

Psychology of a crisis

Source link: [CERC: Psychology of a Crisis](#)

Translation to: Russian

Кризисная психология

CERC: Психология кризиса

Пояснения улучшенной читаемости к иллюстрациям для людей со сниженным зрением можно найти в приложении “Пояснения улучшенной читаемости к иллюстрациям” на последней странице.

В этой главе будут представлены:

- Четыре способа обработки информации людьми в кризисной ситуации
- Психические состояния в кризисе
- Поведение в кризисе
- Негативная викарная репетиция
- Психология в ритме CERC

Кризисы, чрезвычайные ситуации и катастрофы случаются в нашей жизни. Катастрофы отличаются от личных и семейных чрезвычайных ситуаций не только масштабом. Катастрофы, уносящие человеческие жизни, также влекут за собой перемены, высокий уровень неопределенности и сложности. [1]

В чрезвычайной ситуации люди воспринимают информацию, обрабатывают ее и воплощают в действие иначе, чем в обычное время. [2] [3] Как отдельные люди, так и группы могут обостренно реагировать на сообщения. Некоторые люди возвращаются к упрощенным схемам мышления или начинают действовать под влиянием инстинктов (так называемый эффект «бей или беги»).

Эффективная кризисная коммуникация — не попытка массовой психотерапии и не волшебное зелье, которое решает все проблемы. Однако, чтобы уменьшить психологические последствия кризиса, важно помочь затронутым им людям действовать так, чтобы снизить риск негативных последствий.

В этой главе мы кратко опишем, чем отличается обработка информации людьми во время кризиса, какие психические состояния и модели поведения обычно проявляются в кризисных ситуациях, как различаются психологические последствия в разных фазах кризиса и как лучше общаться с людьми во время этих меняющихся ментальных состояний.

Четыре способа обработки информации людьми в кризисной ситуации

Понимая, как люди воспринимают информацию во время кризиса, можно лучше спланировать общение с ними.

Вот что происходит во время кризиса.

Мы упрощаем получаемую информацию [4]

В условиях сильного стресса и возможной информационной перегрузки мы, как правило, упускаем из виду нюансы сообщений, имеющих отношение к нашему здоровью и безопасности, в том числе:

- Воспринимаем информацию не в полном объеме из-за неспособности учитывать одновременно множество фактов.

- Запоминаем меньше информации, чем обычно.

- Неверно интерпретируем неясные указания.

Чтобы справиться с кризисной ситуацией, многие люди отказываются от логического и аргументированного подхода к принятию решений. Вместо этого мы полагаемся на устоявшиеся привычки и модели поведения. Мы также с большей легкостью следуем плохим примерам других.

Используйте простые сообщения.

Мы крепче держимся за сложившиеся убеждения [5] [6]

Оповещения во время чрезвычайной ситуации иногда требуют сделать что-то вроде бы нелогичное, например, эвакуироваться, даже если никаких погодных коллизий не наблюдается.

Трудно менять устоявшиеся убеждения во время кризиса или чрезвычайной ситуации. Сложившиеся убеждения часто очень сильны, и их нелегко изменить. Мы склонны не искать доказательств, противоречащих нашей сложившейся картине мира.

Мы также склонны подгонять любые противоречивые или неясные сообщения под уже существующие убеждения. Например, мы можем сказать себе: «Я знаю, что мой дом — безопасное место». Однако перед надвигающимся ураганом эксперты могут порекомендовать нам эвакуироваться из небезопасного места и укрыться в более прочном и безопасном здании. Подразумевается, что мы должны покинуть наш дом в поисках более безопасного убежища, но мы с легкостью неправильно толкуем рекомендацию, чтобы она соответствовала нашим нынешним убеждениям. Ход мыслей в такой ситуации прост: «Мой дом крепок и надежен. Я всегда был в безопасности в своем доме. Во время прошлого урагана мы эвакуировались, а он прошел к северу от нас. Я

просто никуда не поеду». Сталкиваясь с чрезвычайной ситуацией, непонятно чем грозящей, мы иногда вынуждены полагаться на мнение специалистов, которых не знаем. Более того, часто авторитетные специалисты расходятся во мнениях относительно уровня угрозы, рисков и соответствующих советов. Это еще больше усиливает нашу неуверенность и страх. Мы с большей вероятностью воспользуемся советом надежного источника, с которым знакомы, даже если этот источник не имеет опыта работы в чрезвычайных ситуациях и предоставляет неточную информацию.

Сообщения должны исходить из надежного источника.

Мы ищем дополнительную информацию и мнения [7] [8]

Мы запоминаем то, что видим, и склонны верить в то, что испытали. Во время кризисных ситуаций мы ждем дополнительного подтверждения официальных коммуникаций, прежде чем начать действовать.

Вы можете поймать себя или других людей на следующем:

- Вы переключаете телевизионные каналы, чтобы посмотреть, повторяется ли то же самое предупреждение где-то еще.
- Пробоуете позвонить друзьям и родственникам, чтобы узнать, слышали ли они такие же сообщения.
- Обращаетесь за советом к известному и пользующемуся доверием главе местного сообщества.
- Проверяете несколько социальных сетей, чтобы узнать, что говорят ваши контакты.

Когда рекомендуется эвакуация, мы, прежде чем принимать решение, как правило, смотрим, эвакуируются ли наши соседи. Искать подтверждения прежде, чем начать действовать — очень распространенная модель поведения во время кризиса.

Будьте последовательны в своих сообщениях.

Мы верим первому услышанному сообщению [9]

Во время кризиса скорость реагирования чрезвычайно важна для снижения негативных последствий. При отсутствии информации мы иногда начинаем строить догадки и заполнять информационные пробелы. Это часто приводит к распространению слухов.

