

## 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](mailto:sdavydov@hse.ru)*

*<https://orcid.org/0000-0001-8455-9976>*

*Sergey G. DAVYDOV<sup>1</sup> — Sci. (Philosophy), Associate Professor, Vice-dean*

*E-MAIL: [sdavydov@hse.ru](mailto:sdavydov@hse.ru)*

*<https://orcid.org/0000-0001-8455-9976>*

<sup>1</sup> 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 «Медialogия» 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-**

**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

социально-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 компаративного 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, предприняемым 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 специалистов 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.