

КАК ЛУЧШЕ НАЛАДИТЬ КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ ВЛАСТЬЮ И ОБЩЕСТВОМ: ВЫЗОВЫ COVID-19 ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Раушан Дуламбаева & Таисия Мармонтова

Введение

Проблемы управления сегодня весьма разнообразны. Вопросы эффективности применения властных ресурсов актуальны во всем мире, и их масштаб и глубина только возрастают. Можно с высокой степенью вероятности утверждать, что основой сегодняшнего кризиса в государственном управлении является неопределенность треков будущего развития.

Рост локальных инноваций, таких как автоматизированные производства, цифровизация, электронные деньги, имеющие влияние на судьбы основных валют, порождают стремительные перепады в процессах развития.

Следствием коронавирусного кризиса, принявшего глобальные масштабы, стал серьезный рост давления на государственное управление. Вызовы пандемии требуют от управленцев развитых навыков и новых умений исходя из волатильности и высокой непредсказуемости. Все это – на фоне растущих ожиданий граждан.

По мнению председателя управляющего комитета Астанинского хаба в сфере государственной службы А. М. Байменова (dba.uz, 2020), пандемия четко продемонстрировала, что понятия «доверие» и «уважение» являются не только социальной ценностью, но и важным капиталом государственного управления.

Пандемия в Казахстане стала одним из самых серьезных потрясений. Общие меры, принятые правительствами во всем мире, включают переход на дистанционную работу, ограничения на передвижения, запреты на общественные собрания, финансирование медицинских учреждений, новые формы социального обеспечения, отслеживание контактов и другие меры по сдерживанию распространения вируса. Государство в Казахстане, решая нарастающий вал управленческих проблем, как спровоцированных пандемией, так и копившихся весь период постсоветского развития, фактически должно решать вопросы выживания, и это требует принятия новых и необычных решений.

С марта 2020 года государственный аппарат работал на пределе. Общество, бизнес, гражданские активисты активно выражали недовольство комплексом мер, которые пришлось применять для сдерживания распространения инфекции. И сейчас назрел вопрос выработки новых стратегий взаимодействия, исходя из того, что заорганизованная система

администрирования перестает отвечать требованиям новой эпохи. Недостаточно издать постановления или ввести новые правила: нужно объяснить, показать и доказать их необходимость посредством медиа. В цифровую эпоху медиа является ключевым механизмом в обмене инфопотоками.

Попытки преодолеть административный кризис через инновационные механизмы управления в Казахстане предпринимаются, но они несистематичны и разрозненны. Трендом современного истолкования государственной службы как сетевого взаимодействия можно назвать расширение взаимодействия за границы гражданского общества, а также усложнение сети. Управление «на уровне людей» посредством эффективного взаимодействия и медиа может трактоваться как синтетический феномен (Provan, 2008), при котором происходит наделение госслужащих и населения взаимосвязанными, взаимообусловленными полномочиями. По сути, имеет место превращение общественно-государственного в государственно-общественное поручение (Барбашев, 2016). Пандемия стала катализатором трансформации работы государственного аппарата. Несмотря на предпринимаемые правительством антикризисные меры, стратегия коммуникаций государственных органов не всегда является действенной, а именно в части скорости и адекватности, полноты предоставления информации обществу. Это вызывает споры между политиками и общественностью, встает вопрос целесообразности тех или иных действий, их эффективности, своевременного форсирования или отмены, роста социальной напряженности и панических настроений, недоверия государству и т. д. Роль медиа в этом процессе очень велика. Именно медиа в ситуации кризиса представляется тем передаточным звеном, которое позволяет организовать двустороннюю коммуникацию и избежать социального расслоения.

Таким образом, авторы ставят перед собой цель рассмотреть проблему эффективных коммуникаций между казахстанской властью и обществом в условиях коронавирусного кризиса.

Реализация поставленной цели возможна посредством решения комплекса исследовательских задач:

- изучение социального портрета казахстанца в период пандемии;
- анализ коммуникационных стратегий власти;
- изучение информационных предпочтений граждан Казахстана.

Достижение поставленных целей возможно посредством применения комплекса исследовательских методов, включающих инструменты социологии, информационный анализ и структурный анализ медиа.

При написании данного материала были использованы результаты исследований, проведенных летом-осенью 2020 года по заказу Астанинского хаба государственной службы, и сделанных в рамках кооперации с медицинским сообществом г. Нур-Султан, в частности ТОО «Салуатты -Астана» (astanacivilservicehub.org, 2021).

Социальное самочувствие казахстанцев в период пандемии: анализ общественного запроса на коммуникации

COVID-19 стал одним из ключевых медиаповодов и основным источником для разговоров обывателей. Чрезвычайное положение, введенное сроком на 60 дней в марте 2020 года, позволило сдержать течение эпидемии, но в июле она нанесла ответный удар, и рост инфекции принял практически неконтролируемые масштабы. Власть ответила введением локдауна. Летом перед чиновниками стоял непростой выбор между борьбой с призраком бедности и рецессии и сражением с вирусом за человеческие жизни.

В пик вспышки по просьбе представителей медицинской общественности были сделаны замеры общественного мнения. Медикам было важно получить максимально взвешенное мнение о ситуации в обществе, чтобы быть готовыми отвечать на вызовы новой волны коронавируса. Экспертам в области общественных настроений было важно иметь возможность в режиме реального времени отслеживать изменения социально-политического фона и давать рекомендации соответствующим государственным органам и структурам.

