

Государство и COVID-19: уроки пиар-кампании по вакцинации (опыт Калининградской области)

State and COVID-19: Lessons from the PR Campaign on Vaccination (Experience of the Kaliningrad Region)

Ю. ДОРОЖКИН, Э. КОЖАЕВА

Дорожкин Юрий Николаевич, д-р филос. наук, профессор кафедры социальных и политических коммуникаций Уфимского государственного нефтяного технического университета (УГНТУ), профессор кафедры политологии, социологии и философии Башкирской академии государственной службы и управления. E-mail: dorword@mail.ru

Кожеева Эльмира Тахировна, магистрант кафедры социальных и политических коммуникаций УГНТУ. E-mail: elmira-kozhaeva@mail.ru

В статье рассмотрены уроки проведенной в Калининградской области пиар-кампании по вакцинации от Covid-19, которые можно извлечь на основе проведенного исследования. Раскрываются факторы неудовлетворенности информационно-коммуникационной работой государственных органов в ходе вакцинации. Сформулированы авторские предложения и рекомендации.

Ключевые слова: государственный PR, пиар-кампания по вакцинации от Covid-19, антиваксеры, факторы эффективной информационной пиар-кампании.

The article considers the lessons of the PR campaign for vaccination against Covid-19 in the Kaliningrad region, which can be learned from the study. The factors of dissatisfaction with the information and communication work of state bodies during vaccination are revealed. Author's proposals and recommendations are formulated.

Key words: state PR, PR campaign for vaccination against Covid-19, antivaxers, factors of an effective information PR campaign.

Введение

В январе 2021 года в России началась массовая вакцинация от коронавируса зарегистрированными отечественными вакцинами.

Пандемия Covid-19 оказалась не просто тяжелым испытанием для экономики и здравоохранения, но и проверкой на прочность для взаимодействия органов государственной власти и общества. В условиях неопределенности, моральной и материальной нагрузки как на целые государства, так и на каждого человека в отдельности Covid-19 высветил недостатки в организации государственного пиара. Ярким примером отсутствия грамотно выстроенного взаимодействия между органами исполнительной власти и населением стала пиар-кампания по вакцинации от коронавирусной инфекции. За год, прошедший с того момента, как был дан старт кампании по вакцинации, в построении взаимодействия власти и общества было допущено много ошибок, которые сейчас крайне важно исследовать и сделать соответствующие выводы.

По истечении второго года пандемии заболеваемость от коронавируса остается высокой. На сегодняшний день вакцинация является действенным способом защиты себя и своих близких от заболевания, которое может нанести вред здоровью или привести к летальному исходу. Цель проведения вакцинации – запустить иммунный ответ, то есть «обучить» иммунитет справляться с инфекцией.

Методы

В данной статье предпринята попытка анализа организации и проведения пиар-кампании по вакцинации Covid-19, осуществленной Министерством здравоохранения Калининградской области. Анализ основан на результатах социологического исследования, проведенного

Министерством здравоохранения Калининградской области в период с мая по сентябрь 2021 года [5]. Выборка репрезентирует мнение взрослого (старше 18 лет) населения, проживающего на территории региона. Метод сбора первичной информации – анкетирование. С учетом корректировки (проверки анкет на точность, полноту и качество заполнения) объем выборки составил 1174 респондента, эти данные и послужили источником информации настоящего исследования. Респонденты мужского пола составили 38,6 %, женского – 59,8 % (2,6 % респондентов не указали пол).

Опрос проводился в шести возрастных группах: 18–25 лет, 26–35 лет, 36–45 лет, 46–55 лет, 56–65 лет, 65 лет и старше. Возрастная структура респондентов, участвующих в исследовании, представлена следующим образом: наиболее многочисленной оказалась возрастная группа «36–45 лет» (22,9 %). Менее представительной получилась возрастная группа «18–25 лет» (5,9 %). Средний возраст респондентов 46,5 лет.

Результаты

Какие из данного исследования можно извлечь уроки, касающиеся информационно-коммуникационной деятельности государства в части мобилизации населения на масштабную интенсивную вакцинацию от коронавирусной инфекции? Обратимся к факторам, повлиявшим на низкую эффективность пиар-кампании.

