

DOI: [10.14515/monitoring.2022.3.1984](https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.3.1984)**Н. С. Первушин****МЕДИАСФЕРА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19:
РЕГИОНАЛЬНЫЕ И ДИСКУРСИВНЫЕ РАЗЛИЧИЯ
В УСТАНОВЛЕНИИ ПОВЕСТКИ ДНЯ****Правильная ссылка на статью:**

Первушин Н. С. Медиафера в период пандемии COVID-19: региональные и дискурсивные различия в установлении повестки дня // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 3. С. 277—300. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.3.1984>.

For citation:

Pervushin N. S. (2022) The Media Sphere During the COVID-19 Pandemic: Regional and Discursive Differences in Agenda-Setting. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 277–300. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.3.1984>. (In Russ.)

МЕДИАСФЕРА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19: РЕГИОНАЛЬНЫЕ И ДИСКУРСИВНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В УСТАНОВЛЕНИИ ПОВЕСТКИ ДНЯ

ПЕРВУШИН Николай Сергеевич — магистр социологии, научный сотрудник и старший преподаватель кафедры психологии личности, Новосибирский государственный университет, Новосибирск, Россия

E-MAIL: nickd17@yandex.ru

https://orcid.org/0000-0003-4413-0205

Аннотация. Исследование посвящено работе российских медиа в период с 22 января до 19 июля 2020 г. Рассматривается динамика количества новостей о COVID-19 за сутки и их содержание на различных ресурсах в соотношении с динамикой новых выявленных заражений в субъектах РФ, Москве, России и мире. Исследование фокусируется на регионах, где эпидемия к середине лета не ослабевала. Сравниваются федеральные и региональные СМИ, работа СМИ в регионах с разной эпидемиологической обстановкой, государственные и негосударственные медиа.

Предположение о согласованности динамики количества сообщений с динамикой количества новых зараженных в регионе находит эмпирическое подтверждение только для Москвы и регионов с идентичным сценарием развития эпидемии. И федеральные, и региональные медиа ориентируются скорее на московскую эпидемиологическую ситуацию. До 6 мая присутствовала ориентация на мировые события. Рост эпидемии в регионах сопровождается падением внимания СМИ к этой теме. Изначальный большой интерес

THE MEDIA SPHERE DURING THE COVID-19 PANDEMIC: REGIONAL AND DISCURSIVE DIFFERENCES IN AGENDA-SETTING

Nikolay S. PERVUSHIN¹ — Master of Sociology, Researcher and Senior Lecturer at the Department of Personality Psychology

E-MAIL: nickd17@yandex.ru

https://orcid.org/0000-0003-4413-0205

¹ Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russia

Abstract. In conditions of forced self-isolation, media communication has a crucial role. According to agenda-setting theory, out of a variety of surrounding topics, media choose the most significant and discussed for their audience. The choice is often based on political, economic and other motives. This raises the question of the correlation between the real threat and its representation in different media.

The study focuses on the Russian media content from January 22 to July 19, 2020. We analyze the dynamics of news about COVID-19 daily and their content in various media in parallel with the dynamics of newly detected cases in Russian regions, Moscow, Russia in general, and the world. We focus on regions where the pandemic was not weakening by the middle of summer. The study compares national and regional media, mass media in regions, state, and non-state media.

We assumed the coincidence of the news amount with the rise of newly infected people in the region. However, this hypothesis was confirmed only in Moscow and cities with a similar epidemiological scenario. Both national and regional me-

к эпидемии был связан с неопределенностью рисков и введением ограничительных мер, а реальная эпидемия в регионах и вероятность заражения не влияют на освещение темы в медиа. Наблюдаются различия в работе медиа в городах-миллионниках и менее крупных городах.

Государственные и негосударственные медиа идентичны в плане динамики объема внимания к теме COVID-19. Наблюдается постепенное синхронное вытеснение эпидемии из повестки. Выявлены содержательные отличия в освещении темы между государственными и негосударственными СМИ. Государственные направлены на успокоение и смягчение восприятия несмотря на серьезность вводимых мер. Негосударственные заостряют внимание на критике системы здравоохранения, непоследовательности ограничительных мер, историях болезни.

Ключевые слова: медиа, неопределенность, COVID-19, гиперреальность, общество риска, безопасность, самоизоляция, регионы России, повестка дня, конструирование проблем

Введение

В конце 2019 г. в мировой медиаповестке появилась тема COVID-19. Вместе с распространением вируса по планете распространился и отражающий его информационный шум. Начавшаяся пандемия стала неожиданной и заставила во многом изменить привычный ход жизни. Сейчас человечество переживает опыт реальной продолжительной угрозы и беспрецедентной реакции на нее в виде вынужденной самоизоляции и ограничений. Глобальность мира и повышенная мобильность людей, вещей и идей приводят не только к быстрому распространению вируса, но и к возникновению противоречивой информации о нем.

Повышенную рискогенность и возрастающую неопределенность жизни современного человека и обществ констатировали многие известные социологи. По мнению У. Бека, современное общество — общество риска, характеризую-

dia focus on Moscow's epidemiological situation. Before May 6, the focus was on world events. The growth of new cases in regions was accompanied by a decrease in attention to this problem in the media. Initial strong interest in epidemic was associated with the risk uncertainty and the introduction of restrictive policy; the real epidemic in regions does not affect the coverage of this aspect in the media. There are also some differences between media in megacities and smaller cities.

State and non-state media are identical in the dynamics of COVID-19 news. We detected a gradual substitution of pandemics agenda as well as differences between state and non-state media. The state media tried to calm down the audience regardless of how serious the restrictive measures were, while non-state media criticized the health care system, inconsistency of restrictive measures, and described patients' experiences.

Keywords: media, uncertainty, COVID-19, hyperreality, risk society, security, self-isolation, Russian regions, agenda-setting, problem construction

щееся неактуальностью прошлого опыта для действий и адаптации в современных условиях, поэтому ориентироваться нужно на настоящее и будущее [Бек, 2000]. Пандемия COVID-19 стала ярким примером такой неопределенности и риска.

Люди не имеют возможности обратиться к личному опыту и опыту своего окружения, чтобы сформировать представление относительно нового для них явления. В таких неопределенных ситуациях медиа занимают центральное положение в создании образа проблемы или события [Дьякова, 2002]. Они могут обозначать важность явления и интерпретировать его тем или иным образом. СМИ могут по-разному освещать тему COVID-19, формировать образ пандемии и угрозы; использовать разные дискурсы; этот образ может быть привязан к реальной динамике пандемии или оторван от нее.

Теоретическая основа и исследовательские намерения

Из множества происходящих событий медиа вынуждены выбирать для широкого освещения лишь некоторые. Есть ограничения формата СМИ: в газете определенное количество страниц, в выпуске новостей определенный хронометраж. Редакционная политика медиа и форма собственности (государственная/частная/краудфандинговая) также определяют приоритет одних тем над другими. Кроме того, в конкретный момент внимание аудитории может удерживаться лишь на очень ограниченном числе новостных тем [Cohen, 1995]. Только несколько проблем могут быть значимыми в определенный момент времени. В выборе этих тем (установлении повестки дня) состоит важнейшая функция СМИ.