О методологии: на основе «техники снежного кома» был проведен опрос общественного мнения, в котором приняли участие 9227 человек (72 % женщин и 28 % мужчин). Участниками опроса были совершеннолетние, преимущественно проживающие в городах Казахстана.

Медики установили, что ключевое влияние на тяжесть течения COVID-19 имеет образ жизни и вредные привычки человека. Среди таковых факторов у казахстанцев лидируют употребление алкоголя (22,9 %), курение (15,4 %), а также такие состояния, как лишний вес (17,4 %) и высокое кровяное давление (9,1 %). При этом множество респондентов, на момент опроса имевших подтвержденный диагноз коронавирусной инфекции, имели лишний вес (44,3 %) и высокое давление (84,7 %). У всех отмечалась дыхательная недостаточность (100 %), у большинства – повышенный холестерин (94,7 %).

Кроме того, проведенное исследование подтвердило одно из предположений, выдвинутых международными исследователями, что в большей степени воспринимают вирус те, у кого вторая группа крови. Из тех опрошенных, у кого был установлен COVID-19, все, кто смог назвать точно свою группу крови, оказались обладателями второй группы.

На момент пика заболеваемости, 18,2 % опрошенных ответили, что они здоровы; о наличии у них хронических заболеваний сообщили 11,4 %; а 7,8 % подтвердили, что у них имеются симптомы респираторных заболеваний, такое же количество респондентов указало на то, что они больны (по их мнению, коронавирусной инфекцией); 8,9 % участников опроса указали на то, что у них был выявлен COVID-19. Большое число респондентов (46 %) указали на то, что думают о наличии у них коронавирусной инфекции.

В международных медиа активно обсуждался вопрос о том, что коллективный иммунитет может стать единственным ответом вызову пандемии. Не остался в стороне от этого инфотренда и Казахстан. В разрезе страны пальму первенства по числу зараженных занимают Нур-Султан и Алматы. По данным сайта coronavirus2020.kz (www.coronavirus2020.kz, 2020), по состоянию на 16 октября 2020 года с марта по октябрь в г.

Нур-Султане было зафиксировано 14 274, в г. Алматы – 14 495 случаев коронавируса. Вирус победили 13 672 и 14 141 человек соответственно. В Алматы, со слов Главного государственного санитарного врача Жандарбека Бекшина, были предприняты робкие попытки изучения коллективного иммунитета. В СМИ прошла информация, что, по данным проб одной из лабораторий, на начало третьей декады июля 2020 года за последние три недели коллективный иммунитет среди населения возрос с 14 % до 23 % (tengrinews.kz, 2020).

Если сопоставить эти, пусть и предварительные, данные с теми, что дал социологический анализ, который во временном отрезке совпадает с датами заявления Ж. Бекшина: у 16,7 % респондентов, по их мнению, или протекает, или был установлен коронавирус. То есть 16 из 100 казахстанцев могут считаться обладателями иммунитета. И это недостаточная цифра: так, по мнению британцев, пороговые значения коллективного иммунитета должны быть доведены до 60–70 % (bbc.com, 2020).

Есть определенная логика в высказываниях генерального директора одной из медицинских компаний Фуата Дивеева, который озвучил такие данные: из 300 проведенных ими за один день исследований на иммуноглобулин класса G 60 % исследований дали положительный результат. Это значит, что эти 60 % людей в том или ином виде сталкивались с ковидом (pavlodarnews.kz, 2020). В проведенном социологическом исследовании 46 % опрошенных, т. е. практически каждый второй, сталкивался с коронавирусом.

А эти данные уже практически идентичны с теми, которые приводят международные эксперты. При этом нужно понимать, что в этом исследовании делается попытка социологическим инструментарием подтвердить или опровергнуть предположения, выдвигаемые медиками.

Каждый четвертый из опрошенных не смог ответить на вопрос, где он заразился коронавирусом. Каждый пятый из опрошенных ответил, что мог заразиться после общения с коллегами, друзьями, членами семьи и родственниками. Однозначно, даже методами социологии, подтверждается тезис о том, что COVID-19 передается посредством социальных контактов, и меры социального дистанцирования сейчас единственный действенный метод противодействия росту заражений.

Медиаполе пестрит мнениями по поводу того, как разного рода события способствуют или противодействуют росту динамики заражений. В частности, самый обобщенный анализ информационных лент основных казахстанских ресурсов, таких как «Информбюро», Tengrinews, 365.kz и многих других демонстрирует, как казахстанцы, игнорируя запреты, проводят пышные празднества и тои. Даже глава государства отрицательно высказывался о традициях пышных празднований, заметив, что сейчас не время восхищаться традициями проведения тоев в духе поговорки «Той тойға ұлассын». К. К. Токаев заявил, что в технологическую эру нужно оставить праздные разговоры, самовосхваление. По мнению Президента, в эпоху самовывживания труд как образ жизни должен выходить на передний план (informburo.kz, 2020). При этом, по итогам опроса, только 1 из 20 опрошенных связывает свое заболевание с посещением семейного и праздничного мероприятий. Заметим одну особенность: опрос проходил в пик заболеваемости 2020 года, и социум уже начинал понимать правила поведения во время пандемии.

С учетом заболеваемости и статистики, вызывает недоумение жесткая

позиция государства по отношению к правилам работы спортивных залов. Только 1,2 % опрошенных указали на то, что возможно заболели после занятий спортом. И на этом фоне жесткие, а местами и просто жестокие ограничения привели к тому, что, по словам Татьяны Салатиной, главы ассоциации операторов фитнес-индустрии, не пережили двух карантинных порядков трети фитнес-центров и клубов, еще 20 % планируют закрыться даже без жестких ограничений. Во время написания этой статьи в ряде западных регионов – например, в Атырау и Актау, – снова запретили работу спортивных залов, хотя статистика нарушений санитарного режима свидетельствует о том, что залы серьезно отнеслись к соблюдению санитарных правил и норм (lsm.kz, 2020).