Первое – это недоверие к власти. Из-за него (согласно данным, полученным в ходе исследования) лишь более половины участников опроса (64,8 %) дали положительный ответ по поводу прохождения вакцинации, а треть респондентов (34,4 %) вакцинацию вообще не проходили.

Второй фактор – медицинская неграмотность населения и пренебрежение собственным здоровьем. Об этом свидетельствуют причины отказа от вакцинации. В ходе опроса назывались самые разные и наиболее популярные ответы. Так, «переболел», «переболел, есть антитела», «переболел, пока не рекомендуют» ответили 25,6 % от числа невакцинированных.

Другая часть невакцинированных респондентов называли следующие причины: «есть противопоказания», «беременность», «диабетик», «медотвод», «имеются хронические заболевания», «онкозаболевание», «не советуют в кардиоцентре» (11 %). И наконец, последняя часть, так называемые антиваксеры (противники вакцинации), указали: «не хочу», «пока не готова», «нет времени пойти в поликлинику», «боюсь вакцинации», «боюсь последствий», «нет желания», «вакцина не изучена», «боюсь тромбоза, мало исследований», «против вакцинации», «вакцинация в часы работы», «думаю сделать чуть позже», «планирую пройти» (63,4 %).

Третий фактор – недостаточно эффективная информационно-коммуникационная кампания государственных органов, как в целом по Российской Федерации, так и в конкретных регионах. Мы стали свидетелями разнонаправленных действий органов власти.

Одной из главных причин разделения общества на «ваксеров» и «антиваксеров» оказалось то, что со стороны действующей власти не было проведено необходимой разъяснительной работы с населением. Более того, чиновники высокого уровня сами демонстрировали некорректное отношение к вакцинации. К примеру, 20 октября 2021 года пресс-секретарь Президента РФ Дмитрий Песков сообщил журналистам, что не вакцинировался от коронавируса, потому что у него «слишком высокий уровень антител, чтобы делать прививку». «Я пока прививку не сделал, потому что у меня очень высокий уровень антител. Он у меня сохраняется», сказал Песков [3].

Представители властных структур практически не подтвердили собственным примером официальную позицию государства, в своих действиях были неубедительны. Их поступки скорее говорили об отсутствии решительного настроя и единого мнения в вопросах вакцинации.

Исключением стал президент РФ Владимир Путин, который обнародовал факт своей вакцинации. Однако то обстоятельство, что наименование вакцины не было озвучено, вызвало много споров, критики и сомнения со стороны людей.

Столь нерешительная позиция по вакцинации была характерна не только для высоких должностных лиц. В публичном пространстве крайне недостаточно присутствовало мнение известных актеров, певцов, ведущих теле- и радио-эфиров, писателей относительно необходимости

вакцинации. Более того, значительная часть звездных любимцев широкой общественности использовали свои профили в социальных сетях с многотысячной аудиторией подписчиков для того, чтобы наоборот, утверждать о «бесполезности» вакцинации, и более того, высказываться против нее и о противозаконности принуждения к ней.

Существенную долю раздора внесли и представители медицинского сообщества, презентовавшие общественности свое личное мнение об опасности, которую якобы влечет за собой вакцинация против Covid-19. Среди «антиваксеров» в белых халатах было немало известных врачей. Эти совершенно противоположные друг другу мнения, высказанные в достаточно агрессивной форме, дезориентировали людей и привели к тому, что большинство оказалось просто не в состоянии принять положительное решение о вакцинации.

В своем интервью независимой телерадиокомпании (НТРК) «Каскад» 26 ноября 2021 года министр здравоохранения Калининградской области Александр Кравченко отметил: «Антипрививочники – это наша с вами недоработка. Если я один на один поговорю с таким человеком, то уже через 30 минут он будет ходить и агитировать за вакцинацию» [6]. Данное высказывание регионального министра только подтверждает гипотезу о том, что в пиар-кампании по вакцинации не был задействован такой ресурс, как четкая и аргументированная позиция официальных представителей органов власти.

По данным исследования, на вопрос «Из каких источников Вы узнали о вакцинации от Covid-19?» наиболее популярным источником информации были названы ТВ, радио, газеты, журналы (23,76 %); далее идет информация, размещенная в поликлинике (19,59 %); интернет, как источник информации о вакцинации от Covid-19 указал каждый десятый респондент (9,5 %); получение информации от родственников, знакомых – 3,8 %; наружная реклама – 0,9 % респондентов. Часть респондентов (1,5 %) указали «другое» (от работодателя, от врача).

