivanova N., Rocheva A. (2020). Migrants in Russia During the COVID-19 Pandemic: Survey Results. RANEPА. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3672397>. (In Russ.)

Варшавер Е., Рочева А., Иванова Н., Ермакова М. Места резидентной концентрации мигрантов в российских городах: есть ли паттерн? // Социологическое обозрение. 2020. Т. 19. № 2. С. 225—253. <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2020-2-225-253>.

Varshaver E., Rocheva A., Ivanova N., Ermakova M. (2020). Residential Concentrations of Migrants in Russian Cities: Is There a Pattern? *The Russian Sociological Review*. Vol. 19. No. 2. P. 225–253. <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2020-2-225-253>. (In Russ.)

Вендина О. И., Панин А. Н., Тикунов В. С. Социальное пространство Москвы: особенности и структура // Известия Российской академии наук. Серия географическая. 2019. № 6. С. 3—17. <https://doi.org/10.31857/s2587-5566201963-17>.

Vendina O. I., Panin A. N., Tikunov V. S. (2019) Social Space of Moscow: Peculiarities and Patterns. *Izvestiya RAN (Akad. Nauk SSSR). Seriya Geograficheskaya*. No. 6. P. 3–17. <https://doi.org/10.31857/s2587-5566201963-17>. (In Russ.)

Иванова Н., Варшавер Е. Особенности правового положения трудовых мигрантов из ЕАЭС и прочих стран СНГ в России: сравнительный анализ (начало) // Миграционное право. 2018а. № 3. С. 3—8. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3502752 (дата обращения: 12.11.2020).

Ivanova N., Varshaver E. (2018a) Peculiarities of the Legal Status of Labor Migrants from the EAEU and other CIS Member States in Russia: a Comparative Analysis (Beginning). *Migration Law*. No. 3. P. 3–8. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3502752 (accessed: 12.11.2020). (In Russ.)

Иванова Н., Варшавер Е. Особенности правового положения трудовых мигрантов из ЕАЭС и прочих стран СНГ в России: сравнительный анализ (окончание) // Миграционное право. 2018б. № 4. С. 9—16. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3502763 (дата обращения: 12.11.2020).

Ivanova N., Varshaver E. (2018b) Peculiarities of the Legal Status of Labor Migrants from the EAEU and other CIS Member States in Russia: a Comparative Analysis (Final Part). *Migration Law*. No. 4. P. 9–16. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3502763 (accessed: 12.11.2020). (In Russ.)

Кузнецова И., Мухарьямова Л. Трудовые мигранты в системе медицинских услуг: формальные и неформальные стратегии // Журнал исследований социальной политики. 2014. Т. 12. № 1. С. 7–20. URL: <https://jsps.hse.ru/article/view/3397/2977> (дата обращения: 18.11.2020)

Kuznetsova I., Mucharyamova L. (2014) Labor Migrants and Health Care Access in Russia: Formal and Informal Strategies. *The Journal of Social Policy Studies*. Vol. 12. No. 1. P. 7–20. URL: <https://jsps.hse.ru/article/view/3397/2977> (accessed: 18.11.2020). (In Russ.)

Российская экономика в 2019 году. Тенденции и перспективы. (Вып. 41) / под науч. ред. А. Л. Кудрина, А. Д. Радыгина, С. Г. Синельникова-Мурылева. М.: Издательство Института Гайдара, 2020. URL: <https://www.iep.ru/files/text/trends/2019/2019.pdf> (дата обращения: 16.11.2020).

Kudrin A. L., Radygin A. D., Sinelnikov-Murylev S.G. (eds.) (2020) Russian Economy in 2019. Trends and Outlooks (Vol. 41). Moscow: Gaidar Institute. URL: <https://www.iep.ru/files/text/trends/2019/2019.pdf> (accessed: 16.11.2020). (In Russ.)

Barnett E. D., Walker P.F. (2008) Role of Immigrants and Migrants in Emerging Infectious Diseases. *Medical Clinics of North America*. Vol. 92. No. 6. P. 1447–1458. <https://doi.org/10.1016/j.mcna.2008.07.001>.

Belot M., Choi S., Jamison J.C., Papageorge N. W., Tripodi E., van den Broek-Altenburg E. (2020) Six-Country Survey on Covid-19. *Institute of Labor Economics DP*. No. 13230. (May, 2020). URL: <http://ftp.iza.org/dp13230.pdf> (accessed: 14.11.2020).

Bhopal R. S. (2020) COVID-19: Immense Necessity and Challenges in Meeting the Needs of Minorities, Especially Asylum Seekers and Undocumented Migrants. *Public Health*. Vol. 182. P. 161–162. <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2020.04.010>.

