

УДК 316.4

DOI: 10.17223/1998863X/62/8

С.Э. Мартынова, П.В. Сазонова

ПУБЛИЧНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19: ОЦЕНКИ ГРАЖДАН РОССИИ

Представлены результаты социологического исследования, цель которого – определить, в какой степени публичные коммуникации российских официальных органов отражают характеристики современных кризисных коммуникаций, и выявить факторы, влияющие на эффективность публичных коммуникаций в период пандемии COVID-19. Выделены факторы, влияющие на эффективность коммуникаций. Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы государственного задания РАНХиГС.

Ключевые слова: публичные кризисные коммуникации, пандемия COVID-19, качественное социологическое исследование

Введение

Современные подходы к публичным кризисным коммуникациям претерпели серьезные изменения по сравнению с 80–90-ми гг. XX в., когда в мировой научной литературе наблюдался рост числа соответствующих работ. Многие положения, разработанные в тот период, представляются уже не соответствующими новой социальности и современным принципам публичного управления. Так, новое общество (постиндустриальное, общество знаний, информационное общество, общество постмодерна) характеризуется как многосубъектное и децентрализованное [1; 2. С. 49–50], акторы признают не диктат или опеку, а равноправие, стремятся к активному участию в общественной жизни с целью создания условий для самореализации и удовлетворения своих потребностей. В деятельности государства ведущими принципами становятся открытость, партисипативность [3. Р. 2380; 4. Р. 2024; 5. Р. 20; 6], «сервисная» ориентация [7–12].

Развитие информационно-коммуникационных технологий позволяет любому общественному и индивидуальному актору стать держателем канала информации и вступать в многообразные коммуникации с другими членами общества и органами публичного управления. Исследователи отмечают, что распространение информационно-коммуникационных технологий повлияло на развитие рациональности современного актора [13. Р. 114], который должен проявлять активность при выборе собственных путей получения знаний на электронных ресурсах [14. Р. 502], сопоставлять и делать выводы. Постиндустриальный период ознаменовался развитием глобализации с формированием единого не только экономического, но и информационного пространства и увеличением числа акторов, которые влияют на общество национальных государств.

В этой связи отметим, что прежняя модель кризисных коммуникаций предусматривала централизацию коммуникативных потоков в руках органа власти или организации [15. С. 199, 205; 16]. Исследователи отмечают, что

даже в 80-е гг. XX в. односторонняя модель публичных кризисных коммуникаций преобладала [17. Р. 236]. Такая централизация обеспечивала все ожидаемые в тот период времени эффекты: возможность говорить в кризис «одним голосом» [18. С. 104], игнорирование СМИ и аудитории при некоторых обстоятельствах (аудитории оценивались с позиций того, стоит ли тратить на них усилия, а выбор медиаканала зависел от уровня расположенности организации к СМИ [15. С. 203]), удержание однозначной оценочности информационного поля. Все эти положения уже не только не соответствуют характеристикам современной социальности, но и практически не реализуемы.

Таким образом, в современной модели публичных кризисных коммуникаций должны учитываться:

- децентрализация, многосубъектность и многоканальность коммуникаций;
- ориентация на общественные интересы;
- персонализация / адресность публичной коммуникации;
- интерактивность;
- готовность общества к активному участию в общественной жизни и, соответственно, задача вовлечения акторов;
- ориентация на рациональное мышление коммуниканта;
- глобальность информационного пространства.

Актуализация задачи использования современных подходов к кризисным коммуникациям остро встала в период пандемии COVID-19. В наблюдениях зарубежных исследователей, изучающих коммуникации в этот период, можно увидеть отражение указанных выше характеристик: многоканальность – прямая конкуренция сетей по отношению к традиционным СМИ [19], многосубъектность и вовлеченность гражданских акторов – создание платформ, где общественные акторы дополняют информацию официальных органов [20], ориентация на общественные интересы и адресность – создание сообщений, интегрированных в обстоятельства людей [21].

Цель нашего исследования – определить, в какой степени публичные коммуникации российских официальных органов отражают характеристики современных кризисных коммуникаций, а также выявить факторы, влияющие на эффективность публичных коммуникаций в период пандемии COVID-19. Сопутствующая заданность по выявлению факторов обусловлена тем, что в условиях слабой предсказуемости и даже беспрецедентности как самого кризиса, вызванного пандемией, так и сопровождающих его коммуникативных стратегий существует дефицит знаний о том, как предпринимаемые коммуникативные усилия официальных органов отражаются на установках и поведении граждан.

Дизайн и результаты исследования

Исходя из социальной природы коммуникаций, выявление характеристик и факторов эффективности публичных кризисных коммуникаций в период пандемии COVID-19 проведено на основании мнения граждан. Методом сбора данных выбрано глубинное сфокусированное интервью [22, 23], которое позволяет обстоятельно изучить мнение, в достаточной мере раскрыть установки информантов, за счет интерактивного характера беседы прояснить те аспекты (о мотивах, моделях поведения и ожиданиях), которые могут быть

неочевидны из контент-анализа самих коммуникативных материалов или документов, декларирующих характеристики информационной политики.