Однако среди всех вышедших в СМИ материалов крайне мало рассказов от лица тех, кто пережил болезнь и на себе ощутил всю ее тяжесть из-за того, что в свое время проигнорировал вакцинацию. Такие живые примеры могли бы оказать существенное влияние на мнение людей, настроенных против вакцинации. Вышедшие в СМИ материалы больше носили информационный характер. Положительным моментом было то, что все врачи региона, руководители медицинских организаций, в том числе и тех, в которых была развернута так называемая «красная зона», выступая в СМИ, не упускали случая высказаться о необходимости пройти вакцинацию, а затем и ревакцинацию.

Что касается работы ведомства в социальных сетях, то Министерство здравоохранения Калининградской области было представлено только в одной социальной сети – Instagram. Специфика ведения этой страницы заключается в том, что основой контента в данном случае становятся новости в сфере здравоохранения региона, в частности, по поводу организации пунктов вакцинации для населения области.

Важной особенностью ведения страницы Министерства в данной социальной сети является невозможность оставить комментарий под постами, что является некорректным решением по отношению к пользователям. Вместе с тем, положительным примером благоприятного влияния комментариев можно считать аккаунт губернатора Калининградской области А.А. Алиханова, который общается с подписчиками в комментариях, решая их проблемы или предоставляя исчерпывающую информацию по интересующим их вопросам.

Более того, именно губернатор Калининградской области в своем профиле в сети Instagram показал общественности видео и фото личной вакцинации в конце декабря 2020 года и ревакцинацию летом 2021 года. Другие должностные лица региона, представляющие как исполнительную, так и законодательную власти, так и не засвидетельствовали публично факт своей вакцинации. Такая же пассивность отмечена и со стороны известных в Калининграде деятелей культуры, искусства, науки и спорта.

Еще один положительный момент, который является эксклюзивом для Министерства здравоохранения Калининградской области – это создание в сентябре 2021 года телеграм-канала «Вопросы по лечению Covid-19». Автором идеи выступил непосредственно министр

здравоохранения региона Александр Кравченко. По его инициативе администраторами канала стали руководители медицинских организаций. Телеграм-канал был создан в сентябре 2021 года с целью оперативной связи людей, столкнувшихся с коронавирусной инфекцией, с медиками. По состоянию на декабрь 2021 года в чате насчитывается порядка 10900 подписчиков. Известно, что в период пандемии количество заболевших увеличивается в разы, нагрузка на систему здравоохранения возрастает колоссально. В связи с этим люди, в ожидании прихода врача или бригады скорой медицинской помощи имеют возможность задать в телеграмм-канале интересующий их вопрос и получить квалифицированный ответ непосредственно от медиков. На вопросы, поступающие в данный телеграм-канал, отвечают как министр, так и главные врачи больниц, и рядовые медработники. Данный чат также является дополнительной площадкой для проведения разъяснительной работы среди населения о важности вакцинации. Медики в непосредственном общении-переписке с населением разъясняют свою квалифицированную позицию, нивелируют ненужные страхи.

В диалоге с людьми важно не просто агитировать за вакцинацию. Сейчас этого недостаточно. Аргументы должны содержать максимально подробную и в тоже время понятную простому обывателю необходимую информацию о высоком качестве российских вакцин, их благотворном воздействии на иммунитет человека. Важно разъяснить людям, что однажды появившаяся коронавирусная инфекция останется с человечеством надолго и теперь крайне важно научиться правильно жить с этим вирусом, в связи с чем значимость вакцинации должна стать бесспорной. Как известно, в ходе проведения пиар-кампании по вакцинации от коронавирусной инфекции мелочей не бывает и поэтому каждый поднятый гражданами вопрос необходимо разъяснять детально и указывать общественности на факты, которые она может легко проверить.

Еще один важный фактор, который негативно отразился на результатах пиар-кампании по вакцинации от Covid-19 – то, что с самого начала вся информационная работа обеспечивалась исключительно силами структурных подразделений правительства и министра здравоохранения, отвечающих за взаимодействие со СМИ и общественностью. В данной ситуации гораздо эффективней сработали бы профессиональные пиар-агентства, деятельность которых вполне могла быть оформлена на правах государственного заказа. Такое решение было бы гораздо эффективнее, поскольку основано на системном, комплексном и профессиональном подходе.