Первое сообщение, дошедшее до нас, принимается нами на веру, даже если за ним следует более точная информация. Когда становится доступной новая, возможно, более полная информация, мы сравниваем ее с первыми услышанными сообщениями.

Учитывайте специфику обработки информации в состоянии стресса, когда будете общаться с людьми в кризисной ситуации. Сообщения должны быть **простыми, достоверными и последовательными**. Скорость также очень важна для эффективной коммуникации в чрезвычайных ситуациях. Эффективная коммуникация должна соответствовать следующим правилам:

- Повторяться.
- Исходить из нескольких заслуживающих доверия источников.
- Давать конкретную информацию по поводу переживаемой чрезвычайной ситуации.
- Предлагать положительный и выполнимый план действий.

Публикуйте точную информацию и как можно скорее.
--

Психические состояния в кризисе

Во время стихийного бедствия люди переживают целый спектр эмоций. В таких ситуациях психологические барьеры мешают правильно реагировать и содействовать мерам спасения. Осуществляя коммуникацию во время кризиса, ожидайте от населения определенных моделей поведения, описанных ниже, и понимайте, что эти модели влияют на коммуникацию.

Существует ряд психологических барьеров которые могут помешать населению правильно реагировать и выполнять инструкции служб спасения. При общении с человеком, находящимся в кризисной ситуации, вы можете устранить эти барьеры, если будете признавать право собеседника на определенные чувства, сопереживать ему и проявлять честность по отношению к нему.

Неопределенность

К сожалению, во время кризиса очень много неопределённости, особенно в начале. Могут быть неясными такие важные детали, как масштабы кризиса, причины катастрофы и возможные шаги к спасению. Эта неопределенность осложняет задачу даже для самого эффективного коммуникатора.

Чтобы снизить тревогу, люди ищут информацию, желая понять, какие у них есть варианты, и подтвердить или опровергнуть свои убеждения. В кризисной ситуации люди

могут предпочесть знакомый источник информации более точному, но менее знакомому. Они могут игнорировать слишком неприятную или ошеломительную информацию.

Лидеров общин и сотрудников общественных служб обычно учат говорить уверенно, даже когда они уверенности не испытывают. С одной стороны, это может внушать доверие, но с другой, чрезмерная уверенность в речи лидера может иметь негативные последствия. Важно помнить: вы обращаетесь к населению не для того, чтобы слишком его успокоить. Нужно, чтобы люди в меру беспокоились, сохраняли бдительность и принимали все необходимые меры предосторожности.

Признайте неопределенность. Признайте наличие неопределенности в ситуации, в которой находятся ваши слушатели, посочувствуйте им и расскажите, что собираетесь делать, чтобы держать их в курсе развития ситуации.

Это поможет людям справиться с тревогой. Например: “Я не могу на данный момент объяснить, почему люди в нашем городе внезапно умирают, но могу рассказать, что мы делаем для выяснения причин. Вот что мы предприняли в первую очередь...”

Расскажите слушателям:

- Что известно на данный момент
- Что неизвестно на данный момент
- Что вы делаете, чтобы получить сведения о ситуации

Мы можем надеяться на определенные результаты, но не можем обещать, что добьемся их. Не обещайте то, что находится вне вашего контроля, например: “мы собираемся поймать злодеев, которые это совершили”. Пообещайте то, в чем можете быть уверены, например: «мы бросим все силы на поимку злоумышленников (или на остановку распространения болезни, или на предотвращение дальнейшего ущерба от наводнения)». Бывший мэр Нью-Йорка Рудольф Джулиани предостерегал: «Обещайте только тогда, когда уверены. Это правило настолько очевидно, что я не упоминал бы его, если бы только не видел, как руководители регулярно его нарушают» [10]. Обещать результат, который вам не подконтролен, в самом начале кризиса может быть опасно, особенно если вы несете ответственность за устранение проблемы. Никогда не обещайте добиться чего-то, если результат не находится в вашей абсолютной власти.

Страх и тревожность

Во время кризиса люди могут испытывать страх, тревогу, смятение и ужас. Задача специалистов по коммуникации – не в том, чтобы пресечь эти чувства, а в том, чтобы признать их и выразить сочувствие. Можно использовать такие формулировки, как: «Мы никогда не сталкивались ни с чем подобным, и это действительно пугает».

Страх – важная психологическая реакция в ответ на угрозу. Учитывайте следующие аспекты страха:

- Иногда предполагаемая угроза может мотивировать людей и сподвигать их на действия.

- В других случаях она может вызывать страх перед неизвестным и боязнь неопределенности, а это самая изнуряющая психологическая реакция на кризис, которая обессиливает человека и мешает ему действовать.
- Когда люди испытывают страх и не имеют достоверной информации, они могут реагировать неадекватным образом, пытаясь избежать угрозы. Специалисты по коммуникациям могут помочь, объективно оценивая степень опасности и рассказывая, какие принимаются меры, чтобы люди, затронутые кризисной ситуацией, не чувствовали себя беспомощными.

Безнадежность и беспомощность

Предотвращение безнадежности и беспомощности - важная цель коммуникации во время кризиса.

Безнадежность — это ощущение, что помочь ситуации ничем нельзя. Люди могут признавать существование угрозы, но эта угроза может быть в их глазах настолько велика, что они считают ситуацию безнадежной.

Беспомощность — это ощущение человека, что он сам по себе не в силах улучшить свое положение или защитить себя. Когда человек чувствует себя беспомощным, он может уйти в себя или удалиться физически, чтобы отгородиться от опасности.

По данным психологических исследований, если во время кризиса люди позволяют страху, тревоге, растерянности и ужасу усиливаться бесконтрольно, они с большой вероятностью впадут в состояние безнадежности или беспомощности. [11] Когда это происходит, население менее мотивировано и менее способно предпринимать действия самозащиты.

