SOCIAL SCIENCES

Доноры плазмы в социально-информационном поле в условиях пандемии

А. Д. Литовченко, Д. Н. Бойко, О. В. Нехаенко, Д. Д. Яшкина, Е. С. Мурадян

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина
Corresponding author. E-mail: a.d.litovchenko@karazin.ua

Paper received 09.09.21; Accepted for publication 25.09.21.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2021-258IX47-09>

Аннотация. Статья представляет результаты исследования доноров плазмы как агента информационного воздействия в ситуации пандемии. Ключевая проблема - необходимость социального продвижения противопандемических мер в условиях плохо управляемых социальных реакций на борьбу с пандемией. Представлен анализ результатов исследования, демонстрирующий достаточно высокий уровень рационального критического мышления доноров плазмы в отношении информирования о пандемии и борьбе с ней. Сделан вывод о том, что зафиксированная позиция доноров плазмы в информационном пространстве создаёт устойчивый фундамент для эффективного включения этой группы в процессы информационного сопровождения противопандемических мер.

Ключевые слова. Доноры плазмы, информационное сопровождение, социальные реакции, противопандемические меры.

Введение. Актуальность, проблема, объект, предмет. Среди эффектов и последствий пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 одним из наиболее заметных можно считать кристаллизацию и выход на первый план социальных взаимодействий специфических, неустойчивых или сравнительно незаметных в обычных обстоятельствах социальных групп – например, медицинских журналистов, «антивакцинаторов», доноров плазмы. Последняя группа, на наш взгляд, заслуживает пристального исследовательского внимания как потенциальный агент формирования социального отношения к мерам противопандемической борьбы. Масштабы пандемии и вынужденная жёсткость мер борьбы с ней породили множество форм плохо управляемых социальных реакций: ковид-диссидентство, массовые выступления против локдаунов (осень 2021 года ознаменовалась особенно масштабными протестами в странах Евросоюза, несмотря на то, что мир живёт в условиях пандемии уже второй год, и противопандемические меры уже не являются ни для кого неожиданностью), антивакцинаторство обострили потребность информационной – просветительской, разъяснительной – работы с массовым сознанием. Без этой работы выход из пандемии представляется максимально затруднительным: преодоление негативного отношения к противопандемическим мерам совершенно необходимо, и в выработке инструментов такого преодоления особую роль, несомненно, будут играть группы, способные выступать в качестве лидеров мнений, локомотивов если не трансформации, то коррекции общественного мнения в отношении средств борьбы с пандемией. Как отмечалось выше, доноры плазмы представляются нам одной из таких групп.

Пандемия COVID-19 усугубила проблему с нехваткой донорской крови в мире и в Украине в частности. Количество донаций сократилось из-за естественного страха людей заразиться коронавирусом, а также по причине карантинных ограничений. Но востребованность донорской крови и отдельных её компонентов не

уменьшилась, напротив, возросла, поскольку в отсутствие эффективной терапии врачи по всему миру, в том числе и в Украине, применяют метод переливания плазмы крови от уже переболевших людей. В некоторых странах, например, в США, переливание плазмы крови людей, которые выздоровели от COVID-19, тем, кто сейчас болеет, уже включено в национальный протокол лечения. В Украине этого пока не произошло, но метод переливания крови, тем не менее, также используют для борьбы с коронавирусной инфекцией. На этом фоне актуализируется необходимость рассмотрения проблемы донорства крови и её компонентов в Украине. Исходя из проблемы, нашей задачей является рассмотрение доноров плазмы крови как отдельной группы, которая гипотетически способна влиять на отношение к вакцинированию и другим средствам борьбы с пандемией.

В качестве освещения контекста проблемы, отметим, что рекомендуемое ВОЗ количество донаций крови донорами должно составлять 33 на 1000 населения. По данным донорской платформы ДонорUA¹, в Украине же этот показатель составляет почти втрое ниже рекомендованного - 12 на 1000 населения. При этом ежегодно 300 тыс. украинцев нуждаются в переливании крови. В большинстве случаев украинцы становятся донорами только один раз: почти 70% доноров решают сдать кровь только в тех случаях, когда это необходимо в конкретном случае и предназначается, например, родственнику или близкому другу. И 90% людей, имеющих право сдавать кровь, пока этого не делают.

