

УДК 316.62

ОТНОШЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ РОССИИ К ИНФОРМАЦИИ О ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА (НА ПРИМЕРЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ ИНТЕРНЕТА)¹

© 2020 г. А. Л. Журавлев*, Д. А. Китова**

ФГБУН Институт психологии РАН;
129366, г. Москва, ул. Ярославская, д. 13, Россия.

*Академик РАН, профессор, научный руководитель ИП РАН.

E-mail: alzhuravlev2018@yandex.ru

**Доктор психологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник
лаборатории истории психологии и исторической психологии.

E-mail: j_kitova@yandex.ru

Поступила 30.05.2020

Аннотация. Изучалась заинтересованность населения в получении информации о пандемии коронавируса на начальной стадии ее развития. Предполагалось, что в условиях объективного дефицита знаний о коронавирусной инфекции у людей возникнет высокая потребность в оперативных и достоверных фактах о пандемии, которая неизбежно проявится в характере поисковой активности пользователей поисковых систем интернета. Исследование проводилось с использованием праксиметрического метода психологии, заключающегося в анализе результатов уже совершенных действий (запросов). Цель исследования — установить психологические закономерности проявления у населения интереса к информации о пандемии коронавируса на ее начальной стадии. Объектом исследования выступили пользователи поисковых систем Яндекс и Google, а предметом — содержание запросов пользователей со словом “коронавирус”, реализованных в условиях пандемии. На основе общих теоретических положений о психологической природе интереса выделены и описаны основные характеристики аффективных и когнитивных компонентов данного феномена по отношению к информации о пандемии, свойственные для ее первоначальной стадии, в том числе мотивы, содержание, структура и региональные особенности интереса к информации о пандемии коронавируса, а также описаны характеристики, определяющие направленность, устойчивость и силу проявления такого интереса. Установлена когнитивная структура направленности интереса, которой присуща ориентация на обеспечение личной безопасности (собственной и своих близких). Обоснованы необходимость изучения динамики интереса к информации о пандемии, а также перспективы исследования эмоциональных состояний личности в условиях развития пандемии коронавируса.

Ключевые слова: пандемия, коронавирусная инфекция, потребность в информации, пользователи поисковых систем, запросы, регуляция интереса, эмоциональная напряженность, потребность в безопасности.

DOI: 10.31857/S020595920010383-7

Возникновение и развитие чрезвычайных ситуаций имеет несколько циклических стадий, изучение каждой из которых может давать отличающиеся друг от друга результаты. Проведенное исследование отражает состояние проблемы на конец апреля — начало мая 2020 г. Так, по данным Всемирной организации здравоохранения к этому

времени в мире было зафиксировано около 3 млн случаев заражения коронавирусной инфекцией COVID-19, погибло около 200 тыс. человек. Протекание пандемии происходило в условиях фрагментарного понимания природы возбудителя инфекции, ограниченных возможностей достижения эпидемиологического благополучия и снижения прироста числа заражений. Для перелома сложившейся ситуации во многих странах вводились системы мер противоэпидемиологической направленности,

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект по программе “Вирусы” № 20-04-60177.

связанных с вынужденными ограничениями на перемещения граждан, остановкой работы многих производств и предприятий сферы услуг. Но ситуация с распространением коронавируса в тот период не улучшалась. Эксперты предполагали, что говорить о завершении пандемии можно будет только при ежедневном выявлении менее 10 случаев новых заражений. Однако в России их количество в это время на протяжении нескольких дней колебалось, как правило, в пределах 6–7 тыс. человек в сутки². Сложившаяся ситуация не только ломала привычный уклад жизни большинства людей, но и вызвала множество вопросов, ответы на которые не были очевидными и требовали изучения. Это относилось и к научному анализу социально-психологических явлений, вызванных пандемией коронавирусной инфекции, и такие исследования стали проводиться.

СОЦИОГУМАНИТАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

В сложившихся условиях ряд ученых, продолжая свои научные работы, включает в них анализ новых социальных феноменов, пытаясь получить сведения, отвечающие запросам времени, или работая на опережение ситуации, т.е. вырабатывая знания, востребованность которых в данных конкретных условиях неочевидна, но которые будут необходимы в контексте предстоящего развития научных концепций и социальной практики. В качестве примеров предлагаем обратить внимание на ряд таких исследований, развернувшихся в условиях пандемии.

Так, Мэтью Кан (Университет Джонса Хопкинса, штат Мэриленд) анализирует стратегии сохранения бизнеса, используемые предпринимателями в различных отраслях экономики в условиях принудительных ограничений хозяйственной деятельности. Ларс Питер Хансен (Чикагский университет, штат Иллинойс), специалист в области управления, занимается анализом управленческих решений политиков, предпринимателей и менеджеров в сфере здравоохранения в условиях пандемии. Дэвид Фиглио изучает поведенческие стратегии безработных в условиях беспрецедентных увольнений в Америке. Исследователь отмечает, что «раньше такие масштабные увольнения были невозможны,

поэтому можно считать, что сложилась ситуация массового естественного эксперимента» [12, с. 7].

Такого рода исследования проводятся и психологами. Детский психолог Диллон Браун (Университет Ватерлоо, Канада), изучавший до пандемии эмоциональное благополучие детей в условиях реализации внеклассных программ, решил продолжить свои исследования и в новых условиях, специально продлив уже завершавшееся исследование и сохранив взаимодействие со сложившимся кругом респондентов (235 детей). Психолог Чарисса Чеа (Университет Мэриленда, Балтимор) обогатила свои исследования о факторах дискриминации детей китайского и корейского происхождения в США изучением характерных особенностей стигматизации, которые проявляются в период пандемии.

Эллен Питерс (Университет штата Орегона), специалист по изучению коммуникаций во время чрезвычайных ситуаций, провела опрос 1300 респондентов с целью выявления источников информации о коронавирусе, к которым обращаются респонденты и проявляют высокий уровень доверия. Оказалось, что самые высокие оценки получили врачи и центры по контролю и профилактике заболеваний — 75% и выше. Исследователь отмечает, что это всеобщая тенденция и она не зависит от различий политических взглядов (исследование проводилось с дифференциацией респондентов на консерваторов и либералов).

Специалисты также указывают на тот факт, что стихийно складывающиеся в условиях пандемии ситуации зачастую не бывают полезны для дальнейшей жизнедеятельности общества. В частности, Дэвид Фиглио отмечает, что вызванный кризисом массовый переход к онлайн-обучению нельзя считать хорошим экспериментом, так как он состоялся без необходимой (специализированной) подготовки учителей (и учеников) к качественной организации такого взаимодействия и может надолго дискредитировать дистанционные формы обучения.

