

СОЦИАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ: НОВЕЙШИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

DOI: 10.19181/vis.2020.11.3.666

Реакция на пандемию Covid-19 интернет-аудиторий Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя (по материалам медиа-аналитического исследования)

Ссылка для цитирования: Ярмак О. В., Страшко Е. В., Шкайдерова Т. В. Реакция на пандемию Covid-19 интернет-аудиторий Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя (по материалам медиа-аналитического исследования) // Вестник Института социологии. 2020. Том 11. № 3. С. 121–142. DOI: 10.19181/vis.2020.11.3.666

For citation: Yarmak O. V., Strashko E. V., Shkayderova T. V How internet users in Moscow, Saint Petersburg and Sevastopol reacted to the Covid-19 pandemic (based on material from a media-analysis study). *Vestnik instituta sotziologii*. 2020. Vol. 11. No. 3. P. 121–142. OI: 10.19181/vis.2020.11.3.666



**Ярмак
Ольга Валерьевна**

Институт общественных наук и международных отношений,
Севастопольский государственный университет,
Севастополь, Россия

sociocentre@sevsu.ru

AuthorID ПИНЦ: [862892](#)



**Страшко
Екатерина Викторовна**

Институт общественных наук и международных отношений,
Севастопольский государственный университет,
Севастополь, Россия

katyastrashko@mail.ru

AuthorID ПИНЦ: [891729](#)



**Шкайдерова
Татьяна Викторовна**

Институт общественных наук и международных отношений,
Севастопольский государственный университет,
Севастополь, Россия

romy@mail.ru

AuthorID ПИНЦ: [782094](#)

Аннотация. В статье представлены результаты авторского медиа-аналитического исследования социальных медиа федеральных центров – Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя – по поисковым объектам «коронавирус» и «covid 19», «сидим дома» и «оставайтесь дома» за первые три недели самоизоляции – с 23 марта по 12 апреля 2020 г., что дало возможность проанализировать тенденции информационной повестки в потоках социальных медиа, возникающих в ситуации самоизоляции и эпидемиологического кризиса, понять особенности формирования ответа на общие угрозы и вызовы в региональных онлайн-сообществах. Проведённый авторами киберметрический анализ социальных медиа с использованием системы мониторинга и анализа социальных сетей «Медialogия», интеллектуального анализа больших данных (big data) позволил проследить образование медийных и коммуникативных трендов, связанных с неоднозначностью информационной оценки интернет-аудиторией ситуации пандемии коронавирусной инфекции и самоизоляции, а также формирование новых цифровых форм взаимодействия индивидов в их повседневных практиках. Исследование выполнено в рамках научно-исследовательского проекта «Развитие методов агентного моделирования и больших данных для анализа социальных медиа в постконфликтных обществах»¹. Исследовательский коллектив определяет сведения, полученные из системы «Медialogия», как «большие социологические данные», позволяющие анализировать взаимодействие человека с информацией и его поведение в интернет-пространстве. Результаты проведённого исследования доказали формирование региональности при обсуждении пандемии и связанных с ней проблем самоизоляции у московской и севастопольской интернет-аудиторий, что говорит о формировании определённой региональной солидарности перед новой угрозой и вызовами. Севастопольский интернет-сегмент показал не только региональную, но и «полуостровную» солидарность. Новые условия повседневности привели к пониманию нового вирусного заболевания как социально-политического феномена, создающего условия для новых форм консолидации в обществе, вызванные различными реакциями на кризис. Одной из задач, стоящих сейчас перед социальными науками, является формирование сценариев и объяснительных схем данного явления.

Ключевые слова: социальные медиа, большие данные, коронавирус, самоизоляция, цифровая среда, цифровое действие

Пандемия Covid19 безусловно стала ключевым событием 2020 г. в мире. Пока ещё рано судить о том, как именно она повлияет на дальнейшее развитие в экономической, политической, социальной сферах. Но уже вполне возможно, применяя методы эмпирической социологии, по «горячим следам» установить, как подействовала она на массовое сознание, повседневные практики людей, изменила ли процесс саморефлексии общества; если да, то в какую сторону. Исследование, результаты которого представлены в данной статье, является одной из первых попыток в России ответить на данные вопросы.

Говоря о социальных откликах и ответах на пандемическую угрозу, социологи выделяют следующие сценарии: сценарий атомизации, описанный Фуко и Камю, когда сильные социальные связи становятся слабыми, а слабые связи исчезают вовсе; сценарий поляризации, описанный Майклом Блиссом, и сценарий формирования сообщества общей судьбы согласно концепции Питера Бэра. Концепция формирования

¹ Идентификатор 28/06-31, утверждён приказом проректора по научной и инновационной деятельности ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет» от 14.04.2020 № 556-п.

общей судьбы была сформулирована Максом Вебером, но исследовал он «судьбическую» идею как травму прошлого. Питер Бэр рассматривал её через призму современности – как форму существования общества против общего врага, как форму солидарности, которая формируется под действием внешних обстоятельств и общей угрозы.

Концепция сообщества судьбы характеризует коллективное действие, описывая его во временном разрыве повседневности: моментах, делящих жизнь на «до» и «после». Новое коллективное действие, формируемое «новой судьбой» (в понимании Бэра – угрозой, чрезвычайными обстоятельствами, рисками и вызовами), образует региональные или территориальные сообщества. В качестве примера таких сообществ Бэр приводит разорённые поселения, осаждённые города и обнесённые карантинным барьером территории [Baehr 2008]. «Многие социологи со времен Дюркгейма и Мосса замечали, что институты раскрывают себя под давлением обстоятельств, в ситуации кризиса. Сообщества судьбы устроены иначе: своим рождением они обязаны подобному давлению, устанавливая образ жизни, который до того существовал лишь в зародыше» [Baehr 2008: 141].

С нашей точки зрения, наблюдаемое современное состояние общества в условиях пандемии коронавируса разделило мир на локальные «сообщества судеб», в каждом из них вырабатываются свои социальные, экономические, информационные закономерности и тренды, в которых и будет жить посткоронавирусное общество.

По мнению О. Н. Яницкого, глобальная ситуация сегодня не определена: «... эта неопределённость и множественность прогнозов порождены прежде всего неготовностью нашей страны и мирового сообщества к угрозе такого рода. Неготовность означает здесь научную неразработанность проблем такого рода и, соответственно, отсутствие готовности вирусологии и медицины как социального института и других социальных служб к борьбе с этой невидимой опасностью» (Яницкий 2020).

По нашему мнению, наиболее важная характеристика посткоронавирусного мира состоит в развитии информационных технологий управления, которые приведут к виртуализации политики, образования, сферы информации и медиа. Мир сегодня настолько стремителен, что эффект цифровой эпохи, которая фактически уже наступила, обусловит приход не рациональности, а иррациональности. Есть предположение, что в цифровую эпоху люди будут уходить от сильных межличностных связей к слабым, общаясь в сетевых сервисах и дистанционных коммуникациях.

В период эпидемии коронавируса и нахождения на самоизоляции произошло, с одной стороны, проникновение интернет-коммуникации во все сферы жизнедеятельности человека с изменением его привычного образа жизни, с другой – пользовательская аудитория интернета существенно увеличилась, благодаря чему наблюдается появление нового типа социального взаимодействия – цифрового. Люди вынуждены находиться дома, и единственным способом коммуникации для них стал интернет не только как информационный канал, но и как неотъемлемая часть структуры современного информационного общества.

М. Вебер утверждал, что действие становится социальным, если в своём целеполагании оно затрагивает других людей или обусловлено их существованием и поведением. Он выделял четыре типа социального дей-

ствия: целерациональное, ориентированное на достижение рациональных целей; ценностно-рациональное, основанное на вере, ценностях и смысле; аффективное, опирающееся на эмоции человека, и традиционное, базирующееся на традициях, обычаях и привычках [Вебер 1990]. По нашему мнению, в связи с эпидемиологическим кризисом в настоящее время наблюдается возникновение нового типа социального взаимодействия, в частности новых повседневных практик, дистанционного взаимодействия в экономике, образовании, культуре, медиа и коммуникациях, чем обуславливается создание нового – цифрового – типа социального действия. При этом поведение людей ограничено территориальными или страновыми границами, что обуславливает возникновение региональных сообществ, объединённых общей угрозой – не только эпидемиологической, но и экономической (хозяйственно-бытовой с нарушением привычных основ жизни).

Опираясь на данные рассуждения, исследовательский коллектив попытался осуществить анализ реакции интернет-аудитории федеральных городов России (Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя) на новейшие тенденции информационной повестки в потоках социальных медиа, формируемые в ситуации самоизоляции и протекания эпидемиологического кризиса, и таким образом понять особенности формирования ответа на общие угрозы и вызовы в региональных онлайн-сообществах.

Теоретическая основа исследования

При проведении исследования мы ориентировались на работы Д. Белла [Белл 1999], Ж. Бодрийяра [Бодрийяр 2006; 2007], Г. Вайнштейна [Вайнштейн 2002], Э. Гидденса [Гидденс 1999], М. Кастельса [Кастельс 1999; 2000; 2004], М. Маклюэна [Маклюэн 2003], Э. Тоффлера [Тоффлер 2004а; 2004b]. Для осуществления анализа информационных потоков Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя авторы обращались к работам отечественных исследователей Е. В. Бродовской [Бродовская и др. 2016; Brodovskaya et al. 2015], А. И. Ракитова [Ракитов 2014], Р. Ф. Абдеева [Абдеев 1994], Д. С. Мартянова [Мартянов и др. 2020], Г. Л. Смоляна [Смолян и др. 2018].

Анализируя потоки интернет-сети как нового коммуникативного пространства, мы обращались к сетевым теориям, методология которых была заложена М. Грановеттером [Granovetter 1992], М. Кастельсом [Кастельс 1999; 2000; 2004] и П. Лазарсфельдом [Lazarsfeld et al. 1948]. Кроме того, считаем необходимым применить идеи П. Бурдье, который считал, что современный интернет оказывает информационно-психологическое воздействие как на индивидуальное, так и массовое сознание [Бурдье 2007]. Рассуждения М. Маклюэна о специфике коммуникации в киберпространстве, в том числе политической, важны в ракурсе анализа интернет-контента на коронавирусную тематику [Маклюэн 2003].