Несмотря на вариативность мотивации (от высоко-социальных альтруистических до простейших финансовых побуждений), доноры плазмы включены в процессы борьбы с пандемией на позиции, априори повышающей социальную ответственность, и, как следствие, обладают более высоким потенциалом социального воздействия. Однако этот потенциал гипотетичен; существует настоятельная необходимость определить, какова позиция самих доноров плазмы в спектре

¹ <https://donor.ua/>

социального отношения к пандемии и борьбе с ней. Поскольку плохо управляемые социальные реакции на противопандемические меры нередко связаны с низким уровнем критического мышления и неразвитыми навыками умения работать с массивами открытой информации, то весьма многообещающим представляется поиск ответа на вопрос: как работают с информацией о пандемии и борьбе с ней представители группы с гипотетически высокой социальной ответственностью и потенциальные агенты формирования социального отношения к противопандемическим мерам?

Публикации. Обращаясь к уже существующим материалам, которые прямо или косвенно рассматривают вопрос информационных предпочтений, необходимо отметить следующее.

Материалы, содержащие информацию о предпочтениях в отношении источников получения информации, – это прежде всего статистическая информация. Так, наиболее подробный аналитический отчет был опубликован Фондом «Демократические инициативы имени Илька Кучерива» совместно с социологической службой Центра Разумкова по результатам исследования «Как изменились предпочтения и интересы Украинской к средствам массовой информации после выборов 2019 и начала пандемии COVID-19». Отчет отражает основные тенденции в предпочтениях украинцев и показывает, что наиболее популярными источниками получения информации являются центральные телеканалы, однако сравнительно с прошлыми годами возросла ценность информации из социальных сетей, а также информация от друзей и родственников [1]. В рамках проекта "YOUkraina" Factum group проводила мини-опросы о новостях и доверии источникам информации, согласно которым треть украинцев доверяет официальным источникам, аналогичное количество доверяют интернет-ресурсам и друзьям и родственникам [2].

Отдельное внимание уделяется информационной политике во время пандемии: Кравчук П. и Сушко И. в аналитическом отчете «Информационная политика и коммуникация ограничений свободы передвижения во время пандемии» обращают внимание на проблемы дезинформации и соблюдения прав человека [3]. К этой же проблеме обращаются участники конференции «Влияние пандемии коронавируса COVID-19 на права, свободы и безопасность человека в информационной сфере». На фоне ограничений передвижения возрастает интерес к СМИ и на плечи источников информации возлагается все большая ответственность за формирование общественного мнения [4].

В целом социологическое освещение указанной проблематики представляется весьма незначительным, что повышает актуальность нашего исследования.

Цель. Охарактеризовать предпочтения доноров плазмы в социально-информационном поле в период пандемии COVID-19.

Метод. Поскольку в фокусе нашего внимания находятся вопросы социального отношения и общественного мнения сквозь призму представлений конкретной группы, представляется оправданным выбор (с учётом условий пандемии) в качестве метода онлайн-анкетирование доноров плазмы. Исследование проведено в

рамках НИР №0121U109814 "Социолого-математическое моделирование эффективности управления социально-эпидемическими процессами для обеспечения национальной безопасности Украины".

Исследование и анализ. В рамках исследования было опрошено 437 доноров плазмы. Донорами крови могут быть люди от 18 до 60 лет, согласно опросу, распределение по возрастным группам выглядит следующим образом: 33% - молодые люди от 18 до 20 лет; 24% ответивших находятся в возрастном диапазоне от 21 до 24 лет; 27% - 25-39 лет, и чуть более 15% информантов – это люди от 40 лет и старше. При этом мужчины составляют абсолютное большинство – 64,5% ответивших, женщины соответственно – 35,5%. Надо отметить, что гендерное соотношение в опросе сохраняется и отражает фактическую картину генеральной совокупности – по данным, представленным в базе доноров, обследованных на антитела к SARS-CoV-2 с 01.05.2020 по 19.03.2021, количество мужчин-доноров в абсолютных значениях составляло – 10051, женщин – 4655. Таким образом, мужское донорство может оцениваться как более эффективное по сравнению с женским. Женщины действительно после кровотодачи чаще испытывают головокружение и слабость. Но такая гендерная непропорциональность чаще связана не столько с физиологическими аспектами, сколько с социально-психологическими. По сравнению с женщинами, мужчины более охотно соглашались на донорство, и чаще сдают кровь безвозмездно и на добровольной основе. Среди доноров-мужчин чаще всего упоминались такие мотивы, как альтруизм, положительное отношение к донорским ценностям и субъективные мотивы. Интересно, что альтруистические мотивы встречались у мужчин реже женщин. Кроме этого, альтруизм у мужчин, которые впервые прибегают к донорству, часто связан с эффектом, когда альтруизм базируется не на желании бескорыстно помочь другому, а на выгоде для себя. Так, например, ученые обнаружили, что преимущества для здоровья и маленькие подарочки лучше мотивируют мужчин, чем женщин [5].