Не пытайтесь устранить эмоциональную реакцию населения. Вместо этого помогайте людям справиться с отрицательными эмоциями, направляя их в русло конкретных действий. Конкретные действия во время кризиса помогают вернуть ощущение контроля над ситуацией и преодолеть чувства безнадежности и беспомощности [11]. Помогая людям почувствовать себя сильнее и взять под контроль хотя бы какие-то аспекты своей жизни, можно также уменьшить их чувство страха.

Насколько это возможно, советуйте людям предпринимать действия, носящие конструктивный характер и непосредственно связанные с происходящим кризисом. Эти действия могут быть символическими, например установка флага, или подготовительными, например донорская сдача крови или разработка процедуры семейной переключки.

Отрицание

Человек в состоянии отрицания отказывается признавать неотвратимую опасность или уже нанесенный вред. Отрицание происходит по нескольким причинам.

- Возможно, человек не получил достаточно информации, чтобы распознать угрозу.
- Возможно, он считает, что всё не так плохо, как на самом деле, потому что не получил последних предупреждений, недопонял их или недослышал.
- Его могли предупредить об опасности, но не донести, как в этом случае поступать.
- Возможно, предупреждение получено и понято, но человек всё равно действует так, словно опасность не слишком велика. Например, людям может надоест постоянно эвакуироваться при угрозах, которые потом оказываются пустыми, и в результате они не сочтут серьёзными и последующие угрозы.

Когда людям кажется, что угроза не настоящая, они могут искать дальнейшего подтверждения. В некоторых общинах здесь могут играть роль дополнительные факторы, например:

- Необходимость по каждому вопросу советоваться с лидерами общины или местными специалистами.
- Желание сначала узнать, как реагируют другие.
- Вероятность того, что предупреждение об угрозе находится слишком далеко от привычного человеку опыта, не укладывается в картину мира - и человек решает его просто проигнорировать.

Отрицание можно предотвратить или исправить, по меньшей мере частично, при помощи чётких, последовательных сообщений из надёжных источников. Если ваша аудитория получает и воспринимает непротиворечивые сообщения из нескольких надёжных источников, она скорее поверит этим сообщениям и примет меры.

А как же паника?

Вопреки тому, что вы могли видеть в кино, во время кризиса люди редко действуют совершенно нерационально. В экстремальной ситуации люди воспринимают информацию и реагируют на нее иначе — в частности, из-за механизма реакции “бей или беги”.

Естественное стремление действовать в ответ на угрозу называется реакцией “бей или беги”. Экстремальные ситуации создают угрозы нашей безопасности и здоровью, вызывая тревогу, стресс и настоятельную потребность сделать хоть что-нибудь. В угрожающих ситуациях активизируется адреналин, основной гормон стресса. Этот гормон вызывает, в числе прочих реакций, учащённое сердцебиение, сужение кровеносных сосудов и расширение дыхательных путей. Как правило, эти реакции улучшают физическую готовность человека среагировать на угрожающую ситуацию, например убежать. Если убежать нельзя или ясно, что бегство как стратегия не работает, активизируется реакция сопротивления. [13]. В конкретной ситуации нельзя предсказать, что именно выберет человек — “бить” или “бежать”.

Эти рациональные реакции на кризисную ситуацию, особенно при крайних вариантах “бей-или-беги”, часто ошибочно описываются СМИ как паника. Руководители служб

спасения порой боятся, что люди станут “паниковать”, игнорируя официальные инструкции и создавая хаос (особенно в общественных местах). Это также маловероятно. Если чиновники будут описывать стремление выжить как “панику”, они оттолкнут свою аудиторию. Практически никто не думает о себе, что паникует, потому что люди осознают внутренние рациональные причины своих действий, даже если снаружи их не видно. Руководители должны признать стремление людей принять защитные меры, перенаправить их усилия на продуктивные действия и объяснить, почему то или иное нежелательное поведение может причинить вред. Можно воззвать к чувству общности, чтобы побудить людей не совершать нежелательных действий в погоне за личной безопасностью.

Вдобавок, отсутствие информации (или противоречивая информация) от властей повышает уровень тревоги и приводит к эмоциональному истощению. Приукрашивая или скрывая плохие новости, вы рискуете запутать и рассердить людей и отбить у них желание сотрудничать.

Освещение кризиса в СМИ и его возможные психологические эффекты

Как мы увидим дальше в этой главе, у большинства из нас психологическая и эмоциональная реакция на кризис проявляется сильнее, если он создан или навязан нам другими людьми.[14] Такие ситуации обычно и в СМИ освещаются ярче, и часто -- с помощью повторяемых негативных фото- и видеоматериалов, где показаны, например:

- Гибнущие или страдающие люди.
- Люди, оставшиеся без пищи и воды.
- Животные - брошенные, раненые или перепачканные нефтью
- Виды местности - разрушенные здания, затопленные дома, нефть на поверхности воды.

Те, на кого кризис влияет косвенно через освещение его в СМИ, могут ощущать личную причастность к событию или видеть в себе потенциальных жертв. Например, 11 сентября 2001 года взрослые просмотрели в среднем 8 часов 6 минут телевизионных новостей, а дети — 3 часа. [14] Многие исследования показали, что длительность просмотра шокирующих материалов о трагедии 11 сентября связана с усугублением симптомов посттравматического стрессового расстройства (ПТСР) и клинической депрессии. [15] [16] [17] Это относится даже к тем, кто находился вдалеке от места катастрофы. Кроме того, среди людей, непосредственно затронутых терактом, у тех, кто смотрел много телевизионных репортажей о нем, симптомы ПТСР проявлялись ярче.

Планируя стратегию коммуникаций, помните: даже те, кого ситуация не затронула, могут испытывать ощутимые психологические последствия. В их отношении тоже нужно придерживаться здоровых принципов кризисной и экстремальной коммуникации.