Исследование осуществлено в феврале–марте 2021 г. Всего проведено 18 глубинных сфокусированных интервью: 8 – с мужчинами, 10 – с женщинами. Информантами выступили лица разных возрастных групп, проживающие в населенных пунктах разного типа (город, село) в 7 из 8 федеральных округов РФ. Сфера деятельности информантов разнообразна: работа в бизнесе, государственных учреждениях, на фрилансе. Среди информантов также есть пенсионеры и домохозяйки. В результате выборка приближена к характеристикам генеральной совокупности «население в целом».

Интервью проходили в формате «лицом к лицу», а также с использованием информационно-коммуникационных технологий. Предлагаемые ниже результаты исследования структурно соответствуют разделам гайда, содержащего пять тематических блоков; в качестве иллюстрации предлагаются некоторые высказывания информантов.

1. Предпочтительные каналы и жанры коммуникации, мотивы предпочтений

Предпочтительным каналом для получения информации о COVID-19 является Интернет: сайты, соцсети. Приоритет Интернета обусловлен большим количеством сообщений, их дискуссионностью и альтернативностью, интерактивностью, удобством поиска, разнообразием форм подачи, оперативностью обновления информации:

– Я использую только Интернет. В Интернете все оперативно, всего много. Можно посмотреть разные сайты, с разным мнением. Можно найти и детальную, и общую информацию. М., 37 лет, Майкоп.

Официальные сайты востребованы в единичных случаях (4 человека из 18), причем преимущественно в совокупности с ресурсами Интернета (российскими и зарубежными) или альтернативными СМИ:

– Интернет использую как повседневный источник новостей и по работе. А на официальных сайтах всегда есть актуальная информация административного плана. М., 43, Москва.

– Данные оперативного штаба и «Эхо Москвы» – там уже более объективно Венедиктов рассказывает. Сравниваю, что оперативный штаб говорит, что по факту происходит. М., 57, Томск.

Предпочтения к традиционным СМИ: ТВ, радио, – высказали часть информантов (5 человек из 18), причем в половине случаев СМИ упомянуты в сочетании с интернет-ресурсами:

– Россия-24, и по ТВ, и в Интернете. Ж., 52, пос. Новый быт.

– Местные и центральные ТВ-новости, радио тоже слушала (я всегда его слушаю). По ТВ смотрю преимущественно обзор новостей. Ж., 75, Волгоград.

Более подробное рассмотрение отношения к официальным каналам (федеральным и региональным) продемонстрировало, что большинство информантов не доверяют этим источникам и, соответственно, не обращаются к ним. Причины такого поведения связаны с представлениями о том, что эти каналы искажают состояние дел:

– *Не обращаюсь совсем, потому что не доверяю... Математики говорят, что не может так меняться динамика значений.* М., 57, Томск.

В отдельных случаях наблюдается предпочтение к региональным каналам, в том числе независимым. Такие источники представляются заслуживающими доверия в большей степени:

– *Федеральным каналам информирования я не доверяю, это мое мнение. Региональные каналы дают возможность высказать мнение простым гражданам, которых я могу встретить на улице и быть уверенной, что их мнение не купили.* Ж., 19, Красноярск.

Кроме того, более удобным для граждан является обращение к Интернету, поэтому официальные каналы уже не входят в информационное пространство, которое формирует для себя современный актор.

Незначительная часть информантов (4 человека из 18) высказали доверие к официальным источникам (в 2 случаях речь шла о ТВ-каналах), отметили наличие актуальных данных и документов.

Сообщения от оперштабов, органов власти на официальных сайтах большинство информантов не читают. Причины – незнание о существовании оперштабов, представление о недостоверности сведений, предпочтительность других каналов.

Впечатление, которое возникает от выступлений и сообщений официальных лиц о пандемии, у большей части информантов негативное. Причины – представления о том, что состояние дел искажается, в частности, чтобы создать видимость эффективной работы официальных органов:

– *Все же понимают, что статистика «липовая». Вот мы сами болели: кто-то легко и к доктору не обращался, кто-то тяжелее, но нас никто нигде не заносил, не контролировал, поэтому все эти выступления – профанация.* Ж., 75, Волгоград.

– *Не все правдиво говорят. Иногда кажется, что недоговаривают, а иногда – что специально нагнетают.* Ж., 52, пос. Новый быт.

Другие мотивы негативной оценки связаны как с отрицательным отношением к самим мерам, которые предпринимают официальные органы, утаиванием последствий принятых решений, так и с противоречивостью информации, некомпетентностью официальных лиц («не являются экспертами в вопросах пандемии»):

– *Некоторые моменты в официальной информации мне непонятны. Например, вакцинация. Одни источники говорят, что надо обязательно обследоваться перед вакцинацией... Другие не требуют обследования... Думаю, что после этого мнения людей тоже разделяются на два лагеря.* Ж., 44, Комсомольск-на-Амуре.

Часть информантов вообще демонстрируют отчуждение от такой коммуникации: признают, что не помнят таких выступлений, не обращают на них внимания, не задумываются об услышанном / увиденном, даже переключают канал, если в поле зрения попадают подобные кадры.

Свою оценку информанты иллюстрируют примерами, доказывающими недостоверность информации, ее несоответствие фактам, отсутствие внимания к людям со стороны официальных лиц, беспомощность официальных органов:

– Я один только раз помню: губернатор по телевизору выступал с обращением к жителям. Это был пик – сентябрь-октябрь – крик души, решил обратиться, припекает, тяжело власти стало... Типа «я на вас надеюсь», соблюдайте правила, ношение масок, перчаток, дистанции. М., 57, Томск.