Следует предположить, что большая часть необходимой информации об особенностях протекания пандемии, ее наступивших и предстоящих последствиях будет доступна несколько позже, в период стабилизации социально-экономической обстановки и после подведения основных (итоговых) результатов. Это положение значимо и для исследования психологических явлений: со временем воспоминания людей обретут конкретную логику, произойдет осознание хронологии событий и их изучение даст более осмысленную, эмпирически выверенную информацию, полезную для развития

² Вирусолог обозначил критерий завершения эпидемии в России. URL: https://ria.ru/20200428/1570657803.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews (дата обращения: 28.04.2020).

разных социогуманитарных отраслей науки. Тем не менее уже сейчас можно узнать многое о характере реагирования социальных систем (групп и конкретных людей) в условиях бедствий, считает Элен Питерс. Она связывает свои исследования с необходимостью лонгитюдного изучения динамики эмоциональных состояний населения и планирует провести пять повторяющихся опросов (срез) в режиме сохраняющейся пандемии (подробнее см. [11]).

Сбор эмпирической информации о пандемии и характере ее протекания осуществляется и в России. Так, опросы, проведенные среди россиян Аналитическим центром НАФИ в конце марта и начале апреля 2020 г., выявили ведущие *финансовые стратегии* населения, используемые в условиях пандемии. Как оказалось, в случае недостаточности сбережений россияне берут в долг у знакомых (49%), сокращают свои расходы (36%), находят дополнительную подработку (15%), оформляют кредит или используют кредитную карту (13%). Были опрошены 1600 россиян из 50 регионов, проживающих в 136 населенных пунктах³. Исследования этого же аналитического центра, проведенные среди представителей бизнеса, показали, что 69% российских предпринимателей считают влияние пандемии коронавируса на российскую экономику максимально негативным, 43% из них уверены, что ситуация нормализуется через год, а 73% указали, что бизнес остро нуждается в государственной поддержке, без которой основной массе предпринимателей выжить не удастся⁴.

Обобщая результаты анализа представленных выше работ, можно выделить несколько важных функциональных параметров исследований, проводимых в условиях пандемии. Во-первых, они позволяют получать новые знания в непреднамеренно (вынужденно) сложившихся *уникальных условиях*, которые лишь условно можно назвать “естественным экспериментом”. Во-вторых, возникла возможность непосредственного и продолжительного изучения *динамики* кризисных социально-психологических процессов. В-третьих, происходит сбор первичной информации, которая будет необходима и после завершения пандемии для

последующего анализа и подведения важных (итоговых) результатов изучения пандемии. В-четвертых, исследования, проводимые по принципу “здесь и сейчас”, позволяют получить некоторые данные для *немедленного использования* в условиях пандемии с целью оказания оперативной помощи населению и должностным лицам (политикам, управленцам, предпринимателям, врачам и др.). В-пятых, полисемичность (непредсказуемая многовариантность) выступает ведущим *психологическим фоном* протекания пандемии коронавируса, что повышает *фундаментальную значимость* полученных в данный период знаний, которые будут актуальны для развития концепций неопределенности и риска в самых различных отраслях социогуманитарных наук.

ИНТЕРЕС К ИНФОРМАЦИИ О ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ: КОНЦЕПЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Таким образом, в условиях пандемии возникает настоятельная необходимость в мониторинге социальных процессов и получении как можно больше знаний, способных помочь в осознании происходящих событий. В этом направлении представляется *актуальным* изучение психологических особенностей поиска населением информации (фактов и событий) о пандемии. Предполагается, что в условиях *объективного дефицита знаний* о коронавирусной инфекции неизбежно будет проявлять себя потребность в оперативных и достоверных сведениях — информации, которую люди не могут получить из привычных источников (прошлого опыта, близкого окружения, книг и журналов). В связи с изложенным общая *гипотеза исследования* формулируется следующим образом: интерес к информации о пандемии будет не только осознаваться как чувство нужды в ней, но и неизбежно проявится в *характере поисковой активности* личности, направленной на получение соответствующих сведений. Такая формулировка гипотезы исследования требует обращения к *праксиметрическим методам* психологического изучения — приемам анализа уже совершенных действий. Это *первое важное методологическое положение исследования*.

Специфическим средством оперативного отражения повседневной жизни современного человека активно становится *интернет-пространство* [2]. Интернет выступает информационной платформой общества, представляя собой значимую научную

³ Эксперты проанализировали поведение россиян при финансовых трудностях. URL: https://www.rbc.ru/finances/17/04/2020/5e9921309a79473.034ed21e?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews (дата обращения: 17.04.2020).

⁴ Российский бизнес и коронавирус. Часть 1. Предприниматели о влиянии эпидемии на их бизнес и о потребности в господдержке. URL: <https://nafi.ru/projects/predprinimatelstvo/rossiyskiy-biznes-i-koronavirus-hast-1-predprinimateli-o-vliyaniiepidemii-na-ikh-biznes-i-o-potreb/> (дата обращения: 17.04.2020).

площадку для проведения социогуманитарных исследований или репликаций социальных процессов [1; 8]. Такое понимание сложившихся обстоятельств выступает *вторым методологическим основанием* проведенного исследования и связано с обращением к анализу запросов пользователей поисковых систем о пандемии коронавируса. Таким образом, *объектом* исследования выступили пользователи поисковых систем интернета, а *предметом* — содержание запросов пользователей со словом “коронавирус”, реализованных в условиях пандемии.

Теоретическим основанием исследования стали также ведущие положения об *интересе личности* как *психологической категории*, которые можно свести к следующим позициям. Интересы *функционируют* на основе объективных *потребностей* личности, *определяют* специфику ее социальной активности, поведения, поступков и деятельности, *характеризуются* осознанностью, направленностью и устойчивостью, могут быть обусловлены как личностными, так и социальными *мотивами* [4; 9].

Для нашего исследования важно положение о том, что интерес характеризуется *когнитивной направленностью* на конкретные *предметы* и соотносится с реализацией определенной *цели*. Таким образом, удовлетворение интереса можно рассматривать как специфическую *деятельность*, направленную на что-либо [7], в более узкой интерпретации ее можно трактовать в рамках выполнения познавательной деятельности личности — деятельности, направленной на поиск информации.

Цель исследования — выявить *психологические особенности* интереса пользователей поисковых систем к коронавирусной инфекции в условиях распространения пандемии. *Теоретическая значимость* исследования связана с расширением информации о закономерностях поведения человека в условиях неопределенности и рисков. *Прикладной аспект* проблемы сопряжен с востребованностью такого рода информации для оптимизации социально-психологических состояний человека в условиях неопределенности и риска, а также для организации деятельности управленческого персонала, вынужденного принимать решения в условиях пандемии (неопределенности и риска). Результаты исследования будут полезны и в сфере *прикладных разработок*, например, для оптимизации цифровых платформ поисковых систем с целью предоставления пользователям наиболее релевантной информации в будущем. *Практическая значимость* исследования реализуется в том, что его результаты могут использоваться в рамках

разработки программ повышения квалификации управленческих кадров высшего звена.

