

УДК 316.42 (65)

**Влияние пандемии на социальные настроения населения****Перов Е.В.**

**Аннотация.** В статье рассматривается понятие социального настроения, традиционный порядок формирования социального настроения населения, а также с позиции социологической теории. Приведены результаты эмпирических исследований социального настроения, и показаны наиболее значимые факторы. При этом обосновывается, что при анализе социального настроения речь должна идти не о размере факторного признака, а о его динамике – степень ухудшения показателя или улучшения. Опросы населения свидетельствуют, что в период пандемии население осознанно идет на режим самоизоляции и реально оценивает возможность заражения. На основании двух эмпирических показателей установлено, что пандемия коронавируса заметно не повлияла на социальное настроение населения России. Учитывая логику формирования социального настроения населения, важно правильно создавать виртуальную реальность в период пандемии. Более спокойное отражение в средствах сетевого информационного воздействия объективной реальности с предложениями и советами по рациональному поведению, акцентирование на позитивной динамике, способах предотвращения и борьбы с инфекцией позволит создать адекватный виртуальный образ ситуации с заболеваемостью COVID-19. Он будет способствовать формированию менее стрессового субъективного образа ситуации и определит, что будет думать население, что чувствовать, и как будет действовать в ситуации карантина.

**Ключевые слова:** население, социальное настроение, коронавирусная инфекция, пандемия, объективная реальность, виртуальная реальность, субъективная реальность, социологические опросы.

**Введение**

В обществе всегда присутствует сочетание позитивных и негативных коллективных действий. Их количество и интенсивность зависят от общественного настроения. В статье [5] рассматривалось влияние социального настроения на конфликтность общества. Но что влияет на социальное настроение, что делает его более позитивным или более негативным?

Выявление влияния отдельного фактора в такой сложной системе, как человеческое общество, довольно затруднительно. Но специалисты не остав-

ляют попыток выявить факторные признаки, влияющие на социальное настроение в обществе. В одной статье выявить наиболее значимые факторы, влияющие на социальное настроение населения, сложно, но рассмотреть влияние одного из факторов, например, влияние пандемии, возможно и в настоящее время очень актуально. Пандемия коронавируса является в целом стрессовой ситуацией для населения. Тревога по поводу коронавирусной инфекции, столь стремительно распространяющейся по всему миру, может вызывать сильные эмоции.

Меры общественного здравоохранения, прежде всего, карантин и самоизоляция, конечно, необходимы для снижения распространения заболеваемости населения. Однако эти действия могут вызывать у людей чувство одиночества и изолированности от общества и, как следствие, снижение позитивности социального настроения. Понимание динамики и причин, влияющих на социальное настроение населения страны в период пандемии, позволяет отрегулировать эффективную строгость карантина.

*Цель исследования.* Анализ влияния пандемии на социальное настроение населения в России.

*Исходные данные.* В качестве исходных данных послужили результаты опросов АНО «НИЦ «Особое мнение» и Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) «Режим самоизоляции: мотивы, оценка введенных ограничений» [6] от 27.04.2020, опросов ВЦИОМ «Индекс счастья 2020» [1] от 16.11.2020, а также другие исследования, проводимые ВЦИОМ, «Левада-Центр», ИСЭРТ РАН [2].

*Методология опроса.* В исследованиях ВЦИОМ использовались телефонные интервью. Номера телефонов определены по стратифицированной случайной выборке стационарных и мобильных номеров. Размер выборки составляет 1600 человек, проживающих в различных регионах России. Данные взвешены по социально-демографическим параметрам. Ошибка выборки с 95%-й вероятностью не превышает 2,5% [1].

## Социальное настроение и социэкономическая теория

Понятие социального настроения стало широко применяться в научной литературе в конце прошлого века. Эмпирические исследования социального настроения получили распространение во всем мире. Теоретические обоснования понятия социального настроения и влияющих на него факторов не завершились по настоящее время.

Наибольшее распространение получили две основные позиции, основанные на различных подходах к определению причин социального поведения населения, в зависимости от того, какие причины определяют поведение населения – экзогенные или эндогенные. Различие влияния экзогенных и эндогенных причин можно увидеть на следующих примерах. Экзогенные причины (внешние по отношению к населению) выглядят следующим образом: эпидемии делают людей напуганными и депрессивными, талантливые лидеры делают людей счастливыми, социальные события определяют социальное настроение населения и т.п. Эндогенные причины (внутренние по отношению к населению): депрессивные и напуганные люди легко поддаются эпидемиям, счастливому населению лидер кажется талантливым, общественное настроение определяет характер социальных событий. Можно найти немало примеров, отражающих ту или другую позицию.

