ФОМ

Социология пандемии. Проект коронаФОМ

Коротко о главном



ФОМ

Серия Социология пандемии



Социология пандемии. Проект коронаФОМ



Рассуждения о коронаВирусе: беседы с социальными мыслителями



Медики и общество: беседы во времена коронаВируса



Образ жизни: как коронаВирус изменил повседневность



На пути к антихрупкости: как компании переживают коронаВирус



Деньги и коронаВирус: как россияне пережи-вают кризис

Проект в цифрах



16.03

День рождения Проекта
В марте **2020** года ФОМ переходит на дистанционный режим работы и открывается Проект коронаФОМ



8

исследовательских направлений входят в Проект коронаФОМ



320

страниц в книге о Проекте, открывающей серию «Социология пандемии»



БОЛЕЕ **200** тыс.

человек опрошено в ходе ежедневных и специальных опросов Проекта



БОЛЕЕ **8** млн

раз интервьюеры зачитывали вопросы, разработанные в ФОМе



БОЛЕЕ **118** млн

постов о коронавирусе проанализировано в рамках ежедневного мониторинга соцмедиа



БОЛЕЕ **1550**

публикаций размещено на сайте Проекта covid19.fom.ru



БОЛЕЕ **1000**

минут видеоматериалов конференции мараФОМ размещено на сайте Проекта



350

интервью экспертов, медиков, предпринимателей и обычных граждан

Вступительное слово



Александр Ослон

Президент ФОМа

Мир был испуган **биологическим коронавирусом**. И Мир принял экстраординарные **санитарные меры**, изменив себя внезапно (в одночасье), тотально (для всех) и радикально (коренным образом). Именно эти меры стали **социальным коронаВирусом**, вызвавшим глобальные и уникальные общественные потрясения.

В результате привычные **представления о Мире** устарели и рассыпались. Мир стал не просто другим – он стал непонятным, необъяснимым, он вызывает недоумение и множество **вопросов**. Подлежат изучению сами эти вопросы, а также сменяющие друг друга варианты ответов и их социальное распространение.

Так что **пандемия коронавируса** – проблема эпидемиологическая, а **пандемия коронаВируса** – проблема эпистемологическая и социологическая. Исследовательский **Проект коронаФОМ** именно об этой – коронаВирусной – пандемии.

Смысл коронаФОМ – в том, чтобы, собирая социологические данные, зафиксировать исторический момент социального переживания пандемии, трансформации социальных представлений и версий миропонимания.

Миссия коронаФОМ – в том, чтобы помочь тем, кто по роду своей деятельности должен знать и понимать мотивацию и поведение больших групп людей, кому важно быть хорошими «людоведами» – будь то руководители и сотрудники органов власти и управления, работники системы здравоохранения, эксперты, аналитики, исследователи и все, кто пытается осмыслить и понять новую социальную реальность.

Основа коронаФОМ – методы и опыт социологических ФОМ-исследований: количественных, качественных, аналитических.

Результаты коронаФОМ – поток сообщений, публикаций, конференций, серия книг «Социология пандемии».

Направления коронаФОМ



ИНДИКАТОРЫ ПАНДЕМИИ

Измерения коронаЗонд. Непрерывный телефонный опрос фастФОМ населения РФ (300 респондентов в сутки). Мониторинг первой волны пандемии (апрель – сентябрь 2020) – 30 социальных индикаторов каждые три дня. Мониторинг с октября 2020 года по сегодняшний день – более 40 тренд-индексов, образующих 7 еженедельных интегральных показателей.

Анализ соцмедиа на базе Brand Analitics: ежедневный мониторинг тематического поля публикаций, связанных с пандемией.

6



ОБРАЗ ЖИЗНИ И ПАНДЕМИЯ

Новый образ жизни формируется из многочисленных житейских последствий пандемии. Их изучение включает ментальные сдвиги (настроения, переживания, представления), изменения в жизнеустройстве (работа на удаленке, домашняя жизнь в условиях самоизоляции, дистанционные практики в школьном образовании), практики санитарной безопасности, факторы, мотивы, поведенческие образцы в связи с вакцинацией, жизнь в условиях новой системы запретов и ограничений и др.

8



ЭКОНОМИКА И ПАНДЕМИЯ

Экономические последствия пандемии привели к чувствительным для миллионов людей потерям: упавшие доходы, растаявшие сбережения, невыплаченные кредиты, потерянная работа, изменения в потребительском поведении, сниженная покупательская активность. Исследования на эти и подобные темы основаны на регулярных опросах населения РФ по заказу Банка России и дают возможность выделять разные по степени благополучия социальные группы и регионы РФ.

10



МЕДИКИ И ПАНДЕМИЯ

Мир медиков оказался на переднем крае борьбы с пандемией. Во «фронтовых» и «прифронтовых» условиях оказались все люди в белых халатах: кто лечит больных, кто охраняет здоровых, кто создает вакцины и лекарства. Изучение происходящего с медиками в их экстремальной повседневности опирается на беседы с ними о тяжелой работе и пациентах, о переживаниях и мотивации, о героике, о коллегах, об обществе, охваченном пандемией, о волонтерстве и многом другом.

12





КОРПОРАЦИИ И ПАНДЕМИЯ

Большинство корпораций малого и среднего бизнеса в условиях пандемии оказались на грани выживания. При этом кто-то сломался и закрылся – «хрупкие», кто-то сумел сжаться и переждать – «крепкие», а кто-то нашел в трудностях окна возможностей и пошел в рост – «антихрупкие». Последние были в фокусе специального исследования, чтобы на основе анализа и обобщения опыта антихрупкости формулировать рецепты адаптации к новым условиям. Это поиск новых ниш, применение онлайн-технологий, трансформация корпоративной культуры, вступление в коллаборации и т. д.

14



МАЛЫЙ БИЗНЕС И ПАНДЕМИЯ

Предпринимателей малого бизнеса пандемия лишила потребителей, денег, работников, партнеров, работы, будущего. Такая картина представлена в докладе «Краш-тест малого бизнеса» по итогам фокус-групп с предпринимателями в 26 регионах во времена первой волны пандемии. Для дальнейших исследований была создана растущая Панель малого бизнеса из числа респондентов ФОМ-опросов, и на ней проводятся регулярные исследования уже в рамках отдельного Проекта СМБиз – Социология малого бизнеса.

16



СОЦИАЛЬНЫЕ МЫСЛИТЕЛИ И ПАНДЕМИЯ

Для социальных мыслителей пандемия стала поводом для активных рефлексий, рассуждений, интерпретаций. В этом потоке наиболее «рейтинговые» темы – слом повседневности, драматизация социальных отношений, обострение неравенства, падение в сферах труда, занятости, образования, образы будущего. Об этом и многом другом – серия бесед с известными российскими исследователями, аналитиками, экспертами, интеллектуалами о (пост)пандемической реальности.

18





К-ДАЙДЖЕСТЫ И ФОМ-МУЗЕЙ ПАНДЕМИЯ В СЕТИ

Реакции на темы пандемии возникли с первых ее дней, и в Сети наряду с мириадами глупостей, пустышек и фейков стали появляться **тексты-размышления** умные, глубокие, интересные, а также **вирусные видеоролики,** выражающие в самых неожиданных формах сопротивление пандемии и широко распространившиеся через механизмы лайков, шеринга и перепостов. Регулярные поиск и коллекционирование таких сетевых артефактов привели к идее ФОМ-Музея Пандемия в Сети, если коротко – Музея ПандемиС.