Среди возможных причин заражения указаны также походы в торговый центр (4,4 %), посещение кафе или ресторана (2,2 %), поездка в общественном транспорте (9,1 %). Четко видно, что незначительное число граждан связывает свою болезнь с упомянутыми видами социальной активности. С учетом ситуации и периода проведения опроса, граждане просто не имели возможности посещать торговые центры, кафе и рестораны, которые работали в резко ограниченном режиме, а общественный транспорт работал в усеченном варианте.

Прослеживается специфика социальных ролей женщин: в процентном соотношении большая часть женщин предполагает, что заразилась в результате общения, а мужчины считают причиной своего заболевания поездку в общественном транспорте или посещение семейного или памятного мероприятия.

Участников опроса спрашивали, кто из их окружения стал источником инфекции. Понятно, что данные не являются абсолютно достоверными, так как не подкреплялись лабораторной диагностикой. Один из четырех участников считает, что источником заражения для него стал кто-то из родственников, каждый пятый указал на то, что источником заражения для него стали коллеги. Один из 10 опрошенных заразился от родителей. Источником заражения своих детей посчитали 4,9 % опрошенных.

Актуальной мерой противодействия заражению на сегодня являются средства индивидуальной защиты. Интересно, что только 0,5 % опрошенных отрицают использование средств индивидуальной защиты в любом виде. И это также не соответствует ситуации на медианоле, когда каждое СМИ считает своим долгом предположить, что граждане сами виноваты в росте заражений по причине неиспользования рекомендуемых средств защиты.

Треть опрошенных респондентов указали на то, что используют антисептики. Каждый четвертый опрошенный указал на использование многоразовых масок, каждый пятый указал, что использует респиратор. Примерно 10 % регулярно используют медицинские маски. 13,2 % опрошенных указали, что регулярно используют медицинские перчатки. Интересно, что среди тех, кто не использует средства индивидуальной защиты, преобладают представители мужского пола (8,5 %), против 0,1 % представителей женского пола. 72,3 % мужчин предпочитают защищать себя с помощью медицинской маски, а женщинам более свойственно (83,9 %) использовать многоразовую маску.

При этом социологический опрос показал, что медицина, несмотря на бодрые рапорты об успешной борьбе с заболеванием, не справилась с пиковыми нагрузками. 54,6 % опрошенных указали, что к врачам

не обращались. 40,7 % респондентов заявили, что обращались за медицинской помощью. 4,7 % опрошенных заявили, что выбрали для себя другой вариант борьбы с инфекцией.

Из тех, пациентов, которые обращались за помощью к медикам, практически в три раза чаще обращались в государственную поликлинику. Каждый пятый опрошенный (22,2 %) указал, что получил назначение по лечению у врача общей практики. Поток пациентов в государственные поликлиники был в три раза выше, чем в стационары и частные медицинские центры. В итоге под влиянием массового потока люди или предпочли не обращаться к врачам, предпочитая бороться с заболеванием самостоятельно, или же не смогли попасть на прием. Доля таких пациентов колебалась в зависимости от типа медицинского учреждения между 2,9 и 8,2 %. Причем, по мнению респондентов, сложнее всего попасть на прием было к участковому врачу по месту прикрепления. Высокие доли тех, кто не обращался за помощью в скорую (51,5 %) или больницу (49,9 %) подтверждает, что преимущественно болезнь протекала в легкой и средней форме, и не всегда была необходимость в активной и массажированной терапии. Каждый пятый из опрошенных указал, что лечение от коронавируса обошлось ему в сумму от 40 до 50 тысяч тенге. При этом менее 1 из 100 опрошенных указали на то, что их расходы были покрыты государством, работодателем или страховой компанией. Налицо проблема, связанная с тем, что в период форс-мажорной ситуации пациентам приходилось самим решать вопрос своего лечения.

Таким образом, можно сделать вывод, что среднестатистический казахстанец, проживающий в городе, серьезно воспринял угрозы пандемии, использует средства защиты, носит маски, применяет антисептики. При этом этот же гражданин не имеет возможности свободного доступа к врачу, к которому он прикреплен по месту проживания, хотя платит страховые взносы. По сути, в период июльской вспышки он был лишен бесплатной медицинской помощи, и то минимальное пособие, о котором постоянно говорили в СМИ, уходило на лекарства. Стоит отметить, что эти и ряд других проблемных вопросов остаются без четких ответов.

Эффективные коммуникации: роль и место медиа

В заголовке этой статьи был вынесен вопрос эффективных коммуникаций. В эпоху кризиса и потрясений именно коммуникации становятся тем каналом, который дает возможность власти и обществу взаимодействовать, своевременно обмениваться информацией, находить болевые точки и устранять проблемы. Одной из основных проблем пандемии в нашей стране стали откровенно слабые и непродуманные коммуникации. Органы государственного управления не ведут разъяснительной работы, а то, что преподносится таковое, имеет низкое качество подготовки, непроработанную стратегию донесения и, как результат, – падение уровня доверия к официальной информации и потенциальный рост конфликтности.

Было установлено, что эффективность коммуникационных стратегий зависит от каналов распространения удобных в использовании, доступных платформ, посредством которых распространяется информация. В связи с этим именно медиа играют особую роль в распределении информационных потоков.