М. Маккомбс и Д. Шоу — авторы теории agenda-setting (установления повестки дня) [McCombs, Shaw, 1972]. Суть эффекта установления повестки дня заключается в том, что медиа определяют набор значимых и обсуждаемых тем для аудитории. В значительной мере СМИ формируют гиперреальность для аудитории [Бодрийяр 2000]. Широкое присутствие темы в СМИ делает ее значимой и актуальной для аудитории (даже если в реальности проблемы нет или есть более чувствительные вопросы). Часто ключевую роль в выборе тем имеет политический аспект, связанный с формой собственности медиа; политики играют важнейшую роль в определении того, что нужно номинировать как проблему или опасность [Почепцов, 2001].

Большим потенциалом в плане agenda-setting обладают темы и проблемы, с которыми потребитель информации не сталкивался непосредственно и не имеет должного опыта и знаний оценки важности событий [Дьякова, 2002]. Примером такой темы в начале 2020 г. стало распространение COVID-19. У людей не было достоверных знаний о новом заболевании и его опасности, опыта защиты от него, порядка действий при заражении и т. д. С конца января 2020 г. медиа начинают вводить в повестку дня тему коронавируса, делая ее значимой для аудитории. По мере приобретения личного опыта аудиторией относительно какой-либо проблемы медиа все сложнее формировать повестку, устанавливая важность темы. В отличие от теории agenda-setting конструкционизм как подход не рассматривает в качестве ограничения опыт аудитории относительно разных тем и проблем, поэтому на более поздних стадиях развития эпидемии, вероятно, логичнее интерпретировать работу СМИ с помощью этой концепции [Казун, 2016; Blumer, 1971].

Теория agenda-setting предполагает, что СМИ влияют на то, о чем аудитории следует думать, но не определяют, как следует думать. Один из создателей дискурс-анализа Т. ван Дейк полагает, что масс-медиа с помощью интерпретирующих структур предписывают скорее не то, о чем должны думать люди, а то, как должны думать люди [van Dijk, 1988]. При этом СМИ тем самым транслируют аудитории ту или иную идеологию [там же]. Их цель — убеждение, а не информирование [van Dijk, 1989].

Эти две концепции можно рассматривать как несколько противоречащие друг другу, однако у них есть и общее звено: СМИ не отображают реальность, а представляют ее в искаженном виде, зачастую исходя из политических и идеологических целей. Представляется возможным использование этих теорий как дополняющих друг друга (в картины мира аудитории внедряются разные элементы, значимость определенных вопросов и интерпретации происходящих событий). Мы используем оба подхода: agenda-setting для определения количества внимания СМИ теме COVID-19 в соотношении с динамикой эпидемии в России в целом и отдельных регионах; дискурс-анализ для сравнения интерпретаций темы COVID-19 в государственных и негосударственных СМИ.

Н. Чэтер описывает три стратегии, которые присутствуют в официальных медиа в отношении пандемии COVID-19 [Chater, 2020]. «Шторм в стакане воды» предполагает обесценивание серьезности происходящего; отсутствие необходимости менять привычный ход жизни ради борьбы с вирусом; смягчение возможных панических реакций, тревоги и депрессии (Великобритания, США и Бразилии в начале пандемии). «Дом в огне» означает необходимость немедленного введения жестких карантинных мер для быстрой победы над вирусом (Китай и Южная Корея). «Сдерживание потока» подразумевает неизбежность эпидемии, но скорость ее распространения можно и нужно контролировать, чтобы уменьшить последствия и снизить нагрузки на систему здравоохранения (многие европейские страны). Нам интересно понять, какие из этих стратегий транслируются различными СМИ, и изменяются ли упомянутые стратегии.

Замысел исследования состоял в том, чтобы выяснить, как в разных регионах России динамика медиасферы¹ соотносится с динамикой распространения эпидемии. Важно понять, как соотносится реальная проблема или угроза и внимание, которое СМИ уделяют сообщениям о COVID-19. Нужно учитывать, что сценарии эпидемии в регионах России разные (например, когда в Москве первая волна пошла на спад, в Новосибирске она только начиналась). Поэтому важно рассмотреть, как региональные медиа устанавливали повестку дня по мере развития регионального эпидемиологического сценария. Нас интересовало, какие отличия имеются между регионами и чем их можно объяснить. Есть ли разница в медийном освещении COVID-19 между государственными и негосударственными СМИ? Какие стратегии в освещении COVID-19 актуальны для различных российских медиа?

Исходное предположение состояло в том, что динамика медиасферы связана с динамикой распространения вируса в том или ином локальном контексте.

¹ Под медиасферой будем понимать новостные сообщения в различных медиа и реакцию пользователей на них (просмотры, комментарии).

Интерес к новостям у журналистов и аудитории и реакции на них (в виде комментариев интернет-пользователей) соотносятся с близостью опасности, с вероятностью заражения. Чем сильнее оценка угрозы по данным оперштабов, тем сильнее ожидается реакция на нее². Поскольку в разных регионах реализовывались разные эпидемиологические сценарии, различной будет и динамика медийного освещения коронавируса в СМИ. Отличия в медийном освещении COVID-19 будут связаны с двумя аспектами: временем прихода эпидемии в регион и временем ее спада.

Реакция государственных и негосударственных СМИ, по нашему мнению, также должна варьироваться, особенно в плане оценки действий властей. В отношении государственных СМИ как трансляторов государственных решений ожидалось, что они будут обосновывать необходимость и адекватность вводимых мер, правил, ограничений, запретов и разрешений. Негосударственные СМИ могут иметь критический дискурс в отношении действий власти и уделять большее внимание COVID-19, так как их позиция не является провластной. Впрочем, эпидемия, вводимые ограничения, самоизоляция — новые и неожиданные для всех явления. Трудно предположить, как журналисты действуют в этих условиях, и является ли форма собственности важнейшим фактором для внедрения эпидемии в повестку дня и интерпретации степени угрозы.

Методы и эмпирическая база исследования

В качестве эмпирической базы исследования выступил новостной контент наиболее популярных информационных сайтов различных регионов: E1 (Екатеринбург), НГС (Новосибирск), hibiny.com (Мурманск), siapress.ru (ХМАО), Orenday (Оренбург), Altapress (Барнаул), Newsler (Киров), 76.ru (Ярославль), klops.ru (Калининград), 78.ru (Санкт-Петербург), Москва 24 (Москва). Рассматривались сообщения с 22 января (в этот день почти на всех информационных сайтах появились первые упоминания об опасности вируса из Китая) до 19 июля. Собрана информация о динамике количества новостей за день для каждого из этих регионов. В каждом из выбранных СМИ есть либо раздел «все о коронавирусе», либо теги «коронавирус», либо возможность поиска новостей по ключевым словам («коронавирус») за определенную дату в архиве сайта. Соответственно, для каждого ресурса вручную было подсчитано количество новостей, связанных с эпидемией, за каждые сутки (с 22 января по 19 июля 2020 г.) и построены графики, отображающие публикационную активность того или иного медиа в рассматриваемый период. Такая широкая выборка региональных СМИ может помочь узнать, насколько медиаповестка в том или ином региональном медиа связана с эпидемиологической ситуацией в конкретном регионе.

Для новосибирского ngs.ru, екатеринбургского E1 и siapress (ХМАО) собраны данные о динамике количества просмотров и количества комментариев за сутки, а также проанализировано содержание статей и комментариев (эти ресурсы

² Оперштаб — своеобразное государственное медиа. Существует серьезное расхождение в оценках смертности даже с другим государственным источником — Росстатом: URL: <https://www.bfm.ru/news/450467> (дата обращения: 28.06.2022). Предлагаются и другие механизмы оценки реальной ситуации с COVID-19 (количество занятых коек, динамика поисковых запросов «пропало обоняние»), но это не то, с чем пользователи сталкиваются постоянно на стартовых страницах сайтов и в выпусках новостей по радио и ТВ.