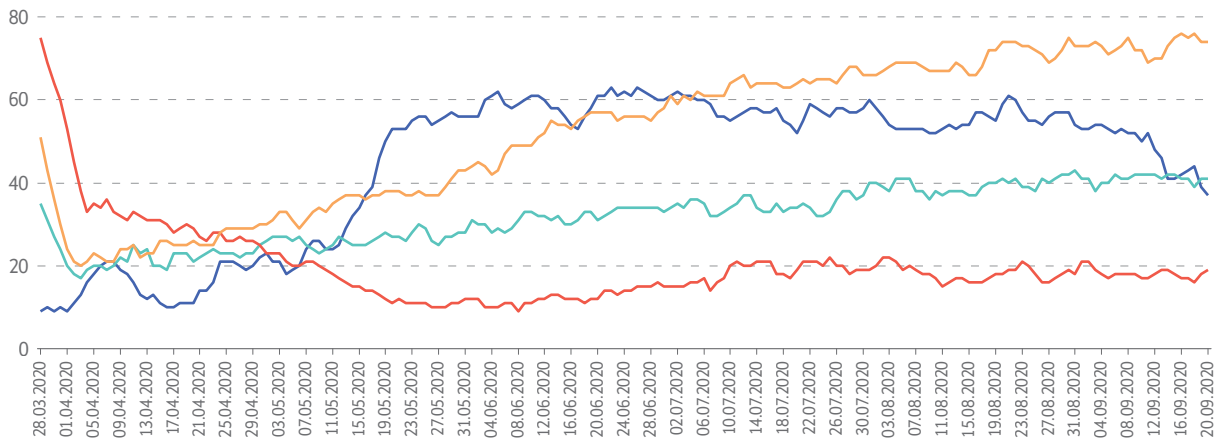
20

Индикаторы пандемии

Полный список Индикаторов на сайте covid19.fom.ru

МОНИТОРИНГ ПЕРВОЙ ВОЛНЫ

Некоторые группы населения требуют особого внимания со стороны тех, кто противостоит пандемии. Именно ответы этих групп людей определили набор индикаторов, которые отражали динамику общественных настроений во время первой волны пандемии. На графике приведены примеры наиболее любопытных индикаторов.



- Индикатор «Считают, что эпидемия спадает»
- Индикатор «Не изменили режим работы»
- Индикатор «Не носят маску»
- Индикатор «Не соблюдают домашний режим»

На основании более чем 40 индикаторов было сформировано 11 Интегральных индикаторов, которые охватывали различные аспекты пандемии: от знаний о болезни до изменений в образе жизни людей.

ФАСТФОМ

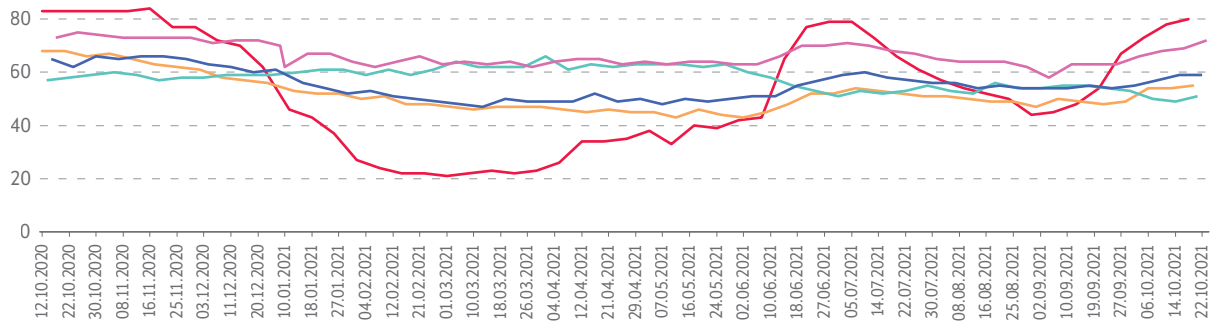
Источником данных для построения индексов и индикаторов служит опрос по технологии фастФОМ – ежедневный телефонный опрос населения в возрасте 18 лет и старше по репрезентативной всероссийской выборке.

Вопросник фастФОМ представляет собой набор пронумерованных ячеек – фасетов. В соответствии с расписанием в свободный фасет на определенное количество дней вставляется блок вопросов, пока не наберется установленное для блока число респондентов. Отсюда и название фастФОМ – **ФАС**етный **Т**елефонный **ФОМ**-опрос.

В период мониторинга коронаЗонд объем выборки одного опросного дня менялся в зависимости от текущих задач, опрашивались 300 или 450 респондентов в сутки.

МОНИТОРИНГ ВТОРОЙ ВОЛНЫ

На следующем этапе мониторинга ФОМ замерял (и продолжает замерять) Тренд-индексы. Они показывают баланс между мнениями респондентов об усилении или ослаблении определенной характеристики пандемической реальности, отражают то, как люди ощущают изменения (тренд) по этой характеристике. Примеры Тренд-индексов и их динамика показаны на графике.



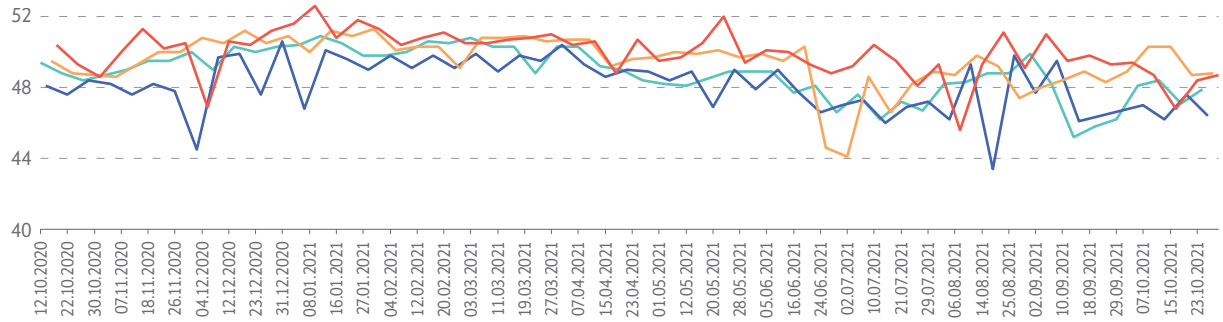
- Масштаб эпидемии сегодня
- Необходимость надевать маску
- Отношение к медикам
- Влияние на образ жизни
- Опасение экономического спада

Тренд-индексы объединены в восемь групп. Каждая группа образует Интегральный индекс, отражающий различные аспекты пандемии: от ее масштаба до возникающих опасений и соблюдения гигиенических мер.

Раздел Тренд-индексов на сайте covid19.fom.ru

ЕЖЕДНЕВНЫЙ МОНИТОРИНГ И АНАЛИЗ СОЦМЕДИА

С марта 2020 года на основе данных мониторинга соцмедиа в ФОМе готовятся тематические статистические обзоры, включающие динамику количества сообщений и поисковых запросов, облака часто употребляемых слов. По самым популярным сюжетам готовятся публикации на сайт covid19.fom.ru.
С октября 2020 года измеряются и публикуются Индексы Тональности определенных характеристик пандемической реальности, рассчитываемые как соотношение позитивных, негативных и нейтральных постов, содержащих упоминание этой характеристики. Всего мониторятся 23 характеристики, объединенные в четыре группы. Каждая группа соответствует отдельному аспекту пандемической реальности (Меры, Борьба, Последствия, Забота о Здоровье).