Часть информантов (5 человек из 18) примеров сообщений и выступлений привести не смогли, поскольку устроились от подобной коммуникации или не вспомнили соответствующих выступлений, не поняли, о чем шла речь («слова непонятные и какое-то объяснение непонятное»).

Впечатление, которое возникает от официальных сообщений на сайтах и в Интернете, также у большей части информантов негативное. Причинами вновь названы представления о том, что состояние дел искажается («в официальных сообщениях мне врут», «во всем мире все плохо, а у нас хорошо»), в частности, чтобы создать видимость эффективной работы официальных органов («все ладно и гладко у них получается, а в реальности почему-то не так»).

Информанты также ссылаются на противоречивость сообщений, их неконкретный и однообразный характер:

– Эти заявления по большей части носят сиюминутный характер, чрезвычайно быстро меняются, противоречат друг другу. М., 43, Москва.

Часть информантов определяют свое отношение как безразличное / нейтральное или ссылаются на то, что не встречают таких сообщений:

– Что за сообщения? [после пояснений] Ну... это я должен зайти на сайт оперштаба, а я туда не захожу. М., 41, Нижний Новгород.

Положительная оценка выявлена в единичных случаях (2 человека из 18) и мотивирована сообщениями о том, что преувеличение опасности необходимо в целях защиты граждан («иначе граждане начнут чересчур легкомысленно относиться к проблеме»).

Отношение к информации от всемирных организаций и зарубежных стран. Большая часть информантов высказали положительное отношение к сообщениям ВОЗ. Мотивы доверия сводятся к следующему: организацию представляют авторитетные эксперты, ведутся научные исследования, ВОЗ обладает большим объемом информации, менее коррумпирована, ориентирована на потребности общества, информация соответствует действительности:

– Ну, вот ВОЗ... [Отношусь к этой информации] более доверительно, чем к информации каких-то российских федеральных каналов. М., 41, Нижний Новгород.

Часть информантов не видят разницы между подходом к формированию сообщений со стороны ВОЗ и российских официальных органов, отмечают ту же противоречивость и стремление создать видимость эффективной работы:

– Никак не отношусь. А чем они отличаются от нашей информации? Та же схема. Ж., 51, пос. Шерегеш.

Только двое информантов не встречали сообщений от этой организации.

Сведения о положении в зарубежных странах получают большинство информантов. Они ссылаются на примеры Германии, Италии, США, Китая. Подчеркиваются более жесткие ограничения, но в то же время – более весомая государственная помощь гражданам:

– Они заботятся о своем населении, но меры защиты очень жесткие. Все же уровень доверия к ним значительно выше, чем к нашим властям. М., 33, Дербент.

Не доверяют информации, поступающей из-за рубежа, только двое информантов, объясняя это тем, что все государства преследуют пропагандистские цели.

Источниками информации о положении дел за рубежом служат свидетельства знакомых, которые там живут, собственные наблюдения в момент пребывания в других странах, во многом – сообщения в Интернете (на сайтах и в соцсетях) и в единичном случае – по ТВ. Только один информант сообщил, что не встречал сведений о состоянии дел в других странах.

Источники, информация из которых представляется наиболее достоверной и полезной. Часть информантов (3 человека: лица на руководящих позициях в крупных компаниях и сотрудник вуза) отметили научные публикации:

– Если объективно, то необходимо обращаться к научной литературе, в особенности к западной. М., 36, Казань.

Немногим более распространено (5 человек из 18) доверие к представителям медицинского сообщества (ВОЗ, Минздрав, врачи), хотя и они подозреваются в обнародовании информации, нужной официальным органам:

– Наверное, когда врачи говорят. Но они же тоже могут быть медийными личностями и говорить «как надо». Нет ощущения достоверности. Ж., 51, пос. Шерегеш.

Схожая распространенность доверительной оценки выявлена в отношении сведений от других людей. Эти сведения информанты получают непосредственно от знакомых, а также из соцсетей («люди сообщают то, что видят, слышат, знают»). В целом информация от известных блогеров, в социальных сетях и мессенджерах представляется еще части информантов более достоверной по причине независимости источника.

СМИ как источник, которому доверяют, назвали 3 человека, причем один упомянул официальный канал, а другой – независимый.

Часть информантов подчеркнули, что подход к получению и осмыслению информации изменился и требует от человека самостоятельного анализа сведений из нескольких источников:

– Получение информации в Интернете так и построено, что ты получаешь сразу много всякой информации, из массы источников, и делаешь выводы сам. М., 41, Нижний Новгород.

Основания для оценки сообщений о COVID-19 как ложных. Больше всего информанты (6 человек из 18) обращают внимание на статистические сведения. Критериями недостоверности данных воспринимаются: 1) постоянство во времени одних и тех же значений; 2) резкое или, наоборот, незначительное изменение значений; 3) связь во времени динамики значений с событиями, инициированными органами власти в целях борьбы с пандемией (например, начало прививочной кампании); 4) существенные расхождения с динамикой значений, характерной для других стран:

– Если статистические данные меняются слишком резко... Сравнивая со статистикой течения эпидемии в других странах, возникают вопросы. М., 43, Москва.