Виды поведения в кризисе

Правильная кризисная коммуникация помогает справиться с потенциально вредным поведением во время кризиса. Измерить влияние хорошей коммуникации может быть трудно, но если вам удастся эффективно убедить людей избегать негативного поведения во время кризиса, это сохранит жизни, предотвратит травмы и уменьшит страдания. Далее приведены некоторые типы негативного поведения и даны советы по стратегиям коммуникации, которые помогут с ними справиться.

Поиск особого обращения

Во время кризиса некоторые люди будут пытаться обойти официальные каналы, чтобы получить особые привилегии или доступ к нужному ресурсу. Например, в книге Ричарда Престона “Демон в морозильнике” описано, как соседи и друзья обращались к жене видного правительственного исследователя оспы с просьбой дать им вакцину на случай атаки биотеррористов.^[18] Вакцина от оспы не была доступна этим людям по официальным каналам, и они обратились к влиятельному человеку, который, как они думали, может им помочь.

Это поведение может быть связано со следующими причинами:

- Уверенность в своем праве на привилегии.
- Вера, что официальные лица не могут гарантировать благополучие.
- Повышенная потребность контроля.
- Отсутствие осведомленности о доступных ресурсах.

Какова бы ни была причина, поиск особого обращения может быть разрушителен для гармонии и восстановления сообщества в целом. Если создается впечатление, что избранные получают особую помощь, это вызывает гнев среди членов сообщества и хаос, когда ресурсы становятся доступными.

Какое-то снабжение или лечение может выдаваться в первую очередь приоритетным группам: либо особенно уязвимым в условиях катастрофы, например дети и пожилые люди, либо тем, чья безопасность является критически важной для эффективной борьбы с ситуацией, например медицинские работники. Термин “приоритетная группа” может смутить некоторых людей, которые не понимают критериев определения приоритета и могут счесть себя достаточно важным лицом, чтобы быть в приоритетной группе. Чтобы избежать этого, коммуникаторы могут обсуждать группы имеющих наибольшую нужду в снабжении или лечении, не называя их “приоритетной группой”.

Эффективная коммуникация может предотвратить подобные реакции. Чем более честно и открыто государственные чиновники говорят об имеющихся ресурсах, тем больше у них

шансов уменьшить стремление людей к получению привилегий. Следующие стратегии коммуникации помогут убедить публику не искать привилегий:

- Объясните, какие ресурсы доступны.
- Объясните, почему некоторые ресурсы недоступны.
- Объясните, что в условиях ограниченного снабжения ресурсы в первую очередь достаются группам с наивысшими потребностями.
- Объясните, кто входит в группы с наивысшими потребностями.
- Опишите разумные действия, которые слушатели могут предпринять, чтобы не концентрироваться на недоступных вещах.
- Ведите открытые для всех записи, регистрируя, кто получил что и когда.

Помните: не только люди, непосредственно затронутые кризисом, но и те, кто ожидает, что кризис их затронет, нуждаются в информации, которая поможет им справиться с тревогой и избежать поведения, усиливающего раскол в сообществе.

Негативная викарная репетиция (Negative Vicarious Rehearsal)

В чрезвычайной ситуации многие рекомендации ориентированы на людей, которые непосредственно пострадали, например выжившие в катастрофе, люди, которые непосредственно подверглись или могли подвергнуться воздействию кризиса. Однако, сообщения, адресованные этой группе, будут также попадать к людям, которым не нужно принимать срочные меры. Некоторые из таких незатронутых наблюдателей могут мысленно репетировать кризис, как если бы они его переживали, и заранее отработать применение предложенных мер.

Во многих случаях такая мысленная репетиция помогает подготовиться к действиям, необходимым в чрезвычайной ситуации. Это может уменьшить тревогу и неопределенность. Как коммуникатор вы можете поощрять такой тип ментальной подготовки, предлагая аудитории, еще не затронутой кризисом, разработать кризисный план действий в соответствии с вашими рекомендациями.

Другие сторонние наблюдатели, находящиеся дальше от места катастрофы, могут гораздо более критично относиться к ценности ваших рекомендаций, поскольку имеют больше времени на принятие решения и выбор способа действий. В некоторых случаях они могут отвергнуть предложенный вами подход и выбрать другой. Однако, если человек однажды отказался от некоего действия, ему может быть сложно совершить это действие в будущем. Например, услышав историю о поиске и спасении заблудившегося в лесу, человек может мысленно репетировать, как бы он действовал в подобной ситуации. Если он планировал строить тщательно продуманное убежище, добыть огонь и искать еду, вместо того, чтобы найти простое укрытие, воду и ждать спасения, он может решить действовать именно так, когда действительно заблудится в лесу. Это может уменьшить его шансы на выживание, потому что он потратит энергию и ресурсы на не такие важные действия.

В процессе негативной викарной репетиции люди могут решить, что подвергаются такому же риску, как непосредственно пострадавшие, и нуждаются в таких же мерах, например осмотре врача или вакцинации. Эти люди, которых иногда называют «встревоженными здоровыми», могут сильно истощать доступные ресурсы, требуя медицинского лечения, в котором не нуждаются. Например, во время землетрясения, цунами и радиационной катастрофы в 2011 году в Японии жители Западного побережья США и Канады стали бояться радиационного заражения, которое может распространиться за океан. Поскольку жителям Японии в непосредственной близости от места катастрофы было предложено принимать йодид калия для уменьшения последствий радиации, некоторые люди в Северной Америке решили, что им тоже следует принимать этот препарат. Однако когда йодид калия не нужен, он имеет опасные побочные эффекты и не должен применяться.