Второй подход развивается в рамках современной науки – социэкономики. Социэкономика изучает, как социальные настроения мотивируют социальные действия, как волны общественного настроения регулируют изменения в социальном поведении, включая изменения в экономике, политических предпочтениях, на финансовых рынках, в популярной культуре и пр. С позиции социэкономии общественное настроение является основной причиной изменений в социальной среде, оно управляет характером социальных событий [7].

В соответствии с теорией социэкономии, *социальное настроение* – это общее психическое состояние людей, возникающее в результате социального

взаимодействия. Социальное настроение предрасполагает индивидов в группе к эмоциям, убеждениям и действиям [10].

Данная теория предполагает, что колебания в общественном настроении – волны оптимизма и пессимизма – представляют собой естественный результат человеческого объединения и имеют последствия в социальной деятельности. Социальное настроение по своей сути бессознательно, иррационально и субъективно действующее. В отличие от традиционного мнения, что характер социальных событий определяет общественное настроение, соционика признает обратную причинную связь – социальное настроение определяет характер общественной деятельности. События возбуждают лишь краткие эмоциональные реакции и не зависят от социального настроения [7].

Соционика предполагает, что общественное настроение управляет характером социальных событий [7]. Или иначе, общее социальное настроение управляет действиями групп и, следовательно, событиями во времени, то есть психология предшествует действиям, а не наоборот. Колебания социальных настроений носят закономерный характер [9]. Существует волновая причинно-следственная связь между социальным настроением и социальными событиями. Настроение определяет общий тип событий, но не конкретные события. А конкретные события будут влиять на настроения населения.

Кроме того, установлена зависимость социальных настроений от социальных ожиданий [3].

Нам представляется, что существует взаимное влияние внешних и внутренних факторов в виде циклического процесса: внешние воздействия влияют на настроения населения, настроения населения сказываются на внешней среде (социальной, экономической, политической), которые в свою очередь, не могут не сказываться на социальных настроениях населения и т.д. по спирали.

Кроме того, надо учитывать, что внешнее воздействие не является чем-то независимым от социума. Общественное настроение в значительной степени зависит от виртуальной реальности, сформированной в массовом сознании

средствами сетевого информационного воздействия (средства СИВ – СМИ, Интернет, социальные сети, реклама и т.п.). Если отдельная личность может действовать вопреки общественному настроению, то большие группы населения не могут действовать независимо от них.

В настоящее время существуют механизмы и приемы формирования соответствующего настроения целевой аудитории с необходимой (предсказуемой) последующей реакцией. Они активно используются в политике. На рисунке 1 показана взаимосвязь видов реальности при формировании социального настроения в обществе (толщина стрелки отражает степень влияния).



Рисунок 1 – Взаимосвязь видов реальности при формировании социального настроения в обществе

Сначала средствами СИВ формируется необходимая виртуальная реальность. Она создается в соответствии с целями и задачами лидеров мнений – ру-

ководителей государств, партий, движений. Виртуальная реальность может быть создана разной для разных группах населения.

Виртуальная реальность воздействует на субъективную реальность. И здесь более сильное влияние оказывает не столько влияние объективной реальности, сколько влияние сформированной виртуальной реальности. Затем субъективная реальность лежит в основе социальных настроений и последующих целевых действий населения в объективной реальности. К целевому действию побуждает субъективная реальность, внутренние мотивы и настроения населения. Но, опять же, сначала они были сформированы (извне).

Таким образом, чтобы получить внутреннюю реакцию общества, необходимо то или иное внешнее воздействие. Внешнее воздействие может осуществляться в виде нескольких, однонаправленных или разнонаправленных факторов, например, ухудшение материального положения и выборы более предпочтительного президента страны. И не обязательно, чтобы это были объективно существующие факторы, они могут быть созданы в виртуальной реальности. Все зависит от целей и задач, стоящих перед лидерами.