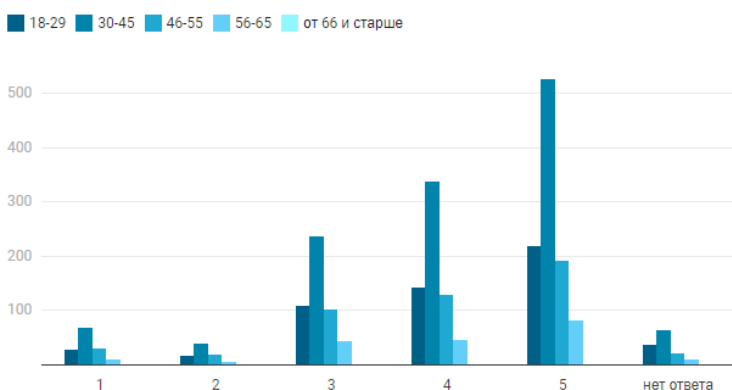
Методология исследования строилась на сборе данных путем социологического опроса и их последующей обработке и моделировании посредством сервиса Power BI.

Выводы можно сформулировать следующим образом. Уровень информационной удовлетворенности положительно зависит от восприятия действенности мер государственных органов по стабилизации эпидемиологической ситуации и отсутствия сложностей при поиске достоверной информации от государственных органов.

Также есть взаимосвязь между увеличением восприятия действенности мер государственных органов по стабилизации эпидемиологической ситуации и ростом уровня информационной удовлетворенности.

Рисунок 1.¹

Степень информационной удовлетворенности



Анализ диаграммы показывает, что получаемой информацией в период пандемии довольны респонденты в возрасте от 30 до 45 лет. Низкий уровень информационной удовлетворенности показывают респонденты в возрастной категории от 18 до 29 лет и от 56 до 65 лет.

Также методика проведения исследования предусматривала такие критерии оценки информационной удовлетворенности, как достаточность, оперативность и возможности получения информации.

Удобными каналами распространения достаточного объема информации о заболеваемости являются интернет-порталы, сайты государственных органов, официальные страницы государственных структур в социальных сетях, информационные бюллетени, SMS-уведомления.

Для распространения оперативной информации о заболеваемости удобны такие каналы распространения информации, как интернет-порталы, сайты государственных органов, пресс-конференции и

¹ Составлено по итогам массового опроса www.astanacivilservicehub.org.

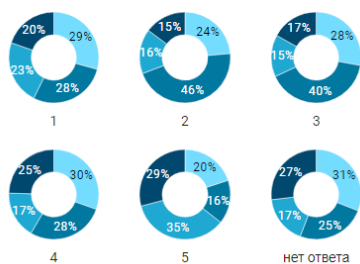
брифинги, блоги первых лиц органов власти, официальные страницы государственных структур.

Такие каналы, как интернет-порталы, сайты государственных органов, официальные страницы государственных структур в социальных сетях являются действенными каналами распространения достаточной и оперативной информации о заболеваемости, превентивных мерах.

Уровень оценки удобства получения информации в условиях пандемии через каналы по возрасту

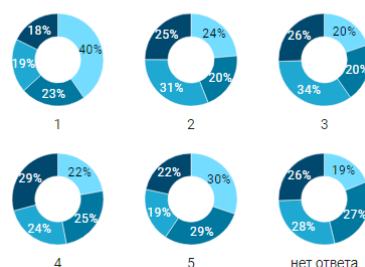
Интернет порталы

46-55 56-65 18-29 30-45



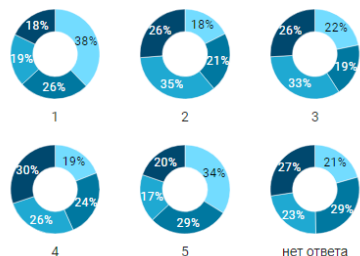
Сайты государственных органов

18-29 30-45 56-65 46-55



Страницы ГО в социальных сетях

18-29 30-45 56-65 46-55



Телевидение

18-29 30-45 56-65 46-55

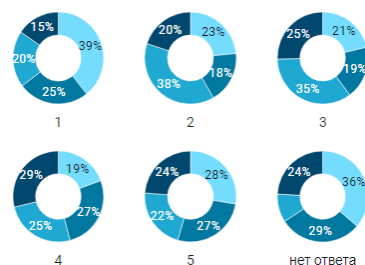


Рисунок 2²

Наиболее актуальными каналами получения достаточной, оперативной информации по заболеваемости, превентивным мерам для молодых людей (возраст 18–29 лет) являются интернет-порталы, хотя они также посещают сайты государственных органов, официальные страницы государственных органов в социальных сетях, телевидение. И это вполне обосновано, так как молодые люди предъявляют спрос на более креативную, разностороннюю, полную и в то же время достоверную информацию. Критичный взгляд, желание проверять и сравнивать различные виды информации, технологическая грамотность – это

2 Составлено по итогам массового опроса www.astanacivilservicehub.org.

основные черты современных молодых людей объясняют во многом их интерес к данным каналам распространения информации.

Тогда как, респонденты в возрасте 56–65 лет не склонны считать удобными в пользовании интернет-порталы, так же не отдают своего предпочтения официальным сайтам государственных органов. Зачастую, люди старшего возраста пользуются газетами и журналами, не все могут заходить на различные информационные платформы, требующие знания компьютера, поисковых скилсов

Также удобство восприятия информационных каналов зависит от сферы деятельности респондентов. Так, сайты государственных органов удобны в основном для государственных служащих, работников бюджетной сферы (оценки 5 и 4 по пятибалльной шкале, доля свыше 30 %). Примечательно, что интернет-порталам свыше 40 % респондентов по всем сферам деятельности поставили оценку 5 баллов.