Чтобы устранить негативные последствия отрицательной викарной репетиции, коммуникаторы могут разработать несложные процедуры, доступные для людей, не затронутых чрезвычайной ситуацией напрямую. Простые действия в чрезвычайной ситуации дадут людям ощущение контроля и мотивируют их и дальше прислушиваться к вашим словам. Во время чрезвычайной ситуации в Японии коммуникаторы рассказывали жителям американского западного побережья, что они могут сделать для помощи японцам; что они могут делать, чтобы узнать реальный уровень радиации, достигающий Северной Америки; и предоставили им информацию о том, когда йодид калия должен и не должен использоваться. “Расскажи друзьям, что йодид калия может быть опасен, если его принимать без необходимости” — стало реализуемым действием.

Когда коммуникаторы разрабатывают сообщение, они, скорее всего, разделяют свою аудиторию на группы, которые должны предпринимать различные типы действий. Непростая задача — убедить людей, не затронутых чрезвычайной ситуацией, отложить выполнение действий, рекомендованных непосредственно пострадавшим, до тех пор, пока обстоятельства не изменятся. Разработайте рекомендации по альтернативным действиям для людей, которые опосредованно испытывают угрозу, но не должны предпринимать меры, рекомендованные тем, кто затронут напрямую.

Стигматизация

Стигматизация может касаться продукта, животного, места или определенной группы людей. Такое случается, когда риск не связан с определенной группой представителей меньшинства, но люди ассоциируют риск с этой группой. Стигматизация особенно часто встречается при эпидемиях заболеваний.

Если социальная группа (популяция) становится стигматизированной, члены группы могут испытывать эмоциональную боль из-за стресса и тревоги социального избегания и отторжения. Членам стигматизированной группы может быть отказано в доступе к здравоохранению, образованию, жилью или трудоустройству. Они могут даже становиться жертвами физического насилия.

Кризисные коммуникаторы должны иметь в виду: часть сообщества может подвергнуться бойкоту или дискриминации, пусть непреднамеренно и необоснованно, поскольку население отождествляет эту группу людей с проблемой. Это может вредить психологическому и материальному благополучию членов сообщества и требует немедленного вмешательства. Такая стигматизация может не иметь под собой никакой научной основы. Она может исходить не только от отдельных личностей, но даже от целых народов. Во время первой вспышки птичьего гриппа в Гонконге в 1997-98 гг. и во время первой вспышки вируса лихорадки Западного Нила в Нью Йорке в 1999, в ряде других стран были введены законы, запрещающие передвижение людей или животных, несмотря на отсутствие четких научных данных в пользу таких мер.

Во время кризиса специалисты по коммуникации должны бороться с потенциальной стигматизацией. Будьте внимательны в отношении распространяемых вами изображений и понимайте, что постоянное присутствие определенной группы населения на них может способствовать стигматизации. Например, если на изображениях, сопровождающих новости о катастрофе, постоянно фигурируют члены определенной этнической группы, представление, что катастрофа связана с членами этой этнической группы, может укрепиться. Обнаружив стигматизирующие утверждения или поведение, работники системы здравоохранения должны бороться с ними, распространяя истинную информацию о рисках, понятную широкой публике, и выступая против дискриминирующего поведения.

Помните: даже если стигматизация уменьшится в начале жизненного цикла кризиса, она может возобновиться, когда кризис пройдет. По мере того, как страдание и гнев превращаются в поиск ошибок и виноватых, группа людей, которых считают ответственными за катастрофу, может снова подвергнуться стигматизации. Имейте это в виду, разрабатывая коммуникационную стратегию.

Негативные последствия психологических проблем, вызванных кризисом

Информация из источника, которому аудитория доверяет, позволяет уменьшить психологический вред от ситуации. Без такой коммуникации отрицательные эмоции могут вести к вредному индивидуальному или групповому поведению. Такие виды поведения могут оказать влияние на общую безопасность путем снижения скорости, качества и адекватности реакции на кризис и последующего восстановления. Вызванные кризисом психологические проблемы могут вести к потере жизни, здоровья, безопасности и имущества. Вот некоторые из возможных вредных последствий:

- Распределение лечения на основе требования, а не медицинской необходимости.
- Обвинения в предоставлении льгот и предвзятости при оказании помощи.

- Создание и распространение компрометирующих слухов и мистификаций, направленных против людей или продуктов.
- Выдвижение необоснованных пессимистических прогнозов.
- Поощрение несправедливого недоверия к организациям, занимающимся борьбой с кризисом.
- Попытка подкупа с целью получить дефицитные или нормированные лекарства и ресурсы.
- Использование неформальных отношений, чтобы получить помощь в соответствии со своими желаниями, а не необходимостью.

Во время кризиса у людей часто наблюдаются необъяснимые физические симптомы. Стресс, вызванный кризисной ситуацией, может вызывать у некоторых людей такие симптомы, как головная боль, боль в мышцах, расстройство желудка, субфебрильная температура. ^[19] Если речь идет о вспышке заболеваний, эти симптомы могут мешать выявлению больных, нуждающихся в немедленной помощи, в противовес тем, кому достаточно более простого лечения или менее серьезных лекарств.

Позитивная реакция на кризис

Кризис вызывает не только негативные эмоции и поведение. В число позитивных реакций могут входить усилия по преодолению, альтруизм, облегчение, восторг, что катастрофа осталась позади и в ней удалось выжить. Человек испытывает душевный подъем, повышение самооценки, сознание собственной силы, духовный рост. Часто кризис помогает по-новому увидеть будущее, в том числе обрести новое понимание рисков и новые способы справляться с ними.