- Индекс Тональности обсуждений Мер
- Индекс Тональности обсуждений Последствий
- Индекс Тональности обсуждений Борьбы
- Индекс Тональности обсуждений Заботы о Здоровье

Раздел Индикаторов мониторинга соцмедиа на сайте covid19.fom.ru

Образ жизни и пандемия

КОМАНДА
Ольга Алипова, Александра Боброва, Константин Глазков,
Евгения Закутина, Григорий Кертман, Ирина Осипова, Артём Рейнюк

Артём Рейнюк

Тема первого исследования возникла практически стихийно: во время первой волны ковида мы, как и значительная часть работающих россиян (около 10%), перешли на удаленку и на своем опыте ощутили **радикальный слом рабочей повседневности**: организация работы, отказ от face-to-face опросов, коммуникации с коллегами в онлайн-режиме, работа в домашних условиях и т. д. Поэтому мы решили начать с обсуждения удаленной работы и отобрали несколько «товарищей по несчастью» для интервью.

В ходе работы над этим исследованием стало понятно, что **пандемия** даже за несколько недель **изменила многие рутинные практики людей**: от простого выхода на улицу до общения с домашними и близкими родственниками. Это во многом и подсказало магистральное направление работы: нам следует узнавать у людей, что с ними происходит в их повседневной жизни, а также разбираться с тем, как они воспринимают эти изменения. Мы начали изучать **пандемическую повседневность**.

потерять работу

35%

удаленщиков боялись,
64% не боялись

хорошо относились к удаленке

36% удаленщиков в апреле 2020
54% удаленщиков в марте 2021

переход школы на дистант

63%

родителей считали успешным,
17% – неуспешным

онлайн-учеба ребенку, по мнению родителей,

64% нравилась меньше очной,
18% нравилась больше

дети по живому общению с одноклассниками

81% скучали, 10% не скучали

ЧТО МЫ ИЗУЧАЕМ И ЧТО УЗНАЛИ

РАБОТА

Из-за перемен, вызванных ограничительными мерами, у значительной доли россиян существенно **изменился привычный рабочий распорядок**. У одних это был переход на удаленку, у других – полная или частичная потеря работы. Мы выделили четыре группы по типу занятости в период пандемии: **«новые безработные» (4% от всех опрошенных на конец апреля 2020), отправленные в вынужденный отпуск (15%), работавшие, как раньше (21%),** и **удаленщики (10%)**. Посредством массовых опросов и интервью исследовались проблемы, с которыми столкнулись работники, и **адаптивные сценарии**, к которым они прибегли.

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Пандемия серьезно ударила по школьному образованию – из-за перехода на удаленный формат образовательная практика подверглась глобальным изменениям. Нас интересовала **реакция родителей школьников** (это большая группа – примерно 25–30% россиян) **и учителей** на **смену образовательных технологий при переходе на дистанционный формат обучения**, на **изменение привычного режима общения** учителей с учениками и школьников друг с другом. Родители делились впечатлениями о дистанте в ходе массовых опросов, а у учителей обычных общеобразовательных школ и так называемых элитных школ Москвы мы брали интервью.

ДОМ

переносили самоизоляцию
56% горожан легко

38%
тяжело

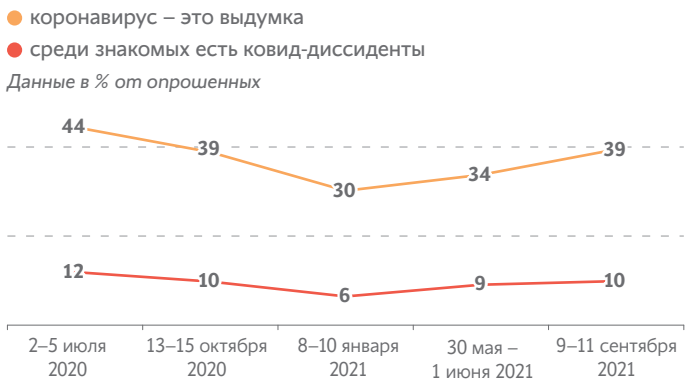
досугом на самоизоляции
39% были довольны,
51% недовольны

на самоизоляции
20% стали **больше есть**
13% – **больше спать**

В фокусе этого исследования – **перемены в жизни** людей из-за введения режима самоизоляции на первой волне пандемии. Что произошло с **бюджетом времени** россиян: сколько часов люди тратили на работу, домашние дела, досуг? Как самоизоляция отразилась **на семейных отношениях**? Еще одна любопытная тема – **досуговые практики** в условиях самоизоляции: от чего людям пришлось отказаться, а на что, напротив, нашлось время.

КОРОНАСКЕПТИКИ И КОВИД-ДИССИДЕНТЫ

Тема исследования – **портрет и аргументация** тех, кто отрицает реальность коронавируса либо считает, что болезнь далеко не так опасна, как утверждают эксперты, власти и СМИ. Вопреки ожиданиям, характерным для начальной поры пандемии, с ростом ее масштабов **ковид-диссидентство не сошло на нет**: его адепты оказались во многом невосприимчивы ни к статистическим показателям, ни к драматическим или трагическим историям своих знакомых.



прививки от коронавируса считают

51%
эффективными,
32% неэффективными
52% безопасными, **32**% опасными

отнеслись бы к обязательной вакцинации 47% положительно,
47% отрицательно

ВАКЦИНАЦИЯ ОТ COVID-19

В поле нашего внимания здесь – восприятие россиянами кампании по вакцинации от ковида. Мы выявили **группы**, отреагировавшие на нее **особенно настороженно**, рассмотрели **мотивы противников вакцинации** и некоторые факторы, частично нейтрализовавшие усилия властей и СМИ по агитации в ее поддержку. Нас интересовало отношение к **реакции на принуждение прививаться** и другие аспекты этой темы, исследования которой продолжаются.

Раздел «Новый образ жизни» на сайте covid19.fom.ru

Экономика и пандемия

КОМАНДА
Наталья Гашенина, Людмила Преснякова

Людмила Преснякова

В нашем фокусе – **простой российский «человек экономический».** В условиях пандемии он (или она) думает, как заработать денег, что сберечь, а сколько и на что потратить, как взять кредит и как его отдать, – словом, решает каждодневные бытовые финансовые задачи, исходя из своих материальных возможностей, уровня финансовой грамотности, жизненных обстоятельств, экономической атмосферы. **Выявить и зафиксировать переживание обычными россиянами экономических последствий пандемии** было важно для нас самих, для других социальных исследователей, для истории.

ЧТО И КАК МЫ ИЗУЧАЕМ

51%
россиян сообщили **о снижении доходов** из-за пандемии в первый ее месяц

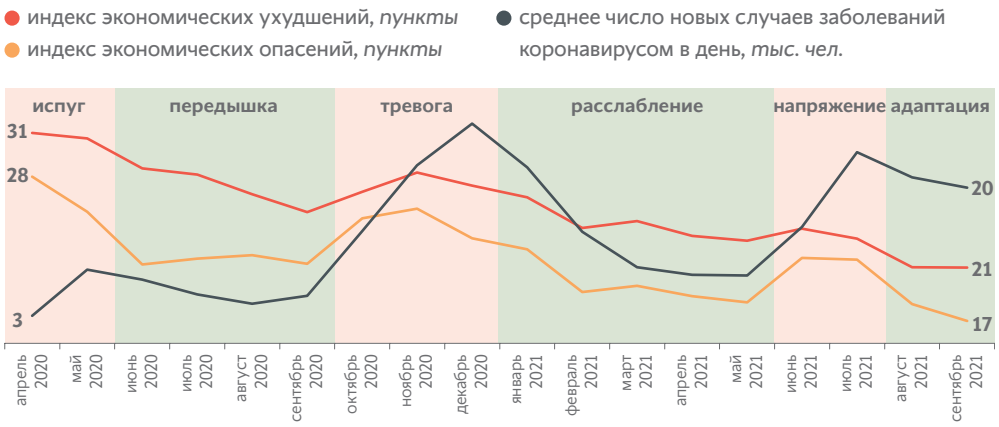
Пандемия коронавируса сломала **финансовую повседневность россиян**. В одной точке сошлись сразу несколько факторов: экономические проблемы, стремительное распространение опасного вируса, против которого поначалу не было ни лекарств, ни вакцин, и карантинные меры, ограничивавшие возможности зарабатывать и тратить.