Страницы государственных органов в социальных сетях удобны для работников сельского хозяйства, государственных служащих, служащих частных компаний и представителей СМИ, неудобны для безработных; также среди последней категории больше всего не ответивших по каналу «страницы государственных органов в социальных сетях». Блоги первых лиц органов власти удобны для работников сельского хозяйства, безработных и неудобны для работников сферы услуг и домохозяек.

Газеты и журналы как канал распространения информации не удобны для работников сферы торговли и услуг, сельского хозяйства, студентов и учащихся.

Важным элементом в коммуникационных стратегиях государственных органов является доверие населения, в частности к источникам и каналам информации со стороны государства. Так, прослеживается значимая связь между восприятием населением эффективности деятельности государственных органов и доверием к источникам информации. В исследовательский ракурс было принято несколько источников информации – официальные сайты, «Одноклассники», официальные трансляции брифингов в Службе центральных коммуникаций (СЦК) и на региональном уровне, Facebook, Instagram, VK, телевидение и др. В поле информации интерес представлял тип канала, связанный с транслированием через органы власти. Матрица элементов по многофакторной связи показывает, что имеется корреляция между оценкой эффективности государственных органов в период пандемии и доверием к конкретным источникам информации, а именно: официальные сайты, «Одноклассники», официальные трансляции брифингов в СЦК и на региональном уровне. Так, с ростом доверия к данным источникам на 1 % растёт оценка работы государственных органов и структур на 0,17 %, 0,18 % и 0,13 % соответственно. Уровень *p-value* 99, 9%. Таким образом, открытость, доступ к качественной, правдивой, своевременной информации со стороны государственных органов является одним из значимых факторов, влияющих на эффективность их деятельности.

Медиа периода COVID-19: пути построения эффективных коммуникаций

В процессе управления коронавирусом кризисом были задействованы

Министерство здравоохранения, Министерство образования и науки, Министерство индустрии и торговли, Министерство национальной экономики, Министерство внутренних дел, Министерство труда и социальной защиты, Министерство информации и общественного развития, Министерство цифровизации и авиакосмической промышленности.

Все электронные ресурсы государственных органов Казахстана располагаются на едином портале gov.kz. Посредством онлайн-инструментов (<https://be1.ru/>) был проведен аудит, который позволил сделать следующие выводы.

Индексация в поисковых системах Яндекс и Google с более высокими позициями в Яндексе говорит о том, что портал чаще всего ищут в русскоязычном сегменте интернета.

В период с февраля по апрель 2020 года, в период начала пандемии и ЧП наблюдается активный рост числа посещений. Пик приходится на апрель, достигая 1 млн посещений. В период ослабления карантинных санкций наблюдается снижение числа посещений до 750 тыс., но после введения повторного карантина число посещений возрастает до периода начала карантинных ограничений. Основной трафик на сайты государственных органов идет через сайт электронного правительства, поисковиков Mail.ru и Яндекс, а также новостного сайта Tengrinews.kz.

В связи с тем, что карантинные ограничения напрямую связаны с субъектами бизнеса, был проведен медиаанализ сайта Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен».

Анализ показывает, что на сайт НПП «Атамекен» приводят такие поисковые запросы, как «атамекен», «палата предпринимателей», «мырзахметов», «бизнес жоспар», «офтейк».

Анализ динамики заходов показывает, что в марте трафик составлял 320 тыс. посещений, в апреле он вырос до 690 тыс., в мае снизился до 320 тыс., в июне составил 400 тыс. и имел тенденцию к росту. 43,1 % происходит через прямую ссылку, а 40,4 % заходов происходит через поиск. Социальные сети и почта как источник трафика используются незначительно. География заходов на сайт локальна. 97 % посетителей территориально относятся к Республике Казахстан.

В связи с тем, что коронавирус является проблемой медицинского характера, в анализ были включены порталы Фонда медицинского страхования и «СК-Фармация».

Фонд медицинского страхования Республики Казахстан имеет следующие позиции индексации в основных поисковых системах Яндекс/Google: 3485/2810. График посещаемости в динамике: март – 110 тыс., практически двукратное (60 тыс., 50 тыс.) падение заходов – в конце марта и апреле, но рост до 152 тыс. в июле. География заходов – на 97,81 % происходит через порталы Казахстана.

Важным аспектом государственного управления является предоставление гражданам правдивой информации. Для этого был создан сайт covid19.gov.kz/. Его индексация намного выше сайтов государственных органов и квазигосударственных структур, и располагается на 10 446 месте, продвинувшись за последний период на 1474 позиции, а в Google он на 10 300 позиции. Сайт демонстрирует

отрицательную динамику эффективных показов с 43 в мае до 34 в июне. С марта по август 2020 года число ссылающихся на сайт доменов выросло до 656. Пик посещений сайта (6 млн) приходился на апрель, в последующем собирая примерно 2,8 млн посещений в месяц. И это вполне объяснимо, исходя из длительности кризиса: общество просто устало от ограничений и постепенно перестало следить за изменениями ситуации. На этот портал основная часть посетителей (65,2 %) приходит по прямой ссылке, 24,8 % приходится на переходы через поисковые системы.