Очень важно, насколько быстро кризис был устранен и ресурсы стали доступны. Многие из положительных эмоций, связанных с успешным исходом кризиса, зависят от эффективного управления и коммуникации. Среди позитивных реакций могут быть, например, такие:

- Облегчение и восторг.
- Ощущение силы и расширения возможностей.
- Новое понимание рисков и умение с ними справляться.
- Новые ресурсы и навыки для управления рисками.
- Новое ощущение принадлежности к группе.
- Возможности для роста и обновления.

Восприятие рисков ^{[20] [21]}

Не все риски одинаково воспринимаются аудиторией. Восприятие рисков можно представить как сочетание **опасности** (технической или научной меры риска) и

возмущения, эмоций, вызванных риском. Восприятие рисков невозможно измерить только цифрами.

Не пренебрегайте эмоциями. Иногда официальные лица допускают ошибку, измеряя масштаб кризиса лишь количеством пострадавших или объемом разрушений. Помните, что катастрофу следует оценивать и другим способом: уровнем вызванной ею эмоциональной травмы.

Если причина кризиса – результат деятельности человека, и особенно если она создана преднамеренно и целенаправленно, коммуникаторам следует ожидать более сильного возмущения и потребности в информации. Несправедливо распределенные, необычные, катастрофические события и преступления против нравственности наносят долгосрочный вред психическому здоровью, вызывая гнев, разочарование, беспомощность, страх и желание отомстить. Существует большой объем исследований по проблемам, связанным с информированием о рисках. Ниже мы объясним, почему одни риски вызывают больше возмущения, чем другие:

- **Добровольные или невольные.** Добровольные риски принимаются с большей готовностью, чем вынужденные. Например, плановая операция на колене по сравнению с экстренной аппендэктомией.
- **Контролируемые лично или контролируемые другими.** Риски, контролируемые индивидом или сообществом, более приемлемы, чем риски, неподконтрольные индивиду или сообществу. Пример: сообщество принимает решение о размещении ядерного реактора на своей территории или решение о строительстве ядерного реактора принимается вопреки воле сообщества.
- **Знакомые или незнакомые.** Знакомые риски принимаются с большей готовностью, чем неизвестные. Например, сезонный грипп по сравнению с неизвестным респираторным заболеванием.
- **Природные или сотворенные человеком.** Риски, созданные природой, кажутся более допустимыми, чем риски, созданные человеком или организацией. Например, восприятие природной катастрофы по сравнению с разливом нефти.
- **Обратимые или постоянные.** Обратимый риск кажется более допустимым, чем риск, воспринимаемый как необратимый. Например, перелом ноги по сравнению с ампутацией.
- **Эндемичные или эпидемичные.** Болезни, травмы и смерти, предсказуемо распределенные по времени, кажутся более допустимыми, чем сгруппированные по времени или месту. Например, сезонный грипп по сравнению со вспышкой коклюша.
- **Случайные или избирательные.** Риски, которые, как кажется, не выделяют группу, население или отдельного человека, кажутся более допустимыми, чем риски, которые воспринимаются как направленные. Пример: загрязнение воды во всем городе по сравнению с загрязнением воды в районе, где живут меньшинства.
- **Созданные уважаемой организацией или организацией, к которой нет доверия.** Риски, создаваемые надежной организацией, кажутся более допустимыми, чем риски, создаваемые учреждением, которому не доверяют. Пример: загрязнение воздуха угольной электростанцией, которая давно

обеспечивает рабочие места в районе, по сравнению с загрязнением воздуха новой и неизвестной компанией.

- **Взрослые или дети.** Риски, влияющие на взрослых, кажутся более допустимыми, чем риски, влияющие на детей. Например, свинцовая краска в офисном здании по сравнению с свинцовой краской в школе.
- **Риски, несущие понятные выгоды, по сравнению с рисками, где выгоды неочевидны.** Риски с очевидными потенциальными выгодами и уменьшением очевидного вреда кажутся более допустимыми, чем риски с небольшими или отсутствующими выгодами или небольшим уменьшением вреда. Пример: противораковая химиотерапия — риск с очевидной выгодой.
- **Статистические по сравнению с примерами из личного опыта.** Статистические риски для популяций кажутся более допустимыми, чем риски, представленные отдельными лицами. Пример: история из личного опыта, которой поделились со знакомым или сообществом, даже если объяснить, что это событие «один на миллион», может оказать более разрушительное воздействие, чем статистический риск 1:10 000, представленный в виде числа.

Психология в ритме CERC

РИТМ CERC

Заручитесь поддержкой общества	Предоставьте возможность принимать решения		Проведите оценку результата
Подготовка	Начальный этап	Стабилизация	Разрешение ситуации
Разработайте и протестируйте сообщения	Выражайте сочувствие	Рассказывайте о факторах риска, продолжающих действовать	Развивайте бдительность
Наладьте отношения с партнерами	Объясняйте риски	Адресуйте коммуникации определенным группам	Обсудите выводы из произошедших событий
Разработайте планы	Стимулируйте действия	Предоставляйте общую картину происходящего	Внесите поправки в план
Определите процедуру утверждения	Описывайте свои действия по решению кризиса	Реагируйте на слухи	

решений			
---------	--	--	--

Выше описаны четыре стадии кризиса. Пояснения улучшенной читаемости к иллюстрациям для людей со сниженным зрением можно найти в приложении “Пояснения улучшенной читаемости к иллюстрациям”, стр. 16.

Помимо вышеописанных принципов коммуникации в условиях риска, таких как сочувствие и уважение, важно учитывать, как ситуация изменяется с каждой стадией кризиса, и обдумывать, как применять информирование о рисках в каждой из стадий. Хотя эти стадии описаны во вступлении, стоит более подробно описать каждую из них.

Подготовка

В предкризисной стадии, еще до начала собственно кризиса, устанавливается важная информация и постулаты, из которых нужно будет исходить. Разработайте план действий и наладьте открытую коммуникацию в этот период.