В рамках нашего опроса удалось выяснить, что основным мотивирующим фактором стало то, что донация – это возможность помочь другим людям: 41% опрошенных были мотивированы альтруистическими соображениями. Чуть больше трети, а именно 34,4% отмечали, что были ориентированы на финансовое вознаграждение. Понимание того, что донация плазмы крови может быть инструментом борьбы с пандемией, было основным фактором для 7% ответивших. Это никак не препятствует использованию доноров плазмы в качестве группы-лидера мнений: 41% альтруистов ничуть не меньше подходят на эту роль, чем 7% сознательных борцов с пандемией.

При этом удалось выяснить, что люди узнавали о возможности донорства от окружающих, будь то коллеги или родственники. Активной информационной кампании на текущий момент не ведётся, по крайней мере, мы не можем оценить её как эффективную, поскольку только 28% доноров узнавали о процедуре и местах донации из средств массовой информации, объявлений или социальной рекламы. 65% становились донорами, потому что об этом упоминалось в социальном кругу.

Что же касается моделей работы самих доноров плазмы с информацией о пандемии и мерах борьбы с ней, то этот вопрос, как центральный для данной статьи, мы рассмотрим подробнее.

1. Каналы получения информации. Первый пункт анализа - разбор привычных для аудитории доноров плазмы источников информации в принципе, а также

главных источников информации о пандемии COVID-19. Для этого респондентам был предложен вопрос-меню с перечнем различных информационных каналов, из которого им предлагалось выбрать несколько наиболее привычных и востребованных; далее из выбранного списка определялся один главный источник информации о пандемии COVID-19 (см. табл. 1).

Таблица 1. Информационные предпочтения доноров плазмы (в % к опрошенным)

	Привычные источники получения информации (множественный выбор)	Главный источник информации о пандемии COVID-19 (один ответ)
Социальные сети	66,7	22,2
Интернет-порталы	54,7	32,7
Мессенджеры	43,0	10,8
Блоги и видеоблоги	20,9	1,6
Телепередачи	25,5	24,0
Радиопередачи	4,8	<1
Разговоры с близкими, друзьями, коллегами	40,2	6,9
Другое	<1	<1

Наблюдается некоторый диссонанс между привычными для аудитории доноров источниками получения информации и теми источниками, которые они считают главными в контексте пандемии Ковид-19. С одной стороны, две трети (67%) доноров регулярно получают информацию через социальные сети, что является наиболее востребованным каналом; при этом только 22% определяют этот канал как основной источник информации о пандемии (этот источник, безусловно, важен, но уступает первое место следующему). С другой стороны, чуть более половины (55%) доноров привычным образом получают информацию из интернет-порталов, при этом для трети (33%) этот источник является ключевым в случае с информацией о пандемии, и это наивысший результат. Это свидетельствует о разной приоритетности таких каналов, как социальные сети и интернет-порталы: первые максимально востребованы в повседневности и, вероятно, для менее важных / серьезных вопросов, чем пандемия; вторые - чуть менее востребованы в повседневности, но являются более авторитетными (по сравнению с соцсетями) для информирования о пандемии.

Аналогичная, но более разительная ситуация с другим каналом - реферальным, то есть через разговоры с близкими, друзьями, коллегами и др. Как важный источник информации этот вариант выбирают 40% опрошенных доноров, но лишь 7% выбирают его в качестве главного. Стабильная ситуация наблюдается в случае с телевидением: около четверти (26%) опрошенных регулярно получают через него информации, при этом практически все из них (24%) отмечают его как основной канал информации о пандемии. Получается довольно герметичная аудитория, для которой телевидение является самодостаточным и исчерпывающим источником, тогда как другие каналы для нее значительно менее важны. Описывая социально-демографическую специфику групп, предпочитающих разные источники информации, отметим следующее. Во-первых, статистически значимых отличий по полу не зафиксировано (колебания в пределах статистической погрешности, Хи-квадрат незначим). Во-вторых, наблюдаются самоочевидные, но все-таки нелинейные возрастные отличия. Интернет-порталы являются од-