АНАЛИЗ ЗАПРОСОВ О КОРОНАВИРУСЕ В ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЕ GOOGLE

Обращение к статистике слов, представленных в поисковой системе Google, позволяет исследователю увидеть хронологию пользовательских запросов, их количественные показатели и региональные особенности. Приложение Google Trends показывает, как часто определенный термин ищут по отношению к общему объему поисковых запросов в разных регионах мира и на различных языках. Так, первый в мире запрос со словом “коронавирус” в поисковой системе Google зафиксирован 12 января текущего года, а в период с 12 по 18 января 2020 г. количество таких запросов в России составляло не более одного в день, т.е. на протяжении шести дней поисковая система фиксировала с территории РФ по одному запросу в сутки, однако ситуация быстро менялась. Ниже представлены графики динамики запросов со словом “коронавирус” по состоянию на 11 апреля 2020 г. (рис. 1), т.е. на начальном этапе пандемии в России. На горизонтальной оси основного графика отражено время (календарный период запросов), а на вертикальной — как часто термин (слово) искали по отношению к общему числу поисковых запросов во всем мире (в рамках поисковой системы Google). Точные количественные значения запросов статистическая система Google не предоставляет (она выявляет относительную величину показов), тем не менее можно рассмотреть динамику запросов, их амплитуду и скорость нарастания. На графиках также можно увидеть, что пик запросов по коронавирусу приходился в мире на 15–21 марта, а в России — на период с 29 марта по 4 апреля.

В связи с асинхронностью графиков (рис. 1), отражающих тенденции международных и российских запросов по коронавирусу, можно сформулировать ряд вопросов. Во-первых, как соотносится количество запросов, связанных с коронавирусом, с общим уровнем запросов, представленных в поисковой системе Google ранее (до начала пандемии). Ряд вопросов связан с неопределенностью факторов, вызывающих изменения (динамику) и определяющих величину смещения (амплитуду) представленных графиков. При этом мы будем исходить из априорного предположения, что психологическая детерминация *первых* поисковых запросов пользователей *очевидна* и связана с появлением в СМИ, в том числе

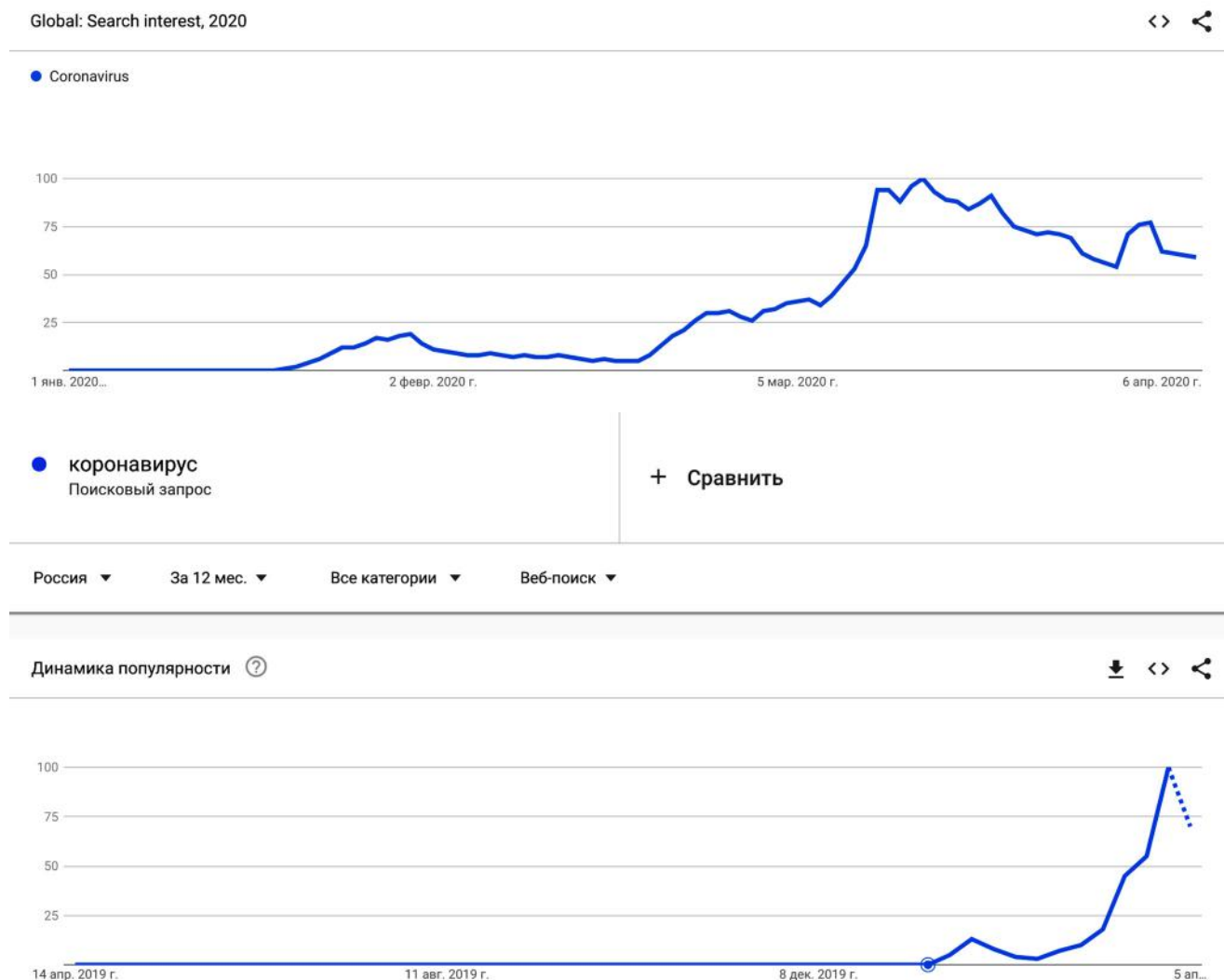


Рис. 1. Динамика запросов со словом “коронавирус” пользователей сети (по данным поисковой системы Google) в мире (вверху) и в России (внизу)

электронных, информации о ранее неизвестной вирусной инфекции и ее возбудителе. Таким образом, вопрос о факторах детерминации поисковых запросов связан с первичным информированием о коронавирусе и в данной работе не станет предметом дальнейших изысканий.

Для анализа количественных характеристик запросов о коронавирусе представляется целесообразным сопоставить их значения, например, с наиболее популярными запросами за определенный (конкретный) период времени, предшествующий пандемии. И такую возможность поисковая система Google предоставляет. С этой целью были выбраны наиболее популярные в мире запросы за 2019 г. в целом, а также запросы, заявленные в режиме текущего времени (период работы над подготовкой публикации). Так, наиболее популярными российскими запросами в 2019 г. стали позиции, связанные с такими событиями, как

“Евровидение-2019”, “30-летие падения Берлинской стены” и “Бой Хабиба Нурмагомедова и Дастина Пуарье”. Необходимо согласиться с тем, что это были знаковые события прошлого года, которые очень многих не оставили равнодушными.