содержат информацию о количестве просмотров и комментариев к статьям). Полагаем, что можно интерпретировать число просмотров как показатель пользовательского интереса, а комментарии как эмоциональный отклик. По этим данным можно судить о том, соответствует ли медийная повестка дня актуальности (в плане интереса и эмоционального отклика) тематики коронавируса для аудитории СМИ или же активность аудитории связана скорее с локальной эпидемиологической ситуацией. Такой оригинальный метод сбора информации ограничен возможностями, которые предоставляют медиа для пользователей (теги, разделы, наличие архива с поиском; информация о просмотрах и комментариях), поэтому не все СМИ можно анализировать по этой схеме. Высока и трудоемкость сбора сырых данных. Тем не менее преимуществом метода является возможность оперативного получения информации о динамике интереса журналистов и пользователей, эмоционального отклика пользователей, что особенно актуально, когда затруднена возможность реального обращения к информантам. При этом не возникает искажений, связанных с социально-одобряемыми ответами, некорректными формулировками вопросов и т. д. Эта информация в принципе существует вне зависимости от позиции исследователей.

Кроме того, использовалась информация региональных оперштабов о динамике числа новых заражений в том или ином регионе и исследование индекса самоизоляции для Новосибирска и Екатеринбурга (исследование Яндекса о городской активности)³⁴. Информация оперштабов о количестве новых зараженных за сутки — своего рода новое медиа, которое было особенно востребовано пользователями и СМИ в первую волну эпидемии коронавируса. Верхние строчки новостных ресурсов, отдельные вкладки на сайтах, первые сюжеты новостных выпусков по радио и телевидению сообщали аудитории об этом количественном показателе развития эпидемии. Соотнесение динамики этого показателя с динамикой медийных характеристик (публикационная активность СМИ, интерес и эмоциональный отклик пользователей) может показать, как СМИ и аудитория реагируют на ситуацию пандемии; связана ли эта реакция со степенью реальной угрозы; отличается ли реакция СМИ и аудиторий в разных регионах с разным сценарием эпидемии; отличается ли реакция аудитории от реакции СМИ. Это также открывает возможность сравнительных исследований (по странам и по волнам).

Выбор медийных ресурсов связан с их востребованностью среди пользователей и высокой цитируемостью, а также наличием архива для поиска новостей по теме⁵. Регионы, включенные в исследование, были отобраны на основе различий в динамике эпидемиологической ситуации: Москва (регион с самым ранним и сильным распространением эпидемии), Ярославль (сценарий схож с московским), Калининград (сценарий напоминает московский, но столь масштабной эпидемии с ярко выраженным пиком в регионе не было), Санкт-Петербург (сценарий

³ Коронавирус: статистика. Развитие событий. URL: https://yandex.ru/covid19/stat?utm_source=main_notif&geoid=225 (дата обращения: 28.06.2022)

⁴ Индекс самоизоляции. Исследования Яндекса. URL: <https://yandex.ru/company/researches/2020/podomam> (дата обращения: 28.06.22).

⁵ Медиалогия. Рейтинг региональных СМИ. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/> (дата обращения 28.06.2022).

напоминает московский, но с отсрочкой и более плавным спадом количества новых выявленных случаев) и все остальные регионы (Новосибирск, Екатеринбург, Барнаул, Оренбург, Мурманск, Киров, ХМАО), в которых эпидемиологическая ситуация не улучшалась или значительно ухудшалась с момента пиков в Москве и России в целом (6—12 мая) до конца анализируемого периода (19 июля). Таким образом, у нас есть две группы регионов: с ранним и отсроченным приходом эпидемии. Особенно нас будет интересовать вторая группа, где эпидемиологическая обстановка не улучшалась во время ее улучшения в столице и России в целом. Динамика медиасферы этой группы интересна, поскольку позволяет проверить различия в освещении тематики COVID-19 между регионами. Для наглядности различные сценарии эпидемии отражены на рисунке 1.

Кроме того, была собрана информация о количестве новостных сообщений за сутки о COVID-19 среди государственных и негосударственных ресурсов. Среди государственных были проанализированы федеральные ресурсы («Вести», «Российская газета») и региональные «Москва 24», «Вести Новосибирск», «Вести Урал», «Аргументы и Факты Урал». Среди негосударственных — федеральные «Эхо Москвы», «Радио Свобода»⁶, «Lenta» и «Дождь»^{*} и региональные «Тайга», «NGS», «Знак Екатеринбург» и «Е1»⁷. Рис. 2 отображает динамику публикационной активности разных медиа (государственных и негосударственных, региональных и федеральных)⁸.

Для сравнения дискурса упомянутых выше государственных и негосударственных медиа в отношении COVID-19 в работе использованы идеи критического дискурс-анализа Т. ван Дейка. Анализировались заголовки сообщений СМИ за рассматриваемый период, а также содержание наиболее просматриваемых и комментируемых статей на том или ином ресурсе (на основании метрик самих сайтов). Мы ориентировались на индикаторы дискурс-анализа новостей, который предложил ван Дейк и его последователи [ван Дейк, 2003; Чудова, Маракасова, 2015].

Региональные особенности динамики медиасферы в период распространения пандемии COVID-19

Для анализа связей динамики публикационной активности региональных российских медиа с динамикой новых выявленных случаев коронавируса в ре-

⁶ Здесь и далее * означает средство массовой информации, признанное выполняющим функции «иностранного агента».

⁷ Кроме того, подробно исследовались содержательные аспекты комментариев к новостям некоторых региональных медиа (см. Первушин Н. С. Анализ динамики медиасферы в контексте пандемии COVID-19 на примере новостей и комментариев к ним, публикуемых на сайте NGS.ru. 2020. URL: https://fp.nsu.ru/nauchnaya-deyatelnost/covid19/covid_ngs.php (дата обращения: 28.06.2022). Выявлена повышенная агрессивность пользователей, особенно в первые месяцы эпидемии. Наибольшее внимание пользователей вызвали сообщения об ограничительных мерах, а не о самом коронавирусе. Выделено три группы комментаторов, которые отличаются своим отношением к проблеме COVID-19. Выявлена траектория отношения к проблеме эпидемии COVID-19. Среди очагов дискурсивной борьбы: реальная статистика, масштабы эпидемии, ковид как причина смерти, необходимость закрытия границ, адекватность карантинных мер, масочный и перчаточный режим, введение пропусков, удаленная работа и учеба, массовые мероприятия в период самоизоляции, уровень отечественной медицины, вакцинация и пр.

⁸ Федеральные медиа анализируются для сравнения применяемых дискурсов и стратегий в государственных и негосударственных медиа; кроме того, интерес представляет и то, на что ориентируются центральные государственные и негосударственные СМИ при освещении темы COVID-19 (ситуация в мире, России в целом, Москве или повестка существует отдельно от реальной эпидемиологической ситуации).

гионе, столице, России в целом и мире был проведен корреляционный анализ. Рассчитывался коэффициент корреляции Спирмена в программе SPSS Statistics. Обратимся к таблице 1.