### **Эмпирические исследования факторов социального настроения**

Результаты опросов позволяют отслеживать и анализировать изменение социального настроения, которое затем можно сопоставить с динамикой интересующих факторов.

Исследования социального настроения населения, проводимые в России, в том числе в Вологодской области [1, 2] свидетельствуют, что одним из ключевых факторов формирования социального настроения населения является материальное положение, то есть сначала изменяется материальное положение, потом настроение. Особенно это проявилось в период финансового кризиса 2008 г., когда сначала заметно ухудшилось материальное положение населения, а затем с некоторой задержкой – в 2009 г. социальное настроение. В районах с наихудшим материальным положением наблюдается и самое негативное настроение. И наоборот.

Другим фактором, влияющим на социальное настроение населения, является политическая обстановка в стране. В регионах с более спокойной политической обстановкой показатели социального настроения были более позитивными. Гораздо меньшее влияние на социальные настроения населения оказывает отношение к деятельности органов и институтов власти, тесная связь с ними не выявляется.

В конечном итоге по результатам данного исследования [2] подтверждается, что социальные настроения населения области определяются уровнем и качеством жизни населения. Аналогичные выводы делаются и на основании других подобных опросов.

Однако качество жизни населения тоже не однозначное явление. Все зависит от того, что принять за точку отсчета. Если за точку отсчета принять материальное положение какой-либо слаборазвитой страны, то уровень жизни россиян может оказаться несравнимо выше. Учитывая, что россияне там не жили и сравнивать им не с чем, то они сравнивают существующее материальное положение с тем, что было ранее. Поэтому за точку отсчета целесообразно принимать качество жизни и другие показатели предыдущего временного периода и тогда уровень жизни населения в текущем периоде будет восприниматься хуже или лучше, чем в предыдущем периоде.

Таким образом, когда анализируется социальное настроение, речь должна идти не о размере показателя, используемого в качестве факторного признака, а о его динамике – ухудшение показателя или улучшение, а также размер этого изменения. Более сильное и более резкое изменение факторного признака приводит к более заметному изменению социального настроения. Следовательно, изменение социального настроения надо отслеживать в зависимости от степени ухудшения или улучшения факторного признака. При использовании в виде факторного признака качество жизни, население будет реагировать своим настроением на позитивность или негативность его динамики.

### **Отношение населения к карантину**

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в апреле 2020 г. проводил опрос населения России с целью выяснить, насколько россияне осознают необходимость введения карантина и соблюдения режима самоизоляции [6]. Чем более осознанное отношение населения к пандемии, тем меньшее влияние она оказывает на настроения населения.

В общем случае в условиях карантина, не имея полноценной возможности самореализации, население испытывает дополнительный стресс, и как уже отмечают специалисты, у больных Covid-19 возрастает риск суицида.

В результате опросов населения установлено, что россияне осознают необходимость введения режима самоизоляции, и 82% населения стремятся соблюдать режим самоизоляции. Наблюдается умеренный, но с тенденцией к росту, уровень тревожных ожиданий, опасений заразиться. Большие опасения выражают женщины и пожилые люди. Это и понятно, женщины тревожатся за своих детей и близких, а пожилые – за собственное здоровье. Отказ от поддержки режима карантина, чаще всего, мотивирован ухудшением материального положения (из двух зол – меньшее), а также верой в собственную неуязвимость перед инфекцией.

Большинство населения (75%) поддерживают действия местных властей по предотвращению распространения коронавируса. Причиной тому является страх за близких людей (33%), глобальные интересы общества (21%), а также страх заразиться самим (13%). Более половины населения (55%) считают меры, действия местных властей достаточными для сдерживания коронавирусной инфекции, но 24% населения полагают их явно недостаточными.

При ухудшении ситуации с заболеваемостью коронавирусом большинство населения поддерживают ужесточение мер по борьбе с коронавирусной инфекцией, прежде всего, ограничение перемещений, усиление контроля над больными коронавирусом. За усиление контроля над зараженными людьми вы-



сказались 70% респондентов, за введение комендантского часа – 66%, за запрет на въезд/выезд в населенный пункт – 61%. Следовательно, население в целом согласно на ухудшение положения отдельной категории граждан, для улучшения эпидемиологической ситуации для всех остальных.

