

III. SOCIAL AND INSTITUTIONAL FRAMEWORK FOR THE INFORMATION SOCIETY



РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ОТНОШЕНИЕ К НИМ НАСЕЛЕНИЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

С. Ю. Орлова

*Аспирант,
РГУ нефти и газа (НИУ)
имени И. М. Губкина,
г. Москва, Россия*

Summary. The effectiveness of anti-epidemic measures is associated with trust in state institutions. The mass media have an impact on the public's confidence in the Government and the measures taken to combat the pandemic. The reliability of information contributes to increasing trust. Trust depends on sociological factors.

Keywords: trust; information; institutions; sociological factors.

Пандемия COVID-19 сопровождалась высокой заболеваемостью, смертностью, развитием осложнений. Перенесенная инфекция COVID-19 вызвала рост сердечно-сосудистых заболеваний, патологии нервной, эндокринной и других систем [5]. В связи с пандемией COVID-19 перед государственными институтами возникли ряд проблем. Важным условием борьбы с пандемией явились такие меры, как вакцинопрофилактика, социальное дистанцирование, соблюдение мер индивидуальной защиты [1]. Частью общества вынужденные противоэпидемические меры были восприняты как ограничение личной свободы. Против введения локдауна во многих странах прошли массовые протесты. Это было связано как с личным дискомфортом из-за введенных ограничений, так и с экономическими убытками со стороны бизнеса. Противники вакцинации развернули информационную войну в средствах массовой информации (СМИ) [2].

Нами было проведено анкетирование 875 человек. Вопросы анкеты включали демографические данные, а также отношение к вакцинации против COVID-19 и к СМИ. Анализ полученных результатов показал различия, обусловленные возрастом, в предпочтениях СМИ: после 60 лет телевизор смотрят 70,4 %, из них ее негативно оценивают 59,2 %, в возрасте 18–30 лет – смотрят 13,5 %. Большинство молодой аудитории (75,3 % ($p < 0,0001$)) считает, что телевидение негативно влияет на психологическое состояние населения. С возрастом увеличивается доверие к информации о вакцинопрофилактике, представленной на телевидение с 5 % до 20 % ($p < 0,0001$). После 60 лет в сравнении с молодой аудиторией в 6 раз чаще слушают радио и читают прессу. Аккаунты и блоги наибольшим предпо-

чтением пользуются в возрасте 30–40 лет. Доверие к информации в сети интернет в возрасте до 40 лет составляет 50–80 %, после 60 лет – 8 %. Сайтами антиваксеров интересуются 15–17 % пользователей интернета. Среди молодой аудитории доверие к информации противников вакцинации выше, чем среди пользователей старше 60 лет.

Доверие к государственным институтам является важным условием соблюдения гражданами противоэпидемических мер. Информационная политика в кризисной ситуации связана с рядом проблем. Излишний объем информации может затруднять ее осмысление, что сопровождается повышением уровня тревожности [6]. Соккрытие информации или недостоверная информация, даже из благих намерений в целях предотвращения паники, вызывает недоверие к СМИ и государственным институтам. Граждане должны самостоятельно взвешенно оценивать риски, которым они подвергаются, и принимать обоснованные решения. Доверие к СМИ во многом связано социологическими факторами [4]. В отношении вакцин целесообразно информировать население как о возможных нежелательных явлениях, так и давать достоверную информацию о их эффективности. Исследования показывают, что наибольшим доверием пользуется информация, полученная от медицинских сотрудников [3].

Заключение. Информационная политика в период пандемии имеет важное значение. Представление информации и каналы распространения должны учитывать социологические факторы. От органов государственного управления требуется контроль за информационным потоком и противодействие распространению негативной и ложной информации в отношении предпринимаемых противоэпидемических мер.

Библиографический список

1. Никифоров В.В., Суранова Т.Г., Орлова Н.В. и др. Алгоритмы оказания медицинской помощи больным ОРВИ // Медицинский алфавит. - 2019. - Т. 2. - № 27. - С. 6-13.
2. Орлова Н.В., Ильенко Л.И., Суранова Т.Г. и др. Анализ мифов о вакцинации против COVID-19 в сети интернет, контраргументы и возможности повышения приверженности // Russian Economic Bulletin. - 2021. - Т. 4. - № 6. - С. 82-87.
3. Орлова Н.В., Федулаев Ю.Н., Филатова М.Н. и др. Влияние средств массовой информации и социальных сетей на формирование общественного мнения о вакцинации // Педиатрия. Consilium Medicum. - 2020. - № 4. - С.17-24.
4. Филатова М.Н., Орлова С.Ю., Суранова Т.Г. и др. Влияние социологических факторов на отношение населения к вакцинации против COVID-19 // Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования. - 2022. - № 3. - С.112-116.
5. Чукаева И.И., Клепикова М.В., Орлова Н.В. и др. Новые факторы риска ишемической болезни сердца у женщин // Лечебное дело. - 2011. - № 2. - С. 28-33.
6. Wong C.M.L. and Jensen O. The Paradox of Trust: Perceived Risk and Public Compliance during the COVID-19 Pandemic in Singapore// Journal of Risk Research. - 2020. - V. 23. - №7–8. - PP.1021–1030.