Ключевые исследовательские вопросы нашего направления – как **последствия пандемии** ощущались людьми в их жизни, как они **влияли на их финансовое поведение и установки**?

К пандемии люди подошли с очень разными исходными позициями, поэтому вполне ожидаемо, что она по-разному сказалась на благосостоянии разных социальных слоев. Нас интересует не только население в целом, но и отдельные группы. В ходе опросов финансово-экономической тематики, которые инФОМ проводит инициативно, а также по заказу Банка России, мы изучаем переживания экономических последствий пандемии в трех ключевых сферах жизни россиян: материальное положение, работа и потребление.

5%
россиян в начале пандемии **лишились** из-за нее **работы**

Фазы переживания пандемии



46%
работников беспокоились о **возможной потере работы** в течение пандемии

ЧТО МЫ УЗНАЛИ

- Острее всего **проблемы с деньгами** и **работой** россияне чувствовали **в самом начале пандемии**. Затем тревожность и негативные оценки ситуации снижались, чтобы снова расти на фоне новых волн заболеваемости. Причем **в каждую новую волну масштаб тревоги оказывался меньше**, чем в предыдущую, – люди адаптировались к ситуации.

- Пандемия неравномерно била по разным социальным группам. **Сильнее всего пострадали наименее обеспеченные слои населения**, которые до сих ощущают последствия снижения доходов и проблем с работой.

- **Работающие пострадали сильнее** по сравнению с неработающими, **особенно пенсионерами**: первые испытывали проблемы и с занятостью, и с зарплатой, в то время как вторые получали фиксированный доход в виде пенсии. Главными жертвами увольнений оказались работники частных предприятий, они же чаще теряли в доходах.

- Коронакризис и в эпидемическом, и в финансовом отношении гораздо **сильнее отразился на городском населении**, нежели на сельских жителях.

8%
потратили все свои **сбережения** в первые месяцы пандемии

- Пандемия – парадоксальный кризис. С одной стороны, она ударила по бизнесу, что, в свою очередь, ударило по рабочим местам и зарплатам. С другой стороны, ограничения и локдауны **приостановили «потребительскую гонку»** – и людям удалось сберечь, не потратить деньги. Кого-то это просто спасло на фоне потери работы, а кто-то приумножил свое благосостояние и инвестиции.

- Переживание россиянами экономических последствий пандемии имеет несколько фаз, тесно связанных с эпидемической ситуацией. В самом ее начале, в фазе **«испуга»** (конец марта – май 2020), тревоги по поводу текущей ситуации и опасения относительно будущего были максимальными. Затем (июнь – сентябрь 2020) снизилась заболеваемость, появились первые обнадеживающие новости про вакцины, основные ограничения были сняты и жизнь начала возвращаться в привычное русло – наступила **«передышка»**, и пошла на спад тревожность. Уже в октябре 2020 года наступила фаза новой **«тревоги»** – оценки ситуации вновь ухудшились на фоне второй волны пандемии и ускорения инфляции. Однако в январе 2021 года наступило **«расслабление»**, беспокойство снижалось, и к маю все индикаторы опустились. Пятая фаза – **«напряжение»** – началась на фоне очередной волны пандемии в июне 2021 года, но на этот раз тревожность не достигла предыдущих уровней. Она оказалось довольно короткой – уже в августе началась фаза **«адаптации»**: несмотря на то, что уровень заболеваемости оставался высоким, настроения россиян улучшились, и все показатели опасений были на минимумах. И хотя новые волны пандемии приносят новые тревоги, происходит постепенное привыкание к жизни в условиях пандемии.

Раздел «Экономика и пандемия» на сайте covid19.fom.ru

Отчеты инФОМ на сайте Банка России

Медики и пандемия

КОМАНДА
Лидия Жур, Лев Калиниченко, Катерина Кожевина, Мария Перминова

Катерина Кожевина

Исследовать жизнь и работу медиков во время пандемии – это **эмоциональная работа**. Во время интервью мы чувствовали, как непросто специалистам бороться с новым вирусом, сопереживали им. Изнуряющие смены, неудобные костюмы, неопределенность и огромная ответственность. Поэтому **нам было важно сохранить истории медиков, рассказать о них другим людям,** поддержать словом.



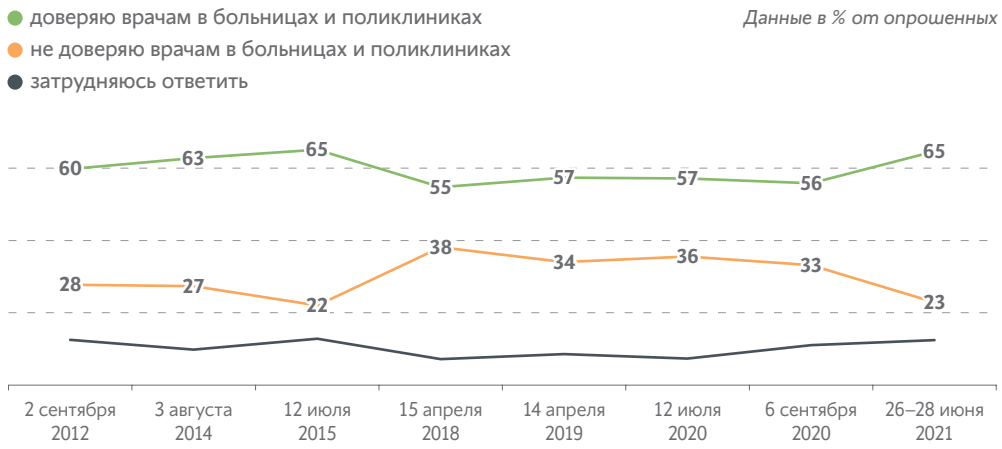
ЧТО И КАК МЫ ИЗУЧАЕМ

Мы выясняем, как пандемия **изменила представления о медиках** в разных социальных кругах и представления медиков о самих себе.

В 2020–2021 годах команда ФОМа взяла более 80 интервью у медицинских работников разных специальностей о том, как поменялась их жизнь во время пандемии. В беседах нередко поднимались темы **выгорания, тяжелых условий труда** и **встреч со смертью**. Но все чаще вставали глубинные вопросы о роли медиков.

- Что они чувствуют, оказавшись под лучами софитов?
- Поменялись ли в экстремальной ситуации их взгляды на собственное призвание?
- Какими они видят свои отношения с близкими, пациентами и государством?

Кроме интервью, в июне 2021 года был проведен телефонный опрос о восприятии медиков в обществе, в котором приняли участие 1548 респондентов. Опрос затрагивал такие темы, как доверие врачам в больницах и поликлиниках, оценка их работы до и во время пандемии, героизм и профессиональное призвание медиков, а также их ответственность за здоровье человека.



2012–2019 годы поквартирный, 2020 год – телефонный «ФОМнибус», 2021 год телефонный спецопрос.

Если в 2020 году **доверяли** медикам

56%

и показатель держался на этом уровне на протяжении последних нескольких лет, то к середине 2021 года он **резко вырос** – до

65%

ЧТО МЫ УЗНАЛИ

- Общественное мнение о медиках изменилось в лучшую сторону – **их стали считать героями**. Но не все врачи отреагировали на это положительно. Ярлык героя может оказывать давление на медиков, требовать от них поведения, угрожающего их собственному психическому и физическому здоровью.