Обеспечьте населению доступ к открытой, правдивой информации. Как правило, попытки официальных лиц избежать паники посредством сокрытия информации или излишними положительными заверениями вредят больше, чем нерациональные действия населения в кризис. Предкризисное планирование должно исходить из принципа, что вы обеспечите открытый и честный доступ к информации.

Начальный этап

В этот период острой опасности приоритетом для всех должны быть базовая безопасность и выживание. Большинство людей реагируют адекватно, оберегая свою жизнь и жизнь других.[23] Люди спонтанно пытаются объединяться и сотрудничать с другими, чтобы снизить уровень опасности. Однако некоторые могут проявлять дезорганизованное поведение и реагировать неожиданным образом. Чем больше стресса испытывает человек в период кризиса, тем сильнее будут последствия. Вот ряд важных причин стресса:

- Угроза жизни и столкновение со смертью
- Ощущение бессилия и беспомощности
- Личные потери и вынужденные перемещения, например, разлука с близкими или утрата дома
- Чувство ответственности, например внутренний голос “я должен делать больше”
- Ощущение приближающейся неизбежной угрозы
- Ощущение злонамеренности других людей, ощущение, что они специально стараются причинить вред.

Во время начальной стадии важны следующие концепции CERC, которые более подробно рассмотрены в руководстве для представителей по связям с общественностью:

- Не предоставляйте излишних заверений, что все будет хорошо
- Признайте, что существует неопределенность
- Подчеркните, что работаете над получением дополнительной информации

- Будьте последовательны в своих сообщениях.

Ставьте хорошие новости в придаточные предложения. Например: “Нельзя сказать, что опасность совсем миновала, хотя мы не видели новых случаев сибирской язвы уже целых X дней.” Главное предложение указывает, что вы серьезно относитесь к ситуации и реагируете проактивно. Придаточное предложение содержит успокаивающую информацию, но без излишних заверений, что все будет хорошо.

Стабилизация

В этой стадии изменяются острота кризиса, концепция личных рисков, предпринимаются первоначальные шаги к восстановлению после катастрофы и устранению проблем. Эмоциональные реакции могут быть различными: они зависят от степени перенесенного или ожидаемого риска и стресса. Сначала люди вроде бы испытывают душевный подъем оттого, что выжили, несмотря на окружающие разрушения и смерть. Однако по мере развития фазы стабилизации могут наступать различные эмоциональные состояния, в том числе онемение, отрицание, флешбеки, горе, гнев, отчаяние, чувство вины и безнадежности.

Чем дольше продолжается этап стабилизации, тем более ярко выражены эти реакции. Когда удовлетворены основные потребности выживания, появляются другие потребности - в эмоциональном равновесии и самоконтроле. Люди часто ощущают фрустрацию и разочарование из-за невозможности вернуться к нормальным условиям. Ранние альтруистичные реакции на критическую ситуацию могут смениться отрицательными эмоциями и обвинениями.

Во время стадии стабилизации важны следующие принципы CERC, которые более подробно рассмотрены в руководстве для представителей по связям с общественностью.

- Признайте опасения
- Выразите пожелания
- Найдите людям занятие.
- Признайте общее горе
- Дайте указания на будущее (прогнозы)

Разрешение ситуации

Когда новости о чрезвычайной ситуации уйдут с главных страниц, те, кто больше всего пострадал от кризиса, все еще будут сильно нуждаться в эмоциональной поддержке. Эмоциональные симптомы могут проявляться как физические/соматические симптомы, такие как нарушения сна, несварение желудка или усталость. Они могут затруднять отношения с окружающими дома и на работе. На этой стадии организованная внешняя поддержка часто уменьшается и на людей обрушивается реальность: горе от пережитой

потери, необходимость преодолевать бюрократические рогатки, бесповоротные перемены в жизни. Чтобы поддержать доверие к себе и свой авторитет на стадии разрешения кризиса, выполняйте обещания, сделанные в начальной стадии. Неудачи и ошибки признавайте и тщательно объясняйте.

Библиография

1. Seeger MW, Sellnow TL, Ulmer RR. Communication and organizational crisis. Westport (CT): Praeger; 2003.
2. Covello VT, Peters RG, Wojtecki JG, Hyde RC. Risk communication, the West Nile virus epidemic, and bioterrorism: responding to the communication challenges posed by the intentional or unintentional release of a pathogen in an urban setting. *J Urban Health* 2001;78(2):382–391.
3. Glik DC. Risk communication for public health emergencies. *Annu Rev Public Health* 2007;28: 33–54.
4. Hill D. Why they buy. *Across the Board* 2003;40(6):27–33.
5. Andreasen AR. Marketing social change: changing behavior to promote health, social development, and the environment. San Francisco: Jossey-Bass Publishers;1995.
6. Brehm SS, Kassin S, Fein S. *Social psychology*. 6th ed. Boston: Houghton Mifflin Co.;2005.
7. Brashers DE. Communication and uncertainty management. *J Commun* 2001;51(3):477–497.
8. Sellnow TL, Ulmer RR, Seeger MW, Littlefield RS. *Effective risk communication: A message-centered approach*. New York: Springer Science+Business Media, LLC;2009.
9. Solso RL. *Cognitive psychology*. 6th ed. Boston: Allyn and Bacon;2001.
10. Giuliani, R. *Leadership*. New York: Miramax; 2005. p. 164–165.
11. Benight CC, Bandura A. Social cognitive theory of posttraumatic recovery: The role of perceived self efficacy. *Behaviour research and therapy*, 42(10), 1129–1148;2004.
12. Clarke, L. The problem of panic in disaster response. [online]. 2003. [cited 2019 Feb]. Available from URL:
http://www.centerforhealthsecurity.org/our-work/events/2003_public-as-asset/Transcripts/index.html#clarke.
13. Sellnow TL, Seeger MW. *Theorizing crisis communication*. Malden (MA): Wiley-Blackwell; 2013. p. 7.
14. Novac A. Traumatic stress and human behavior. *Psychiatric Times* [online] 2001 Apr [cited 2019 Feb]; 18(4). Available from URL:
<http://www.psychiatrictimes.com/dissociative-identity-disorder/traumatic-stress-andhuman-behavior>.
15. Ahern J, Galea S, Resnick H, Kilpatrick D, et al. (2002). Television images and psychological symptoms after the September 11 terrorist attacks. *Psychiatry*, 65(12), 289–300;2002.
16. Schuster MA, Stein BD, Jaycox LH, Collins RL, Marshall GN, Elliott MN, Berry SH. A national survey of stress reactions after the September 11, 2001, terrorist attacks. *New Engl J Med*, 345(20), 1507–1512;2001.
17. Schlenger WE, Caddell JM, Ebert L, Jordan BK, Rourke KM, Wilson D, Kulka RA. Psychological reactions to terrorist attacks: findings from the national study of americans' reactions to September 11. *J Am Med*, 288(5), 581–588;2002.
18. Preston R. *The demon in the freezer*. New York: Random House; 2003.
19. Stuart JA, Ursano RJ, Fullerton CS, Norwood AE, Murray K. Belief in exposure to terrorist agents: reported exposure to nerve or mustard gas by Gulf War veterans. *Journal of nervous and mental disease*, 191(7), 431–436; 2003.