В исследовании были использованы системно-деятельный подход, изучающий интернет-пространство как продукт социальной среды, и сравнительный анализ, с помощью которого был сопоставлен контент интернет-сообщений Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя. Методами

исследования стали контент-анализ, давший возможность оценить социальные настроения московской, питерской и севастопольской интернет-аудиторий; киберметрический анализ и мониторинг социальных медиа с использованием системы мониторинга анализа социальных сетей «Медиалогия»; интеллектуальный анализ больших данных.

Данные, представленные в исследовании, получены на основании выгрузки из автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и социальных сетей в режиме онлайн «Медиалогия» по поисковым запросам «коронавирус»/«covid 19» и «самоизоляция»/«сидим дома» в мониторинговом режиме с отражением ситуации в российском пространстве социальных медиа на исследуемую тематику. Обращение к данной автоматической системе мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа обусловлено тем, что она предоставляет данные в режиме реального времени, являясь российским лидером в мониторинге и анализе медиа- и интернет-пространства.

Подобные данные можно трактовать как «большие социологические данные», позволяющие анализировать взаимодействие человека с информацией, его поведение в интернет-сети, что даёт возможность говорить о формировании новой методологической парадигмы общественных наук на теоретико-методологической базе, согласно которой реальность человека не соответствует идеальной упорядоченности, а встроена в информационные и коммуникативные сети. Таким образом, «большие социологические данные» можно рассматривать не как технократический феномен, открывший для общественных наук новую исследовательскую повестку в аспекте изучения поведения людей, а как социальное явление нового типа, позволяющее анализировать потоки информации в обществе, социальное взаимодействие и социальный обмен, обеспечиваемый технологиями коммуникации и формирующий у людей ментальные модели – матрицы осознания людьми текущих ситуаций. Но всё же большим социологическим данным присущ ряд недостатков: во-первых, вопрос достоверности персональных параметров данных аудитории; во-вторых, ограниченность аудитории: исследователь работает только с той аудиторией, которая внесена в базы данных; в-третьих, техническая проблема – проблема прозрачности построения механизма работы алгоритма формирования и выгрузки данных. В связи с этим считаем, что для комплексного решения исследовательской задачи данные анализа социальных медиа должны сопровождаться традиционными социологическими методами.

Характеристика исследования

Нами был осуществлён анализ пространства социальных медиа Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя в первые три недели самоизоляции – с 23 марта по 12 апреля 2020 г. по поисковым объектам «коронавирус»/«covid 19» и «самоизоляция»/«сидим дома».

Общий объём выгрузки составил 1 900 992 онлайн-сообщений, из них в интернет-сегменте Москвы выявлено 1 017 324 онлайн-сообщений по поисковому объекту «коронавирус»/«covid 19» и 82 014 сообщений – по поисковому объекту «самоизоляция»/«сидим дома»; в интернет-сегменте Санкт-Петербурга выявлено 307 999 и 402 569 онлайн-сообщений соответственно; в интернет-сегменте Севастополя – 53 171 и 37 915 сообщений.

Анализ интернет-сегмента социальных медиа Москвы

Объем интернет-сообщений Москвы по контент-единицам «коронавирус»/«covid 19» и «самоизоляция»/«сидим дома» за первые три недели самоизоляции составил 1 099 338 сообщений. Гендерное распределение аудитории показало больший интерес со стороны женской её части за весь анализируемый период: темой коронавируса женщины интересовались на 7% чаще, чем мужчины, темой самоизоляции – на 14% соответственно (рис. 1).

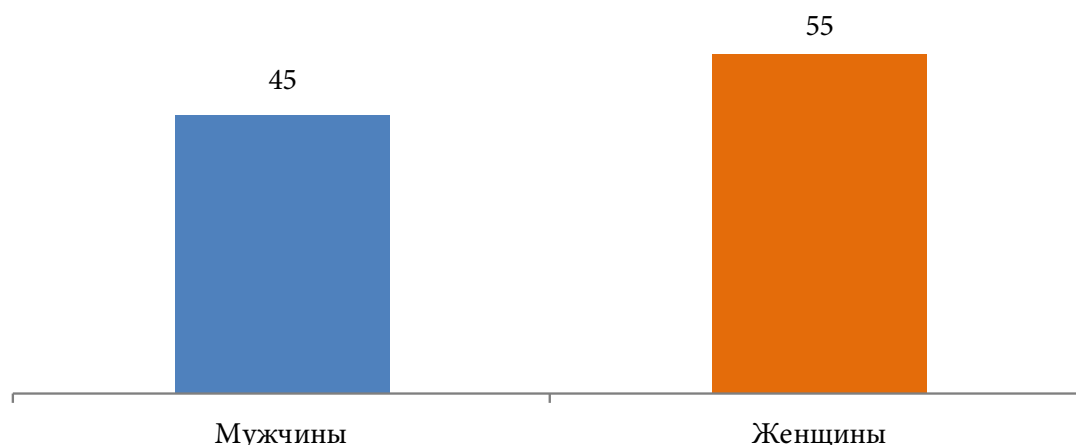


Рис. 1. Гендерное распределение по контентным группам «коронавирус»/«covid 19» и «самоизоляция»/«сидим дома» в интернет-сегменте Москвы, %, распределение за период с 23.03 по 12.04.2020 г.

Figure 1. Gender distribution by content group “coronavirus”/“covid 19” and “lockdown”/“sitting at home” within Moscow’s segment of the internet (in %, distribution for the period between March 23rd and April 12th 2020)

Интернет-пользователи в возрасте от 25 до 39 лет более интересуются тематикой коронавируса, люди старшего возраста (40–60 лет) – вопросами нахождения на самоизоляции (рис. 2).

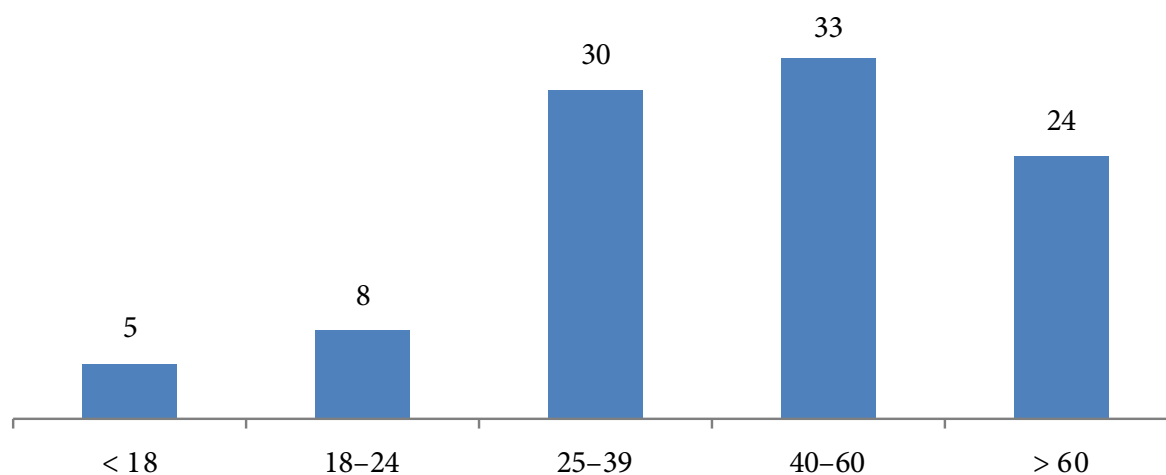


Рис. 2. Возрастное распределение по контентным группам «коронавирус»/«covid 19» и «самоизоляция»/«сидим дома» в интернет-сегменте Москвы, %, распределение за период с 23.03 по 12.04.2020 г.

Figure 2. Age distribution by content group “coronavirus”/“covid 19” and “lockdown”/“sitting at home” within Moscow’s segment of the internet (in %, distribution for the period between March 23rd and April 12th 2020)

Сравнивая динамику онлайн-сообщений за три недели самоизоляции, можно отметить рост в первую и вторую недели (с 23 марта по 5 апреля) и резкий спад на третьей (с 6 по 12 апреля), что связано с восприятием текущей ситуации уже как обыденной. Основная часть онлайн-сообщений была в нейтральной тональности (на первой и второй неделях – по 97% от всего числа сообщений соответственно, на третьей – 98%). Количество позитивных и негативных сообщений на второй неделе самоизоляции увеличилось в связи с обращением Президента РФ В. В. Путина по поводу ситуации с пандемией коронавируса. Пик негативного онлайн-контента пришёлся на 29 марта, позитивного – на 30 марта, что связано с введением режима повышенной готовности по Москве, а также временной приостановкой работы общественных, образовательных, медицинских, государственных и иных учреждений и производств (рис. 3, 4).