На следующем этапе сравнительного анализа были выделены наиболее популярные запросы на территории России, зафиксированные 11 апреля 2020 г. (данные представлены за один месяц: с 11 марта по 11 апреля 2020 г.). Как оказалось, в это время первую позицию в поисковой системе Google удерживали запросы “Собянин”, в частности, пользователи активно интересовались его посещением лаборатории НИИ Склифосовского, где проводились обследования на коронавирус. Второй по популярности запрос — это “каршеринг”. Интерес пользователей был сосредоточен на вопросах о специфике работы такси и каршеринга в условиях введенных ограничений. Третий по популярности

запрос — “пропускной режим”. В данном случае внимание россиян было обращено к новым правилам перемещения по городу для пассажиров общественного транспорта и автовладельцев.

Таким образом, на рис. 2 размещены четыре графика с различным режимом запросов пользователей. Верхние два рисунка связаны с наиболее популярными запросами 2019 года, сформированными в Google и с наиболее часто запрашиваемыми с 11 марта по 11 апреля событиями в России. На двух нижних графиках изображены в неизменном виде запросы с верхнего ряда, но уже совмещенные с графиком запросов со словом “коронавирус” (последняя зафиксированная нами дата запроса 11 апреля 2020 г.). Пунктирные линии на пике графиков, изображенных справа, показывают, что подсчет запросов за текущий день еще не завершён.

На рис. 2 наглядно видно количественное соотношение анализируемых запросов. Итог очевиден — все наиболее яркие события прошлого года, зафиксированные в системе Google в 2019 г. (“картина года”) как и наиболее злободневные запросы текущего времени (“картина месяца”), совокупно и кардинальным образом теряют свой “вес” на фоне запросов о коронавирусе. Таким образом, *эмоциональную насыщенность* переживания потребности пользователей в информации о коронавирусе, если ее определить через количество запросов за определенный промежуток времени, можно охарактеризовать как *исключительно высокую*.

АНАЛИЗ ЗАПРОСОВ О КОРОНАВИРУСЕ В ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЕ ЯНДЕКС

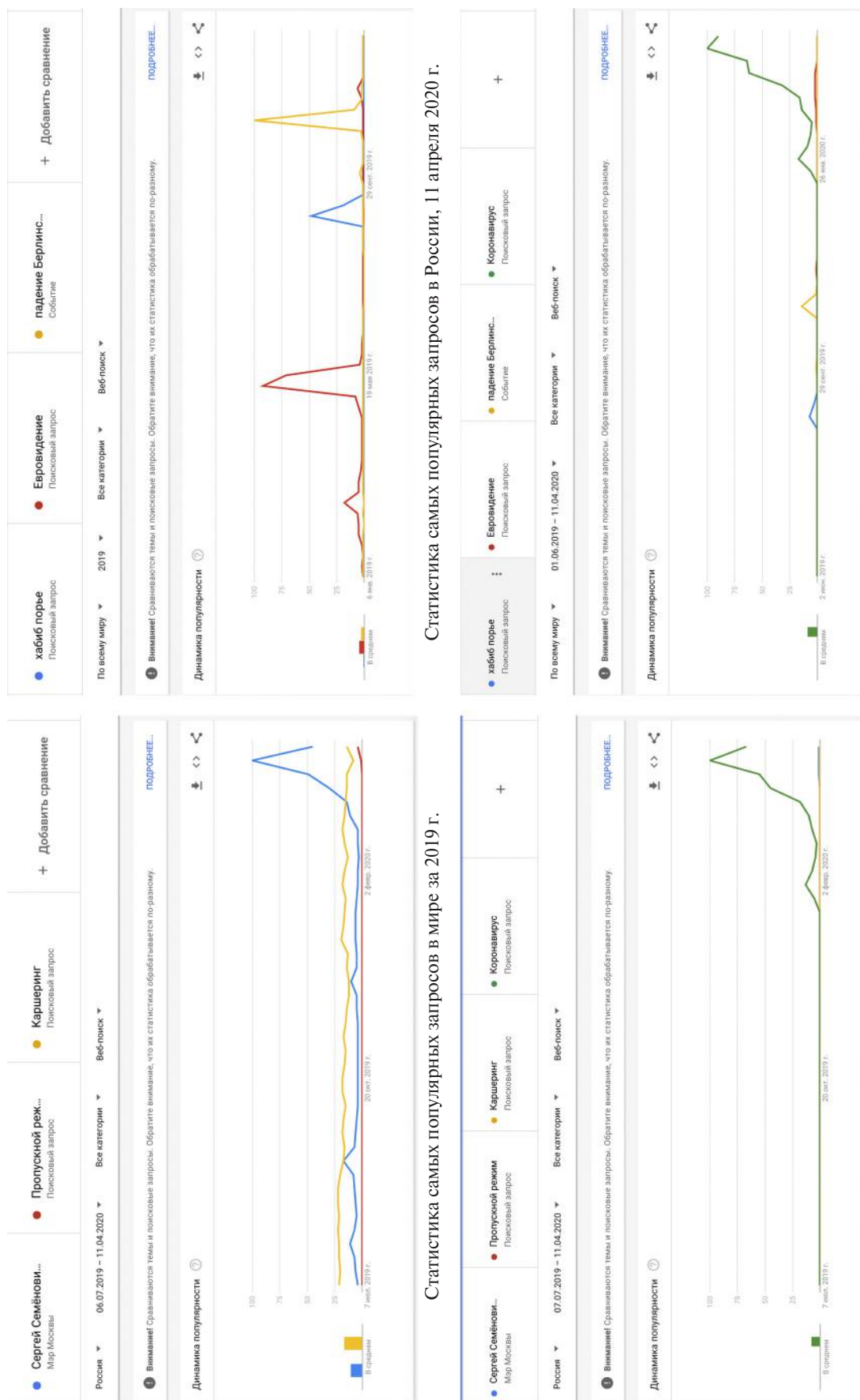
На следующем этапе исследования анализировались публичные данные поисковой системы Яндекс, в частности показатели, представленные в приложении “Статистика ключевых слов на Яндекс”. В приложении отражаются статистика заданных слов или словосочетаний и число их показов, а также количество поступивших на них запросов (при этом фиксируемая системой статистика похожих запросов в данной работе не рассматривается). Следовательно, электронный ресурс предоставляет возможность получить информацию о числе показов с ключевым словом, в нашем случае — “коронавирус”, а также связанных с ним словосочетаний. В качестве примера можно привести такие сочетания слов, как “коронавирус новости”, “коронавирус статистика”, “коронавирус симптомы”. Таким образом, приложение позволяет получить информацию об общем количестве всех запросов со словом “коронавирус” и изучить

содержательную направленность интереса пользователей по уточняющим словам, таким как “новости”, “симптомы”, “заболевшие”, “погибшие” и т.д. Приложение также позволяет определять регионы, из которых исходили запросы, и выделять помесечный или понедельный срез запросов.