Biao X., Wong T. (2003) SARS: Public Health and Social Science Perspectives. *Economic and Political Weekly*. Vol. 38. No. 25. P. 2480–2483. <https://doi.org/10.2307/4413701>.

Chamlee-Wright E., Storr V. H. (2009) Club Goods and Post-Disaster Community Return. *Rationality and Society*. Vol. 21. No. 4. P. 429–458. <https://doi.org/10.1177/1043463109337097>.

Coibion O., Gorodnichenko Y., Weber M. (2020) Labor Markets during the Covid-19 Crisis: A Preliminary View. *CESifo Working Paper*. No. 8238. Center for Economic Studies and ifo Institute (CESifo), Munich. <https://doi.org/10.3386/w27017>.

Collins T. (2010) Marginalization, Facilitation, and the Production of Unequal Risk: The 2006 Paso del Norte Floods. *Antipode*. Vol. 42. No. 2. P. 258–288. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8330.2009.00755.x>.

Dang H-A. H., Giang L. T. (2020) Turning Vietnam's COVID-19 Success into Economic Recovery: A Job-Focused Analysis of Individual Assessments on Their Finance and the Economy. *Global Labor Organization Discussion Paper*. No. 566. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/218863/1/GLO-DP-0566.pdf> (accessed: 16.11.2020).

- Demintseva E., Kashnitsky D. (2016) Contextualizing Migrants' Strategies of Seeking Medical Care in Russia. *International migration*. Vol. 54. No. 5. P. 29–42. <https://doi.org/10.1111/imig.12247>.
- Donner W., Rodríguez H. (2008) Population Composition, Migration and Inequality: The Influence of Demographic Changes on Disaster Risk and Vulnerability. *Social Forces*. Vol. 87. No. 2. P. 1089–1114. <https://doi.org/10.1353/sof.0.0141>.
- Gilbert C. (1995) Studying Disaster: A Review of the Main Conceptual Tools. *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*. Vol. 13. No. 3. P. 231–240. URL: <http://www.ijmed.org/articles/319/download/> (accessed: 17.11.2020).
- Greenaway C., Gushulak B. D. (2017) Pandemics, Migration and Global Health Security. In: Brourbeau P. (ed.) *Handbook on Migration and Security*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. P. 316–336. <https://doi.org/10.4337/9781785360497.00026>.
- Hutanuwatr K., Bolin B., Pijawka D. (2012) Vulnerability and Disaster in Thailand: Scale, Power, and Collaboration in Post-Tsunami Recovery. In: Pfeiffer K., Pfeiffer N. (eds.) *Forces of Nature and Cultural Responses*. New York, NY: Springer. P. 69–92. https://doi.org/10.1007/978-94-007-5000-5_5.
- Ivakhnyuk I. (2020) Coronavirus Pandemic Challenges Migrants Worldwide and in Russia. *Population and Economics*. Vol. 4. No. 2. P. 49–55. <https://doi.org/10.3897/popecon.4.e53201>.
- Kluge H. H. P., Jakab Z., Bartovic J., D'Anna V., Severoni S. (2020) Refugee and Migrant Health in the COVID-19 Response. *The Lancet*. Vol. 395. No. 10232. P. 1237–1239. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30791-1](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30791-1).
- Li W., Airriess C. A., Chen A. C. C., Leong K. J., Keith V. (2010) Katrina and Migration: Evacuation and Return by African Americans and Vietnamese Americans in an Eastern New Orleans Suburb. *The Professional Geographer*. Vol. 62. No. 1. P. 103–118. <https://doi.org/10.1080/00330120903404934>.
- Lidskog R. (2018) Invented Communities and Social Vulnerability: The Local Post-Disaster Dynamics of Extreme Environmental Events. *Sustainability*. Vol. 10. No. 12. P. 4457. <https://doi.org/10.3390/su10124457>.
- Onoma A. K. (2017) The Making of Dangerous Communities: the «Peul-Fouta» in Ebola-Weary Senegal. *Africa Spectrum*. Vol. 52. No. 2. P. 29–51. <https://doi.org/10.1177/000203971705200202>.
- Onoma A. K. (2018) Epidemics and Intra-Communal Contestations: Ekeh, 'les Guinéens' and Ebola in West Africa. *The Journal of Modern African Studies*. Vol. 56. No. 4. P. 595–617. <https://doi.org/10.1017/S0022278X18000563>.
- Onoma A. K. (2019) Xenophobia's Contours During an Ebola Epidemic: Proximity and the Targeting of Peul Migrants in Senegal. *African Studies Review*. Vol. 63. No. 2. P. 353–374. <https://doi.org/10.1017/asr.2019.38>.