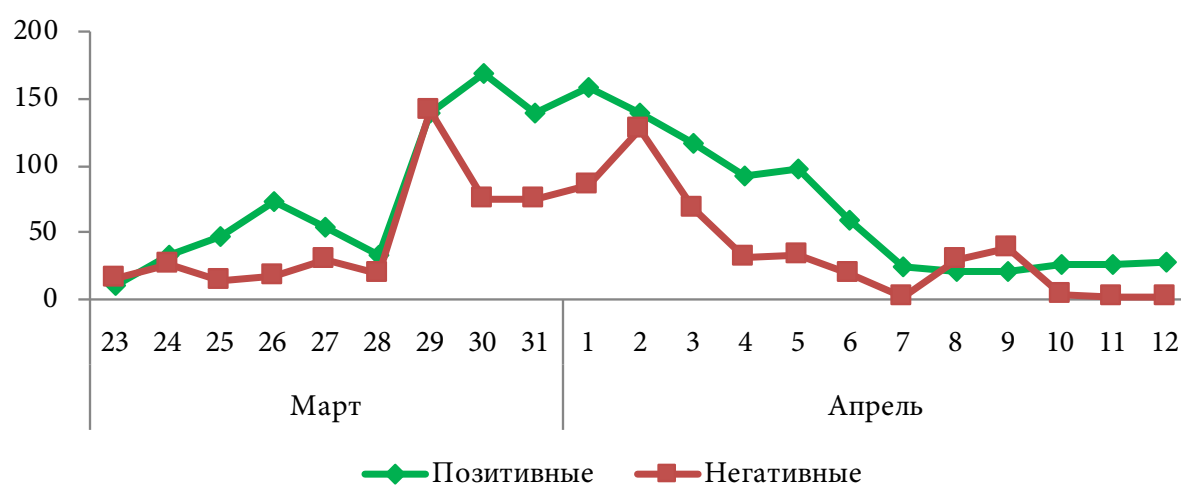


Рис. 3. Динамика позитивных и негативных сообщений по контентным группам «коронавирус»/«covid 19», в единицах онлайн-сообщений

Figure 3. Dynamics of positive and negative messages for content groups "coronavirus"/"covid 19" (in units of online-community)

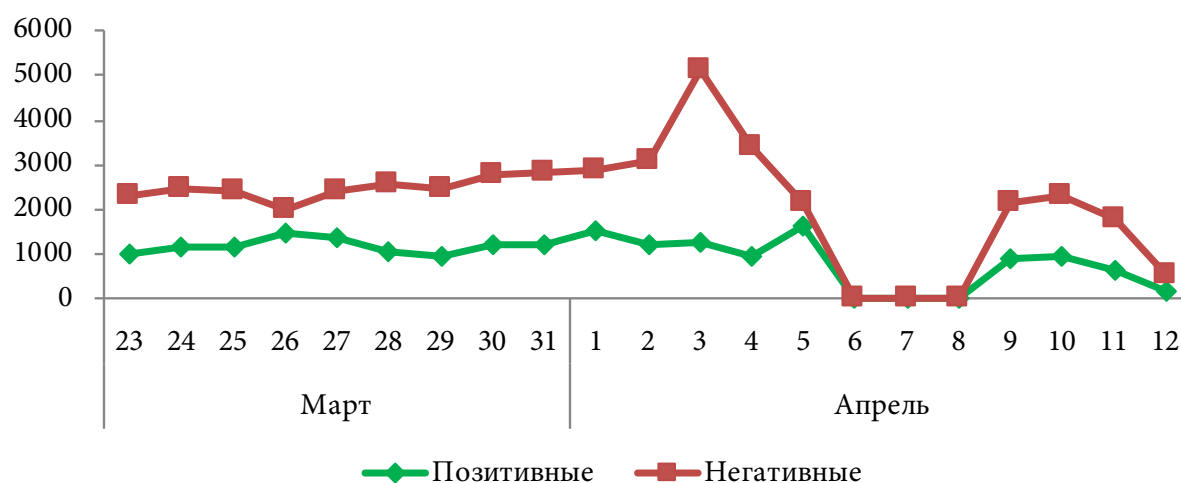


Рис. 4. Динамика позитивных и негативных сообщений по контентным группам «самоизоляция»/«сидим дома», в единицах онлайн-сообщений

Figure 4. Dynamics of positive and negative messages for content groups "lockdown"/"sitting at home" (in units of online-community)

В облаке тегов московской интернет-аудитории за три недели самоизоляции наблюдается три группы тегов: ковидная («коронавирус», «человек», «самоизоляция»), региональная («Москва») и повседневная («карантин», «дом», «режим», «время» и «день») (рис. 5.1 и 5.2).

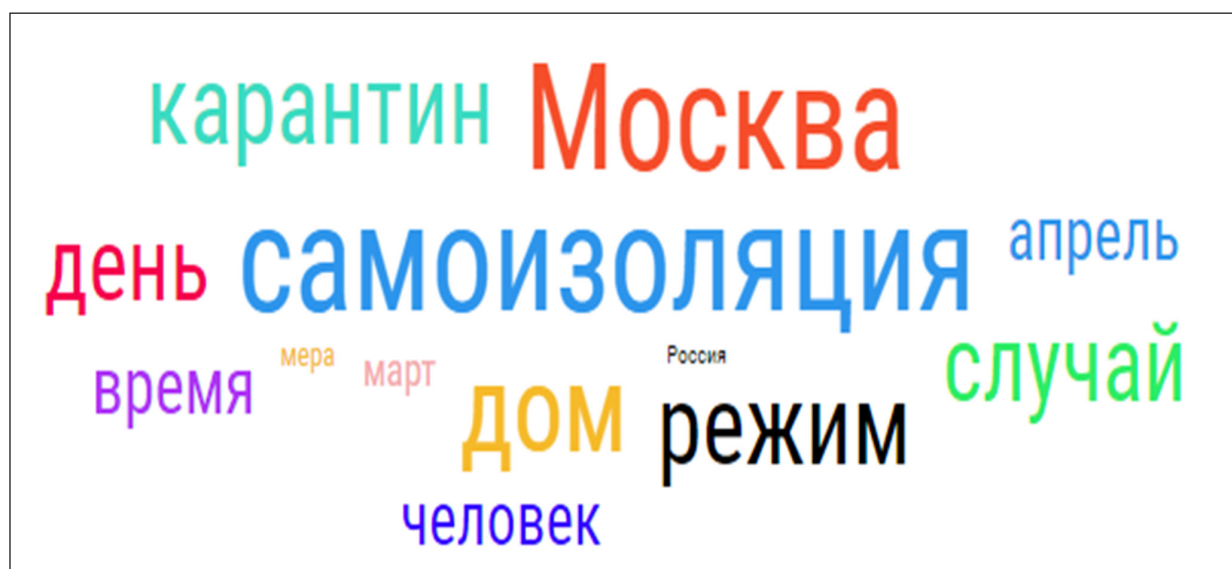
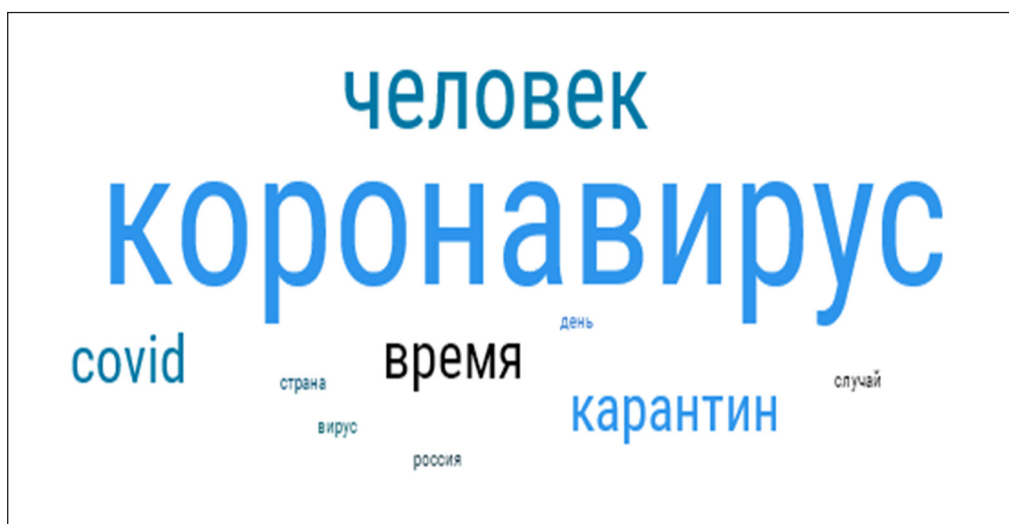


Рис. 5.1 и 5.2. Облако тегов по контентным группам «коронавирус»/«covid 19» и «самоизоляция»/«сидим дома», за период с 23.03 по 12.04.2020 г.

Figures 5.1 and 5.2. Tag cloud by content group “coronavirus”/“covid 19” and “lockdown”/“sitting at home” (for the period between March 23rd and April 12th 2020)

Анализ интернет-сегмента социальных медиа Москвы выявил, что частота онлайн-сообщений на темы коронавируса и самоизоляции варьировалась от резкого скачка в начале периода самоизоляции до спада к её третьей неделе. Большую заинтересованность исследуемыми тематиками обнаружила женская часть интернет-аудитории, молодёжь (пользователи в возрасте от 25 до 39 лет) и люди среднего возраста (40–60 лет). Было выявлено снижение вовлечённости интернет-пользователей Москвы в тему коронавируса по истечении 14 дней нахождения дома при неизменности интереса к теме самоизоляции.

Анализ интернет-сегмента социальных медиа Санкт-Петербурга

Объём интернет-сообщений Санкт-Петербурга с тематикой «коронавирус»/«covid 19» и «самоизоляция»/«сидим дома» за первые три недели самоизоляции составил 710.568 сообщений. Женщины в 1,5 раза чаще интересуются темами самоизоляции и коронавируса, чем мужчины (рис. 6). Это объясняется тем, что у женщин становится больше домашних забот в связи с присутствием всех членов семьи дома – в так называемой «домашней капсуле» (поисковый контент в основном касается услуг доставки, кулинарных рецептов, занятий с ребёнком на дому, видов досуга на дому).