нозначно главным источником информации о пандемии для доноров до 25 лет - важен для 35-40%; в возрастной группе от 25 лет и старше этот канал важен 25-27% ответившим. С социальными сетями ситуация похожа, но порог падения интереса проходит в более старших группах: соцсети как главный источник информации о пандемии у 23-26% респондентов в возрасте до 40 лет, но у тех, кто старше, этот показатель падает до 10%. В мессенджерах, наоборот, рубеж потери интереса проходит раньше - они важны (на уровне 14-17%) для людей до 24 лет, но в более старших группах их значимость резко падает (до 3-6%). Очевидно, с телевидением ситуация обратная: как главный источник информации о пандемии оно воспринимается донорами старше 25 лет (31-39%). Но линейное распределение в формате "чем старше, тем важнее" нарушается, поскольку в группе 21-24 года (где показатель важности равен 13-14%) телевидение менее важно, чем в группе 18-20 лет (19-20%). Тренд, безусловно, очевиден: чем старше люди, тем выше вероятность, что телевидение для них будет являться главным источником информации о пандемии, но с оговоркой, что его востребованность проседает у людей среднего младшего возраста - 21-24 года. В то же время реферальный канал (разговоры с друзьями, близкими, коллегами) показывает типичный линейный рост - чем старше респондент, тем выше вероятность, что этот источник для него будет главным. В-третьих, есть связь между приоритетным источником информации о пандемии и уровнем образования. Телепередачи наиболее востребованы у доноров, имеющих неполное или полное среднее образование, а также среднее профессиональное / специальное (38-43%). В то же время интернет-порталы и социальные сети пользуются наибольшим спросом у людей с неполным и полным высшим образованием (32-37%). Особенно высокие эти показатели (а также показатели канала мессенджеров) именно у людей с неполным высшим образованием, к которой относится студенческая молодежь: то есть в чистом виде играет роль не (с)только уровень образования, но стиль жизни. В-четвертых, есть связь между предпочитаемыми источниками информации о пандемии и фактом и особенностями заболевания COVID-19: те, кто не болел, и те, кто болел в тяжелой форме, больше

склоняются к просмотру телевидения; те, кто в легкой, - к просмотру интернет-источников. Но все-таки мы считаем эту связь ложной, точнее, опосредованной другим признаком - возрастом: молодые люди легче переносят это заболевание, чем старшие, что симметрично описанным выше предпочтениям каналам информации в разных возрастных группах.

2. Агенты трансляции информации. Помимо самих технических каналов, через которые доноры плазмы получают информацию о пандемии COVID-19, отдельно рассматривался вопрос тех агентов (организаций, институций, должностных лиц, лидеров мнений и пр.), которые непосредственно транслируют информацию и к которым доноры прислушиваются прежде всего (см. табл. 2).

Таблица 2. Доверие к агентам трансляции информации о пандемии (в % к опрошенным)

К кому Вы больше прислушиваетесь по вопросам пандемии Ковид-19?	%
Профессиональные медики	45,0
Представители Всемирной организации здравоохранения	24,4
Официальные представители МОЗ, глава МОЗ	23,4
Близкие, друзья, коллеги	3,7
Руководители государств - мировых лидеров	1,9
Журналисты, публицисты	<1
Руководители украинского государства	<1
Блогеры, медийные персоны	<1
Всего	100

С отрывом наивысшие показатели доверия доноров плазмы как агента трансляции сведений по пандемии COVID-19 демонстрируют профессиональные медики (45%). Очевидно, что доноры имеют достаточно тесные связи как с медицинскими учреждениями и организациями, так и с самими сотрудниками на местах, потому абстрактные или конкретные медработники являются для доноров авторитетами в эпидемическом вопросе. Второе место в условном рейтинге доверия к агентам информации о пандемии между собой делят представители Всемирной организации здравоохранения (24%) и представители Министерства здравоохранения Украины (23%). На границе статистической значимости находится еще один вариант - близкие, друзья, коллеги (4%); другие агенты, среди которых руководители государств - мировых лидеров, руководители украинского государства, а также журналисты, публицисты, блогеры и медийные персоны, вместе набрали менее 3%.

Важно отметить, что связи между каналами получения информации о пандемии COVID-19 и агентами её трансляции нет: то, через какой канал доноры получают информацию, не влияет на то, к каким агентам испытывают доверие. Исключение составляют те, для кого основной источник информации - разговоры с близкими, друзьями и коллегами; эти доноры намного чаще не прислушиваются к институциональным и "официальным" агентам, доверяя только мнению знакомых; но в общем числе таких доноров не более 5%.

Выводы. Таким образом, нам удалось определить следующие характеристики доноров плазмы как группы, действующей в социально-информационном поле в период пандемии COVID-19.