ФОНД
МЕДИЦИНСКОГО
СТРАХОВАНИЯ



ПОЗИЦИЯ
В ПОИСКЕ

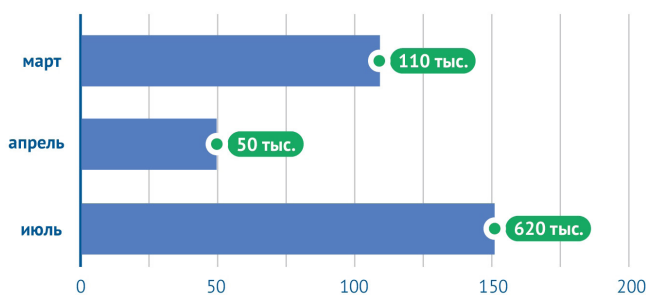


Yandex
3485



Google
2810

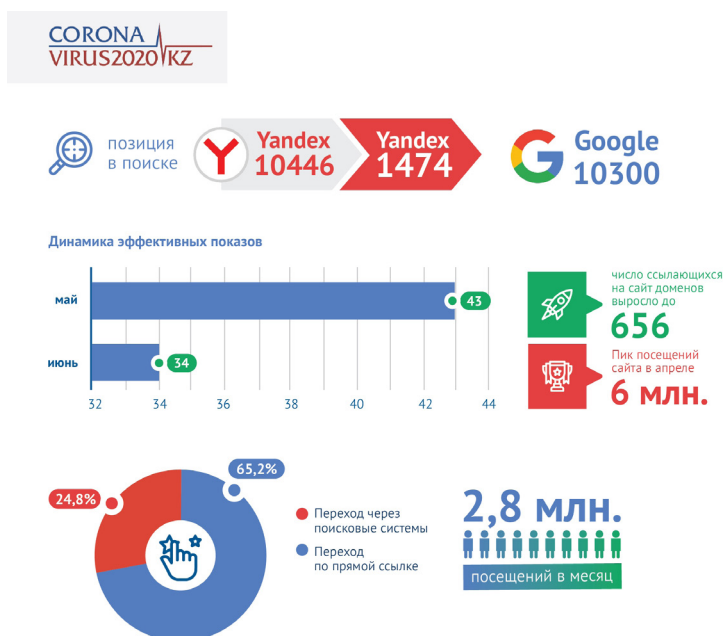
График посещаемости



Информационный анализ сайтов показывает, что динамика роста интереса связана с пиковыми моментами кризиса, а в момент ослабления ограничений интерес ослабевает. Основной интерес, приводящий к росту инфопотока, связан с ограничениями в сфере бизнеса, разъяснениями изменений в сфере налогообложения, кредитных отсрочек и прочее. Высокой социальной чувствительностью обладает вопрос образования, и поиски с семантикой «МОН РК» находятся на пике интереса весь период коронавирусного кризиса.

Переходы на сайты государственных органов с информационного портала Tengrinews.kz показывают источник, на котором пользователи предпочитают читать официальные новости, переходя затем на страничку структуры, ответственной за инфоповод.

Еще одним методом анализа отечественных медиа стал кейс-стади в отношении информационных поводов, вызывавших серьезный резонанс в медиа. Были взяты три кейса, отбор которых был осуществлен по принципу участия представителей власти, активной общественной реакции и временного отрезка, когда инфоповод имел место.



Прежде всего, обратим внимание на то, как в СМИ освещается вопрос о лекарственном обеспечении в период июльской вспышки. Как известно, основным оператором, отвечающим за лекарственное обеспечение стационаров, является «СК-Фармация». С ее деятельностью и связаны отчасти проблемы с лекарственным обеспечением. В частности, анализ основных новостных сайтов показывает, что тон публикаций периода июльской вспышки резко отрицательный. В прессу просочилась информация о волоките с распределением гуманитарной помощи, претензии по поводу переполненных складов по регионам в период острого дефицита лекарств, сведения о дорогих офисах и машинах премиум-класса, арендуемых для нужд организации. Весьма скромно проходит информация об антикоррупционных расследованиях, взятии под стражу руководителей организации. Репутационной потерей можно считать материалы о награждении сотрудников «СК-Фармация» по итогам деятельности. Социальные сети и блоги крайне отрицательно восприняли это событие, расценив его как насмешку и цинизм. Причем

стоит отметить, что уроков из ошибок извлечено не было. Вместо того, чтобы, как минимум, принести извинения, менеджмент организации стал давить на журналистов, требуя удаления материалов. Эта тема активно обсуждалась как в социальных сетях, так и прессе. На справедливое недовольство общественности о разумности торжеств и награждений после провалов в период июльской вспышки COVID-19 ответ был таков: простые работники не виноваты в просчетах отдельных лиц и должны быть поощрены за результативную работу. При этом для общества остался непонятным вопрос, что следует считать результативной работой организации, допустившей провалы в лекарственном обеспечении стационаров.

Доводом в пользу того, что система коммуникаций стагнирует и не реагирует на внешние вызовы, представляется реакция ТОО «СК-Фармация» на судебный иск онкобольной журналистки, которая в период коронавирусного кризиса оказалась лишена жизненно необходимого ей препарата и была вынуждена самостоятельно закупать его в аптеках. Вина не была признана, юристы «СК-Фармация» считают, что никаких непосредственных обязательств перед больными они не имеют (rus. azattyq.org, 2020). Проявление сожаления и сочувствия никак бы не повлияло на деловую репутацию структуры, но позволило бы обществу понять, что его недовольство услышано. Однако, как следовало реагировать, в данном случае – вопрос вторичный.