Введение санкций в виде штрафов, уголовного преследования и т.п. менее приветствуется. За введение штрафов за нарушение режима самоизоляции высказались 43% респондентов, за введение уголовной ответственности – 39%. Здесь тоже понятна позиция населения: при ухудшении отношения к отдельной категории граждан остальные граждане непосредственно не выигрывают, только опосредованно.

Вероятность заразиться коронавирусом население чаще оценивает как низкую, но в этом случае население разных возрастных групп и жители разных населенных пунктов дают разную оценку вероятности заразиться. Молодое население настроено более оптимистично.

Относительно возможных последствий в случае заражения коронавирусом уровень тревожности умеренно-повышенный. Население осознает, что в случае заражения, последствия могут быть тяжелыми, особенно в небольших городах. Вероятно, они меньше доверяют возможностям местной медицины. При завершении карантина люди тоже чувствуют себя по-разному.

В целом, делается заключение об умеренной тревожности населения относительно вероятности заболеть коронавирусом и возможных последствий.

Таким образом, можно сделать заключение, что население осознанно идет на режим самоизоляции, реально оценивает возможность заражения. Следовательно, такая виртуальная реальность не создает избыточного стресса и не должна способствовать резкому снижению позитивности социального настроения населения России.

### **Социальное настроение населения в период пандемии**

Изменение социального настроения населения в период пандемии коронавируса позволяют установить данные мониторинга социального настроения

населения, проводимого Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) с начала 90-х годов. Используем эти данные от 16 ноября 2020 г., чтобы посмотреть, как пандемия повлияла на настроения населения [1].

В исследовании ВЦИОМ настроение характеризуется двумя показателями:

- *индекс счастья* – показывает, насколько счастливыми чувствуют себя россияне. Он определяется на основе ответов на вопрос «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;

- *социальный индекс счастья* – показывает, какие люди преобладают в окружении респондентов – счастливые или несчастные. Этот индекс строится на основе ответов на вопрос: «Как Вам кажется, среди Ваших знакомых и близких больше счастливых людей или несчастных?». Ответам «скорее, больше счастливых» присваивается коэффициент 0,9, ответам «примерно одинаково и счастливых, и несчастных» – коэффициент 0,5, а ответам «скорее, больше несчастных» – коэффициент 0,1. Индекс измеряется в пунктах и может принимать значение от 10 до 90. Чем выше значение индекса, тем более счастливыми россияне кажутся респондентам.

По данным опросов большинство россиян (81%), как и полгода назад, чувствуют себя в целом в той или иной мере счастливыми, при этом треть (31%) выражают полную уверенность в этом. Индекс счастья составил 66%. В 2019 г. в это же время индекс счастья был равен 64 п., то есть сейчас он на 2 п. больше, чем в прошлом году, но на 5 п. меньше, чем 2 года назад.

Социальный индекс счастья равен 51 п., что на 3 п. меньше, чем год назад. Сейчас 29% респондентов считают, что вокруг них больше счастливых людей, 46% – поровну счастливых и несчастных и 17% респондентов полагают, что в их окружении больше несчастных людей.

Основными причинами, позволяющими чувствовать себя счастливыми, респонденты выделяют благополучие в семье (так отметили 34% респондентов), хорошее собственное здоровье и здоровье своих близких (24% респондентов), наличие хорошей работы и детей (20% и 18% соответственно). Несчастливыми делают людей материальные трудности (так думают 7% респондентов), плохое состояние здоровья (6%), безработица (5%), отсутствие стабильности (7%), плохое положение дел в стране (4%).

Следовательно, можно отметить, что пандемия коронавируса заметно не повлияла на социальное настроение населения. Это свидетельствует о логичной политике в стране, связанной с пандемией, принимаемой населением без негатива.

### **Пандемия как фактор социального настроения**

Пандемия коронавирусной болезни (COVID-19) может быть стрессовой для населения. Страх и тревога по поводу новой болезни и того, что может произойти, могут быть подавляющими и вызывать сильные эмоции у населения. Меры общественного здравоохранения, такие как карантин, могут заставить людей чувствовать себя изолированными и одинокими, а также усилить внутренний стресс и тревогу. Однако эти действия необходимы для снижения распространения COVID-19. Такой стресс может вызывать страх и беспокойство о своем собственном здоровье, здоровье своих близких, своем финансовом положении или работе, трудности со сном или с концентрацией внимания, обострение хронических проблем со здоровьем, повышенное употребление табака и/или алкоголя и другие [8]. Это неизбежно влияет на настроения населения.