Таблица 1. *Связи между количеством статей в региональных СМИ за сутки и динамикой пандемии COVID-19 в регионе, Москве, России и мире (уровень значимости $p < 0,01$)*

Исследуемые характеристики	Новые случаи в субъекте РФ		Новые случаи в Москве		Новые случаи в России		Новые случаи в мире		Сообщения федерального СМИ Lenta.ru	
	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая
Екатеринбург	0,38		0,74		0,59		0,41		0,90	
	0,72	-0,41	0,83	0,74	0,82	0,69	0,82	-0,73	0,89	0,82
Ярославль	0,42		0,70		0,54		0,37		0,91	
	0,58	0,73	0,80	0,80	0,80	0,76	0,80	-0,78	0,89	0,78
Барнаул	0,29		0,60		0,48		0,41		0,90	
	0,55		0,78	0,33	0,79		0,78	-0,34	0,92	0,69
Оренбург	0,33		0,6		0,49		0,44		0,89	
	0,57		0,77	0,24	0,79		0,77	-0,22	0,89	0,63
Новосибирск	0,23		0,66		0,52		0,35		0,908	
	0,57	-0,65	0,78	0,76	0,78	0,72	0,78	-0,75	0,91	0,775
Киров	0,35		0,56		0,46		0,41		0,93	
	0,56		0,76	0,30	0,77	0,28	0,77		0,91	0,83
Мурманск	0,38		0,65		0,53		0,46		0,86	
	0,58		0,80	0,33	0,81	0,26	0,81	-0,34	0,84	0,62
Ханты-Мансийск	0,34		0,64		0,53		0,46		0,83	
	0,59		0,80	0,3	0,81		0,82	-0,26	0,86	0,54
Санкт-Петербург	0,44		0,57		0,44		0,27		0,91	
	0,69	0,60	0,73	0,68	0,74	0,65	0,72	-0,63	0,92	0,70
Калининград	0,35		0,56		0,45		0,32		0,93	
	0,50	0,38	0,73	0,59	0,74	0,55	0,72	-0,56	0,92	0,8
Москва	0,58		0,58		0,38				0,87	
	0,80	0,78	0,80	0,78	0,80	0,72	0,75	-0,75	0,92	0,75
Lenta.ru	—		0,59		0,47		0,36		1	
	—	—	0,76	0,53	0,77	0,46	0,90	-0,53	1	1

Обратим внимание, что на протяжении периода с 22 января до 19 июля наиболее сильные связи публикационной активности всех рассматриваемых региональных СМИ связаны с эпидемиологической ситуацией в Москве (от 0,56 ($p < 0,01$)) в Калининграде до 0,74 ($p < 0,01$) в Екатеринбурге). Для всех регионов характерны умеренные и заметные связи с российской эпидемиологической обстановкой (от 0,38 ($p < 0,01$) в Москве до 0,59 ($p < 0,01$) в Екатеринбурге). Связи с ситуа-

цией в мире либо умеренные (от 0,32 ($p < 0,01$) в Калининграде до 0,46 ($p < 0,01$) в ХМАО), либо их нет (Москва, Санкт-Петербург). Значимая связь с локальным контекстом обнаруживается в Москве (0,58 ($p < 0,01$)); в остальных регионах связи умеренные (от 0,33 ($p < 0,01$) в Оренбурге до 0,44 ($p < 0,01$) в Санкт-Петербурге) или их нет (Новосибирск, Барнаул). Кроме того, во всех регионах обнаруживается сильная связь с динамикой сообщений в федеральном СМИ (Lenta). Само же издание Lenta также ориентируется в большей степени на московскую повестку (0,59 ($p < 0,01$)), но есть и умеренные связи с российской (0,47 ($p < 0,01$)) и мировой (0,36 ($p < 0,01$)) обстановкой.

Не обнаружено отличий между регионами с улучшающейся после майских праздников эпидемиологической обстановкой и регионами с ухудшающейся. Ориентация на локальную обстановку не столь заметна, так что наше исходное предположение не находит эмпирических подтверждений. Для всех регионов характерны одни и те же тенденции, главная из которых — ориентация на московскую эпидемиологическую ситуацию. Разделим таблицу на два периода: до 6 мая (пик в Москве) и после 6 мая, чтобы уточнить ориентацию СМИ на разных этапах эпидемии. Первый этап сопровождался большей неопределенностью, неизвестностью рисков, широким спектром разного рода ограничений и самоизоляции при росте новых выявленных случаев коронавируса за сутки практически во всех регионах. Второй этап характеризуется более понятными рисками, постепенным снятием ограничений, но реальная эпидемиологическая обстановка отличается в разных регионах.

В период до 6 мая мы наблюдаем выраженные связи между публикационной активностью в разных регионах и выявленными новыми случаями заражения в Москве (от 0,73 ($p < 0,01$) в Санкт-Петербурге до 0,83 ($p < 0,01$) в Екатеринбурге), России (от 0,74 ($p < 0,01$) в Калининграде до 0,82 ($p < 0,01$) в Екатеринбурге) и мире (от 0,72 ($p < 0,01$) в Калининграде до 0,82 ($p < 0,01$) в Екатеринбурге). Обнаруживаются сильные (в Москве и Екатеринбурге) и заметные (во всех остальных регионах) корреляции с динамикой локальной эпидемиологической обстановки. Существенная ориентация региональных медиа на события в Москве и мире, вероятно, отражает ожидания схожих тенденций в регионах в ближайшем будущем. В Москве тоже есть интерес к международным событиям, но всплеск новостей соотносится и с реальным развитием эпидемии. Сильны связи публикационной активности во всех регионах с публикационной активностью на федеральном сайте lenta.ru.

После 6 мая мы видим иную картину. Самые высокие корреляции между публикационной активностью и новыми случаями заражения в Москве. Идентичная ситуация наблюдается в отношении региональных СМИ и эпидемиологической обстановки в столице: Москва (0,78 ($p < 0,01$)), Ярославль (0,80 ($p < 0,01$)), Новосибирск (0,76 ($p < 0,01$)), Екатеринбург (0,74 ($p < 0,01$)), Петербург (0,68 ($p < 0,01$)) и Калининград (0,59 ($p < 0,01$)). Для всех других регионов связи региональной публикационной активности с новыми случаями заражения в столице либо слабые, либо незначимые (Оренбург). Динамика эпидемии в Ярославле, Калининграде и Санкт-Петербурге была во многом схожа с московской, поэтому эти результаты логичны.

Обращает на себя внимание разная выраженность корреляций между активностью СМИ тех регионов, куда эпидемия пришла позднее, и московской эпидемиологической ситуацией: сильные связи с активностью медиа Новосибирска и Екатеринбурга и слабые — с медиа других регионов. Могут быть разные интерпретации наблюдаемых различий. Например, Н. Зубаревич предлагает концепцию «4 России»⁹. Новосибирск и Екатеринбург — города-миллионники и их можно отнести к «Первой России» с активным населением, стремлением к самореализации, более выраженным желанием изменений и большой политической вовлеченностью [там же]. Оренбург, Ханты-Мансийск, Барнаул, Киров и Мурманск — скорее «Вторая Россия»: индустриальная, и ментально, и экономически не далеко ушедшая от советского периода [там же]. В экономическом смысле «Россия-2» сильнее зависит от необходимости офлайн-работы (производства вряд ли можно сейчас перевести «на дистант»). Жители крупных городов («Россия-1») в меньшей степени вовлечены в производство, и самоизоляция могла коснуться большей доли населения, поэтому, возможно, выход из самоизоляции после майских праздников (13 мая) мог вызвать падение интереса региональной медиасферы. Кроме экономических отличий между жителями «России-1» и «России-2» возможны и отличия в мировоззрении: возможно, большая ориентация на столицу в Екатеринбурге и Новосибирске говорит о том, что ментально они принадлежат одному полю, то есть понятие «Россия-1» отражает не только экономическую, но и ментальную общность регионов. Однако для ситуации с эпидемией такая установка несет в себе угрозу: улучшение эпидемиологической ситуации в Москве не означает ее улучшения в других крупных городах. При этом федеральное СМИ «Lenta» после 6 мая также начинает ориентироваться на московскую ситуацию с COVID-19 (0,53 ($p < 0,01$)). Сильны связи между региональной и федеральной публикационной активностью (от 0,84 ($p < 0,01$) в Мурманске до 0,92 ($p < 0,01$) в Калининграде и Барнауле).