- В ситуации неопределенности **медики отказывались от партнерской модели коммуникации**, когда врач и пациент договариваются о путях лечения. Чтобы выиграть время, им приходилось выбирать патерналистскую модель, когда вся ответственность лежит на медике.

- Необходимость принимать решения в ситуации неопределенности вызывала у медиков тревогу за свое будущее. Они испытывали **страх**, что после окончания пандемии **их начнут обвинять во врачебных ошибках**.

- Борьба с общим врагом сплотила медиков разных специальностей, но в то же время появилось **негласное разделение на «фронтовиков»** – из красных зон и **«тыловиков»** – из чистых.

- **Перегрузки** ощущают и те, кто ушел в красную зону, и те, кто остался на своих местах. Первые вынуждены работать в тяжелых условиях с риском заразиться. Вторые сдерживают перекосившуюся систему здравоохранения, когда все ресурсы, включая человеческие, брошены на борьбу с ковидом.

- Пандемия стала настоящим испытанием не только для самих медиков, но и для их семей. Тревога за здоровье обостряла отношения между родственниками. Для кого-то **медики стали семейными героями**, их решение бороться с ковидом или работать с повышенным риском заразиться нашло поддержку и одобрение. Для кого-то, напротив, это решение стало яблоком раздора. Близкие уговаривали врачей и медсестер отказаться от опасной работы.

- Смена специализации поставила перед многими медиками вопрос о профессиональной идентичности. Врачи привыкли быть экспертами в своих областях, но из-за пандемии были вынуждены работать с новой болезнью, часто в статусе стажеров и начинающих специалистов. Медики опасаются, что коронавирус **значительно затормозил их развитие в изначально выбранных профессиональных сферах**.

- В то же время для молодых специалистов **пандемия стала профессиональным лифтом**. Студентов крайне редко допускают к пациентам, только в случае возникновения дефицита медицинских ресурсов, а в пандемию у многих появилась возможность устроиться в больницы и набраться клинического опыта, который невозможно было получить в «мирное» время.

Раздел «Медики и пандемия» на сайте covid19.fom.ru

Корпорации и пандемия

КОМАНДА
Екатерина Богомолова, Юлия Кот, Екатерина Никифорова, Елена Петренко

Елена Петренко

Получив «прививку» от властей в виде локдауна и введения QR-кодов, предприниматели приобрели своего рода иммунитет. У бизнеса появились наработанные схемы, просчитанные ходы. Мы **выявляем и обобщаем опыт усиления компаний в условиях кризиса**.

ЧТО И КАК МЫ ИЗУЧАЕМ

▸ Антихрупкость
способность организма или структуры (государства, организации, бизнеса) извлекать выгоду из неудач, совершенствоваться под воздействием стрессов
Нассим Талеб

Мы исследуем **успешные бизнес-практики** и обобщаем их, чтобы передать этот опыт другим представителям бизнес-сообщества в виде **практических рецептов**.

К осени 2021 года 70 руководителей и владельцев бизнесов рассказали нам о способах адаптации к новым условиям, важнейших аспектах личной эффективности, менеджмента команды, успешных коллаборациях.

На примере успешных кейсов мы рассматриваем свойства антихрупкости, которые проявились у компаний в пандемию, и предлагаем руководителям компаний, ознакомившись с этими примерами, **найти свой путь к антихрупкости**.

ЧТО МЫ УЗНАЛИ

21%
предпринимателей – участников Панели малого бизнеса ФОМа говорили о **пользе от пандемии**.

Один из **главных** полезных эффектов – **внедрение в работу интернет-технологий (5%)**

СПОСОБЫ АДАПТАЦИИ

Режим самоизоляции и ограничения в работе спровоцировали **возникновение новых бизнес-процессов** и **трансформацию старых**. История адаптации каждой компании уникальна, но мы попытались обобщить их и выделили шесть основных подходов, позволивших им удержаться на плаву:

1) отказ от неработающих активов
2) рестарт после снятия ограничений
3) развитие онлайн-присутствия
4) разработка новых продуктов или услуг
5) поиск новых ниш
6) работа без кардинальных изменений

КОЛЛАБОРАЦИИ И ПАРТНЕРСТВА

Общение с теми, кто испытывает похожие трудности, помогает найти выход из кризиса. Модель выживания – это уже не закон джунглей, когда каждый сам за себя, – **перед общим вызовом бизнесы готовы сплотиться**. Совместные проекты помогли увеличить продажи, привлечь новую аудиторию, повысить лояльность клиентов.



КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

Одним из **факторов успеха** компании и ее способности выжить в кризис является **система ценностей, разделяемая всеми участниками команды.** Корпоративная культура выступает зачастую незаметным, но важным условием успешности и выживаемости организаций. В кризис именно сила и уникальность корпоративной культуры помогли руководителям сплотить команды, повысить продуктивность и вдохновить сотрудников на дальнейшее развитие.

СВОЙСТВА АНТИХРУПКОГО БИЗНЕСА

1. **Умение избавляться от хрупких составляющих бизнеса.** Позволяет перераспределить силы и сфокусироваться на развитии более перспективных направлений.

2. **Инновативность: новые направления бизнесов и новые ниши.** Кризис – это не только серьезные риски, но и возможность посмотреть на свой бизнес под другим углом, найти идеи для повышения его устойчивости и зоны роста.

3. **Ресурсность.** Ресурсами могут быть финансовая подушка, команда, доверительные отношения с партнерами, разнонаправленность деятельности. Проявляют антихрупкость, например, компании, где к тратам относятся бережно, а сотрудников регулярно обучают.

4. **Постоянное совершенствование продуктов и услуг. Не наращивать свою антихрупкость за счет хрупкости других.** Некоторые компании были вынуждены закрыться. Однако представители устоявших организаций отмечают, что снижение конкуренции – это не повод расслабляться. Во главу угла они ставят качество товаров и услуг, внимательно относятся к обратной связи от клиентов.

5. **Подход «бирюзовых организаций».** Он основан на принципах самоуправления, взаимной поддержки и общих ценностей. При таком подходе вся команда хорошо понимает ситуацию, сплачивается в кризис и находит решение проблем.

6. **Оптимистичное отношение к изменениям. Каждая ошибка / стрессовая ситуация – полезный урок.** Сталкиваясь с, казалось бы, непреодолимыми обстоятельствами, в антихрупких компаниях находят нетривиальные подходы, создают новые алгоритмы и технологии решения бизнес-задач.

7. **Умение сотрудничать, выстраивать коллаборации.** Создание коллабораций облегчило жизнь многим компаниям: помогло увеличить продажи, привлечь новую аудиторию, повысить лояльность клиентов. Чем ближе отношения с партнерами, тем проще вместе выйти из кризиса.

Раздел «Корпорации и пандемия» на сайте covid19.fom.ru

Малый бизнес и пандемия

КОМАНДА
Наиля Абдулхаерова, Евгения Болонина, Роман Бумагин, Лейла Васильева, Ефим Галицкий, Иван Грибов, Анастасия Егорова, Тимур Османов, Юлия Османова, Елена Самкович, Екатерина Седых

Евгения Болонина

Мы изучаем и описываем состояние малого бизнеса в новой социальной реальности, но не только как теоретики-исследователи. Наши усилия во многом направлены на **практическое применение полученных результатов** как самими предпринимателями, так и институтами развития предпринимательства, государством.