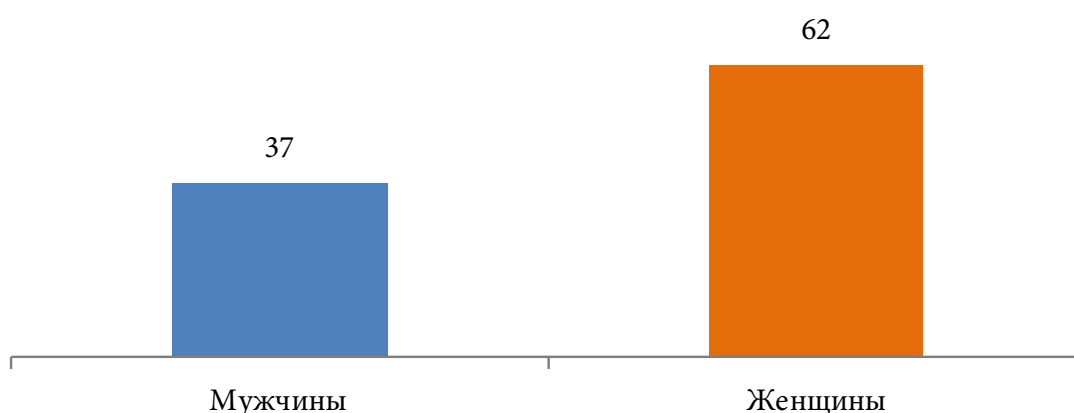


Рис. 6. Гендерное распределение по контентным группам «коронавирус»/«covid 19» и «самоизоляция»/«сидим дома» в интернет-сегменте Санкт-Петербурга, %, за период с 23.03 по 12.04.2020 г.

Figure 6. Gender distribution by content group “coronavirus”/“covid 19” and “lockdown”/“sitting at home” within Saint Petersburg’s segment of the internet (in %, distribution for the period between March 23rd and April 12th 2020)

Возрастное распределение показало стабильную динамику исследуемых тематик во всех возрастных группах в течение анализируемого периода. При этом у молодёжи (25–39 лет) заинтересованность темой самоизоляции растёт, а темой коронавируса – снижается. Люди стараются адаптироваться к новым формам повседневной жизни, интересуясь, чем себя занять, как работать и учиться в дистанционных условиях, стараясь найти способ проведения времени с пользой в условиях самоизоляции, при этом тема коронавируса сама по себе им становится менее интересна. Люди в возрасте от 40 до 60 лет наблюдают за ситуацией, следя за новостной повесткой и не проявляя особой активности в социальных сетях. В этой возрастной группе наблюдается незначительный рост интереса к теме коронавируса и спад – к самоизоляционной тематике, особенно на третьей неделе нахождения дома, что объясняется повышенным интересом у людей старшего возраста к пониманию симптомов коронавирусной инфекции, так как неоднократно распространялась информация о том, что для данной возрастной группы она имеет серьёзные последствия (рис. 7).

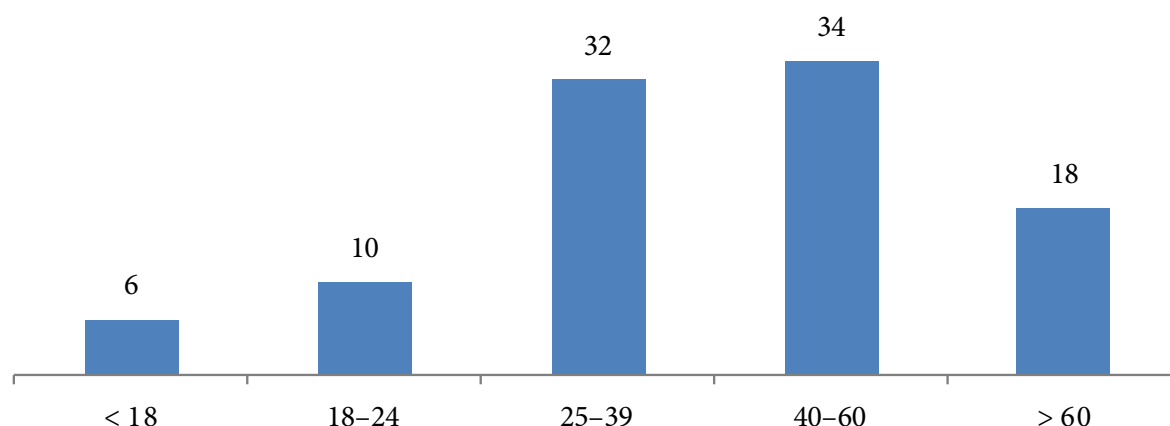


Рис. 7. Возрастное распределение по контентным группам «коронавирус»/«covid 19» и «самоизоляция»/«сидим дома» в интернет-сегменте Санкт-Петербурга, %, за период с 23.03 по 12.04.2020 г.

Figure 7. Age distribution by content group “coronavirus”/“covid 19” and “lockdown”/“sitting at home” within Saint Petersburg’s segment of the internet (in %, distribution for the period between March 23rd and April 12th 2020)

Рост интернет-активности в обсуждении проблемы пандемии в Санкт-Петербурге наблюдается на второй неделе самоизоляции – с 30 марта по 5 апреля – в период оплачиваемой «карантинной» недели, на третьей неделе динамика онлайн-интереса снижается, что свидетельствует о переходе темы коронавируса и самоизоляции в привычное повседневное поле коммуникации. Реакция интернет-аудитории Санкт-Петербурга на самоизоляцию в целом оказалась нейтральной (95% нейтральных сообщений от их общего количества), негативные онлайн-сообщения составили 3,5% от общего числа сообщений, позитивные – порядка 1,5%.

Информационные позитивные пики пришлись на 31 марта и 1 апреля, что связано с выходом постановления Правительства Санкт-Петербурга о соблюдении режима самоизоляции до 30 апреля гражданами старше 65 лет, а также с закрытием развлекательных и образовательных организаций, учреждений общепита, детских игровых комнат и развлекательных центров до 5 апреля. Негативные медиапики были 2-го и 3-го апреля, что обусловлено телевизионным обращением В. В. Путина к россиянам и выходом постановления Правительства Санкт-Петербурга о продлении режима самоизоляции до 30 апреля (рис. 8, 9). Негативная тональность в интернет-аудитории формировалась всю вторую самоизоляционную неделю, что диктуется неготовностью соблюдения длительного режима самоизоляции, появлением экономических, социально-бытовых и хозяйственных трудностей в новых условиях длительного дистанта и онлайн взаимодействия.

Расширение информационного поля Санкт-Петербурга посредством увеличения количества комментариев и авторов, пишущих на тему пандемии, пришлось на вторую нерабочую неделю – с 30 марта по 5 апреля. На третьей неделе самоизоляции наблюдается рост медийных площадок, освещающих тему коронавируса; количество площадок с обсуждением

проблем самоизоляции осталось неизменным. Анализ динамики вовлечённости показал, что, несмотря на резкий всплеск заинтересованности темой пандемии в период с 30 марта по 5 апреля, общая активность на медиаплощадках Санкт-Петербурга в целом снижается, что свидетельствует о становлении темы коронавируса и самоизоляции привычной и обыденной.

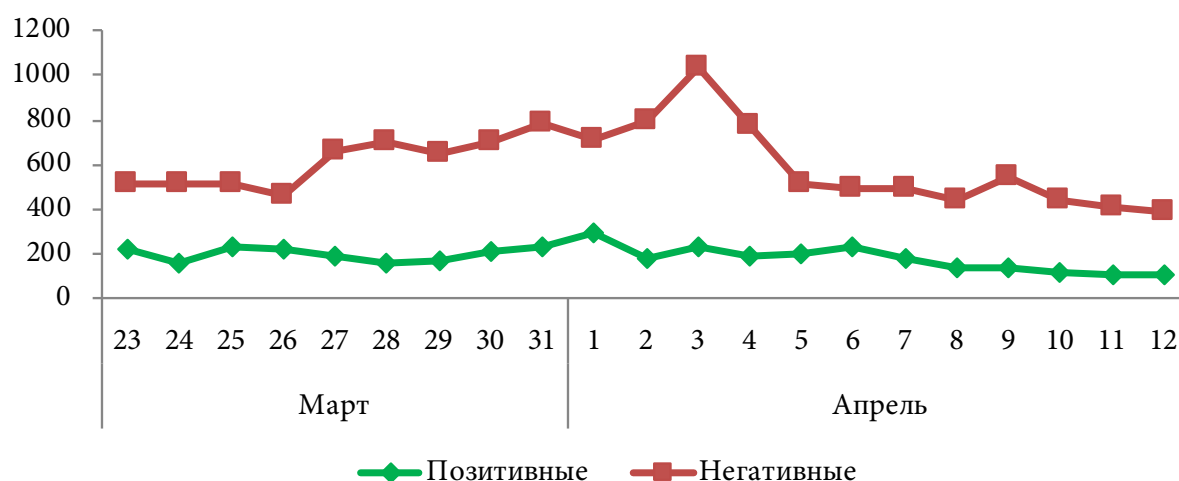


Рис. 8. Динамика позитивных и негативных сообщений по контентным группам «коронавирус»/«covid 19», в единицах онлайн-сообщений

Figure 8. Dynamics of positive and negative messages for content groups "coronavirus"/"covid 19" (in units of online-community)

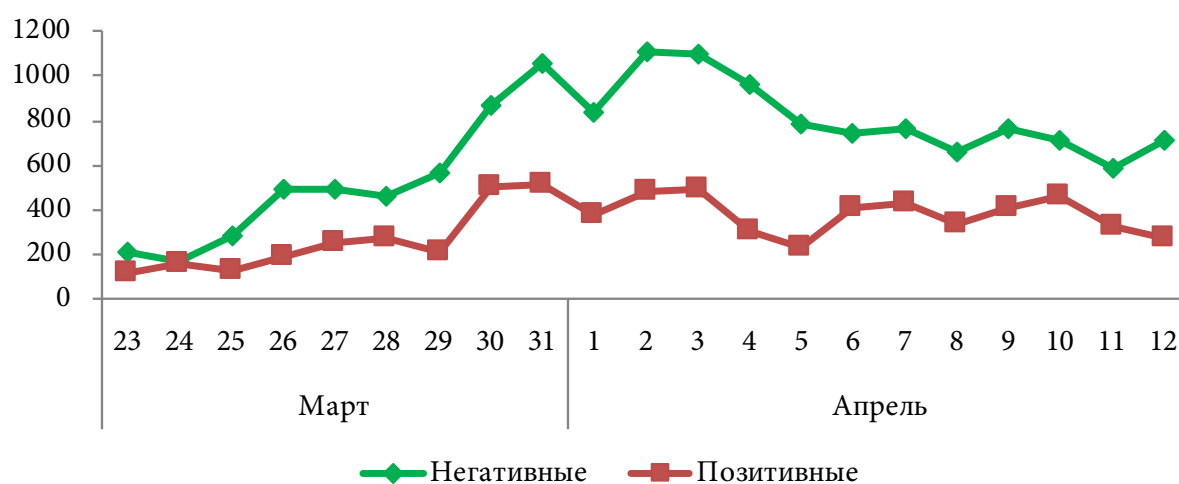


Рис. 9. Динамика позитивных и негативных сообщений по контентным группам «самоизоляция»/«сидим дома», в единицах онлайн-сообщений