Обнаружены высокие корреляции между количеством новых случаев коронавируса в России и публикационной активностью в Новосибирске (0,72 ($p < 0,01$)), Ярославле (0,76 ($p < 0,01$)), Москве (0,72 ($p < 0,01$)), Екатеринбурге (0,69 ($p < 0,01$)), Санкт-Петербурге (0,65 ($p < 0,01$)) и Калининграде (0,55 ($p < 0,01$)). Медиаактивность в городах с ухудшающейся эпидемиологической ситуацией из «России-2» перестает соотноситься с российской повесткой. Наблюдаются отрицательные связи региональной публикационной активности с развитием пандемии в мире. Особенно отчетливо это выражено в Москве (−0,75 ($p < 0,01$)), Санкт-Петербурге (−0,63 ($p < 0,01$)), Калининграде (−0,56 ($p < 0,01$)), Новосибирске (−0,75 ($p < 0,01$)) и Екатеринбурге (−0,74 ($p < 0,01$)). Мировые новости о коронавирусе перестают быть актуальными, как это было ранее, поскольку вряд ли они теперь могут выступать как прогноз или уменьшать неопределенность происходящего. Региональная повестка имеет сильные связи с федеральной (Lenta): от 0,54 ($p < 0,01$) в Ханты-Мансийске до 0,83 ($p < 0,01$) в Кирове.

В регионах, где эпидемиологическая обстановка с 6 мая до 19 июля улучшалась, динамика активности СМИ связана с динамикой эпидемии в регионе: Ярославль

⁹ Зубаревич Н. В. Четыре России. Ведомости. 2011. 30 декабря. URL: https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2011/12/30/chetyre_rossii (дата обращения: 28.06. 2022).

(0,73 ($p < 0,01$)), Санкт-Петербург (0,60 ($p < 0,01$)), Калининград (0,38 ($p < 0,01$)), Москва (0,78 ($p < 0,01$)). В других городах значимых связей либо нет, либо они и вовсе отрицательные (рост эпидемии сопровождается падением внимания медиа к теме коронавируса). Там, куда эпидемия пришла позже, чем в Москву, медиа не следовали за локальной эпидемической обстановкой. Региональные СМИ были активны в период основных запретов и большей неопределенности (до 6 мая). В основной же период эпидемии, когда реальная угроза заражения стала намного выше, медиа перестают проявлять былую активность. Таким образом, реальная эпидемия доминировала в медиaprостранстве Москвы и регионов, где она происходила приблизительно в те же сроки. В регионах, куда эпидемия пришла позже, до 6 мая на фоне относительно небольшого количества выявленных случаев заражения высокая активность медиа была обусловлена беспрецедентными ограничительными мерами и колоссальной ситуацией неопределенности с неизвестными рисками. Когда риски стали более понятными, уровень неопределенности снизился, ограничения стали менее существенными, медиа уменьшили свою активность несмотря на ухудшение эпидемиологической ситуации. В значительной степени в этих регионах СМИ и пользователи Интернета реагировали не исключительно на развитие эпидемии в Москве. Объясняя этот результат в русле идей Ж. Бодрийяра, можем предположить, что отклик был не на реальную, а на гиперреальную эпидемию. Медиапотоки создают «белый шум», который замещает реальность гиперреальностью, предполагающей невозможность отличить реальность от фантазии [Бодрийяр, 2000]. Иначе говоря, все регионы вне зависимости от их эпидемиологического сценария с помощью медиа были помещены в ситуацию столичной эпидемии и борьбы с ней. Улучшение московской ситуации стало оптимистичным сигналом для всех регионов, хотя далеко не для всех это действительно соответствовало реальной динамике эпидемии. Для развития этих идей обратимся к таблице 2.

Таблица 2. **Связи динамики индикаторов региональной медиасферы и самоизоляции с динамикой эпидемии в субъекте РФ, Москве, России и мире ($p < 0,01$)**

Исследуемые характеристики	Новые случаи в субъекте РФ (22 января — 19 июля)		Новые случаи в Москве (22 января — 19 июля)		Новые случаи в России (22 января — 19 июля)		Новые случаи в мире (22 января — 19 июля)	
	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая
Количество статей/день (Нск)			0,66		0,52		0,35	
	0,57	-0,65	0,78	0,76	0,78	0,72	0,78	-0,74
Количество просмотров/день (Нск)			0,67		0,50		0,33	
	0,61	-0,67	0,80	0,80	0,80	0,73	0,80	-0,77
Количество комментариев/день (Нск)			0,74		0,58		0,41	
	0,65	-0,62	0,85	0,71	0,85	0,65	0,84	-0,69
Индекс самоизоляции Яндекс (Нск)			0,32					
	0,25	-0,27	0,44	0,50	0,44	0,49	0,53	-0,5

Исследуемые характеристики	Новые случаи в субъекте РФ (22 января — 19 июля)		Новые случаи в Москве (22 января — 19 июля)		Новые случаи в России (22 января — 19 июля)		Новые случаи в мире (22 января — 19 июля)	
	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая
Количество статей/день (Екб)	0,38		0,74		0,59		0,41	
	0,72	-0,41	0,83	0,74	0,82	0,69	0,82	-0,73
Количество просмотров/день (Екб)	0,31		0,68		0,52		0,35	
	0,67	-0,44	0,79	0,79	0,79	0,73	0,80	-0,79
Количество комментариев/день (Екб)	0,43		0,76		0,60		0,46	
	0,76	-0,31	0,85	0,57	0,85	0,49	0,84	-0,57
Индекс самоизоляции Яндекс (Екб)			0,51		0,35			
	0,65	-0,32	0,66	0,50	0,66	0,47	0,69	-0,478
Количество статей/день (ХМАО)	0,34		0,64		0,53		0,46	
	0,59		0,80	0,30	0,81		0,82	
Количество просмотров/день (ХМАО)	0,26		0,64		0,51		0,37	
	0,62	-0,37	0,81	0,50	0,81	0,41	0,82	-0,46
Количество комментариев/день (ХМАО)			0,45		0,35		0,27	
	0,42		0,65	0,4	0,65	0,36	0,68	-0,38

Статистическое исследование индикаторов медиасферы и индекса самоизоляции в Новосибирске, Екатеринбурге и ХМАО показывает схожие с описанными ранее тенденции. На протяжении всего периода наиболее сильны связи количества просмотров (пользовательский интерес), количества комментариев (эмоциональный отклик) в регионах, индекса самоизоляции (Екатеринбург и Новосибирск) с эпидемиологической динамикой в Москве. Слабее выражены связи с ситуацией в России, еще слабее — с мировой, и самые слабые (или их нет) — с локальной эпидемиологической ситуацией. До 6 мая высоки корреляции и с мировым, и с московским, и с российским контекстом, чуть ниже — с локальным контекстом. После 6 мая наиболее сильны связи индикаторов с московской эпидемиологической динамикой; чуть менее — с российской. Связи же с мировой и локальной обстановкой либо отсутствуют, либо отрицательные (коронавирус перестает вызывать интерес пользователей и журналистов и вызывать эмоциональную реакцию, хотя опасность заражения и эпидемиологическая обстановка ухудшаются).