Близким к этим критериям является несоответствие официальных заявлений собственным наблюдениям информантов и фактам:

– *На основании несоответствия количества больных людей в действительности с тем, что говорят официальные источники.* Ж., 22, Иркутск.

Другим критерием является источник информации. Официальные источники (статистика, официальные заявления и СМИ) не пользуются доверием. В этой связи если сообщения официальных каналов расходятся с сообщениями независимых источников, информанты воспринимают официальную информацию как ложную. В то же время пример недостоверной информации в соцсетях привел только один информант.

Играет роль и удельный вес информации: если разные источники преподносят схожие данные, они воспринимаются как правдивые:

– *Просто в голове складывается какая-то картина, потому что одной информации больше, чем другой. Значит, что [первая], наверное, более верная.* М., 41, Нижний Новгород.

Часть информантов рассматривают информацию как ложную на основании собственного анализа («мои размышления, сам анализирую») или даже неосознанных мотивов («по привычке, инстинктивно»).

Не склонны анализировать сведения с позиций истинности / ложности незначительное число информантов (3 человека из 18): «слушаю как фон», «не задумывалась об этом», в том числе анализ не дается по причине отсутствия компетентности в этом вопросе.

Привлекательные по содержанию, форме подачи сообщения. В содержании приветствуются научные данные из авторитетных журналов, подтвержденные факты и цифры (например, число заболевших), прогнозы, свидетельства компетентных людей, а также очевидцев и знакомых. Эта информация должна быть изложена обстоятельно:

– *Наверное, от первоисточника: кто был в ситуации.* Ж., 51, пос. Шереш.

– *Те, которые подаются как официальная информация... чтобы с датами и ссылками на документы или какие-то исследования.* Ж., 32, Краснодар.

Упоминается и утилитарный характер информации: ее значимость для защиты от вируса.

Часть информантов (5 человек из 18) выдвигают на первый план новизну, даже сенсационность (но рационального характера), и общественную значимость сообщения:

– *Шокирующая информация или что-то совершенно новое, научные факты.* М., 33, Дербент.

В отношении формы подачи ожидаемы современные символы, используемые в Интернете (хэштеги, позволяющие понять адресность сообщения), видеоматериалы с выступлениями («Картинка. Кто-то выступает, что-то говорит. Так более понятно»).

Значительная часть информантов (5 человек из 18) отметили стилистические особенности сообщений – приветствуются лаконичность, доступность для понимания, отсутствие неясных терминов:

– *[...] как прогноз погоды... Информация должна быть простой, с простыми словами, без терминов и непонятных, пугающих слов.* Ж., 49, Сочи.

2. Образ кризиса и власти в период кризиса; факторы, повлиявшие на эти представления

Представление о пандемии COVID-19 и ее последствиях. Значительная часть информантов (6 человек из 18) в своих представлениях о пандемии обозначили ее высокую опасность для здоровья людей и неподготовленность систем здравоохранения:

– *Это серьезное, даже системное заболевание. Оно дает очень много осложнений и серьезные последствия.* Ж., 44, Комсомольск-на-Амуре.

Почти в той же мере информанты (5 человек из 18) охарактеризовали пандемию как системный кризис, даже предостережение людям за необдуманное поведение («ки лезут туда, куда не надо... и делают там, что не надо. Не зажрались ли вы, товарищи»), затрагивающий все сферы жизнедеятельности и имеющий долгосрочные последствия:

– *Вирус прошелся по планете... Теперь много последствий, с которыми нужно работать, справляться. Жизнь не будет прежней.* Ж., 49, Сочи.

Часть информантов (4 человека из 18) образ кризиса охарактеризовали с политических позиций – неподготовленность и неуверенность действий государств мира, а со стороны российского государства – отсутствие достаточной поддержки граждан и бизнеса, стремление к манипуляции ограниченными мерами:

– *Из того, что запомнилось с начала эпидемии, – это неуверенная первая реакция государств, не только нашего. Потом – перегиб с ограничительными мерами.* М., 42, Москва.

– *У меня сложилось мнение, что наше государство было не готово к подобным ситуациям, не было поддержки бизнеса, граждан.* Ж., 21, Санкт-Петербург.

– *Такое впечатление, будто ее поддерживают из политических соображений. Когда надо – про нее вспоминают, когда не надо – про нее забывают.* М., 57, Томск.

В представлениях отдельных информантов (3 человека из 18) пандемия оказалась, прежде всего, кризисом социальных контактов, явлением, вызвавшим паническую социальную реакцию («массовый психоз»):

– *Кризис общения. Это самое плохое и губительное. Все закрылись в своих норках, боялись друг друга.* М., 52, Самара.

Недооценка серьезности пандемии («просто такой новый грипп») на первоначальном этапе ее развития отразилась в высказываниях только одного информанта.

Представление об официальных органах страны и региона в период пандемии. Подавляющее большинство информантов (13 человека из 18) отметили, что представление об официальных органах сложилось негативное. Мотивы такого отношения – представления о растерянности и бездействии властей, в частности региональных, об отсутствии результативности мер, продуманных и оперативных решений, о неполноте и противоречивости информации, манипуляции статистическими данными, о недостаточном внимании к людям, помощи зарубежным странам, а не российским гражданам, о «двойных стандартах» – запретах для одних и разрешениях для других:

– В моем регионе, я считаю, вообще ничего не было... как будто просто власть сидит и ждет, когда само пройдет. М., 41, Нижний Новгород.