Figure 9. Dynamics of positive and negative messages for content groups "lockdown"/"sitting at home" (in units of online-community)

Основными средствами интернет-коммуникации в Санкт-Петербурге на ковидную и самоизоляционную темы, конечно, были социальные сети, в первую очередь ВКонтакте – 69,5% аудитории, затем Facebook – 15%, Одноклассники – 11% и Twitter – 4,5%. Популярными питерскими блогами являются в основном страницы сети ВКонтакте,

за исключением новостного агрегатора БезФормата (sanktpeterburg.bezformata.com), который лидирует по количеству сообщений, имея аудиторию порядка 160.000 пользователей. Наше внимание привлёк факт, что на ресурсе БезФормата встречаются ссылки на блог «ДТП и ЧП Санкт-Петербург Питер Онлайн СПб», где с 30 марта по 12 апреля наблюдается высокая медиа-активность: популярными темами являлись: отмена поездов, грабежи курьеров, участвовавшие случаи вандализма над автомобилями; скорые, мешающие проезду транспорта; новые случаи заболевания коронавирусом, нарушение режима самоизоляции, автомобильные аварии. Наибольшее количество просмотров по тегу «коронавирус» у интернет-ресурса «Пятый канал / Новости» (72%).

Облако тегов питерского интернет-сегмента представлено двумя смысловыми группами: 1) теги «коронавирус», «Россия», «самоизоляция», «дом», «карантин», «режим», отражающими заинтересованность в информации о распространении вируса в России; и 2) группа, связанная с повседневными практиками человека, необходимостью пересмотра привычного распорядка дня, беспокойством по поводу новых условий работы на дому, её потерей или поиском в период самоизоляции – «человек», «дом», «работа», «день», «время» (рис. 10.1 и 10.2).

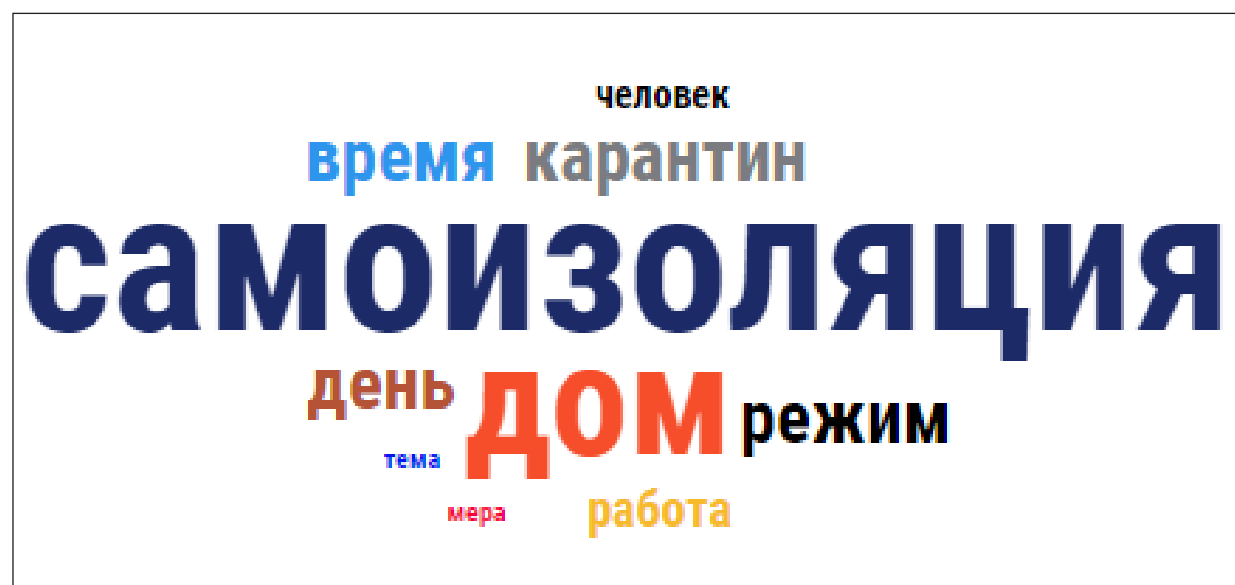
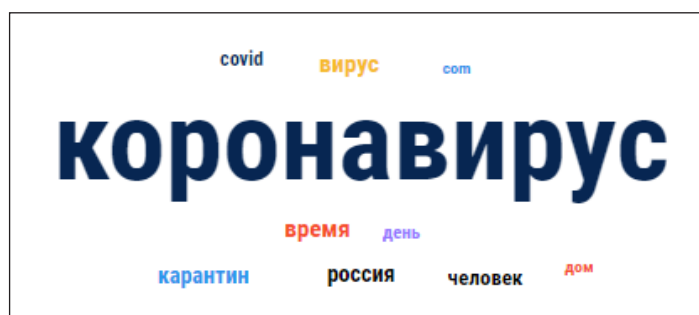


Рис. 10.1 и 10.2. Облако тегов по контентным группам «коронавирус»/«covid 19» и «самоизоляция»/«сидим дома», за период с 23.03 по 12.04.2020 г.

Figures 10.1 and 10.2. Tag cloud by content group “coronavirus”/“covid 19” and “lockdown”/“sitting at home” (for the period between March 23rd and April 12th 2020)

Анализ интернет-сегмента социальных медиа Санкт-Петербурга отразил информационные тренды, свидетельствующие о повышенном интересе к ковидной и самоизоляции тематикам в начале периода самоизоляции и спаде к ней уже через 14 дней пребывания дома; о заинтересованности исследуемыми темами в большей степени у женской части интернет-аудитории; о расширении информационного поля посредством увеличения онлайн-сообщений на тему пандемии на второй нерабочей неделе самоизоляции (с 30 марта по 5 апреля) и поддержания постоянного обсуждения проблем и вопросов самоизоляции в течение всего периода.

Анализ интернет-сегмента социальных медиа Севастополя

Объём интернет-сообщений Севастополя с тематикой «коронавирус»/«covid 19» и «самоизоляция»/«сидим дома» за первые три недели самоизоляции составил 91 086 сообщений. Темой коронавируса в севастопольской интернет-аудитории женщины интересуются почти в два раза больше, чем мужчины, а самоизоляцию обсуждают вообще в три раза чаще, чем представители сильного пола (рис. 11).

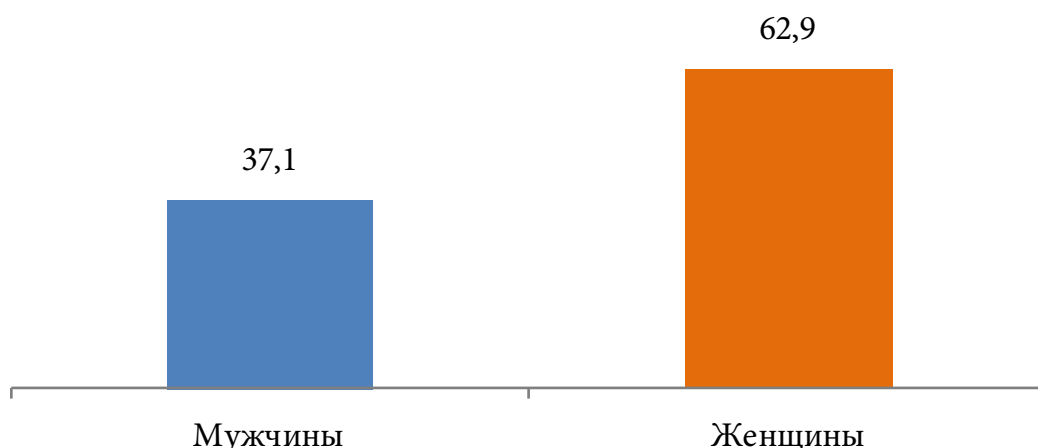


Рис. 11. Гендерное распределение по контентным группам «коронавирус»/«covid 19» и «самоизоляция»/«сидим дома» в интернет-сегменте Севастополя, %, за период с 23.03 по 12.04.2020 г.

Figure 11. Gender distribution by content group “coronavirus”/“covid 19” and “lockdown”/“sitting at home” within Sevastopol’s segment of the internet (in %, distribution for the period between March 23rd and April 12th 2020)

Основные интернет-потребители темы коронавируса – это пользователи в возрасте от 40 до 60 лет (40%), возрастная группа от 25 до 39 лет (30%) и пожилые люди старше 60 лет (25%), то есть возрастной диапазон интернет-аудитории ковидной темы в Севастополе достаточно широк – от 25 до 60 лет. Основная аудитория темы самоизоляции – люди от 40 до 60 лет (40%), молодёжь от 25 до 39 лет (36%) и те, кто старше 60 лет (30%). Значимую долю севастопольской интернет-ауди-

тории, в отличие от московской и питерской, составляют люди старшего возраста, что отражает возрастную структуру населения города (рис. 12).