Снижению негативности социального настроения в период пандемии способствует создание более спокойного отражения в средствах сетевого информационного воздействия объективной реальности с предложениями и советами по рациональному поведению, то есть создание более спокойной виртуальной реальности [4]. Описывая проблемы и опасности, связанные с

COVID-19, необходимо акцентировать большее внимание на позитивной динамике, способах предохранения и борьбы с инфекцией. Такая информация должна преобладать по сравнению с негативной информацией, связанной с возникшими проблемами, смертностью больных коронавирусом или основанной на слухах и домыслах.

На основе виртуального образа реальности формируется субъективный образ реальности у личности и совокупный субъективный образ в обществе в целом. Адекватный виртуальный образ ситуации с заболеваемостью COVID-19 будет способствовать формированию не столь стрессового субъективного образа в обществе. Субъективный образ пандемии определяет то, что думает население, что чувствует, и как будет действовать в ситуации карантина.

Снижение количества больных COVID-19 и остроты протекания заболевания вызывает смешанные чувства – от облегчения до страха повторного заражения и беспокойства за близких и пр. Но в целом, снижение количества больных и даже отсутствие роста числа заболевших при любом количестве зараженных позитивно влияет на настроения населения, дает надежду на улучшение ситуации с заболеваемостью. И это надо обязательно отражать в средствах сетевого информационного воздействия.

### **Заключение**

Таким образом, пандемия COVID-19 является одним из значимых факторов социального настроения населения в настоящее время. Тем не менее, формируя более позитивную виртуальную реальность ситуации, можно снизить негативность социального настроения. Это не означает, что надо замалчивать о серьезности ситуации с заболеваемостью. Население должно понимать и, как показывают социологические опросы населения России, оно осознает серьезность ситуации с коронавирусной инфекцией и необходимость введения карантина и других мер по снижению заболеваемости населения COVID-19.

Однако не следует специально накручивать в средствах сетевого информационного воздействия негативную информацию, связанную с коронавиру-

сом, и увеличивающую негативность виртуального образа реальности и, как следствие, негативность субъективного образа реальности и стресс населения. Это позволит поддерживать уровень негативности настроения населения на низком уровне и, тем самым, снизить уровень негативных последствий этого заболевания.

### Список литературы

1. Индекс счастья 2020. Аналитический обзор // Сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/indeks-schastja-2020>
2. Морев М.В., Каминский В.С. Социальное настроение: факторы формирования и территориальные особенности // Проблемы развития территории. Вып. 4(42). 2014. С.48–66.
3. Парыгин Б. Д. Общественное настроение. М. 1966. 327 с.
4. Перов Е.В. Диагностика динамики социально-экономической конфликтности общества. М.: Инфра-Инженерия, 2018. 356 с.
5. Перова М.Б. Счастье, настроение и конфликтность общества // Социальные и экономические системы. Социология. 2018. №4. С. 58–69 [Электронный ресурс]. URL: [https://sesjournal.ru/release/archive/journal/?SECTION\\_ID=19](https://sesjournal.ru/release/archive/journal/?SECTION_ID=19)
6. Режим самоизоляции: ожидания, мотивы, оценка введенных ограничений. Аналитический доклад // Сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reports/analiticheskii-doklad/rezhim-samoizolyaczii-ozhidaniya-motivy-oczenka-vvedennykh-ogranichenij>
7. Что такое соционика (Socionomics) и какая от нее польза? // Сайт Livejournal. URL: <https://taxfree.livejournal.com/1452701.html>
8. Coping with Stress //Centers for Disease Control and Preventions [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/daily-life-coping/managing-stress-anxiety.html>
9. Prechter E. What is Socionomics: Learn the Basics of the Theory and Its Application // Сайт Socionomics Institute. URL: <https://www.socionomics.net/what-is-socionomics/>
10. Social Mood // Сайт Socionomics Institute. URL: <https://www.socionomics.net/2011/04/social-mood/>

Перов Евгений Викторович, кандидат экономических наук, директор Вологодского научного центра изучения социально-экономических конфликтов, г. Вологда, Россия.

E-mail: [perov.ru@gmail.com](mailto:perov.ru@gmail.com)