В рамках разбора данного кейса ресурсами программы Istio был проведен анализ пяти статей, посвященных разным аспектам деятельности «СК-Фармация». Статьи были отобраны случайным образом на основе выдачи google.com.

Таблица 1.3 Семантический анализ поисковой выдачи

Адрес статьи	Дата выхода	Топ-10 использованных слов
Маркова А.В., «СК-Фармация» высказались о закупке медизделий по завышенным ценам...	07.08.2020	цена, СК-Фармация, Казахстан, закупка, ТОО, зарегистрировать, лекарство, изделие, препарат, тенге
Вааль Т., Ко второй волне коронавируса «СК-Фармация» сформирует запас лекарств на 100 тыс. человек в месяц	07.08.2020	препарат, тенге, млрд, запас, лекарство, август, лечение, тыс, отгрузка, сумма
Тугжанов посетил склад ТОО «СК-Фармация»	15.07.2020	СК-Фармация, Тугжанов, лекарство, склад, препарат, ТОО, посетить, ералы, страна, храниться
Антикоррупционная служба начала проверку «СК-Фармация».	09.07.2020	СК-Фармация, лекарство, год, средство, компания, служба, лекарственный, июль, дистрибьютор, условие

<i>После скандала в «СК-Фармация» сменилось руководство...</i>	12.07.2020	<i>июль, глава, СК-Фармация, лекарство, председатель, Казахстан, должность, правление, ФМС, Шарип</i>
--	------------	---

Если абстрагироваться от содержания изученных материалов и провести качественный анализ, становится ясным: «СК-Фармация» постоянно попадает в инфополе, причем есть четкая увязка таких тегов, как «цена», «препарат», «сумма», «лечение» с названием компании. А с учетом того, что период публикаций статей совпадает с лекарственным кризисом, можно сделать однозначный вывод: данная структура слабо отреагировала на общественный запрос на коммуникацию, оставляя без внимания запрос на ускорение бизнес-процессов в области фармации.

Рассмотрим еще один кейс подтверждающий низкую эффективность государственной власти в период пандемии. Связан он с оценкой результативности дистанционного образования, особенно в отношении детей среднего и младшего школьного возраста. Ни один из депутатских запросов, которые направлялись в МОН РК, не был адекватно освещен в СМИ. Так, депутаты Мажилиса Парламента РК И. Смирнова и Д. Нурмамбетова критически отзывались о системе организации школьного образования в условиях пандемии и указывали на неэффективность распределения финансовых средств и ресурсов в летний период, когда было упущено время, и в текущий учебный год Казахстан вошел без собственной работоспособной образовательной платформы. Исходя из ответов профильного ведомства, невозможно адекватно оценить объем и качество проделанной работы. Налицо «замыливание» вопроса и списание имеющихся проблем на форс-мажорные ситуации. И проблема состоит в том, что работа в рамках МОН РК ведется, однако из-за некорректной коммуникационной политики достижения оказываются на втором месте, уступая внимание сообщениям с отрицательной коннотацией.

Заключение

Следует признать, что опыт последних месяцев, когда наша страна пережила первое в своей истории ЧП, а затем последовавший в июле локдаун, показали, что существует проблема неправильного распределения информационных потоков. Результатом становится растущее недовольство в обществе, которое в условиях постоянных ограничений, при наличии угрозы заражения, слабой социальной защищенности, формирует высокий протестный фон, который усугубляется рецессией и экономическим кризисом.

Итогом исследования информационных потоков, связанных с реакцией государства на коронавирусный кризис, стал вывод: общество считает удобными для поиска информации интернет-порталы, сайты государственных органов, официальные страницы государственных структур в социальных сетях, информационные бюллетени, SMS-уведомления. Практически тот же самый набор информационных каналов характерен и для распространения оперативной информации. И здесь также используются ресурсы блогов первых лиц органов власти, официальные страницы, пресс-конференции и брифинги.

Однако есть определенная разница между удобством восприятия каналов информации в разных возрастных группах. В частности, получаемой информацией в период пандемии довольны граждане в возрасте от 30 до 45 лет. Низкий уровень информационной удовлетворенности показывают представители возрастной категории от 18 до 29 лет и от 56 до 65 лет. Кроме того, на восприятие информации влияет род деятельности респондентов. Допустим, официальные сайты более удобны для государственных служащих, работников бюджетной сферы. Официальные странички в социальных сетях предпочтительны для работников сельского хозяйства, государственных служащих, служащих частных компаний и представителей СМИ. Газеты и журналы как канал распространения информации неудобны для работников сферы торговли и услуг, сельского хозяйства, студентов и учащихся.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать рекомендации, связанные с улучшением распределения информационных потоков, исходя из разных предпочтений в возрастном и профессиональном разрезе.

Рассматривая общие информационные тренды, связанные с периодом пандемии, стоит отметить высокий процент репутационных провалов и отрицательных коннотаций. Это связано с тем, что имеет место разрыв в распределении инфопотоков. По сути, информация должна быть рассмотрена как одно из средств обеспечения устойчивости системы, так как недостаток информации, как и ее избыток, связаны с нарушением равновесия, что в сложных системах, таких как государственный механизм, ведет к системным сбоям и управленческим ошибкам.

Речь идет о менеджменте информационных потоков, в частности об актуализации вопросов формирования коммуникационных стратегий государственного органа в условиях кризиса, с четким обозначением средств, форм, каналов, алгоритма взаимодействия. При этом антикризисная стратегия должна стать инструментом дифференцированного управления инфопотреблением и инфоподачей с учетом циклов кризисного явления. Для разработки стратегии имеет смысл привлекать экспертов, представителей СМИ, общественности в формате открытых диалогов и апробированием с извлеченными уроками. Необходимо усилить работу госорганов в предоставлении своевременной, полной и достоверной информации.