– Ну, никаких конкретно мер не принимали. Большие помогли зарубежным странам: персонал туда посылали, оборудование. М., 57, Томск.

Меньшая часть информантов одобрительно или хотя бы снисходительно отнеслись к действиям российским официальным органов. Однако и эти лица почти все отметили недостатки: не всегда достижение результата («не все получалось, но работу вели»), отсутствие координации в работе учреждений, неадекватность статистических данных о заболевших даже с точки зрения самих медицинских работников:

– Молодцы, стараются. Но очень много недоработок, есть большая неслажанность в работе медучреждений. К статистике о заболеваемости и умерших тоже есть вопросы. Ж., 44, Комсомольск-на-Амуре.

Факторы, повлиявшие на представления о пандемии и работе официальных органов. У значительной части информантов (9 человек из 18) представления сформировались на основании собственных наблюдений (о работе учреждений, скорой помощи и врачей, случаях заболевания и смерти в окружении человека, доступности лекарств, поведении людей в маршрутках, работе досуговых учреждений, проведении выборов и пр.), собственного опыта жизнедеятельности в условиях ограничений, общения с другими людьми:

– Я общаюсь с людьми, которые пострадали от ограничительных мер. Бизнес закрывается, людей увольняют, это показывает неэффективность работы власти. М., 33, Дербент.

– Как люди ездили в маршрутках в час пик без масок, без перчаток – так и продолжали ездить. М., 57, Томск.

– Необходимость проходить обязательную регистрацию, чтобы ходить на работу и просто перемещаться по городу. М., 43, Москва.

– Окружающая ситуация, много смертей... на фоне гладких отчетов от официальных лиц. Ж., 22, Иркутск.

Отдельные информанты сослались на свои умозаключения, приведшие к оценке действий официальных органов как непоследовательных и нецелесообразных:

– Не закрывать парки и стадионы, как они поступили. Наоборот, надо было призывать... идите, люди, худейте, занимайтесь! Болезнь бьет по сосудам... А они выгнали ППС-ников, чтобы они нас на улице отлавливали и штрафовали. Ж., 38, Новокузнецк.

– Государство должно сначала вводить меры помощи гражданам и только потом – ограничения. М., 36, Казань.

Часть опрошенных (причем эти лица вынесли положительное мнение) сослались на сообщения СМИ о сдерживании прогрессирования вируса, разработке вакцины.

3. Модели поведения в пандемию и факторы, способствующие их формированию

Информанты придерживались рекомендаций носить маски (все опрошенные), сохранять социальную дистанцию, отказаться от поездок. Побудительными причинами стало большое число заболевших и опасение заразиться

самому, заразить близких и коллег, желание скорее вернуться к прежнему образу жизни, а также (в 3 случаях) – штрафы за нарушение режима или ограничения в обслуживании:

– *Да, ввиду того что пожилые родители у нас. Вот только ради них. А самой хотелось переболеть побыстрее... чтобы не пугаться общества.* Ж., 38, Новокузнецк.

В отношении рекомендации ставить вакцину, напротив, половина информантов не склонны ей следовать по причине недоверия к ее производству («на коленке собрали») и неясности последствий.

Социальное участие проявляли лишь несколько информантов (4 человека из 18). Это участие заключалось в медицинской помощи, доставке еды. В основном такие действия были направлены на поддержку родственников и знакомых и только в одном случае имели характер волонтерства, мотивируемого личными убеждениями и возможностью помочь.

4. Оценки эффективности официальных коммуникаций; ожидания, связанные с информацией от официальных органов

Часть опрошенных (5 человек из 18) негативно оценили влияние официальных сообщений. Причины – возбуждение под воздействием этой информации панических настроений, агрессии:

– *Говорили только о том, чего нельзя... поэтому многие люди стали агрессивно реагировать на сообщения.* Ж., 22, Иркутск.

В такой же мере (5 человек из 18) информанты оценили влияние положительно, поскольку соотнесли с ним формирование конструктивного поведения граждан, снижение заболеваемости и психологической напряженности:

– *В целом положительно. Потому что вижу, что люди справились. Снизилась заболеваемость, пройден пик.* М., 37, Майкоп.

Один опрошенный отметил, что информация никак не повлияла, поскольку на фоне ее достаточности не было контроля за соблюдением рекомендаций.

Часть опрошенных (7 человек из 18) сосредоточились на оценках самой информации, характеризуя ее преимущественно негативно: как правдивую отчасти, поскольку сведения расходились с собственными наблюдениями; противоречивую, недостаточную, не ориентированную на население («люди теряли средства к существованию, а власти просили их подождать, пока все наладится»), не соответствующую характеру разных аудиторий:

– *В первые месяцы было очень страшно, не хватало информации о том, как точно влияет заболевание на людей разных возрастов, как именно следует лечиться, куда обращаться, если заболел.* Ж., 19, Красноярск.

Признали, что влияние могло быть как положительным, так и отрицательным в зависимости от установок реципиента, еще двое опрошенных («довольные [действиями властей] становились еще более довольными, недовольные – еще более недовольными»).