Для изучения интереса пользователей к информации о пандемии коронавируса был произведен сбор и анализ поисковых запросов на Яндексе по ключевому слову “коронавирус” за один месяц — с 11 марта по 11 апреля 2020 г. (начальный этап пандемии в РФ). Результаты обобщены и сведены в табл. 1. В ней отражена как общая ситуация в целом по России, так и дифференцированные данные о соответствующих запросах по отдельным федеральным округам РФ.

Как оказалось, у пользователей поисковой системы Яндекс в целом интерес к проблеме коронавируса *повышенный*. За последний месяц обнаружено 79 542 212 запросов, а региональная популярность слова составляет 103% (“региональная популярность” — это доля, которую занимает регион в показах по данному слову, деленная на долю всех показов результатов поиска, приходящихся на этот регион). Вместе с тем интерес к информации о пандемии в различных регионах страны проявляется по-разному. Так, наиболее высокий интерес к проблеме демонстрируют пользователи Северо-Западного (115%) и Центрального (120%) федеральных округов, где проблема коронавирусной инфекции проявляет себя наиболее остро. Этот же эффект, т.е. повышенный интерес к информации о коронавирусной инфекции относительно других регионов, можно зафиксировать по Москве и Московской области (128%), а также по Санкт-Петербургу и Ленинградской области (124%). В остальных регионах популярность слова представлена в диапазоне от 66% в Дальневосточном федеральном округе и до 96% в Южном федеральном округе, что говорит об относительно низкой региональной популярности запросов. Таким образом, чем острее проявляет себя пандемия в конкретном регионе, тем выше к ней интерес пользователей, проживающих на данной территории. Эта позиция верна и при обратном утверждении: регионы, где проблема коронавирусной инфекции еще не проявилась, не демонстрируют повышенного интереса к информации о ней, т.е. чем слабее проявления пандемии в регионе, тем меньше к ней внимания со стороны пользователей.

Проявление описанного эффекта можно проследить и на соотношении количества заболевших россиян и запросов в поисковой системе Яндекс (рис. 3). При сравнении динамики выявленных случаев



“Коронавирус” на фоне наиболее популярных запросов в России, 11 апреля 2020 г.

“Коронавирус” на фоне наиболее популярных запросов в мире, 11 апреля 2020 г.

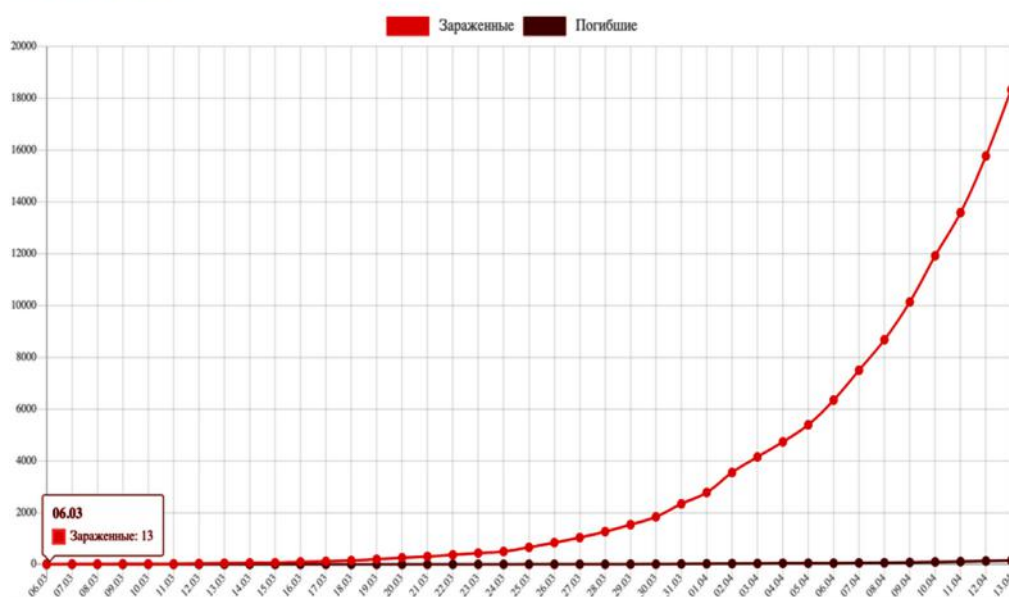
Рис. 2. Данные поисковой системы по наиболее популярным запросам пользователей сети Google

Таблица 1. Региональная популярность показов поисковой системы Яндекс по запросу “коронавирус”

Регион	Показы в месяц	Региональная популярность слов, %
Российская Федерация	79 542 212	103
Дальневосточный федеральный округ	2 264 683	66
Приволжский федеральный округ	16 648 210	95
Республика Крым	1 173 572	89
Северо-Западный федеральный округ	12 257 923	115
Северо-Кавказский федеральный округ	2 395 235	85
Сибирский федеральный округ	8 716 946	86
Уральский федеральный округ	7 550 965	89
Центральный федеральный округ	41 182 975	120
Южный федеральный округ	7 438 168	96
Области (в их числе)		
Москва и Московская область	29 302 525	128
Санкт-Петербург и Ленинградская область	8 644 362	124

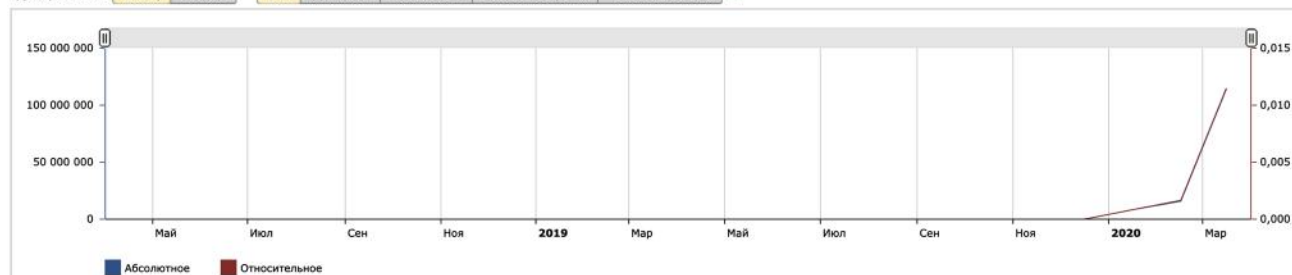
Примечание. Региональная популярность слова (affinityindex), равная 100%, означает, что данное слово в данном регионе ничем не выделено. Если популярность более 100%, это означает, что в данном регионе существует повышенный интерес к этому слову, если меньше 100% — пониженный.

На графике представлены значения подтвержденных случаев заражения коронавирусом Covid-19 в России по дням от начала сбора официальной статистической информации.