Peacock W. G., Girard C. (1997) Ethnic and Racial Inequalities in Disaster Damage and Insurance Settlements. In: Peacock W. G., Morrow B. H., Gladwin H. (eds.) *Hurricane Andrew: Ethnicity, Gender, and the Sociology of Disasters*. London; New York, NY: Routledge. P. 171–190.

Perrotta D., Grow A., Rampazzo F., Cimentada J., Del Fava E., Gil-Clavel S., Zagheni E. (2020) Behaviors and Attitudes in Response to the COVID-19 Pandemic: Insights from a Cross-National Facebook Survey. *medRxiv*. <https://doi.org/10.1101/2020.05.09.20096388>.

Pyles L., Cross T. (2008) Community Revitalization in Post-Katrina New Orleans: A Critical Analysis of Social Capital in an African American Neighborhood. *Journal of Community Practice*. Vol. 16. No. 4. P. 383–401. <https://doi.org/10.1080/10705420802475050>.

Ratha D. K., De S., Kim E. J., Plaza S., Seshan G. K., Yameogo N. D. (2020) COVID-19 Crisis through a Migration Lens. *Migration and Development Brief* 32. World Bank Group. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/989721587512418006/COVID-19-Crisis-Through-a-Migration-Lens> (accessed: 18.11.2020).

Rocheva A., Varshaver E. (2017) Gender Dimension of Migration from Central Asia to the Russian Federation. *Asia-Pacific Population Journal*. Vol. 32. No. 2. P. 87–136. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3502749>.

Uekusa S. (2020) The Paradox of Social Capital: A Case of Immigrants, Refugees and Linguistic Minorities in The Canterbury and Tohoku Disasters. *International Journal of Disaster Risk Reduction*. Vol. 48. 101625. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2020.101625>.

Varshaver E., Rocheva A. (2020) “Homeland-Rooted” or Acquired in the Receiving Society: How Does the Composition of Migrants’ “Co-Ethnic” Ties Affect Their Patterns of Integration? *Journal of International Migration and Integration*. <https://doi.org/10.1007/s12134-019-00742-4>.

Vieira C. M., Franco O. H., Restrepo C. G., Abel T. (2020) COVID-19: The Forgotten Priorities of the Pandemic. *Maturitas*. Vol. 136. P. 38–41. <https://doi.org/10.1016/j.maturitas.2020.04.004>.

Vonen H. D., Olsen M. L., Eriksen S. S., Jervelund S. S., Eikemo T. A. (2020) Refugee Camps and COVID-19: Can We Prevent a Humanitarian Crisis? *Scandinavian Journal of Public Health. Online First*. <https://doi.org/10.1177/1403494820934952>.

Wickramage K., Peiris S., Agampodi S. B. (2013) “Don’t Forget the Migrants”: Exploring Preparedness and Response Strategies to Combat the Potential Spread of MERS-CoV Virus Through Migrant Workers in Sri Lanka. *F1000Research*. Vol. 2. P. 163. <https://doi.org/10.12688/f1000research.2-163.v1>.

World Values Survey. Inglehart R., Haerpfer C., Moreno A., Welzel C., Kizilova K., Diez-Medrano J., Lagos M., Norris P., Ponarin E., Puranen B. et al. (eds.) (2014) World Values Survey: Round Six – Country-Pooled Datafile. Madrid: JD Systems Institute. URL: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp> (accessed: 17.11.2020).

Приложение 1

Таблица. Что произошло с наемными работниками с начала марта (в %)

Группы респондентов		Если респондент был наемным работником, что из этого с ним произошло								
		Респондент потерял работу	Респондент ушел в отпуск с сохранением зарплаты или на объявленные «выходные»	Респондент ушел в отпуск без сохранения заработной платы (отпуск за свой счет)	Респонденту «урезали» зарплату	Респондент перешел на удаленную работу	Респондент перешел на другую работу	Респондент стал получать пособие по безработице	Ничего из этого с начала марта с респондентом не произошло	Итого (Есть ответ на вопрос)
Россия (N = 478)	Местные (N = 213)	23	11	25	17	12	2	0	31	121
	Мигранты (N = 265)	40	5	35	17	7	2	1	23	130
	Хи-квадрат Пирсона	15,296***	5,779*	5,804*	0	4,142*	0	1,614	4,287*	N/A
	Мигранты из Кыргызстана (N = 175)	38	6	39	18	7	2	1	21	132
	Мигранты из Узбекистана (N = 90)	46	4	28	17	6	2	1	27	131
	Хи-квадрат Пирсона	1,518	0,192	3,203	0,045	0,329	0,083	0,231	1,023	N/A
Москва (N = 552)	Местные (N = 233)	21	19	22	21	22	3	1	22	131
	Мигранты (N = 319)	38	3	38	18	7	2	0	20	126
	Хи-квадрат Пирсона	18,047***	37,843***	15,254***	0,653	24,991***	0,782	2,748	0,272	N/A
	Мигранты из Кыргызстана (N = 205)	43	2	39	19	6	2	0	17	128
	Мигранты из Узбекистана (N = 114)	29	4	37	17	10	2	0	26	125
	Хи-квадрат Пирсона	6,081*	0,915	0,089	0,175	1,577	0,16	N/A	4,325*	N/A