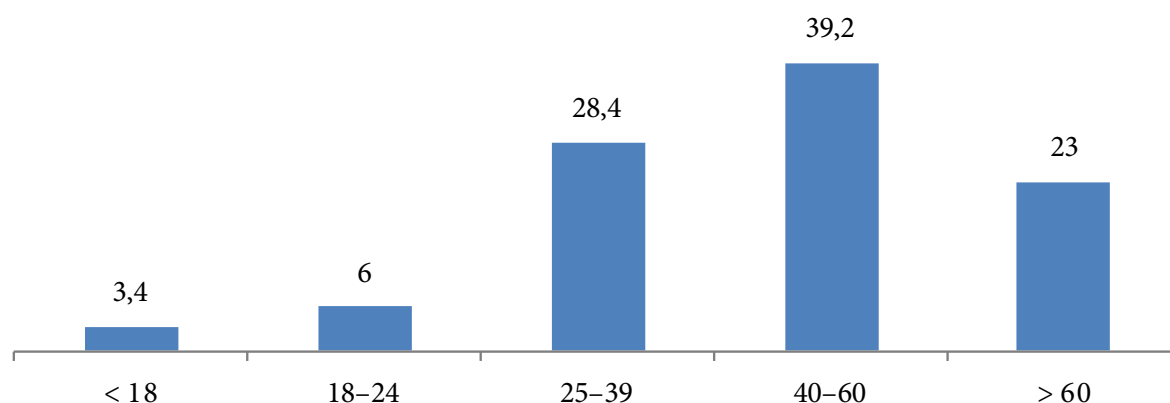


Рис. 12. Возрастное распределение по контентным группам «коронавирус»/«covid 19» и «самоизоляция»/«сидим дома» в интернет-сегменте г. Севастополя, %, за период с 23.03 по 12.04.2020 г.

Figure 12. Age distribution by content group “coronavirus”/“covid 19” and “lockdown”/“sitting at home” within Sevastopol’s segment of the internet (in %, distribution for the period between March 23rd and April 12th 2020)

На нерабочей неделе (30 марта–5 апреля) наблюдалась повышенная медиа-активность на исследуемые тематики, что связано с введением законодательных основ режима самоизоляции, введением «карантина» и вынужденных «каникул», в частности в образовательной сфере. С 6 апреля произошло снижение интереса к исследуемым темам, что говорит об адаптации севастопольской интернет-аудитории к информационным потокам о коронавирусе, о новых дистанционных условиях жизни и нахождении на самоизоляции.

Тональность сообщений севастопольского интернет-сегмента не изменялась на протяжении всего исследуемого периода: 95% сообщений имели нейтральный характер, наблюдался незначительный рост (+0,5%) негативных сообщений с 6 по 12 апреля, что свидетельствует о наличии отрицательной реакции на растущую динамику заболеваемости в России, об остроте проблем, связанных с потерей работы и снижением доходов людей (рис. 13, 14).

Устойчивые информационные пики зафиксированы 25 марта, когда Президентом РФ было объявлено о нерабочей неделе с 30 марта; 31 марта вышел указ врио губернатора города «О введении на территории г. Севастополя режима повышенной готовности»; 01 апреля – введение врио губернатора режима всеобщей самоизоляции; 06 апреля – публикация его указа о продлении режима самоизоляции. При этом значимо то, что показатели вовлечённости аудитории 25 марта, когда состоялось обращение главы государства, значительно ниже показателей периода выхода региональных указов врио губернатора Севастополя о правилах существования в период самоизоляции. На третьей неделе – с 6 по 12 апреля – наблюдалось снижение вовлечённости и объёма

аудитории, что свидетельствует об адаптации севастопольской интернет-аудитории к режиму самоизоляции и новым социально-бытовым и хозяйственным условиям жизни.

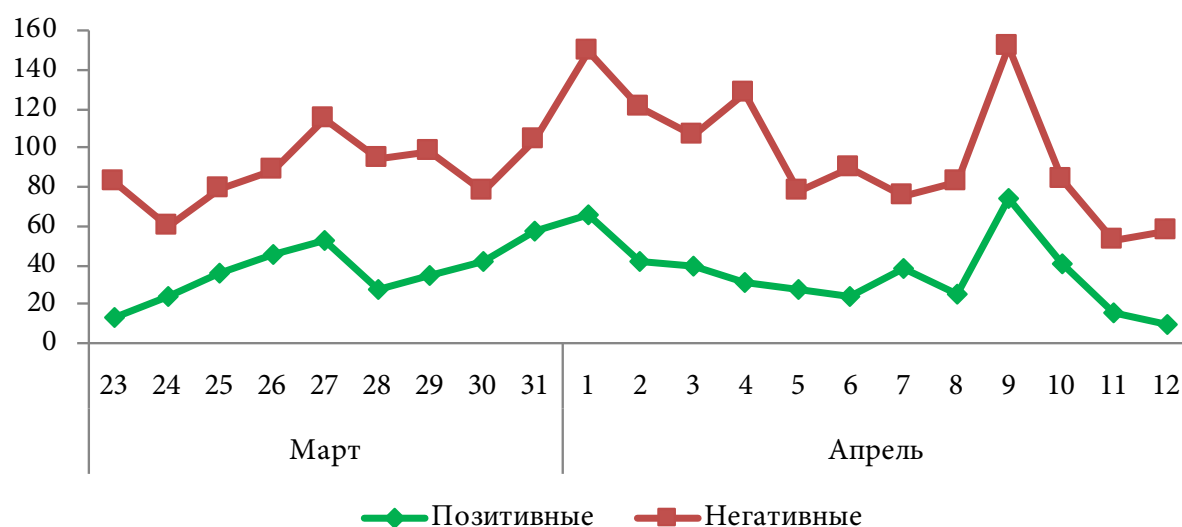


Рис. 13. Динамика позитивных и негативных сообщений по контентным группам «коронавирус»/«covid 19», в единицах онлайн-сообщений

Figure 13. Dynamics of positive and negative messages for content groups "coronavirus"/"covid 19" (in units of online-community)

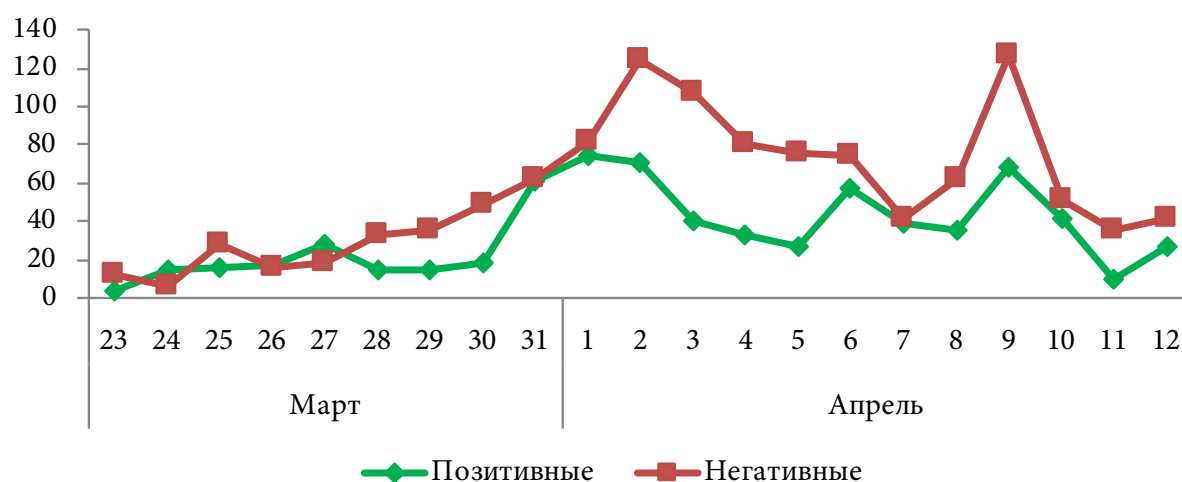


Рис. 14. Динамика позитивных и негативных сообщений по контентным группам «самоизоляция»/«сидим дома», в единицах онлайн-сообщений

Figure 14. Dynamics of positive and negative messages for content groups "lockdown"/"sitting at home" (in units of online-community)

Тема коронавируса уходит, а вопросы самоизоляции, наоборот, остаются в приоритете аудитории, что говорит о восприятии жителями Севастополя информации о новом вирусе не болезненно, а скорее в ракурсе интереса и понимания новых мер региональных властей по введению режима повышенной готовности, в частности введением пропусков, закрытием учреждений, системой штрафов и новыми правилами ведения бытовой и хозяйственной деятельности, изменившими привычный уклад жизни горожан.

Визуализация облака тегов позволяет установить ранговые распределения единиц «коронавирус» и «самоизоляция», выявить инструменты индоктринации (стереотипного, некритичного восприятия информации), установить иерархические смысловые связи. Определённо тег «самоизоляция» стал ключевым словом текущего момента: он совпадает с единицами «коронавирус» и «covid», что позволяет зафиксировать разрыв смысловой связи между словами «самоизоляция» и «дом». На двухнедельных срезах отсутствует географическая/локальная привязка (уходит слово «Севастополь»), но появляются иные локусы («Крым», «Россия», «мир») и значимые субъекты («губернатор», «президент», «ВОЗ») (рис. 15.1 и 15.2).