Заключение

На сегодняшний день необходимо учесть вышеуказанные уроки и приложить все усилия к тому, чтобы в дальнейшем они послужили фундаментом для полноценного диалога между государством и обществом в борьбе с такой глобальной и опасной инфекцией, как Covid-19. И первоочередное внимание необходимо направить на тех, кто, «переминаясь с ноги на ногу», еще не принял для себя решения о необходимости вакцинации – и, конечно, на ярых «антиваксеров».

Литература

1. Указ Президента РФ от 2 апреля 2020 г. № 239 «О мерах по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Российской Федерации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» // СПС «Консультант Плюс».
2. Интернет-портал Правительства Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/news/42494/>
3. Информационное агентство ТАСС [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/obschestvo/12190679>
4. Интернет-сайт Министерства здравоохранения Калининградской области [Электронный ресурс]. URL: <https://www.infomed39.ru>
5. НТПК «Каскад» [Электронный ресурс]. URL: <https://kaskad.tv/novosti/31805-kravchenko-rasskazal-kak-noyabrskie-vykhodnye-povliyali-na-vaktsinatsiyu-kaliningradtsev>

6. Особенности рг-сопровождения на рынке здравоохранительных услуг [Электронный ресурс]. URL: <http://main.isuct.ru/files/publ/vgf/2008/147.pdf>

7. Розенберг Н.В., Андросова Л.А. Особенности и цели PR в государственных структурах (социологический анализ) // Социально-экономические явления и процессы. 2017. № 6 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-tseli-pr-v-gosudarstvennyh-strukturah-sotsiologicheskiiy-analiz>

8. Российское общество и государство в условиях пандемии: социально-политическое положение и демографическое развитие Российской Федерации в 2020 году: коллективная монография / Осипов Г.В. и др.; под ред. Г.В. Осипова, С.В. Рязанцева, В.К. Левашова, Т.К. Ростовской; отв. ред. В.К. Левашов. М.: ИТД «ПЕРСПЕКТИВА», 2020. 532 с.

9. Связь с общественностью в государственных организациях и местных органах власти: западный опыт [Электронный ресурс]. URL: http://vasilievaa.narod.ru/8_4_03.htm

10. Телегина М.Ю., Пепеляева А.В., Окунева Г.Ю. Особенности PR в сфере здравоохранения // Проблемы экономики, организации и управления в России и мире: материалы VI междунар. науч.-практич. конф. (Отв. редактор Уварина Н.В.). Прага, Чешская Республика, 22 октября 2014 г. Изд-во: World Press s.r.o., 2014. С. 218–220.

DOI: [10.34773/EU.2022.1.22](https://doi.org/10.34773/EU.2022.1.22)

Омоложение кадров на государственной гражданской службе: состояние, проблемы и основные тенденции

Rejuvenation of Personnel in the State Civil Service: Condition, Problems and Main Trends

Р. ГАЛИМОВ

Галимов Рим Сабихович, канд. соц. наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления Башкирской академии государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан. E-mail: galimovrs@mail.ru

В статье рассматриваются вопросы омоложения кадрового состава государственных гражданских и муниципальных служащих Республики Башкортостан, дан анализ состояния, основных проблем кадрового состава государственной и муниципальной службы, разработаны предложения по омоложению корпуса государственных служащих.

Ключевые слова: кадровый состав, молодые специалисты, государственная гражданская служба, конкурс на замещение должности государственной гражданской службы.

The article discusses the issues of rejuvenation of the personnel of state civil and municipal employees of the Republic of Bashkortostan, analyzes the state, the main problems of the personnel of the state and municipal service, developed proposals for the rejuvenation of the corps of civil servants.

Key words: personnel, young specialists, state civil service, competition for the position of state civil service.

Основные положения

Омоложение кадрового состава государственной гражданской службы на федеральном и региональном уровнях управления связано с необходимостью ускорения решения важнейших задач по реализации национальных проектов и повышению эффективности государственного управления. Приток молодежи может обеспечить существенные положительные изменения в деятельности органов государственного и муниципального управления, сформировать современный взгляд на профессиональную деятельность.