ХРОНОЛОГИЯ ПРОЕКТА

09.2020
Доклад «Краш-тест малого бизнеса»

12.2020
Запуск Панели малого бизнеса (ПМБ) ФОМа

04.2021
Опрос «Общество и бизнес»

06.2021
Запуск Лонгитюда малого бизнеса (на ПМБ)

07.2021
Опрос «Государство и бизнес»

09.2021
Опрос экспертов-предпринимателей об уроках пандемии (на ПМБ)

11.2021
Доклад «Уроки пандемии для малого бизнеса»

> Ну, вот тот сюр, который происходит вокруг, мне периодически напоминает то, что происходит на съемочных площадках. Вот все то, что выглядит достаточно фундаментально, обычно держится на скотче.
>
> ***Реплика участника исследования***
> Из доклада «Краш-тест малого бизнеса», 2020

ЧТО МЫ ИЗУЧАЕМ

В марте 2020 года разрушились правила игры, действовавшие десятилетиями в общественной и экономической жизни. Предприниматели столкнулись с новой реальностью, в которой всему пришлось учиться заново. ФОМ изучает **последствия пандемии для бизнеса и жизни предпринимателей.** Малый бизнес и пандемия – направление проекта коронаФОМ, к концу 2020 года выросшее в самостоятельный проект **Социология малого бизнеса (СМБиз)**, который ФОМ ведет совместно с Партнерами и экспертами.

ИССЛЕДОВАНИЯ В РАМКАХ ПРОЕКТА СМБИЗ

- **Структура малого бизнеса** – ежегодный анализ изменений показателей компаний-участников Панели малого бизнеса ФОМ.
- **Проблемы** – изучение проблем, с которыми сталкиваются компании малого бизнеса.
- **Малый бизнес и общество** – изучение отношения к предпринимателям в обществе и представлений самих предпринимателей о том, как к ним относятся.
- **Малый бизнес и государство** – изучение отношения предпринимателей к государству, мерам поддержки малого бизнеса, контроля и проч.
- **Психология малого бизнеса** – изучение идентичности, мотивов, характеров предпринимателей, их групповых эмоций и образов будущего.
- **Беседы о малом бизнесе** – обсуждение тематики малого бизнеса с экспертами.

Исследования показывают: из-за пандемии вести бизнес становится сложнее. При этом почти половина россиян считают, что предприниматели оказывают на жизнь в стране большое влияние.

ФОМ

ЧТО МЫ УЗНАЛИ

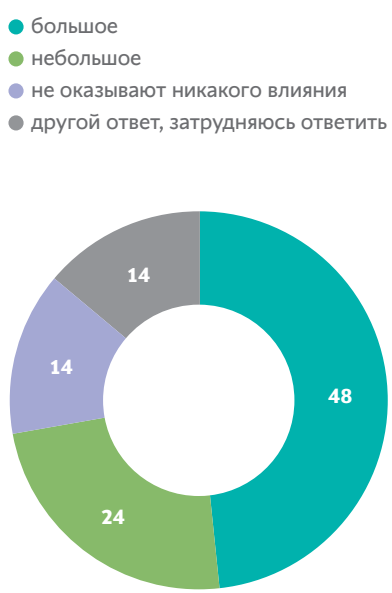
8%
предпринимателей считают, что положение малого бизнеса в России в ближайшие полгода-год **улучшится**, 52% считают, что оно ухудшится, 36% изменений не ожидают.
Опрос «Государство и бизнес» (июль 2021)

Как предприниматели оценивают влияние пандемии на работу своего предприятия, %



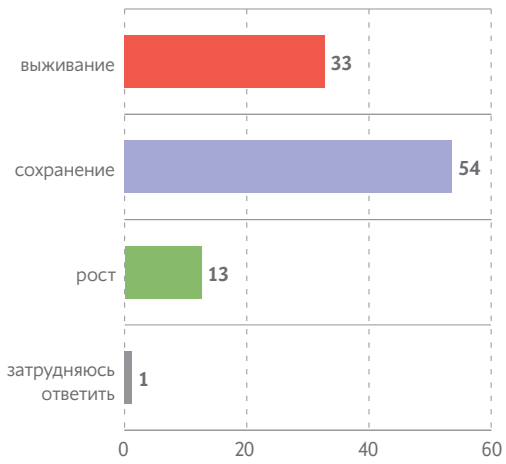
Панель Малого Бизнеса ФОМа (декабрь 2020 – октябрь 2021)

Оценка влияния предпринимателей на жизнь в нашей стране, %



Опрос «Общество и бизнес» (апрель 2021)

Как предприниматели характеризуют свою бизнес-стратегию, %



Лонгитюд малого бизнеса, первый квартал 2021 (июль 2021)

Эти и другие результаты исследований представлены на сайте проекта СМБиз

Социальные мыслители и пандемия

КОМАНДА
Лидия Лебедева, Лариса Паутова, Радик Садыков

Лариса Паутова

к-Беседы помогали **осмыслять происходящие изменения вместе с нашими собеседниками,** находить модели интерпретации действительности и адаптироваться к быстро меняющемуся миру. Каждая беседа – это огромная ответственность и вдохновляющий опыт, который оказывал влияние на наши собственные взгляды и убеждения.

34%
признают, что пандемия в целом сильно повлияла на их жизнь, 37% оценивают ее влияние как слабое, **только четверть,** 25%, уверяют, что она вообще не оказала на них влияния

коронаБеседы (к-Беседы) – это разговоры с социальными мыслителями об изменениях в условиях и образе жизни людей, их повседневных практиках, о социально-психологическом восприятии пандемии. Задача этих бесед – **внести вклад в процесс упорядочивания и рефлексии происходящих пандемических событий**, помочь всем нам разобраться в том, что изменилось и что не изменилось в мире с приходом коронаВируса.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ К-БЕСЕД

- **Обострение различных форм неравенства**
  Речь идет об экономическом, региональном, гендерном, возрастном неравенстве, а также неравенстве по наличию недвижимости, наличию или отсутствию детей, в сфере труда или по уровню социального капитала.
- **Роль государства в регулировании образа жизни граждан**
  Наши собеседники обращали внимание на острый конфликт между свободой индивида, его правом распоряжаться своей жизнью, здоровьем и его внутренним принятием или непринятием решений властей.
- **Кризис экспертного знания**
  Весной люди столкнулись с неизвестностью – неизвестный вирус, приносящий болезнь с непонятными последствиями. Требовалась кропотливая объяснительная работа, а вместо этого наблюдались хаос в экспертных мнениях и расцвет конспирологических теорий.
- **Последствия аврального введения удаленки в школах и вузах**
  Многие собеседники сошлись во мнении, что **формат удаленного образования возможен только как вынужденная и временная мера**. С одной стороны, очевидны плюсы онлайн-формата для научных семинаров, в которых могут принять участие желающие из разных точек страны и мира. С другой стороны, передача знаний сильно зависит от контекста, от отношений с одногруппниками, от налаживания неформальных связей и других нюансов личностного взаимодействия, которые, на первый взгляд, к образованию как таковому отношения не имеют.

36%
опрошенных придерживались мнения, что официальные средства массовой информации преувеличивают угрозу эпидемии коронавируса (*июль 2020 г.*)

- **Адаптация к формату удаленной работы**
  Многие собеседники рассуждали об этом через призму личного опыта. С одной стороны, как работники интеллектуального труда они отмечали свое **привилегированное положение**: есть привычка планировать работу из дома, причем работу в ненормированном режиме. С другой стороны, они говорили о том, что даже им было **крайне сложно адаптироваться**, потому что дома оказались и все члены семьи. Приходилось не только учиться разграничивать контекст работа – дом, но и по-новому распределять обязанности.