1) Суммарно почти половина доноров плазмы участ-

вуют в кровотодаче по альтруистическим побуждениям и стремясь помочь медикам справиться с пандемией коронавирусной инфекции. Это даёт основания ожидать охотного приобщения доноров плазмы к программам информационного просвещения, сопровождающим борьбу против пандемии.

2) Доноры плазмы демонстрируют разного уровня различительную избирательность по отношению к источникам информации: условный рейтинг предпочтительных источников различается в зависимости от того, о какой информации идёт речь - об информации вообще (повседневной) или об информации о пандемии и мерах борьбы с ней. Просматривается более-менее чёткая тенденция рациональной критичности: повседневную информацию доноры плазмы предпочитают получать из наиболее удобных и простых источников (телевидение, мессенджеры), однако информацию о пандемии ищут в источниках относительно более надёжных.

3) Аналогично предыдущему пункту тенденция рациональной критичности наблюдается и в доверии доноров плазмы различным агентам трансляции сведений о пандемии: абсолютным лидером доверия являются профессиональные медики, за ними идут ВОЗ и Минздрав Украины - с большим отрывом от близких, друзей, руководителей государств, журналистов и медийных персон. В целом подобный здравый и зрелый подход к работе с информацией о пандемии и мерах борьбы с ней позволяет утверждать, что доноры плазмы обладают высоким потенциалом как группалидер мнения, как агент информационно-просветительского влияния на общественное мнение, и должны привлекаться для участия в социально-информационном сопровождении мер по борьбе с пандемией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Як змінилися уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019 р. та початку пандемії COVID-19 (2020). URL: <https://dif.org.ua/article/yak-zminilisya-upodobannya-ta-interesi-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislya-viboriv-2019-r-ta-pochatku-pandemii-covid-19>
2. Социальная инициатива от Factum Group: YOUkraina.
3. Кравчук, П., Сушко, И. (2021). Информационная политика и коммуникация ограничений свободы передвижения во время пандемии. Аналитический центр «Европа без барьеров». URL: <https://europeweb.org.ua/wp-content/uploads/2021/01/Komunikatsiya-obmezhchen-pandemiyi-analiz-vit.pdf>

4. Влияние пандемии коронавируса COVID-19 на права, свободы и безопасности человека в информационной сфере: Материалы научно-практической студенческой конференции, 12 мая 2020, г. Киев. URL: http://ippi.org.ua/sites/default/files/zbirnik_vid_12.05.pdf
5. Carver, A., Chell, K., Davison, T., & Masser, B. (2017). What motivates men to donate blood? A systematic review of the evidence. *Vox Sanguinis*, 113(3), 205-219. doi: 10.1111/vox.12625

REFERENCES

1. How have the preferences and interests of Ukrainians in the media changed after the 2019 elections and the beginning of the COVID-19 pandemic (2020). URL: <https://dif.org.ua/article/yak-zminilisya-upodobannya-ta-interesi-ukraintsiv-dozasobiv-masovoi-informatsii-pislya-viboriv-2019-r-ta-pochatku-pandemii-covid-19>
2. Social initiative from Factum Group: YOU Ukraine. Official site: <https://youkraina.com.ua/>
3. Kravchuk, P., Sushko, I. (2021). Information policy and communication of restrictions on freedom of movement during a pandemic. Analytical Center "Europe without Barriers". URL: <https://europewb.org.ua/wp-content/uploads/2021/01/Komunikatsiya-obmezhen-pandemiya-analizvit.pdf>
4. The impact of the COVID-19 coronavirus pandemic on human rights, freedoms and security in the information sphere: Proceedings of the scientific-practical student conference, May 12, 2020, Kyiv. URL: http://ippi.org.ua/sites/default/files/zbirnik_vid_12.05.pdf

Plasma donors in the social and information field in a pandemic.

A. Litovchenko, D. Boiko, O. Nekhaienko, D. Yashkina, O. Muradyan

Abstract. The article presents the results of a study of plasma donors as an agent of information impact in a pandemic situation. The key problem is the need to socially advance anti-pandemic measures in the face of poorly managed social responses to the fight against a pandemic. The analysis of the research results demonstrates a sufficiently high level of rational critical thinking of plasma donors in relation to being informed about the pandemic and combating it. It is concluded that the fixed position of plasma donors in the information space creates a stable foundation for the effective inclusion of this group in the processes of information support of anti-pandemic measures.

Keywords. *Plasma donors, information support, social reactions, anti-pandemic measures.*