Число выявленных случаев заболевания COVID-19 в России

История показов по фразе «коронавирус»

Группировать по: **месяц** неделя Все **Все** Desktopы Мобильные Только телефоны Только планшеты

Количество запросов со словом “коронавирус” в России (по данным поисковой системы Яндекс)

Рис. 3. Данные о количестве заболевших коронавирусом в России и количестве запросов со словом “коронавирус” в поисковой системе Яндекс

заболевания COVID-19 в стране (данные с сайта “Коронавирус”: <https://coronavirus-monitor.info/country/russia>) и количества запросов со словом “коронавирус” в поисковой системе Яндекс можно отметить высокую синхронность показателей: чем интенсивнее распространение пандемии и ближе она к месту проживания пользователей, тем выше уровень интереса к ней.

С психологической точки зрения эту ситуацию можно трактовать следующим образом. Во-первых, чем выше *осознание угрозы*, тем интенсивнее пользователи проявляют интерес к ней (выраженность интереса). Во-вторых, фактором усиления интереса к информации о пандемии становится ее приближение к месту проживания конкретного человека, что связано с *персонализацией опасности*, т.е. осознанием угрозы по отношению к самому себе (личностная детерминация интереса). Такое восприятие и понимание развития опасных/стрессовых ситуаций является известным психологическим феноменом, который находит свое описание как в научной литературе [6; 10 и др.], так и в устных формах народного творчества. Для наглядности можно обратиться к пословицам следующего содержания: “Гром не грянет, мужик не перекрестится”, “Своя рубашка ближе к телу” и др. Обращение к опасностям — их описание и предложение путей выхода — является широко известным психологическим приемом и в маркетинге. Специалисты указывают, что, например, использование страха как психологического инструмента “позволяет добиться сосредоточенного внимания и лучшей запоминаемости” рекламных продуктов (Шейкина Л. Как страхи ведут людей в магазин. URL: <https://www.pravda.ru/economics/1201224-marketing/> (дата обращения: 10.04.2020)).

Подтверждение указанного рода *взаимосвязей*, а именно степени распространения пандемии и уровня интереса к ней, можно проследить и на рис. 3. Представленные графики наглядно демонстрируют близкие к линейному характеру взаимосвязи: частота выявленных случаев заражения коронавирусной инфекцией практически синхронизирована с количеством соответствующих запросов.

Анализируя приведенные графики, можно проследить также скорость, с которой развивалась ситуация, — это еще один относительно самостоятельный аспект изучения ситуации (сила интереса). Первые запросы о коронавирусе в поисковой системе Яндекс на территории РФ появились 12 декабря 2020 г., затем они постепенно увеличивались по мере роста заболеваемости. Во второй половине марта, с усилением пандемии, массово возросли

и запросы, а к концу первой декады апреля они одновременно достигли своего пика. В количественных значениях за месяц — с 11 марта по 11 апреля 2020 г. — эти показатели выросли до 79 542 212 запросов (см. табл. 1). Ситуация со столь резким возрастанием запросов в Яндексе, как и подобная ситуация в Google, пока не имеет аналогов в истории функционирования этих систем.

АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ ЗАПРОСОВ О ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА В ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЕ ЯНДЕКС

Предлагаемое ниже обсуждение запросов пользователей подготовлено с помощью контент-анализа (подробнее о методе см. [1; 3]) посредством изучения содержательного наполнения слов и их сочетаний, представленных в приложении “Статистика слов на Яндексе”. Единицами анализа выступили слова-связки, которые употреблялись со словом “коронавирус” (особенности употребления самого слова “коронавирус” были представлены выше). *Задача исследования* заключалась в распределении уточняющих слов по определенным смысловым категориям (темам). После выделения тематических подгрупп производились регистрация повторов конкретных единиц (слов) в запросах и их частотный анализ, который осуществлялся простым подсчетом количества повторений.

Проведенный анализ показал, что использованные в запросах вспомогательные слова, употребленные со словом “коронавирус”, в соответствии с выявленной смысловой коннотацией можно распределить по семи тематических подгруппам. Ниже они приводятся в соответствии со смысловой нагрузкой (категориями), информационной наполненностью (содержанием) и конкретными примерами вспомогательных слов.

Сгруппированные по предложенной совокупности запросы пользователей социальной сети Яндекс представлены в табл. 2. Как видно из таблицы, структурной иерархически, *приоритеты* пользователей сосредоточены: на новостной информации (ранг 1); клинической картине заболевания и возможных сценариях его распознавания (2); прогнозах развития и предполагаемой широте охвата пандемией различных территорий (3); ограничительных мерах по преодолению пандемии (4); поиске официальных или специализированных сайтов (5); социальных ситуациях, которые регулируются государством с целью сдерживания пандемии (6); и некоторых частных, не вызывающих массового интереса темах (7).

Таблица 2. Структура запросов россиян информации о коронавирусе в поисковой системе Яндекс

№ п/п	Запросы	Показы в месяц
1	Коронавирус — новости	64 603 341
2	Клиническая картина болезни	18 004 210
3	Прогнозы развития ситуации	7 413 498
4	Меры по ограничению перемещения	5 295 355
5	Официальные сайты о коронавирусе	3 177 213
6	Социальные ситуации	4 236 282
7	Разное	3 177 213
	В том числе: миф или реальность?	1 059 071
8	Итого по странам СНГ	103 907 118
	В том числе по России	79 542 212

Повышенный интерес к информации о пандемии (ранги 1–3) и меньшая выраженность интереса к ограничительным мерам (ранг 4) свидетельствуют о *когнитивном* (возможно, неосознанном) сравнении ожидаемых угроз (ущерба) и обращении интереса к более значимому, хотя и менее осязаемому физически фактору.

В силу значительного объема запрашиваемой информации мы сочли возможным рассмотреть *интерес к новостному формату информации* как относительно самостоятельную проблему, выделив структуру этих интересов и ее социально-психологическую обусловленность. Полученные результаты обобщены и представлены на рис. 4 в удобном для зрительного восприятия и анализа формате. Соотношение площади элементов изображения соответствует количественной (пропорциональной) наполненности каждой позиции.

Как оказалось, с когнитивной точки зрения пользователей более всего интересуют: *новые знания* — что нового выявлено об инфекции

(потребность в знаниях о сущности явления); *динамика* распространения пандемии, т.е. в каком географическом направлении и с какой скоростью распространяется инфекция, каково количество заразившихся (потребность в оперативной информации); форма представления информации часто запрашивается в визуализированном виде, как *онлайн-карта* распространения (потребность в удобной форме для восприятия и анализа); *количество погибших* — информация запрашивается с учетом возрастной специфики (потребность в оценке рисков) для своей категории.

Из представленных данных (рис. 4) можно заключить, что *структурно-когнитивная композиция* интереса пользователей к информации о пандемии соотносится ими с мысленной реализацией интеллектуально-практической модели по обеспечению (контролю) личной безопасности. Это отражается в структурной и иерархической *конструкции* интереса к пандемии: сущность — динамика — профилактика — симптомы — мониторинг угроз. Таким

**Рис. 4.** Структура интересов к информации о пандемии по результатам запросов пользователей поисковой системы Яндекс

образом, можно констатировать, что когнитивной целью информационного анализа выступает обеспечение безопасности (собственной и своих близких), что одновременно является и *ведущим мотивом* интереса пользователей к информации о пандемии (см. выше), — в этом проявляется известный эффект “сдвига мотива на цель”.