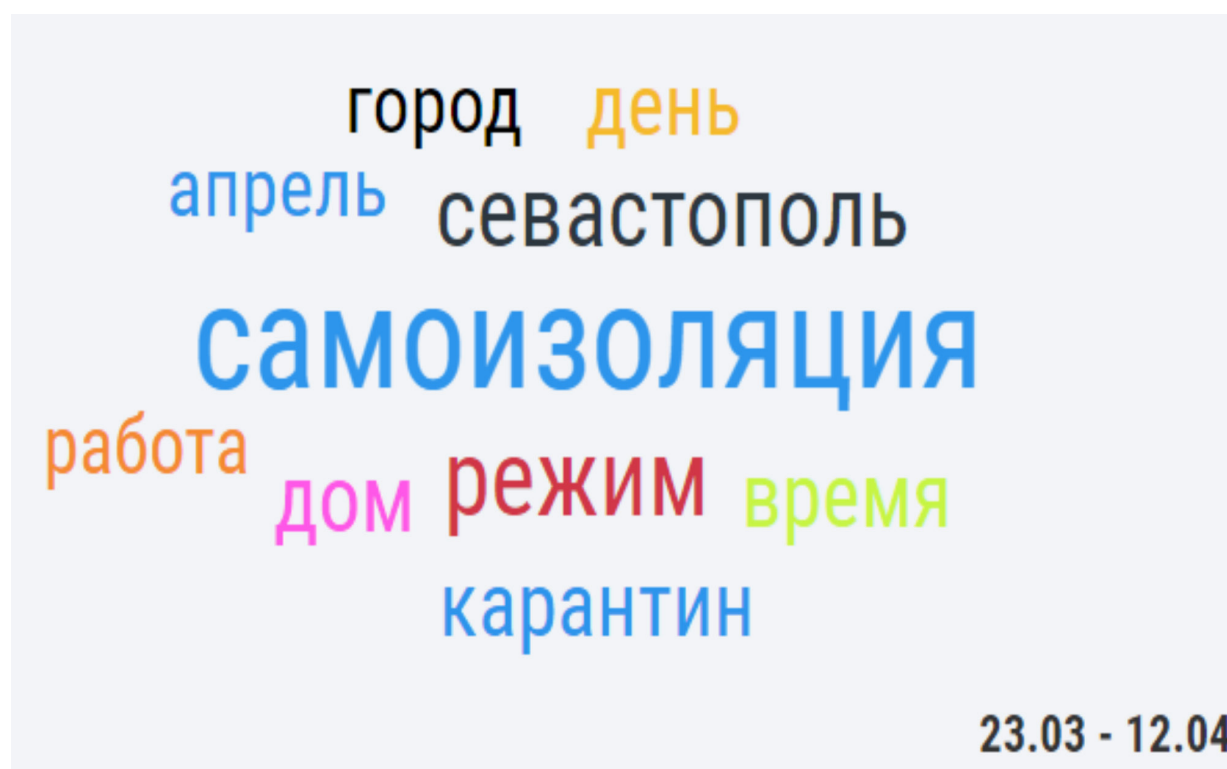
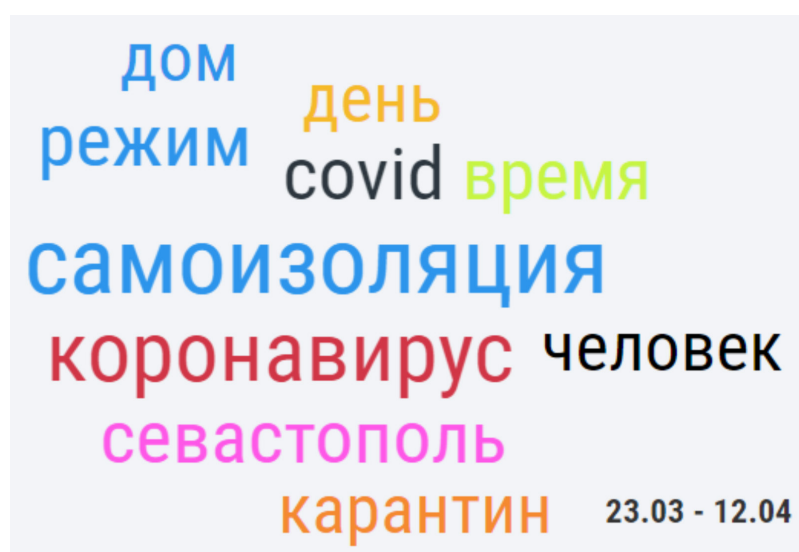


Рис. 15.1 и 15.2. Облако тегов по контентным группам «коронавирус»/«covid 19» и «самоизоляция»/«сидим дома», за период с 23.03 по 12.04.2020 г.

Figures 15.1 and 15.2. Tag cloud by content group “coronavirus”/“covid 19” and “lockdown”/“sitting at home” (for the period between March 23rd and April 12th 2020)

Популярной социальной сетью с высокой медиа-активностью по теме «коронавирус» у севастопольской интернет-аудитории является ВКонтакте – 32%, по теме самоизоляции – 51%. При этом в тройке лидеров интернет-площадок появляется севастопольский форум (27%), что является особенностью местного интернет-сегмента, ведь мессенджер ICQ и «форумы» свой пик популярности исчерпали к 2010 г. На Севастопольском политфоруме (sevpolitforum.ru) есть активная тема «Коронавирус COVID-19: Общая тема» с темой-веткой «Коронавирус. Сидите дома. Не пугайтесь!» (на 22.04.2020 – 305 000 просмотров), количеством сообщений – 1 651 952, количеством тем – 967, количеством пользователей – 154 260. Севастопольский городской форум (forum.sevastopol.info) имеет по исследуемым темам 10 222 743 сообщений, 36 295 тем и 234 941 пользователей.

Медиа-аналитический анализ севастопольской интернет-аудитории позволил сформулировать выводы о том, что в интернет-сегменте Севастополя исследуемого тематического поля «коронавирус–самоизоляция» нет ярко выраженных лидеров общественного мнения, медиасообщество разбито на различные по численности аудиторные группы (от 10 000 до 200 000 чел.); значимыми площадками являются ВКонтакте и утратившая популярность в федеральном пространстве медиаплощадка «форум», и только потом – Одноклассники и Facebook, что говорит о высокой коммуникативной мозаичности севастопольского интернет-сегмента. Контент онлайн-сообщений иллюстрирует «полу-островную самоизоляцию»: аудиторию в большей мере интересуют блокпосты на подъездах к Севастополю, меры изоляции приехавших с материковой части России в Севастополь. При этом события, происходящие за пределами Крыма и Севастополя, не попадают в ядро инфоповодов. Ключевое слово контент-анализа «самоизоляция» у севастопольских интернет-пользователей становится абстрактным, теряет свою локальную привязку.

Заключение

В реакциях интернет-аудиторий трёх федеральных центров России – Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя – на ситуацию с пандемией коронавируса и в этой связи вынужденную самоизоляцию есть схожие и отличительные черты.

Во-первых, первые две самоизоляционные недели ковидная тематика была в топе интернет-пользователей всех трёх регионов, но уже через 14 дней интерес к ней начал снижаться. При этом понимание процесса самоизоляции и всех вопросов, с ней связанных, – от новых правил повседневной жизни до дискурса о дистанционных коммуникациях – оставалось значимым для всех региональных интернет-аудиторий в течение 20 дней пребывания дома. Во-вторых, в гендерном распределении чётко выразилась большая заинтересованность женщин

обсудить и поднять вопросы об эпидемии коронавируса, социальном дистанцировании, онлайн-практиках новой повседневности и дистантных коммуникациях в целом. Выявленные тенденции свидетельствуют о формировании новых цифровых форм взаимодействия в коммуникационной, информационной, образовательной, хозяйственно-бытовой сферах жизни людей.

Говоря об отличиях, необходимо отметить региональность обсуждения эпидемии коронавируса и проблем самоизоляции у московской и севастопольской интернет-аудиторий, что говорит о формировании в этот период определённой солидарности перед новой угрозой и вызовами, которую можно интерпретировать как формирование региональных «обществ судьбы» согласно пониманию Питера Бэра. При этом севастопольский интернет-сегмент демонстрирует даже не региональную, а «полуостровную» солидарность, поднимая в топ дискурс о прибытии на полуостров потенциально инфицированных людей и мерах их изоляции, а события, происходящие за пределами полуострова, не воспринимаются аудиторией как значимые.

Отдельно необходимо отметить структуру медиа площадок регионов. Если в Москве и Санкт-Петербурге они схожи, формируются обычно двумя-тремя популярными социальными сетями, то севастопольская интернет-инфраструктура – это мозаичное коммуникативное поле с отсутствием ярко выраженных лидеров общественного мнения, неравномерностью игроков в медиасообществе, значимостью только социальной сети ВКонтакте и форумов, утративших популярность в федеральном медиапространстве.

Пандемия коронавируса поставила перед современным обществом проблемы не только и не столько медицинского характера, сколько социального и коммуникативного. Наш исследовательский коллектив представил результаты медиааналитики, проведённой в период, когда эпидемия ещё не достигла своего пика; следовательно, опирался на ранние наблюдения по изучению новых форм социальных коммуникаций, и, чтобы дать полное представление о них, необходимо осуществить мониторинговые замеры, позволяющие сделать полноценные заключения о создании новых норм и трендов в социальных отношениях.

Новые условия повседневности, рождённые пандемией коронавируса, привели к ряду рассуждений – появились модели объяснения изменений, вызванных эпидемией, новых коллективных и личностных повседневных практик, механизмов их формирования, описание новых социальных связей и наращивания нового социального капитала человечества. С нашей точки зрения, важным является то, что новое вирусное заболевание стало не просто социальным, но и политическим феноменом, создающим условия для консолидации в обществе, вызванные различными реакциями на кризис.

Одной из наиболее сложных задач, стоящих сейчас перед социальными науками, является выход на формирование сценариев и объяснительных схем этого социально-политического феномена.

Библиографический список

Абдеев Р. Ф. 1994. Философия информационной цивилизации / Ред. Е. С. Ивашкина, В. Г. Деткова. М.: ВЛАДОС. 336 с., ISBN 5-87065-012-7

Белл Д. 1999. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Пер. с англ. М.: Academia. 956 с.

Бодрийяр Ж. 2006. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр. М.: Культурная революция, Республика. 269 с.

Бодрийяр Ж. 2007. К критике политической экономии знака / Пер. с фр. М.: Академический Проект. 335 с.

Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Иванов И. С. 2016. Изменение стратегий онлайн-поведения российской интернет-аудитории: результаты сравнительного кластерного анализа (2012–2014 гг) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 3. С. 173–188.