- **Гигиеническая настороженность и устойчивость повседневных практик**
  Пандемия еще раз подтвердила тот факт, что **поведенческие практики очень устойчивы**. Достаточно **сложно вводить в повседневную жизнь новые патерны**, например ношение маски в общественных местах или соблюдение дистанции в очереди. Еще сложнее соблюдать правила противоэпидемической безопасности без поддержки большинства.

- **Осознание связанности мира и общности проблем**
  Пандемия наглядно продемонстрировала общую мировую связанность и актуализировала важность решения глобальных проблем, в частности экологических. Люди увидели, что есть проблемы, от которых невозможно себя оградить.

49%
россиян считали, что ношение масок в общественных местах скорее помогает в профилактике распространения коронавируса, 35% придерживались **обратного мнения** (*июль 2020 г.*).

НАШИ СОБЕСЕДНИКИ


Наталья Зубаревич


Александр Филиппов


Симон Кордонский


Артемий Магун


Анна Темкина


Светлана Баньковская


Анатолий Вишневский


Павел Лукша


Дмитрий Рогозин


Даниил Александров


Борис Докторов


Петр Иванов


Игорь Задорин


Александра Архипова


Евгений Кузнецов


Марина Безуглова


Виктор Вахштайн


Глеб Кузнецов


Виталий Куренной


Сергей Медведев

...И МНОГИЕ ДРУГИЕ!

Раздел «к-Беседы» на сайте covid19.fom.ru

к-Дайджесты и ФОМ-Музей Пандемия в Сети

КОМАНДА
Ася Свешникова, Алина Соболевская

Алина Соболевская

Мне всегда нравилась эта цитата Чарли Чаплина: «Зеркало – мой лучший друг, потому что, когда я плачу, оно никогда не смеется». Так и в нашей работе с материалами из Сети о пандемии: они честно отражают то, что происходит, что нас волнует, о чем мы должны задуматься, чтобы успешно противостоять коронакризису во всех сферах жизни. Поэтому наша работа иногда бывает тяжелой и не позволяет нам закрыть глаза на неутешительные факты и печальные истории. Однако мы понимаем, что делаем важное дело: **создаем память о пандемии**, которая поможет нам самим и будущим поколениям быть более гибкими, адаптивными и смелыми в сложные времена.

БОЛЕЕ 200
Дайджестов написано командой направления. В них – все о пандемии: от работы, учебы и досуга до мемов, флешмобов и танцев на самоизоляции

ЧТО МЫ ИЗУЧАЕМ

к-Дайджесты проекта коронаФОМ – это исследовательская работа с целью показать, какое отражение получила пандемия в Сети. Наша задача – составить **яркую детальную картину** того, как коронавирус **поменял смыслы, устройство и качество человеческой жизни, а также создать ФОМ-Музей Пандемии в Сети (кратко – Музей ПандемиС)**, который станет инструментом памяти о пандемии и о том, как она изменила всех нас.

КАК МЫ ИЗУЧАЕМ

- С марта 2020 года каждую неделю команда **выбирает** определенные **темы** и собирает по ним в Сети **статьи, интервью, исследования, мемы** и **вирусные ролики**, показывающие, **как пандемия изменила эту сферу человеческой жизни.** Например, как она трансформировала правила работы и путешествий, отношения между людьми и модные тенденции, какие клипы снимали на самоизоляции звезды и как бренды адаптировали свои рекламные ролики к новым реалиям.
- На основе собранных материалов пишутся **к-Дайджесты** – публикации, в которых кратко и емко передана суть отобранных материалов и даны основные выводы по теме. Это своего рода отделение зерен от плевел: благодаря нашим дайджестам читатель может за 3 минуты узнать самое важное из материала длиною в 3 страницы.
- к-Дайджесты по текстам и по роликам объединяются в две коллекции, на основе которых появляются **экскурсии**, снабженные авторским комментарием – как от команды направления, так и от приглашенных экспертов из самых разных сфер.
- Венцом работы становится представление экскурсий в **ФОМ-Музее памяти о пандемии**, который приглашает в путешествие по новой реальности и показывает, как коронавирус изменил нас всех и как жить в этом новом мире.

Видеоролики, которые появились во время пандемии, мы назвали **социальными антителами** Общественного Иммунитета. Почему так? Потому что общество – это своего рода организм, и, как у всякого организма, у него есть свой Общественный Иммунитет для защиты, в том числе от коронавируса. И, как и всякий иммунитет, он вырабатывает антитела, но особого рода – социальные антитела. Например, видеоролики с информацией о том, **как бороться с инфекцией**, которые сами, как вирусы, разлетаются по Сети, потому что тысячи и миллионы людей **добровольно делятся** ими друг с другом.

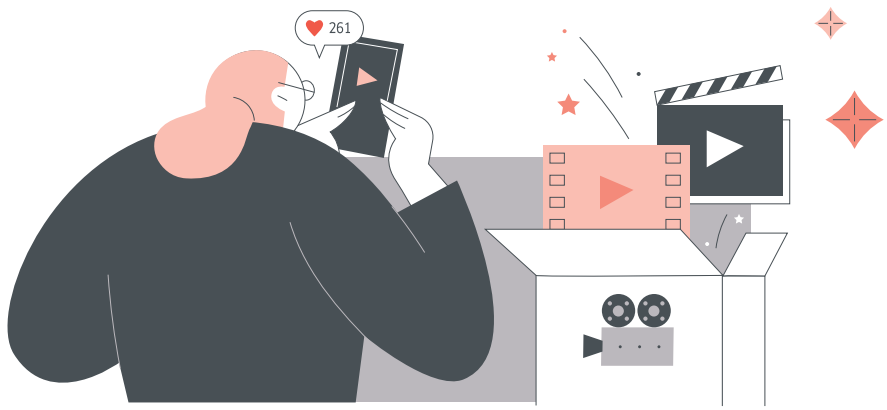
ЧТО МЫ УЗНАЛИ

- **Реакции** в Сети **на пандемию** могут быть **диаметрально противоположными**. Авторы одних статей описывают страхи и собирают неутешительную статистику, а другие говорят о том, как пандемия становится временем возможностей и учит нас самому главному – умению адаптироваться к кризису. Одни вирусные ролики рассказывают об опасности новых штаммов и показывает грустные виды пустынных карантинных городов, а другие видео продвигают духоподъемные флешмобы и помогают родителям справиться со сложностями онлайн-учебы.

- Возможность рассказать и показать свою историю – будь то кейс о выживании бизнеса во время локдауна или повествование о том, как восстановиться после коронавируса – **помогает людям получать поддержку** и переживать это сложное время. Сеть полна такими историями.

- **Помнить о пандемии важно**. Многие устали и хотят забыть ее как страшный сон, как только заболеваемость пойдет на спад. Однако уроки этого непростого времени навсегда останутся с нами, и мы можем извлечь из них ценный опыт, который в будущем сделает нас – людей – сильнее и устойчивее к кризисам и потрясениям.

- Собирать тексты и ролики о пандемии в Сети – это сложная исследовательская задача, потому как приходится бороться с инфодемией (засильем необъективной информации). Команда выработала **авторские критерии отбора материалов**, благодаря которым читатели к-Дайджестов и посетители Музея ПандемиС получают доступ именно к тем, которые содержат полезное знание о жизни в новой пандемической нормальности.