Ожидания, связанные с информацией от официальных органов страны и региона в период пандемии. Основная часть информантов (9 человек из 18) заинтересованы в достоверных сведениях о развитии заболеваемости и мерах защиты: о симптомах болезни, о необходимых действиях в случае подозрения на заражение, о степени разработанности вакцин и местах, где

можно поставить прививку, об ограничениях по регионам и стране. Особо выдвигаются требования к правдивости информации, подтвержденной фактами и мнениями специалистов, к многоканальности информирования:

– *Четкие и подробные схемы действий в случае заболевания – если сам заболел, если родственники заболели. Какие-то телефоны для информирования, куда можно позвонить в случае, если человек пожилой и не умеет пользоваться Интернетом. Должны использоваться все каналы связи с населением, а не только те, которые проще и удобнее.* М., 43, Москва.

Для отдельных опрошенных важны также рекомендации о том, чем можно заняться в изоляции.

Немаловажными являются сведения о мерах поддержки граждан, в том числе снижающие психологическое напряжение. К информации предъявляется требование оперативного, ежедневного обновления:

– *Думаю, люди нуждались в ежедневной информации от официальных представителей, которая могла бы успокоить... сказать им: «Не волнуйтесь, мы со всем разберемся».* Ж., 19, Красноярск.

Информанты обращают внимание на современные подходы к формированию доверия у аудитории:

– *[Если] строишь свою информационную повестку, начинать надо с малого... аудиторию надо как-то завоевать... Это же как работает: кто-то попробовал, а если не заработало – рассказал всем.* М., 41, Нижний Новгород.

Отдельные участники опроса скептически относятся к информации любого рода («все равно искомверкают», «а был ли от нее толк?»).

Выводы

Подытожим результаты в соответствии с целью исследования.

1. Российские граждане демонстрируют поведение современного актора в части рационального анализа информации, предпочтений к дискуссионному и альтернативному контенту, многоканальности информирования, интернет-ресурсам; граждане включены в глобальное информационное пространство.

2. Что касается публичных коммуникаций, то они не обеспечивают дискуссионности, адресности (персонализации), многоканальности информирования, содержат слабо ориентированный на общественные интересы контент (прежде всего с позиций достоверности информации, важной для общества), не учитывают аналитические возможности акторов в эпоху общества знаний, не направлены на вовлечение граждан (в обмен информацией, социальное участие). В результате оценки граждан влияния официальных сообщений невысоки.

3. Факторы, определяющие эффективность публичных коммуникаций в период пандемии, можно классифицировать следующим образом.

Первый фактор – использование каналов, предпочтительных для общества: сайты (не только и столько официальные) и соцсети, причем не только российские, но и зарубежные. Важно транслирование информации по максимально широкому спектру каналов.

Второй фактор – содержание сообщений. Оно должно включать сведения о действенных и обширных мерах поддержки граждан, сообщать об ожи-

даемых последствиях принимаемых решений, излагать ясные рекомендации по защите от заболевания и поведению в изоляции, производить впечатление достоверности, исключать противоречивые сведения и акценты только на запретах. Для создания впечатления о достоверности необходимо подавать информацию как математически оправданную, соотнесенную с динамикой развития пандемии в других странах, содержащую научные данные из авторитетных источников, подтвержденные факты и цифры. Приветствуются разносторонний характер освещения проблемы, опора на большой объем информации.

Третий фактор – выбор спикеров, компетентных в вопросах пандемии: авторитетные эксперты, ученые, представители медицинского сообщества – лица, воспринимаемые как объективно освещающие ситуацию, не аффилированные с официальными органами. В этой связи для коммуникации в соцсетях продуктивно также установление контактов с известными блогерами, с гражданами, удовлетворенными лечением и помощью со стороны государства, с целью мотивации их к публичным отзывам.

Четвертый фактор – стилистика сообщений: конкретность, лаконичность, понятность.

Пятый фактор – оперативность обновления информации в ежедневном режиме, яркая новизна сообщений.

Шестой фактор – форма подачи сообщений, включающая видеоматериалы с выступлениями, современные символы (хэштеги).

Седьмой фактор – адресность: подстройка сообщений под особенности разных аудиторий.

4. Деятельность официальных органов в период пандемии – один из самых весомых факторов, влияющих на восприятие сопровождающей эти действия информации. Доверие к сообщениям будет сформировано при условии реализации оперативных, скоординированных и результативных решений, направленных на поддержку граждан, при отсутствии расхождений между наблюдаемым в реальной действительности и декларируемым.

Литература

1. *Espinosa E.L.* Reflexive sociology? No, reflexive society. Three pre-conditions of sociological thought // *Acta sociológica*. 2015. № 67. P. 51–83.
2. *Ленский В.Е.* Эволюция представлений об управлении (методологический и философский анализ). М.: Когито-Центр, 2015. 107 с.
3. *Mingal Jiang.* Public Participation and Administrative Law // *Chinese Legal Science*. 2004-02. http://en.cnki.com.cn/Article_en/CJFDTotal-ZGFX200402002.htm
4. *Gonzalez R., Llopis J., Gasco J.* Innovation in public services: The case of Spanish local government // *Journal of Business Research*. 2013. № 66. P. 2024–2033.
5. *Qvist M.* Activation Reform and Inter-Agency Co-operation – Local Consequences of Mixed Modes of Governance in Sweden // *Social Policy & Administration*. 2016. Vol. 50, № 1. P. 19–38. DOI: 10.1111/spol.12124
6. *Casula M.* Opportunity Structures for Citizens' Participation in Italian Regions: A Case Study // *Journal of Public Deliberation*. 2015. Vol. 11, is. 2. Article 6.
7. *Asmu'i R.F.* Applying interactive planning on leadership in the organization: the case of transforming public transport services in Banjarmasin // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2014. Vol. 115. P. 283–295.
8. *Djellal F., Gallouj F., Miles I.* Two decades of research on innovation in services: Whichplace for public services? // *Structural Change and Economic Dynamics*. 2013. Vol. 27. P. 98–117.