Рассмотрим далее различия в работе государственных и негосударственных СМИ. Возможно, государственные СМИ искусственно вытеснили COVID-19 из повестки для решения политических и экономических задач?¹⁰

¹⁰ Важно отметить, что властями были приняты меры против распространения «фейков» о пандемии COVID-19. А. Архипова** с соавторами выяснили, что правоохранительные органы привлекали СМИ к ответственности из-за утверждений о том, что 1) власти скрывают от народа реальную информацию об эпидемии; 2) власти манипулируют информацией об эпидемии, ее масштабах и последствиях [Архипова** и др., 2020]. Поэтому критика действий властей в период пандемии — риск для СМИ. Тем не менее, негосударственные СМИ публиковали статьи критического содержания. Так, например, «Эхо Москвы» было оштрафовано за высказывания политолога В. Соловья о сокращении реальных масштабов эпидемии на 260 тыс. рублей, однако это не остановило «Эхо» от дальнейшей трансляции подобной информации (частым гостем был демограф А. Ракша, сообщавший о превышении смертности в разы от официальной статистики).

Здесь и далее: ** 26.05.2023 внесена в реестр иностранных агентов.

Государственные и негосударственные СМИ в период пандемии COVID-19

Для анализа связей между динамикой медиаактивности в государственных и негосударственных медиа (федеральных и региональных) и динамикой эпидемии в регионе, Москве, России и мире также использовался коэффициент корреляции Спирмена (см.: табл. 3, 4, 5). Действия федеральных государственных и негосударственных СМИ, как и у рассмотренных ранее региональных, связаны преимущественно с московскими трендами эпидемии (от 0,39 ($p < 0,01$) у «Эха Москвы» до 0,61 ($p < 0,01$) у «Российской газеты» за весь рассматриваемый период). В целом, ориентация государственных федеральных медиа на московскую обстановку сильнее, чем у негосударственных («Эхо Москвы», «Дождь»* и «Радио Свобода»*). Активность журналистов оказалась связанной с динамикой эпидемии в России («Lenta» (0,47 ($p < 0,01$)), «Российская газета» (0,47 ($p < 0,01$))) и в мире («Lenta» (0,36 ($p < 0,01$)), «Российская газета» (0,31 ($p < 0,01$))).

До 6 мая наблюдается высокая корреляция публикационной активности федеральных СМИ с эпидемией в Москве, России и мире. Это объяснимо, так как мировые события могли служить ориентиром для прогнозов в России, а в Москву эпидемия пришла раньше и была масштабней, чем в других регионах. Различий во внимании к теме COVID-19 у негосударственных и государственных СМИ в этот период нет.

После 6 мая сохраняется соотношение интереса федеральных медиа к коронавирусу с динамикой эпидемии в Москве и России (самые сильные связи у ресурсов, ориентированных преимущественно на Москву: «Эхо Москвы» и «Москва 24»; слабее связи у «Lenta» и «Российской газеты»). Корреляции журналистской активности с мировой эпидемиологической обстановкой в этот период отрицательные, так как мировая ситуация больше не служит ориентиром и инструментом снижения неопределенности. И государственные, и негосударственные федеральные СМИ действуют по схожему сценарию в плане внедрения повестки коронавируса и ее последующего вытеснения, ориентируясь преимущественно на развитие событий в столице. Таким образом, федеральные СМИ сообщают меньше новостей о коронавирусе после 6 мая, хотя во многих регионах эпидемия усиливается. В такой ситуации повышается значимость объема внимания, который уделяют эпидемии медиа тех регионов, где ситуация с COVID-19 ухудшается.

Анализируя негосударственные и государственные СМИ Новосибирска и Екатеринбурга, можно сделать вывод, что динамика их медиаактивности в отношении темы коронавируса совпадает с динамикой на федеральных ресурсах. За весь рассматриваемый период только у двух из семи ресурсов присутствует умеренная связь медиаактивности с локальным эпидемиологическим контекстом: у «Тайги» (0,42 ($p < 0,01$)) и у «Вести Урал» (0,4 ($p < 0,01$)). В основном региональные медиа смотрят на столичную ситуацию, в меньшей степени — на российскую, еще в меньшей — на мировую.

До 6 мая присутствуют сильные связи публикационной активности региональных СМИ с московской (от 0,72 ($p < 0,01$) у «АиФ Урал» до 0,83 ($p < 0,01$) у «Е1»), российской (от 0,72 ($p < 0,01$) у «Вести Урал» до 0,83 ($p < 0,01$) у «Тайги» и мировой (от 0,71 ($p < 0,01$) у «Вести Урал» до 0,82 ($p < 0,01$) у «Е1») эпидемиологической ситуацией. Связи с местной обстановкой — заметные (от 0,57 ($p < 0,01$) у «НГС»

до 0,72 ($p < 0,01$) у Е1). После 6 мая наиболее выражены связи с московской динамикой эпидемии: сильные у «Е1» (0,74 ($p < 0,01$)) и «НГС» (0,76 ($p < 0,01$)); умеренные у «Тайги» (0,36 ($p < 0,01$)), «Знак» (0,63 ($p < 0,01$)), «Вести Новосибирск» (0,59 ($p < 0,01$)); умеренная у «АиФ Урал» (0,34 ($p < 0,01$)). Менее выражены связи с российской динамикой эпидемии. Связи с мировой и локальной динамикой эпидемии в этот период отрицательные (см. табл. 3 и табл. 4). Публикационная активность региональных негосударственных и государственных медиа падает, как и у федеральных, вне зависимости от реальной ситуации с эпидемией в том или ином регионе. Не обнаружено существенных различий в динамике освещения коронавируса в государственных и негосударственных медиа. Нельзя говорить о том, что государственные федеральные и региональные СМИ намеренно вытесняют коронавирус из повестки дня. Наблюдается концентрация и федеральных, и региональных СМИ на столичной повестке.

Освещение темы COVID-19 в государственных и негосударственных СМИ имеет ряд содержательных отличий. Дискурс негосударственных СМИ имеет критический характер. Отмечается непоследовательность мер властей и их реализации на практике (скепсис по поводу снятия ограничений во время роста эпидемии; организация парадов и очереди у государственных учреждений в период самоизоляции и пр.). Много публикаций об историях болезни («Три недели вскрывал тела зараженных: что известно о патологоанатоме больницы № 25, умершем от ковида», «10 кругов ада: сибиряк рассказал, как обнаружил „ядерную“ пневмонию и коронавирус почти без симптомов»); о тяжелых больничных условиях как для пациентов, так и для врачей («Руководство иркутской больницы сокращает штат и отказывается от стимулирующих выплат», «Выясняем, сколько осталось медиков в больницах, где новосибирцы лечатся и умирают от ковида»). Встречаются статьи о сомнительном характере статистики новых выявленных случаев заражения COVID-19 и смертности от него («Два раза прокатился в автобусе и умер», «Власти сибирских регионов занизили число умерших от COVID-19»).

Наряду с этим, в негосударственных СМИ можно обнаружить отсутствие четкой позиции и неготовность оценивать некоторые аспекты происходящего (введение режима использования пропусков, самоизоляции, ношения масок). Это заметно в заголовках: «Публикуем губернаторский указ, который запрещает жителям выходить из дома. Изучайте», «Кому разрешили с понедельника работать — публикуем постановление Андрея Травникова. Изучайте» и так далее. Журналисты находятся в условиях неопределенности, поэтому неопределенность их позиции понятна. Данный формат работы негосударственных СМИ похож на то, что Н. Чэтер описал как «сдерживание потока» [Chater, 2020].