20. Cohn V. Reporting on risk: getting it right in an age of risk. Washington (DC): The Media Institute; 1990.
21. Covello V. Communicating Radiation Risks. Crisis communications for emergency responders. EPA Document 402-F-07-008 [online]. 2007. [cited 2019 Feb]. Available from URL: <http://tinyurl.com/6lva2sk>
22. U.S. Department of Veterans Affairs. National Center for PTSD. Phases of traumatic stress reactions in a disaster. Impact phase [online]. 2018 Jan. [cited 2019 Feb]. Available from URL: <https://www.ptsd.va.gov/professional/treat/type/index.asp>.

Дополнительные источники

- American Psychological Association. The effects of trauma do not have to last a lifetime [online]. 2004 Jan 16. [cited 2019 Feb]. Available from URL: <http://www.apa.org/research/action/ptsd.aspx>.
- DeWolfe, DJ. Mental health response to mass violence and terrorism: a field guide. DHHS Pub. SMA 4025. Rockville (MD): Substance Abuse and Mental Health Services Administration [online]. 2005. [cited 2019 Feb]. Available from URL: <https://store.samhsa.gov/product/Mental-Health-Response-to-Mass-Violence-and-Terrorism-A-Field-Guide/SMA05-4025>
- DiGiovanni C Jr. Domestic terrorism with chemical or biological agents: psychiatric aspects. *Am J Psychiatry* 1999 Oct;156(10):1500–5.
- Everly GS Jr, Mitchell JT. America under attack: the “10 commandments” of responding to mass terrorist attacks. *Int J Emerg Ment Health* 2001 Summer;3(3):133–5.
- Krug EG, Kresnow M, Peddicord JP, Dahlberg LL, Powell KE, Crosby AE, et al. Suicide after natural disasters. *N Engl J Med* 1998 Feb 5;338(6), 373–378.
- Reynolds BJ. When the facts are just not enough: credibly communicating about risk is riskier when emotions run high and time is short. *Toxicol Appl Pharmacol* 2011 Jul 15;254(2):206–14.
- Schuster MA, Stein BD, Jaycox LH, Collins RL, Marshall GN, Elliott MN, et al. A national survey of stress reactions after the September 11, 2001 terrorist attacks. *N Engl J Med* 2001;345(20), 1507–1512.
- Sandman, Peter M. The risk communication website. Risk = hazard + outrage [online]. 2004 [cited 2019 Feb]. Available from URL: <http://www.psandman.com/index.htm>.
- Tinker, Tim L, and Elaine Vaughan. Risk and crisis communications: best practices for government agencies and non-profit organizations. McLean, Va: Booz, Allen, Hamilton, 2010. Print.
- U. S. Department of Veterans Affairs. National Center for PTSD. Psychological first aid: field operations guide [online]. 2006. [cited 2019 Feb]. Available from URL: https://www.ptsd.va.gov/professional/treat/type/psych_firstaid_manual.asp.
- U.S. National Library of Medicine. Current bibliographies in medicine 2000–2007. Health risk communication [online]. 2000 Oct. [cited 2019 Feb]. Available from URL: https://www.nlm.nih.gov/archive/20061214/pubs/cbm/health_risk_communication.html

Приложение: Читаемое описание таблицы “Ритм CERC”

В каждой чрезвычайной ситуации потребности и действия кризисной коммуникации проходят четыре стадии. Первая стадия - подготовка. На этапе подготовки необходимо разработать и протестировать сообщения, создать партнерские отношения, составить планы коммуникации и определить процедуру утверждения решений для распространения информации во время кризиса. Вторая стадия – начальный этап кризиса. На этом этапе необходимо проявлять сочувствие, объяснять риски, стимулировать действия и описывать усилия по разрешению кризиса. На третьей стадии, стабилизации, нужно объяснять риски, которые продолжают действовать, выделять в аудитории конкретные группы, обеспечивать общую картину и реагировать на слухи. В последней стадии (разрешение кризиса) нужно мотивировать население оставаться бдительными, обсудить извлеченные уроки и внести правки в планы коммуникации на будущее. На всех стадиях CERC рекомендует специалистам по коммуникации заручиться поддержкой общества, давать людям возможность принимать решения, влияющие на их здоровье, и оценивать качество коммуникации.