9. *Guardiola J., González-Gomez F., García-Rubio M.A.* Is time really important for research into contracting out public services in cities? Evidence for urban water management in Southern Spain // *Cities*. 2010. Vol. 27. P. 369–376.
10. *Kruks-Wisner G.* Seeking the local state: gender, caste, and the pursuit of public services in Post-Tsunami India // *World Development*. 2011. Vol. 39, № 7. P. 1143–1154.
11. *Sobaci M.Z., Karkin N.* The use of twitter by mayors in Turkey: Tweets for better public services? // *Government Information Quarterly*. 2013. Vol. 30. P. 417–425.
12. *Pyon C.U., Lee M.J., Park S.C.* Decision support system for service quality management using customer knowledge in public service organization // *Expert Systems with Applications*. 2009. Vol. 36. P. 8227–8238.
13. *Ledesma E.T.* Reflexivity of the Technological Forms of Life in Scott Lash. I // *Acta sociológica*. 2015. № 67. P. 11–139.
14. *Hladkiewicz W., Gawłowicz P.* Information Technologies in the Postindustrial Society // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2013. № 103. P. 500–505. DOI: 10.1016/j.sbspro.2013.10.366
15. *Алешина И.* Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров. М.: Тандем: ГНОМ-ПИРЕСС, 1997. 256 с.
16. *Crisis Management* // Seitel P.F. The Practice of Public Relations. New York: Macmillan, 1992.
17. *Frandsen F., Johansen W.* Public Sector Communication: Risk and Crisis Communication // *The Handbook of Public Sector Communication* / ed. by V. Luoma-aho, M.-J. Canel. Wiley Blackwell, 2020. P. 229–244.
18. *Почепцов Г.Г.* Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. М.: Центр, 1998. 352 с.
19. *Pérez-Escoda A., Jiménez-Narros C., Perlado-Lamo-de-Espinosa M., Pedrero-Esteban L.M.* Social Networks' Engagement During the COVID-19 Pandemic in Spain: Health Media vs. Healthcare Professionals // *Int. J. Environ. Res. Public Health*. 2020. Vol. 17, № 14. P. 5261.
20. *Criado J.I., Guevara-Gomez A., Villodre J.* Using Collaborative Technologies and Social Media to Engage Citizens and Governments during the COVID-19 Crisis. The Case of Spain // *Digital Government: Research and Practice*. 2020. Vol. 1 (4). Article 30. 7 p.
21. *Dai B., Fu D., Meng G., Liu B., Li Q., Liu X.* The Effects of Governmental and Individual Predictors on COVID-19 Protective Behaviors in China: A Path Analysis Model // *Public. Admin. Rev.* 2020. Vol. 80. P. 797–804.
22. *Белановский С.* Глубокое интервью и фокус-группы. М.: Litres, 2019. 532 с.
23. *Ильин В.И.* Драматургия качественного полевого исследования. СПб.: Интерсоцис, 2006. 256 с.

Svetlana E. Martynova, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Tomsk, Russian Federation).

E-mail: status_sm@mail.ru

Polina V. Sazonova, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation).

E-mail: lukinapv@rambler.ru

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science. 2021. 62. pp. 87–101.

DOI: 10.17223/1998863X/62/8

PUBLIC COMMUNICATIONS DURING THE COVID-19 PANDEMIC: RESPONSES FROM RUSSIA

Keywords: public crisis communications; COVID-19 pandemic; qualitative case study

The article presents the results of a sociological research with the aim to determine the extent to which public communications of Russian official bodies reflect the characteristics of modern crisis communications, as well as to identify factors affecting the effectiveness of public communications during the COVID-19 pandemic. The data analyzed are eighteen in-depth focused interviews that were conducted in February–March 2021 in seven out of eight federal districts of the Russian Federation. The interview guide included five sets of questions on the following topics: (1) preferred channels and genres of communication, and the motives of these preference; (2) the image of the crisis and the authorities during the crisis, and the factors that influenced these perceptions; (3) patterns of behavior during the pandemic and factors contributing to their formation; (4) evaluation of the effectiveness of official communications during the pandemic, and expectations related to the messages from authorities. The analysis revealed that Russian citizens demonstrate the behavior of a modern actor in

such aspects as a tendency towards rational analysis of information, preference for discussive content, multi-channel information, and involvement in the global information space. With regard to public communications, it is argued that they do not provide space for discussions, do not take into account the analytical capabilities of the knowledge society actors, do not provoke the community involvement (in the exchange of information, social participation); their content is poorly focused on public interests and calls for personalization. Based on the informants' assessments, factors influencing the effectiveness of communications were identified. Among them are the use of channels preferred by the community, selection of competent speakers, laconic style of messages, promptness of information update, targeting, and others.