Государственные СМИ, напротив, проявляют большой оптимизм или определенность по поводу быстрого и успешного выхода из эпидемии. В терминологии Чэтера это напоминает «шторм в стакане воды» [ibid.]¹¹. Главный спикер оперштаба А. Мясников изначально транслировал позицию о несущественности данного вируса (бывают и сильнее), потом о невозможности его остановить («Коронавирус возьмет свое. Все переболеем. Кому положено умереть — умрут»). Выступал

¹¹ До 6 мая в дискурсе государственных медиа сочетаются стратегии «сдерживание потока» (жесткость введенных ограничений оправдана) и «шторм в стакане воды» (переживать смысла нет).

со скепсисом в отношении вводимых ограничений («Люди боятся не коронавируса, а принимаемых мер»; «страх может спровоцировать заражение COVID-19»). Далее в новостных сюжетах обозначается правильность всех действий властей (вместе с необходимостью «сидеть дома»), борьба России с коронавирусом преподносится как успешная, а система здравоохранения как эффективная, особенно в сравнении с Италией, Испанией и США. Врачи сравниваются с героями Великой Отечественной войны, а сама эпидемия — с фронтом. В целом, транслируется идея о том, что «не нужно паниковать и переживать», «все под контролем» и «мы успешно выходим из эпидемии». Это контрастирует с введенными жесткими ограничениями, контролем и штрафами: если вирус не так страшен, а система здравоохранения готова к эпидемии, то почему нужно так сильно нарушать привычный ход жизни? Г. Бейтсон описывал такую коммуникативную ситуацию как *double bind* (двойное послание), при которой субъект получает на разных уровнях коммуникации взаимно противоречащие указания: не стоит бояться вируса, но нельзя вести себя по-прежнему [Бейтсон, 2000]. Не ясно, на какое из посланий нужно реагировать и нельзя выйти из данной коммуникативной ситуации¹². Противоречивая информация ухудшает доверие к власти и СМИ и, как следствие, снижает готовность соблюдать карантинные меры и проходить процедуру вакцинации [Макушева, Нестик, 2020].

Снятие ограничений (разрешение гулять, открытие торговых центров, летних веранд, границ с некоторыми странами) отображается и в государственных, и в негосударственных СМИ позитивно. Первые интерпретируют это как сигнал выхода из эпидемии, победу над ней, вторые — просто радуются возвращению возможностей и свобод («Дождались! В Новосибирске открываются бассейны и рестораны»).

Можем заключить, что государственные медиа скорее транслируют успокаивающий дискурс, а негосударственные — скорее критический, алармистский.

Таблица 3. Связи между публикационной активностью государственных и негосударственных СМИ и новыми случаями заражения коронавирусом в Новосибирской области, Москве, России и мире ($p < 0,01$)

Исследуемые характеристики	Новые случаи в НСО		Новые случаи в Москве		Новые случаи в России		Новые случаи в мире	
	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая
НГС			0,66		0,52		0,35	
	0,57	-0,65	0,78	0,76	0,78	0,72	0,78	-0,75
Тайга	0,42		0,71		0,65		0,52	
	0,60	-0,5	0,82	0,54	0,83	0,50	0,80	-0,53
Вести Новосибирск	0,28		0,65		0,52		0,38	
	0,60	-0,46	0,79	0,59	0,79	0,54	0,77	-0,60

¹² Более подробно ситуации двойных посланий в российской медиасфере раскрыты в другой статье автора [Первушин, 2020: 44—65].

Таблица 4. Связи между публикационной активностью государственных и негосударственных СМИ и новыми случаями заражения коронавирусом в Свердловской области, Москве, России и мире ($p < 0,01$)

Исследуемые характеристики	Новые случаи в Свердловской области		Новые случаи в Москве		Новые случаи в России		Новые случаи в мире	
	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая
E1.RU	0,38		0,74		0,59		0,41	
	0,72	-0,41	0,83	0,74	0,82	0,69	0,82	-0,73
ZNAK			0,55		0,40			
	0,63	-0,44	0,73	0,63	0,74	0,56	0,73	-0,59
Вести Урал	0,40		0,47		0,42		0,41	
	0,64		0,73		0,72		0,71	
АиФ Урал	0,3		0,53		0,42		0,34	
	0,60	-0,77	0,72	0,34	0,74	0,28	0,72	-0,3

Таблица 5. Связи между публикационной активностью государственных и негосударственных СМИ и новыми случаями заражения коронавирусом в Москве, России и мире ($p < 0,01$)

Исследуемые характеристики	Новые случаи в Москве		Новые случаи в России		Новые случаи в мире	
	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая	До 6 мая	После 6 мая
Lenta.ru	0,59		0,47		0,36	
	0,76	0,53	0,77	0,46	0,77	-0,53
Эхо Москвы	0,39					
	0,7	0,82	0,74	0,75	0,70	-0,80
Радио Свобода*	0,38					
	0,71	0,63	0,73	0,57	0,71	-0,66
Дождь*	0,43		0,27			
	0,69	0,60	0,70	0,52	0,69	-0,6
Москва 24	0,58		0,38			
	0,80	0,78	0,80	0,72	0,75	-0,75
ВЕСТИ	0,45					
	0,75	0,77	0,75	0,70	0,73	-0,74
Российская газета	0,60		0,47		0,31	
	0,78	0,61	0,79	0,54	0,78	-0,62

Обсуждение результатов

Обобщая результаты исследования, мы обнаруживаем, что в Москве и регионах со схожим графиком развития эпидемии присутствие темы COVID-19 в новостных сюжетах соответствует динамике оценки реальной опасности. Медиа регионов с более поздним приходом эпидемии устанавливали повестку дня следуя за столичными событиями. Медиаактивность пользователей подтверждает данный тезис. Этот феномен целесообразно объяснить политическими причинами. У региональных властей были полномочия самостоятельно определять необходимые в регионе меры. Если в Москве и в среднем по России ситуация улучшалась, местные руководители не хотели невыгодно выделяться на этом фоне и убрали COVID-19 из повестки. Такая оторванность от реальных локальных проблем и зависимость от местных властей была характерной для многих региональных СМИ [Kiriya, 2020]. Однако это не объясняет, почему негосударственные медиа и особенно региональные негосударственные ориентируются на события в Москве и так же переводят тему коронавируса в скрытую повестку.

По мере развития эпидемии люди все больше узнавали информации о коронавирусе из разных источников (медиа, знакомые, врачи). Возможно, к концу первой волны эпидемии эта тема из разряда «ненавязчивых» (далеких от непосредственного опыта человека и его окружения) переходит в разряд «навязчивых» (близких к опыту) [Дьякова, 2002]. В отношении «навязчивых» тем agenda-setting («теория установления повестки дня») не столь эффективна. В этом смысле уменьшение внимания к COVID-19 может быть вполне естественным, а не инспирированным процессом. Впрочем, для такого умозаключения нужно было бы проанализировать данные о динамике медиасферы во вторую и третью волны COVID-19, а также данные о динамике медиасферы из других стран.