НЕКОТОРЫЕ ИТОГИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Обобщая представленные результаты исследования, можно сделать следующие общие выводы. Было выявлено, что *интерес к информации* о пандемии коронавируса как социально-психологический феномен характеризуется следующими особенностями:

- носит *объективно обусловленный* (как антипод субъективно обусловленному) характер и направлен на оптимизацию взаимодействия человека с внешним миром;

- характеризуется *чрезвычайной эмоциональной насыщенностью* — запросы пользователей не имеют аналогов по количественным показателям в поисковых системах за предыдущие периоды;

- обладает *высокой силой* проявления, способной многократно превысить интерес к информации о других событиях на протяжении исключительно короткого промежутка времени (примерно 3 месяца);

- выделяется *специфической устойчивостью* интереса, практически линейно связанной с характером проявления пандемии: чем интенсивнее ее распространение, тем устойчивее интерес к ней (и наоборот);

- имеет избирательную *направленность*, которая определяется прежде всего интенсивностью распространения пандемии в регионе проживания пользователей;

- инициируется, направляется и поддерживается *личностно обусловленными мотивами* (в отличие от социально обусловленных), направленными на сохранение собственного благополучия и благополучия своих близких;

- изначально детерминируется базовой *потребностью в безопасности*, способной вызывать высокий уровень дискомфорта, что и проявляется в завышенном уровне интенсивности, силе и устойчивости интереса пользователей к информации о пандемии.

Если рассматривать *когнитивную* сторону проявления такого социально-психологического феномена, как интерес к информации о пандемии коронавируса, то были определены следующие характерные для него особенности:

- выявлена высокая степень *осознанности* ситуации: объективные неудобства проживания (самоизоляция, ограничения перемещения) привлекают меньше внимания, чем конкретная информация о пандемии (принцип соотношения ожидаемых угроз);

- *когнитивная картина* интереса по своей структуре и иерархическому соотношению (сущность — динамика — профилактика — симптомы — мониторинг угроз) согласуется с “порядком шагов” по идентификации, мониторингу и оценке предполагаемых угроз, а также их последствий, т.е. подчиняется *схематической логике* противодействия угрозам;

- *цель* интереса к информации — обеспечение безопасности — интегрируется с аналогичными мотивами, что усиливает *регуляцию* познавательной (*интеллектуальной*) деятельности и *когнитивный контроль* поведения. Данный эффект отражается в высоком количестве запросов и их узкой тематической направленности.

Общим выводом исследования может служить утверждение, что интерес к пандемии коронавируса порождается *чувством опасности* (врожденным механизмом самозащиты) и, как следствие, подчиняет себе *аффективные* и *когнитивные* сферы личности. Сложившееся когнитивно-аффективное единство *закономерно* проявляется через напряженность интереса к поиску информации о пандемии (аффективный компонент), а также иерархически выверенную структуру этого интереса, ориентированную на обеспечение личной безопасности (когнитивный компонент).

Представленные итоги исследования предположительно характерны для *начального этапа пандемии*, и их содержание может измениться в процессе ее развития, например, в связи с возможным *эмоциональным выгоранием* пользователей поисковых систем или появлением у них “*чувства усталости*” от социальной изоляции и т.д. Таким образом, описанные результаты достоверно присущи конкретному, первоначальному, этапу пандемии. В свою очередь, описание *динамики* интереса к информации о пандемии требует дальнейшего ее *мониторинга* или *повторного обращения* к изучению проблемы через определенный промежуток времени.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интерес пользователей поисковых систем к информации о пандемии носит *ярко выраженный, объективно-детерминированный* характер, направленный на *обеспечение личной безопасности*, своей и своих близких. Исследуемый феномен отличается *когнитивной осознанностью*, ситуативной устойчивостью и *силой проявления*, соразмерной с интенсивностью распространения пандемии. Когнитивная осознанность и аффективная выраженность, регулируемые чувством опасности, усиливают поисковую активность пользователей, которая несопоставима с более ранними “пиковыми” запросами (детерминированными потребностями второго плана), что подтверждает ранее выявленные в психологии положения о высоком приоритете *базовых потребностей* в жизнедеятельности личности (А. Маслоу).

Полученные результаты можно рассматривать в рамках классических теорий о связи между познавательными (когнитивными) и эмоциональными (аффективными) компонентами, которые нашли свое отражение в теоретических представлениях о системном подходе в психологии (Б.Ф. Ломов), эмоциональных конструктах отношений (Б.Г. Ананьев), смысловой регуляции мыслительной деятельности (О.К. Тихомиров). Основной смысл использования данных концепций состоит в системе представлений о том, что эмоции и чувства (переживания в целом) *нарушают равнозначность* ориентиров (критериев) в ситуации когнитивного выбора и, вызывая концентрацию лишь на некоторых из них, способствуют выделению *целей* познавательной, в частности поисковой, деятельности. В рамках выполненного исследования *потребность в безопасности* можно рассматривать как *функциональную систему регуляции* интереса личности к пандемии коронавируса, которая проявляется на *когнитивном и аффективном* уровнях одновременно.

Дальнейшее изучение проблемы возможно в направлении анализа прежде всего эмоциональных компонентов социально-психологического самочувствия человека в конкретных условиях развития коронавирусной инфекции. Такое исследование целесообразно продолжить в русле изучения *конкретных эмоциональных переживаний*, например паники, страха, тревоги, опасений и др., обусловленных пандемией. Именно данное направление представляется нам наиболее *перспективным* (подробнее см. [5]), за исключением необходимости проследить *динамику* интереса к информации о пандемии на разных этапах ее появления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Апреликова Н.Р., Китова Д.А.* Отношение пользователей социальных сетей к знаниям по психологии // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019. Т. 4. № 2 (14). С. 99–128. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/cntnt/blocks/dop-menu/archive/n2019/t4-2/n19-02-05.html> (дата обращения: 12.04.2019).
2. *Журавлев А.Л., Китова Д.А.* Социально-психологические детерминанты развития глобальной информационной сети // Наука. Культура. Общество. 2017. № 3–4. С. 10–21.
3. *Журавлев А.Л., Китова Д.А.* Психологические особенности отношения к детям пользователей социальной сети Twitter // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2020. Т. 5. № 1 (17). С. 33–72. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/cntnt/blocks/dop-menu/archive/n2020/t5-1/n20-01-02.html> (дата обращения: 12.04.2019).
4. *Здравомыслов А.Г.* Потребности. Интересы. Ценности. М.: Политиздат, 1986.
5. *Китова Д.А.* Отечественная психология в условиях развития глобальных процессов // Психологический журнал. 2019. Т. 40. № 2. С. 128–131.
6. Психология повседневного и травматического стресса: угрозы, последствия и совладание / Под ред. А.Л. Журавлева, Н.В. Тарабриной, Е.А. Сергиенко, Н.Е. Харламенковой. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2016.
7. *Рубинштейн С.Л.* Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2002.
8. *Соснин В.А., Китова Д.А., Несник Т.А., Юревич А.В.* Массовое сознание и поведение как объекты исследования в социальной психологии // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2017. Т. 2. № 4 (8). С. 71–105. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document396.pdf> (дата обращения: 12.04.2019).
9. Социальная психология: учеб. пособие для вузов / Отв. ред. А.Л. Журавлев. М.: ПЕРСЭ, 2002.
10. *Тарабрина Н.В., Журавлев А.Л.* Психологическая безопасность: на пути к комплексным, междисциплинарным исследованиям (вместо предисловия) // Проблемы психологической безопасности / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Н.В. Тарабрина. М., 2012. С. 5–21.
11. *Cornwall W.* Social scientists scramble to study pandemic, in real time // Science. 10 April 2020. V. 368. Iss. 6487.
12. *Cornwall W.* Crushing coronavirus means “breaking the habits of a lifetime”. Behavior scientists have some tips // Science. 16 April 2020. V. 368. Iss. 6488.