References

1. Espinosa, E.L. (2015) Reflexive sociology? No, reflexive society. Three pre-conditions of sociological thought. *Acta sociológica*. 2015. 67. pp. 51–83.
2. Lepskiy, V.E. (2015) *Evolutsiya predstavleniy ob upravlenii (metodologicheskii i filosofskii analiz)* [Evolution of ideas about management (methodological and philosophical analysis)]. Moscow: Kogito-Tsentr.
3. Mingan Jiang. (2004) Public Participation and Administrative Law. *Chinese Legal Science*. 2. [Online] Available from: http://en.cnki.com.cn/Article_en/CJFDTotal-ZGFX200402002.htm.
4. Gonzalez, R., Llopis, J. & Gasco, J. (2013) Innovation in public services: The case of Spanish local government. *Journal of Business Research*. 66. pp. 2024–2033. DOI: 10.1016/j.jbusres.2013.02.028
5. Qvist, M. (2016) Activation Reform and Inter-Agency Co-operation – Local Consequences of Mixed Modes of Governance in Sweden. *Social Policy & Administration*. 50(1). pp. 19–38. DOI: 10.1111/spol.12124.
6. Casula, M. (2015) Opportunity Structures for Citizens' Participation in Italian Regions: A Case Study. *Journal of Public Deliberation*. 11(2). Article 6. DOI: 10.16997/jdd.236
7. Asmu'i, R.F. (2014) Applying interactive planning on leadership in the organization: the case of transforming public transport services in Banjarmasin. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 115. pp. 283–295. DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.02.436
8. Djellal, F., Gallouj, F. & Miles, I. (2013) Two decades of research on innovation in services: Which-place for public services? *Structural Change and Economic Dynamics*. 27. pp. 98–117. DOI: 10.1016/j.strueco.2013.06.005
9. Guardiola, J., González-Gómez, F. & García-Rubio, M.A. (2010) Is time really important for research into contracting out public services in cities? Evidence for urban water management in Southern Spain. *Cities*. 27. pp. 369–376. DOI: 10.1016/j.cities.2010.05.004
10. Kruks-Wisner, G. (2011) Seeking the local state: gender, caste, and the pursuit of public services in Post-Tsunami India. *World Development*. 39(7). pp. 1143–1154. DOI: 10.1016/j.worlddev.2010.11.001
11. Sobaci, M.Z. & Karkin, N. (2013) The use of twitter by mayors in Turkey: Tweets for better public services? *Government Information Quarterly*. 30. pp. 417–425. DOI: 10.1016/j.giq.2013.05.014
12. Pyon, C. U., Lee, M. J. & Park, S.C. (2009) Decision support system for service quality management using customer knowledge in public service organization. *Expert Systems with Applications*. 36. pp. 8227–8238. DOI: 10.1016/j.eswa.2008.10.021
13. Ledesma, E.T. (2015) Reflexivity of the Technological Forms of Life in Scott Lash. I. *Acta sociológica*. 67. pp. 11–139.
14. Hładkiewicz, W. & Gawłowicz, P. (2013) Information Technologies in the Postindustrial Society. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 103. pp. 500–505, p. 502. DOI: 10.1016/j.sbspro.2013.10.366
15. Aleshina, I. (1997) *Pablik rileyshnz dlya menedzherov i marketerov* [Public relations for managers and marketers]. Moscow: Association of Authors and Publishers “Tandem”: GNOM-PRESS.
16. Seitel, P.F. (1992) *The Practice of Public Relations*. New York: Macmillan.
17. Frandsen, F. & Johansen, W. (2020) Public Sector Communication: Risk and Crisis Communication. In: Luoma Aho, V. & Canel, M.-J. (eds) *The Handbook of Public Sector Communication*. Wiley Blackwell. pp. 229–244.
18. Pocheptsov, G.G. (1998) *Pablik rileyshnz, ili kak uspeshno upravlyat' obshchestvennym mneniem* [Public relations, or how to successfully manage public opinion]. Moscow: Tsentr.
19. Pérez-Escoda, A., Jiménez-Narros, C., Perlado-Lamo-de-Espinosa, M. & Pedrero-Esteban, L.M. (2020) Social Networks' Engagement During the COVID-19 Pandemic in Spain: Health Media

- vs. Healthcare Professionals. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 17(14). pp. 52–61. DOI: 10.3390/ijerph17145261
20. Criado, J.I., Guevara-Gomez, A. & Villodre, J. (2020) Using Collaborative Technologies and Social Media to Engage Citizens and Governments during the COVID-19 Crisis. The Case of Spain. *Digital Government: Research and Practice*. 1(4). Article 30.
21. Dai, B., Fu, D., Meng, G., Liu, B., Li, Q. & Liu, X. (2020) The Effects of Governmental and Individual Predictors on COVID-19 Protective Behaviors in China: A Path Analysis Model. *Public Administration Review*. 80. pp. 797–804. DOI: 10.1111/puar.13236
22. Belanovskiy, S. (2019) *Glubokoe interv'yu i fokus-gruppy* [In-depth interviews and focus groups]. Moscow: Litres.
23. Ilin, V.I. (2006) *Dramaturgiya kachestvennogo polevogo issledovaniya* [Qualitative field research dramaturgy]. St. Petersburg: Intersotsis.