

**Изменение представлений о настоящем и образе будущего у лидеров общественного мнения в период пандемии COVID-19**

**Научный руководитель – Фоломеева Татьяна Владимировна**

***Ищук Аурика Николаевна***

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра социальной психологии, Москва, Россия

*E-mail: aurika46@inbox.ru*

Представления о настоящем и будущем влекут действия, которые это будущее воплощают. В период социальных потрясений образ мира резко изменяется: люди склонны больше винить в своих бедах внешние обстоятельства, ищут «врага», на которого можно переложить ответственность. Значительную роль играют эмоции и общественные настроения [1]. Это наблюдалось и в период пандемии: появились новые слова, связанные с концептом «коронавирус», такие как «самоизоляция», «COVID-19», «самоизоляция», «удаленная работа», кроме этого в рамках дискурса о пандемии использовались такие понятия, как «война», «битва», «поражение» и т.д. Все эти понятия воспринимались негативно [3]. Другие исследователи подчеркивают, что в российском обществе наблюдается негативный коллективный образ будущего — люди ожидают повышения уровня агрессии и жестокости в обществе. А официальная пропаганда в СМИ способствует построению негативного образа будущего [4].

Новизна нашего исследования заключается в том, что мы анализировали отношение к настоящему и будущему не официальных представителей и СМИ, а популярных пользователей, лидеров общественного мнения. Так как лидеры общественного мнения оказывают значительное влияние на социальные представления больших групп людей, информация, которую они пропагандируют, имеет большое значение в конструировании образа настоящего и будущего.

Цель исследования:

Выявить изменение представлений о настоящем и образе будущего в течение пандемии у лидеров общественного мнения.

Гипотеза исследования:

Представление о настоящем и будущем будут меняться в зависимости от введения/снятия мер ограничений и увеличение/уменьшение количества заболевших.

Частные гипотезы:

- 1) Во время введения ограничительных мер и увеличения количества заболевших образ настоящего и будущего будет негативным.
- 2) Во время снятия ограничений и привыкания к ситуации пандемии, образ настоящего и будущего будет более позитивным.

Выборка:

Выборка состояла из текстов 10 (5 мужчин, 5 женщин) популярных пользователей социальной сети «ВКонтакте» (город Москва).

Методика исследования:

Все исследуемые тексты были разделены на 5 периодов 31.12.2019 - 04.03.2020; 05.03.2020 — 05.06.2020; 06.06.2020 — 30.09.2020; 01.10.2020 - 30.11.2020; 01.12.2020 — 31.12.2020. Проводился контент-анализ [2] с помощью программы Контент-анализ 1.6 Российского обще-

ства социологов научно-исследовательского комитета "Теория социальных систем" и врученную. Были выделены следующие категории для контент-анализа: коронавирус, представление о настоящем, образ будущего, эмоции, чувства.

Результаты:

Гипотеза о преобладании негативных представлений о настоящем и образе будущего в период введения ограничительных мер не подтвердилась. Хотя индикаторов позитивных чувств и эмоций (любви, радости) стало меньше в период введения ограничительных мер, индикаторов негативных эмоций не стало больше. Образ настоящего был слегка негативным у нескольких пользователей, однако образ будущего был позитивным.

В целом лидеры общественного мнения описывают образ будущего позитивно, включая период введения ограничительных мер и увеличения количества заболевших, это может быть связано с публичностью и пиар-технологиями, направленными на привлечение аудитории, для которой лидеры общественного мнения служат эталонами.

### Источники и литература

- 1) Андреева Г.М. Психология социального познания. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. Издание второе, переработанное и дополненное. М.: Аспект Пресс, 2000.
- 2) Богомолова Я.Н., Малышева Я.Г., Стефаненко Т.Г. Контент-анализ // Социальная психология: Практикум: Учебное пособие для студентов вузов / Под ред. Т.В. Фоломеевой. М.: Аспект Пресс, 2006. С. 131-163.
- 3) Евсюкова Т.В., Глухова О.В. Концептуальная картина нового мира после пандемии // Успехи гуманитарных наук (Modern Humanities Success) 2020. № 10. С. 204-209.
- 4) Нестик Т.А. Влияние пандемии COVID-19 на общество: социально-психологический анализ. // Институт психологии Российской Академии Наук. Социальная и экономическая психология: М. 2020. Т. 5. № 2 (18). С. 47 — 83.