ATTITUDE OF RESIDENTS OF RUSSIA TO INFORMATION ON THE CORONAVIRUS PANDEMIA (ON THE EXAMPLE OF USERS OF THE INTERNET SEARCH SYSTEMS)⁵

A. L. Zhuravlev*, D. A. Kitova**

*Federal State-Financed Establishment of Science, Institute of Psychology RAS;
129366, Yaroslavskaya str., 13, Moscow, Russia.*

**Member of RAS, Professor, Scientific Leader of Institute of Psychology RAS.*

E-mail: alzhuravlev2018@yandex.ru

***Doctor of Psychological Sciences, Professor, Leading Researcher,
Laboratory of the History of Psychology and Historical Psychology.*

E-mail: j_kitova@yandex.ru

Received 20.05.2020

Abstract. The interest in information about the coronavirus pandemic at the initial stage of its development was studied. It was assumed that in conditions of an objective lack of knowledge about coronavirus infection, the need for prompt and reliable facts about the pandemic, which will inevitably manifest itself in the nature of the search activity of users of search engines on the Internet, will inevitably manifest itself. The study was conducted using the praximetric method in psychology, through an appeal to methods of analyzing the results of already completed actions (queries). The purpose of the study is to establish the psychological patterns of interest in information about the coronavirus pandemic at its initial stage. The object of the study was users of the search engines Yandex and Google, and the subject — the content of user requests with the word “coronavirus” implemented in a pandemic. Based on the leading theoretical provisions on the psychological nature of interest, the main characteristics of the affective and cognitive components of interest in pandemic information that are characteristic of its initial stage are identified and described. In particular, the motives, content, structure and regional features of interest in information about the coronavirus pandemic were identified, as well as the characteristics that determine the direction, stability and strength of the manifestation of such interest are described. A cognitive structure of the orientation of interest has been established, which is characterized by an orientation toward ensuring personal security (of oneself and one’s loved ones). The necessity of studying the dynamics of interest in information about a pandemic, as well as the prospects for studying the emotional states of a person in the development of a coronavirus pandemic, is substantiated.

Keywords: pandemic, coronavirus infection, need for information, users of search engines, queries, regulation of interest, emotional tension, need for security.

REFERENCES

1. *Aprelikova N.R., Kitova D.A.* Otnoshenie pol’zovatelej social’nyh setej k znaniyam po psihologii. Institut psihologii Rossijskoj akademii nauk. Social’naya i ekonomicheskaya psihologiya. 2019. V. 4. № 2 (14). P. 99–128. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/cntnt/bloks/dop-menu/archive/n2019/t4-2/n19-02-05.html> (data obrashcheniya: 12.04.2019). (In Russian)
2. *Zhuravlev A.L., Kitova D.A.* Social’no-psihologicheskie determinanty razvitiya global’noj informacionnoj seti. Nauka. Kul’tura. Obshchestvo. 2017. № 3–4. P. 10–21. (In Russian)
3. *Zhuravlev A.L., Kitova D.A.* Psihologicheskie osobennosti otnosheniya k detyam pol’zovatelej social’noj seti Twitter. Institut psihologii Rossijskoj akademii nauk. Social’naya i ekonomicheskaya psihologiya. 2020. V. 5. № 1 (17). P. 33–72. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/cntnt/bloks/dop-menu/archive/n2020/t5-1/n20-01-02.html> (data obrashcheniya: 12.04.2019). (In Russian)
4. *Zdravomyslov A.G.* Potrebnosti. Interesy. Cennosti. Moscow: Politizdat, 1986. (In Russian)
5. *Kitova D.A.* Otechestvennaya psihologiya v usloviyah razvitiya global’nyh processov. Psihologicheskii zhurnal. 2019. V. 40. № 2. P. 128–131. (In Russian)
6. Psihologiya povsednevnogo i travmaticheskogo stressa: ugrozy, posledstviya i sovladanie. Eds. A.L. Zhuravlev, N.V. Tarabrina, E.A. Sergienko, N.E. Harlamenkova. Moscow: Izd-vo “Institut psihologii RAN”, 2016. (In Russian)
7. *Rubinshtejn S.L.* Osnovy obshchej psihologii. St. Petersburg: Piter, 2002. (In Russian)
8. *Sosnin V.A., Kitova D.A., Nestik T.A., Yurevich A.V.* Massovoe soznanie i povedenie kak ob’ekty issledovaniya v social’noj psihologii. Institut psihologii Rossijskoj

⁵ The study was supported by the RFBR, the project under program “Viruses” № 20-04-60177.

- akademii nauk. Social'naya i ekonomicheskaya psikhologiya. 2017. V. 2. № 4 (8). P. 71–105. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document396.pdf> (data obrashcheniya: 12.04.2019). (In Russian)
9. Social'naya psikhologiya: uchebnoe posobie dlya vuzov. Ed. A.L. Zhuravlev. Moscow: PERSE, 2002. (In Russian)
10. Tarabrina N.V., Zhuravlev A.L. Psihologicheskaya bezopasnost': na puti k kompleksnym, mezhdisciplinarnym issledovaniyam (vmesto predisloviya). Problemy psikhologicheskoy bezopasnosti. Eds. A.L. Zhuravlev, N.V. Tarabrina. Moskva, 2012. P. 5–21. (In Russian)
11. Cornwall W. Social scientists scramble to study pandemic, in real time. Science. 10 April 2020. V. 368. Iss. 6487.
12. Cornwall W. Crushing coronavirus means “breaking the habits of a lifetime”. Behavior scientists have some tips. Science. 16 April 2020. V. 368. Iss. 6488.