Современные условия требуют соответствующей подготовки государственных служащих, наращивания компетенций, связанных с построением качественных коммуникаций с общественностью. Необходимо пересмотреть общеобразовательные программы подготовки государственных управленцев на уровне бакалавриата, магистратуры Высших учебных заведений и специализированной подготовки, переподготовки в рамках Академии государственного управления при Президенте Республики Казахстан. Требуется актуализация процессов подготовки с акцентом на антикризисный менеджмент, в том числе и антикризисные коммуникации, дизайн коммуникационных стратегий. К разработке учебных программ привлекать экспертов в данной области, представителей СМИ.

Необходимо институциональное обеспечение деятельности СМИ, их координация с целью недопущения дезинформации, фейков. Активизировать коммуникации государственных органов со средствами

массовой информации, выстроить действенные схемы взаимодействия.

Требуется усиление поддержки со стороны государства научных сообществ, научных исследований, особенно фундаментального направления. Необходимо строить модель симметричной коммуникации с представителями научного сообщества, так как в условиях кризиса это является жизненной необходимостью. Отсутствие компетентного, научно обоснованного, экспертного мнения способствует появлению в медиа пространстве дезинформации, которая приводит к повышению социальной конфликтности, рисков для жизни и здоровья людей в условиях пандемии.

COVID-19 актуализировал вопрос об информационной грамотности населения, умения разбираться и правильно потреблять ту или иную информацию, психологической устойчивости людей. В данном направлении есть необходимость в формировании общей культуры информационного потребления и избирательного медиавкуса общества, повышении медиа и информационной грамотности населения. В этом связи целесообразно разрабатывать пособия, учебники по информационной грамотности, демонстрировать обучающие ролики, фильмы, передачи, оперативное реагирование через медиа на дезинформирующую, недостоверную информацию с участием экспертов, лидеров общественного мнения, блогеров и др. При этом, необходимо контролировать передаваемый информационный контент, вплоть до дизайна выступления, места и внешнего вида, технологий транслирования и др.

Важным фактором действенности антикризисных мер государства является открытость, доступность информации. Качественный контент транслируемой информации, своевременная его подача по доступным, удобным каналам, симметричная модель взаимоотношений власти со СМИ, населением, бизнесом, сокращение противоречащей информации, транслирование через морально-психологические методы управления и реальные действия государства идеи о сотрудничестве, поддержки всех слоев населения, повышение доверия – это факторы повышения устойчивости казахстанского общества современным глобальным вызовам, в том числе и пандемическим.

Список использованной литературы

1. Академия государственного управления при Президенте Республики Узбекистан. www.dba.uz. Дата последнего просмотра: 14.10.2020.
2. Provan, K. (2008). «Modes of Network Governance: Structure, Management, and Effectiveness». *Journal of Public Administration Research and Theory*, vol. 18, n. 2, pp. 229–252.
3. Результаты исследования 2020. Астанинский хаб государственной службы. www.astanacivilservicehub.org. Дата последнего просмотра: 01.03.2021.
4. Барашев А. Г. (2016). «Кризис государственного управления и его влияние на основные административные парадигмы государства и бюрократии». *Вопросы государственного и муниципального управления*, № 2, сс.163–194.
5. Ситуация с коронавирусом. Официально. www.coronavirus2020.kz. Дата последнего просмотра: 15.10.2020.
6. «В Алматы озвучили предварительные данные по коллективному иммунитету». www.tengrinews.kz. Дата последнего просмотра: 16.10.2020.
7. Воронин Н. «Возможен ли коллективный иммунитет к коронавирусу и имеет ли смысл ждать вакцины?» www.bbc.com. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
8. «Иммунитет к коронавирусу обнаружили у каждого второго казахстанца». www.ravlodarnews.kz. Дата последнего просмотра: 12.10.2020.
9. Токаев К. «Время тоев уходит, наступает время разума, науки, знаний, труда» www.informburo.kz Дата последнего просмотра: 14.10.2020.
10. Ишкенова Б. «В нездоровом теле – нездоровый дух: в Казахстане закрываются фитнес-центры». www.lsm.kz. Дата последнего просмотра: 10.10.2020.
11. Вебер Е. «В поисках правды. Журналист из Караганды с онкозаболеванием предъявила иск чиновникам» www.rus.azattyq.org. Дата последнего просмотра: 16.10.2020.
12. «В «СК-Фармация» высказались о закупке медизделий по завышенным ценам» www.kursiv.kz. Дата последнего просмотра: 10.10.2020.
13. Вааль Т. «Ко второй волне коронавируса «СК-Фармация» сформирует запас лекарств на 100 тыс. человек в месяц». www.vlast.kz Дата последнего просмотра: 16.10.2020.
14. «Тугжанов посетил склад ТОО «СК-Фармация»». www.liter.kz. Дата последнего просмотра: 16.10.2020.
15. «Антикоррупционная служба начала проверку «СК-Фармация»» www.kursiv.kz. Дата последнего просмотра: 16.10.2020.
16. «После скандала в «СК-Фармация» сменилось руководство» www.kursiv.kz. Дата последнего просмотра: 16.10.2020.
17. «Всего одну библиотеку хотят оставить в Нур-Султане». www.ratel.kz Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
18. «Электронное голосование Праймериз 2020». www.static.primaries.kz. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.