ФОМ

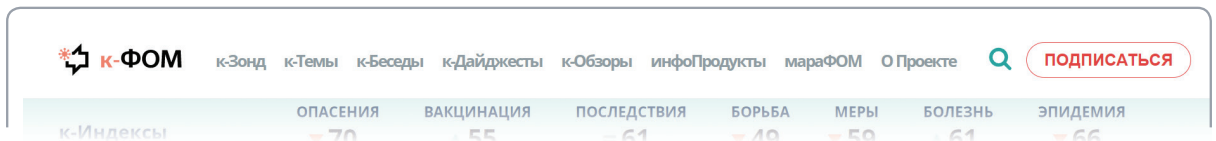
Раздел «к-Дайджесты» на сайте covid19.fom.ru

ФОМ-Музей ПандемиС

Коммуникации коронаФОМ

Сайт коронаФОМ

Результаты коронаФОМ открыты, размещаются на сайте **covid19.fom.ru**, распространяются по коммуникационным каналам, представлены на конференции мараФОМ.

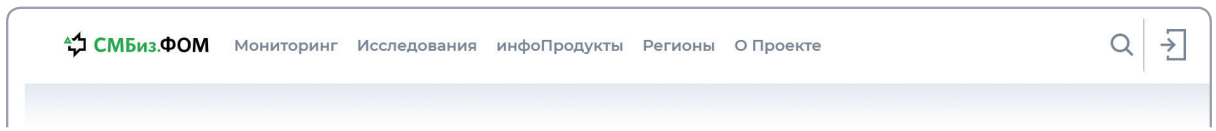


Разделы сайта коронаФОМ

- **к-Зонд** – динамические ряды Индикаторов (март – сентябрь 2020) и Тренд-индексов (октябрь 2020 – настоящее время), Мониторинг публикаций в социальных медиа.
- **к-Темы** – публикации по направлениям коронаФОМ: Образ жизни, Экономика, Медики, Корпорации, Малый бизнес
- **к-Беседы** – беседы с социальными мыслителями
- **к-Дайджесты** – коллекция артефактов сетевого фольклора: тексты и вирусные ролики
- **к-Обзоры** – аннотации материалов сайта для распространения через коммуникационные каналы (Telegram, Facebook, ВКонтакте, WhatsApp, Яндекс.Дзен, email-рассылки)
- **инфоПродукты** – результаты коронаФОМ в виде книг, презентаций, выступлений, целевых подборок материалов
- **мараФОМ** – материалы гибридной (онлайн – офлайн) конференции в виде еженедельных Сессий (май – июнь 2021), посвященных Направлениям коронаФОМ, с участием авторов коронаФОМ и приглашенных исследователей и экспертов
- **О Проекте** – лента ежедневных коротких сообщений о результатах коронаФОМ

Проект СМБиз – Социология малого бизнеса

В 2021 году на «стволе» коронаФОМ возникла «ветка» – **Проект СМБиз** со своим сайтом **smbiz.fom.ru**, где с октября 2021 года размещаются, кроме всего прочего, материалы направления Малый бизнес и пандемия.



Методы коронаФОМ

ИССЛЕДОВАНИЯ

домоФОМ опросы по месту жительства населения России / Региона

телеФОМ опросы по телефону населения России / Региона / Базы респондентов

мегаФОМ опросы по месту жительства / телефону сразу во всех субъектах РФ

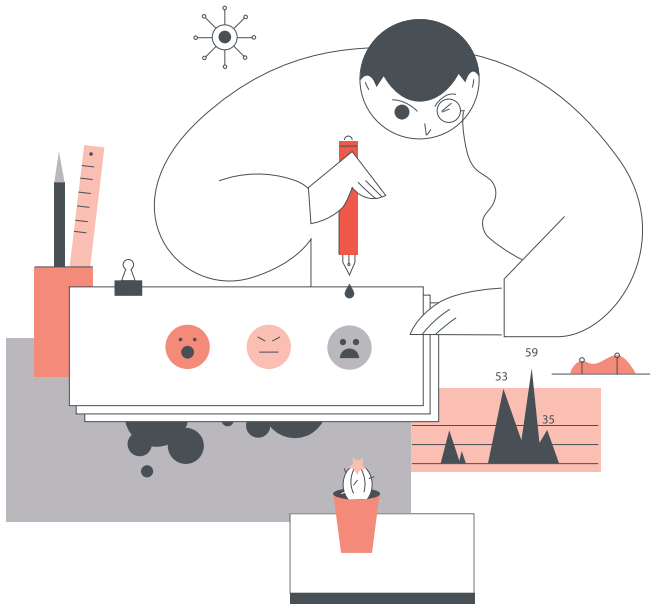
фастФОМ ежедневный телеФОМ со сменными блоками анкеты

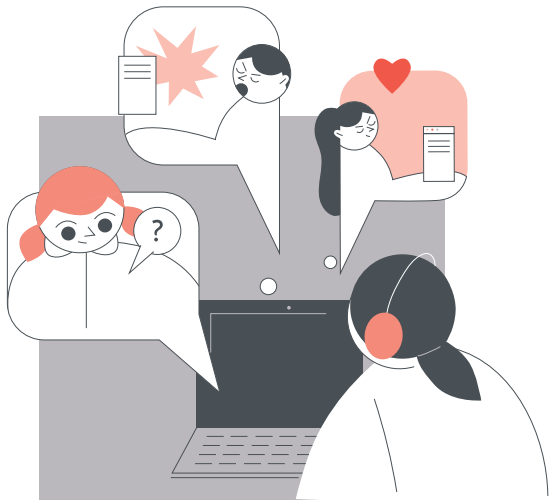
сетеФОМ опросы в режиме самозаполнения онлайн-анкет Базы респондентов

микроФОМ фокус-группы, глубокие интервью

смартФОМ беседы и групповые сессии с экспертами

датаФОМ совокупность всех первичных и табличных данных опросов





КОММУНИКАЦИИ

мараФОМ
длительная конференция в виде последовательности тематических Сессий в гибридном (онлайн – офлайн) формате

клаудФОМ
совокупность всех ФОМ-контактов как основа для адресных коммуникаций и других видов партнерских отношений

ФОМ

с 1992 ФОМ

занимается социологическим изучением **важнейших** для российского общества **проблем, явлений, событий**

Сегодня **ФОМ** – это общий бренд для **НКО Фонд Общественное Мнение (Фонд ОМ) и ООО Институт Фонда Общественное Мнение (инФОМ).**

Основная ФОМ-деятельность – это непрерывное и регулярное изучение общественного мнения с использованием репрезентативных опросов населения, фокус-групп и глубоких интервью.



Эта работа охватывает и **актуальные темы** текущей общественной повестки дня, и более глубокие темы, затрагивающие ментальные основы общественного мнения.

Методологию таких исследований можно охарактеризовать как «понемногу обо многом», а их результаты публикуются на сайте **fom.ru.**

Наряду с изучением общественного мнения ФОМ реализует **большие тематические Проекты,** в которых совмещаются тематические социологические исследования с построением коммуникаций для доставки результатов целевым группам

2014 – наст. время	**Заповедник: Антропология «далеких мест»** zapovednik.fom.ru
2015–2016 годы	**краудСпейс: Краудсорсинг идей и решений** crowd.fom.ru
2017–2018 годы	**Здрав.ФОМ: Удивительное здравоохранение** zdrav.fom.ru
2019 год	**ЗоЗ.ФОМ: Забота о здоровье** zoz.fom.ru
2020 – наст. время	**коронаФОМ: Социальная реальность пандемии** covid19.fom.ru
2021 – наст. время	**СМБиз: Социология малого бизнеса** smbiz.fom.ru

ФОМ

123022 Москва,
ул. Рочдельская,
д. 15, стр. 16А
тел.: +7 (495) 653-82-32
факс: +7 (495) 653-82-02
www.fom.ru
fom@fom.ru