Бурдые П. 2007. Социология социального пространства / Пер. с франц. М.–СПб.: Институт экспериментальной социологии; Алетея. 288 с.

Вайнштейн Г. 2002. Интернет как фактор общественных трансформаций // Мировая экономика и международные отношения, № 7. С. 16–27.

Вебер М. 1990. Основные социологические понятия // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс. С. 625–629.

Гидденс Э. 1999. Социология. М.: Эдиториал УРСС. 704 с.

Кастельс Мануэль. 2004. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева, под ред. В. Харитонов. Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та). 328 с. ISBN 5-94799-373-2

Кастельс М. 2000. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. Шкаратан О. И., ред. М.: ГУ ВШЭ. 608 с.

Кастельс М. 1999. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia. С. 494–505.

Маклюэн Г. М. 2003. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле». 464 с.

Мартыанов Д. С., Подлеская Н. С. 2020. Конвергенция телевидения и Интернета в России: политический аспект // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. Том 16. № 1. С. 58–77.

Ракитов А. И. 2014. Информация, наука, технология в глобальных исторических изменениях. М.: Директ-Медиа. 105 с. // URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=230128> (Дата посещения: 01.06.2020). ISBN 978-5-4458-6506-3. DOI 10.23681/230128

Смолян Г. Л., Солнцева Г. Н. 2018. Информационная среда и информационная деятельность – методологический анализ понятий // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник. Том 38. С. 32–44.

Тоффлер Э. 2004а. Третья волна. М.: АСТ. 781 с.

Тоффлер Э. 2004b. Шок будущего. М.: АСТ. 557 с.

Яницкий О. Н. 2020. // Институт социологии ФНИСЦ РАН / Блоги. URL: https://www.isras.ru/blog_yan_161.html (Дата посещения: 10.06.2020).

Baehr P. 2008. Caesarism, Charisma and Fate: Historical Sources and Modern Resonances in the Work of Max Weber. New Jersey: Transaction Publishers. 256 p.

Brodovskaya E. V., Dombrovskaya A. Y., Nechaev V. D. 2015. Spiritual Orientations of Russians in the Age of the Internet Results of a National Sociological Research // European Journal of Science and Theology. Т. 11. № 4. С. 225–234.

Granovetter M. 1992. “Problems of Explanation in Economic Sociology”. In Nitin Nohria and Robert Eccles, Editors, Networks and Organizations: Structure, Form, Action, pp. 25–56. Boston: Harvard Business School Press.

Lazarsfeld P. F., Berelson B., Gaudet H. 1948. The People’s Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. Columbia University Press, 1948. 214 с.

Статья поступила: 15.06.20

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Ярмак Ольга Валерьевна, кандидат социологических наук, заведующий кафедрой «Социальные коммуникации», Институт общественных наук и международных отношений, Севастопольский государственный университет, Севастополь, Россия

Страшко Екатерина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Социальные коммуникации», Институт общественных наук и международных отношений, Севастопольский государственный университет, Севастополь, Россия

Шкайдерова Татьяна Викторовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Социальные коммуникации», Институт общественных наук и международных отношений, Севастопольский государственный университет, Севастополь, Россия

DOI: 10.19181/vis.2020.11.3.666

How Internet Users in Moscow, Saint Petersburg and Sevastopol Reacted to the Covid-19 Pandemic (Based on Material from a Media-Analysis Study)

Olga V. Yarmak

Institute of Social Sciences and International Relations, Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

E-mail: sociocentre@sevsu.ru

ORCID ID: 0000-0002-5025-9112

Ekaterina V. Strashko

Institute of Social Sciences and International Relations, Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

E-mail: ktyastrashko@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-8891-8155

Tatyana V. Shkayderova

Institute of Social Sciences and International Relations, Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

E-mail: romy@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-5370-4237

For citation: Yarmak O. V., Strashko E. V., Shkayderova T. V. How internet users in Moscow, Saint Petersburg and Sevastopol reacted to the Covid-19 pandemic (based on material from a media-analysis study). *Vestnik instituta sotziologii*. 2020. Vol. 11. No. 3. P. 121–142. DOI: 10.19181/vis.2020.11.3.666

Abstract. This article presents the results of the authors' media-analysis study of social media in central federal cities – Moscow, Saint Petersburg and Sevastopol – on search queries such as “coronavirus”, “covid 19”, “sitting at home” and “stay at home” which came up during the first three weeks of self-isolation – from March 23rd to April 12th 2020. This allowed for analyzing trends in social media threads that emerged due to the lockdown and the epidemiological crisis, and for understanding the specifics of how a certain response to common threats and challenges was formulated in regional online-communities.

The cybermetric analysis of social media conducted by the authors, using a big data mining system for monitoring and analyzing social networks called “Medialogiya”, allowed for tracking the development of media and communication trends associated with an ambiguous evaluation on behalf of internet users of the situation with the coronavirus pandemic and the lockdown, as well as the emergence of new digital forms of interaction used by individuals in their day to day affairs. The study was carried out within the framework of a project called “Developing methods of agent modeling and big data for analyzing social media in post-conflict societies”. The research group defines the information attained from “Medialogiya's” system as “big sociological data”, which allows for analyzing interactions between human beings and information, as well as their behavior in the internet.

The research results prove the development of regional specifics when discussing the pandemic and the issues associated with the ensuing lockdown experienced by internet users from Moscow and Sevastopol, which speaks to the emergence of a sort of regional solidarity in the face of this new threat and the challenges it poses. Sevastopol's segment of the internet displayed not only regional, but also “peninsula” solidarity.

New conditions of everyday life brought us to view the new viral infection as a socio-political phenomenon, which in turn creates the grounds for new forms of consolidation within society, caused by various reactions to the crisis. One of the tasks currently faced by social sciences would be developing scenarios and outlines to explain the phenomenon in question.

Keywords: sociology, social media, big data, coronavirus, self-isolation, digital environment, digital action

References

- Abdeev R. Philosophy of Information Civilization. Moscow, VLADOS, 1994: 336 (In Russ.).
- Baehr P. Caesarism, Charisma and Fate: Historical Sources and Modern Resonances in the Work of Max Weber. New Jersey, Transaction Publishers, 2008: 256.
- Baudrillard J. Consumer society. Its myths and structures. Moscow, Kul'turnaja revoliucija; Respublika, 2006: 269 (In Russ.).
- Baudrillard J. Toward a Criticism of the Political Economy of the Cark. Moscow, Akademicheskij Proekt, 2007: 335 (In Russ.).
- Bell D. The Upcoming Post-industrial Society. Social Forecasting Experience. Moscow, Academia, 1999: 956 (In Russ.).
- Bourdieu P. Sociology of social space. Moscow; Saint Petersburg, IES publ.; Aletejja, 2007: 288 (In Russ.).
- Brodivskaja E.V., Dombrovskaja A.Y., Ivanov I.S. Changing of the online behavior strategies of a Russian Internet audience: results of a comparative cluster analysis. Monitoring obshhestvennogo mnenija: ekonomicheskie i social'nye peremeny = Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Change, 2016: 3: 173–188 (In Russ.).
- Brodivskaja E.V., Dombrovskaja A.Y., Nechaev V.D. Spiritual Orientations of Russians in the Age of the Internet Results of a National Sociological Research. European Journal of Science and Theology, 2015: vol. 11: 225–234.

Castells M. Formation of a Society of Network Structures. A New Post-industrial Wave in the West. Moscow, Academia, 1999 (In Russ.).

Castells M. Internet: Reflections on the Internet, Business, and Society. Ekaterinburg, U – Faktorija, 2004: 328 (In Russ.).

Castells M. The Information Age: Economics, Society, and Culture. Moscow: SU HSE publ., 2000: 608 (In Russ.).

Giddens A. Sociology. Moscow, Editorial URSS, 1999: 704 (In Russ.).

Granovetter M. Problems of Explanation in Economic Sociology. In: Nitin and Robert, Editors, Networks and Organizations: Structure, Form, Action. Ed. by N. Nohria, R. Eccles. Boston, Harvard Business School Press, 1992: 25–56.

Lazarsfeld P.F., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. N.Y., Columbia University Press, 1948: 214.

Martianov D.S., Podlesskaja N.S. Convergence of television and the Internet in Russia: political aspect. POLITEKS = Political Expertise, 2020: vol. 16: 1 (In Russ.).

McLuhan G.M. Understanding Media: External Extensions of Man. Moscow; Zhukovsky, CANON-Press-C; Kuchkovo Pole, 2003: 464 (In Russ.).

Rakitov A.I. Information, Science, Technology in Global Historical Change: Popular Science Publication. Moscow, Direkt-Media, 2014: 105 (In Russ.).

Smolian G.L., Solnceva G.N. Information environment and information activity – methodological analysis of concepts. Sistemnye issledovaniya. Metodologicheskie problemy. Ezhegodnik: vol. 38. Moscow, 2018: 32 – 44 (In Russ.).

Toffler E. Shock of the Future. Moscow, AST, 2004: 557 (In Russ.).

Toffler E. Third Wave. Moscow, AST, 2004: 781 (In Russ.).

Vaynshtein G. Internet as a factor in social transformation. Mirovaja Ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya = World Economy and International Relations, 2002 (7):16–27 (In Russ.).

Weber M. Basic Sociological Concepts. Izbrannye proizvedeniya. Moscow, Progress, 1990: 625–629 (In Russ.).

The article was submitted on: June 15.2020

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Yarmak Olga Valerievna, Associate Professor of the Department of Social Communications, Institute of Social Sciences and International Relations, Sevastopol State University. Sevastopol, Russian Federation

Strashko Ekaterina Viktorovna, Associate Professor of the Department of Social Communications, Institute of Social Sciences and International Relations, Sevastopol State University. Sevastopol, Russian Federation

Shkayderova Tatiana Viktorovna, Associate Professor of the Department of Social Communications, Institute of Social Sciences and International Relations, Sevastopol State University. Sevastopol, Russian Federation