Примечание. Формулировка вопроса: «Сейчас сложное, динамичное время, в ходе которого могло произойти много всего. Отметьте ВСЕ, что произошло с Вами с начала марта (Можно выбрать несколько вариантов ответа)».

Приложение 2

Таблица. **Время, в течение которого респондент сможет продержаться на накоплениях (в %)**

Группы респондентов		Как долго Вы сможете продержаться на этих накоплениях?							Итого	Хи-квадрат Пирсона
		1 неделя	2 недели — 1 месяц	2—3 месяца	4—6 месяцев	7 месяцев — 1 год	более 1 года			
Россия (N = 396)	Местные (N = 168)	14	41	23	10	5	7	100	12,108*	
	Мигранты (N = 228)	17	49	23	4	1	5	100		
	Мигранты из Кыргызстана (N = 108)	16	54	19	4	1	6	100	3,222	
	Мигранты из Узбекистана (N = 120)	18	45	27	4	2	4	100		
Москва (N = 431)	Местные (N = 220)	6	32	28	17	7	10	100	39,179***	
	Мигранты (N = 211)	16	48	23	5	2	6	100		
	Мигранты из Кыргызстана (N = 110)	17	56	19	2	2	4	100	11,663*	
	Мигранты из Узбекистана (N = 101)	14	40	28	8	2	9	100		

Примечание. Вопрос задавался только тем, кто ответил, что имеет некоторые накопления.

Приложение 3

Таблица. **Выход из дома с рекреационными целями в течение последней недели (в %)**

Группы респондентов		Выходил встретиться с друзьями, прогуляться или заняться спортом			
		Ни разу не выходил встретиться с друзьями, прогуляться или заняться спортом	Хотя бы раз выходил встретиться с друзьями, прогуляться или заняться спортом	Итого	Хи-квадрат Пирсона
Россия (N = 1011)	Местные (N = 465)	37	63	100	0,902
	Мигранты (N = 546)	34	66	100	
	Мигранты из Кыргызстана (N = 287)	33	67	100	0,017
	Мигранты из Узбекистана (N = 259)	34	66	100	
Москва (N = 1063)	Местные (N = 512)	42	58	100	4,521*
	Мигранты (N = 551)	48	52	100	
	Мигранты из Кыргызстана (N = 287)	53	47	100	5,515*
	Мигранты из Узбекистана (N = 259)	43	57	100	

Приложение 4

Таблица. **Готовность обратиться к врачу или вызвать скорую помощь при симптомах COVID (в %)**

Группы респондентов		Обратится ли к врачу или вызовет скорую при симптомах COVID (виньетка)					Хи-квадрат Пирсона
		Точно да	Скорее всего да	Скорее всего нет	Точно нет	Итого	
Россия (N = 823)	Местные (N = 421)	55	29	7	8	100	35,549***
	Мигранты (N = 402)	75	16	5	3	100	
	Мигранты из Кыргызстана (N = 210)	70	18	7	5	100	8,773*
	Мигранты из Узбекистана (N = 192)	80	15	3	2	100	
Москва (N = 885)	Местные (N = 480)	63	23	9	6	100	33,825***
	Мигранты (N = 405)	80	14	3	2	100	
	Мигранты из Кыргызстана (N = 217)	80	15	3	2	100	1,245
	Мигранты из Узбекистана (N = 188)	80	13	4	3	100	

Примечание. Формулировка вопроса: «Сейчас эпидемия коронавируса. Представьте себе (не дай бог) такую ситуацию. Вы просыпаетесь завтра утром, там, где Вы сейчас живете, а у Вас болит горло, температура выше 38 и ломот все тело. Проходят сутки, ничего не меняется. Вызовите ли Вы в такой ситуации врача или скорую помощь?

1) Точно вызову. 2) Скорее всего вызову. 3) Скорее всего не вызову. 4) Точно не вызову».