А. Казун рассматривает конструкционизм как близкую к agenda-setting теорию [Казун, 2016]. Конструкционисты не отрицают существование тех или иных негативных феноменов в обществе (бедность, коррупция), но утверждают, что эти явления становятся проблемами, когда их начинают так определять [там же]. Освещение медиа в отношении эпидемии COVID-19 похоже на циклы развития социальной проблемы: 1) первые новости о распространении опасного вируса из Уханя (возникновение проблемы); 2) оценка вируса как опасного и заразного (легитимация); 3) необходимость закрытия границ и начала карантинных мер (мобилизация); 4) обозначение реальной угрозы, «нерабочие дни» с 30 марта по 5 апреля, активное обсуждение мер (формирование плана); 5) обоснование необходимости и важности ограничений (реализация плана) [Blumer, 1971]. После улучшения эпидемиологической обстановки в Москве государственные медиа транслируют идею об отступлении эпидемии и «победе над врагом». Коронавирус перестает интерпретироваться как проблема, в том числе в регионах с ухудшающейся эпидемиологической ситуацией. Такая депроблематизация создает предпосылки для пренебрежения карантинными мерами и скептическое отношение к перспективе вакцинации. В негосударственных СМИ эпидемия продолжает интерпретироваться как угроза и проблема, но внимания теме уделяется заметно меньше. В работе А. Казуна и А. Казун теория волновой проблематизации пандемии рассмотрена более подробно на основе анализа новостей «Первого канала»

[Казун, Казун, 2020]. Исследование представления дальнейших волн эпидемии в медиасфере может показать, носит ли этот процесс проблематизации темы COVID-19 циклический характер по мере увеличения угрозы или же происходит нормализация риска заражения.

В период до достижения пика заражений в Москве региональные пользователи новостных ресурсов реагировали скорее на гиперреальную эпидемию. Но почему же тогда при росте реальной эпидемии в регионах падает публикационная активность на тему коронавируса, а вместе с ней интерес и эмоциональный отклик аудитории? Возможно, медиа формируют интерес и эмоциональную реакцию пользователей на тему COVID-19, а активность пользователей следует за активностью журналистов. Люди реагировали скорее на то, что обозначалось медиа как значимое, а не на информацию о динамике распространения эпидемии в локальном контексте.

Теорема Томаса гласит: если ситуация воспринимается как реальная, то она реальна по своим последствиям [Thomas, 1928]. Первоначальная неопределенная ситуация с невысокой вероятностью заражения коронавирусом сопровождалась высокой активностью СМИ, интересом и эмоциональным откликом интернет-пользователей, высокой самоизоляцией. Большая скорость изменений вызывает трудности для адаптации к новой реальности [Тоффлер, 2008], поэтому объяснима повышенная медиаактивность журналистов и пользователей сайтов до 6 мая. После 6 мая на фоне ухудшения реальной эпидемиологической обстановки в некоторых регионах снижается индекс самоизоляции, начинают работу подпольные спортивные залы и клубы, устраиваются спонтанные вечеринки, уличные торговцы (в том числе пожилые, для которых вирус более опасен) перестают бояться заражения. При этом происходит снижение активности СМИ и пользователей. Люди перестают интерпретировать реальность как угрожающую. О. Яницкий рассматривает Россию как «общество всеобщих рисков», для которого характерна «нормализация» восприятия рискогенной среды [Яницкий, 2004]. В начале эпидемии трудно было оценить вероятность и значимость опасности, это и вызывало тревогу, панику, интерес к теме. По мере формирования более конкретных очертаний коронавирусные риски становятся частью повседневной жизни. Это согласуется с данными проекта КоронаФОМ. С 6 мая растет интегральный индикатор пренебрежения рисками, с 13 апреля — индикатор игнорирования болезни, с 17 июня — индикатор нормализации жизни¹³ [ФОМ, 2020].

Наибольший интерес СМИ и пользователей совпадает с периодами основных запретов (от середины марта до майских праздников). Наиболее востребованные публикации медиа в этот период связаны с ограничениями прав и свобод, введением различных запретов. В начале эпидемии в регионах, когда сообщалось о единичных случаях заражения за сутки, полиция патрулировала улицы и требовала справки и уважительные причины для выхода на улицу. Из громкоговорителей сообщалось о необходимости «не покидать место проживания». Когда власти начали ослаблять ограничительные меры вопреки ухудшающейся эпидемиологической ситуации, пользователи региональных сайтов оценивали это в позитивном ключе («Ура, кофе можно будет нормально попить»; «Наконец-то

¹³ Интегральные Индикаторы// Проект коронаФОМ, 2020. URL: <https://covid19.fom.ru/post/integralnye-indikatory> (дата обращения: 28.06.2022).

дождались, а то абонемент уже пылью покрылся»; «Откройте уже фитнес-клубы! Чем они опаснее бассейнов и метро?»). Комментаторы региональных ресурсов, отмечая важность свободы перемещения, досуга и предпринимательства, констатируют неоднозначность момента ослабления ограничений («Скоро все откроют. Все зависит от Москвы, на Новосибирск и сколько тут померло — всем ПЛЕВАТЬ»; «Больницы переполнены — самое время ТЦ открыть»).

Нельзя исключить и влияние внешних неэпидемических факторов, повлиявших на снижение медиаактивности. Адаптация к новой реальности, экономические проблемы, политическая повестка, отпускной и дачный сезон, снятие ограничительных мер — все это провоцирует проведение досуга вне дома и уменьшение медиапотребления. В таких условиях журналистам становится очень сложно находить новые сюжеты по теме эпидемии. Однако если бы повестка коронавируса оставалась столь важной для журналистов и пользователей, интерес к ней вряд ли снизился бы только из-за сезонного падения трафика на новостных сайтах, ведь в начале осени также не наблюдалось роста медиаактивности в отношении пандемии. Видимо, тема действительно перестает быть столь важной, а угроза болезни значимой. С начала июня и региональные, и федеральные СМИ убирают из верхних, наиболее заметных разделов вкладки «все о коронавирусе», информацию об уровне самоизоляции с призывом «лучше оставайтесь дома». Если в отношении федеральных СМИ это выглядит синхронизированным с улучшающейся общероссийской картиной, то в регионах с поздним приходом эпидемии это не вполне соответствует реальной обстановке с COVID-19.

Список литературы (References)

Архипова А. С.**, Радченко Д. А., Козлова И. В., Пейгин Б. С., Гаврилова М. В., Петров Н. В. Пути российской инфодемии: от WhatsApp до Следственного комитета // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 231—265. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1778>.

Arkhipova A. S.**, Radchenko D. A., Kozlova I. V., Peigin B. S., GavriloVA M. V., Petrov N. V. (2020) Specifics of Infodemic in Russia: From WhatsApp to the Investigative Committee. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 231—265. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1778>. (In Russ.)

Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / пер. с нем. В. Седельника, Н. Федоровой. М. Прогресс-Традиция, 2000.

Beck U. (2000) *Risikogesellschaft*. Moscow: Progress-Tradition. (In Russ.)

Бейтсон Г. Экология разума. М.: Смысл, 2000.

Bateson G. (2000) *Steps to the Ecology of Mind*. Moscow: Smysl. (In Russ.)

Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть/пер. с фр. и вступит статья. С. Н. Зенкина. М.: Добросвет, 2000.

Baudrillard J. (2000) *L'échange symbolique et la mort*. Moscow: Dobrosvet. (In Russ.)

ван Дейк Т. Анализ новостей как дискурса // Коммуникативные стратегии культуры. Новосибирск: НГУ, 2003. С. 107—131.

van Dijk T. (2003) Analysis of News as a Discourse. In: *Communicative Strategy of Culture*. Novosibirsk: NSU. P. 107—131. (In Russ.)

Дьякова Е. Г. Массовая коммуникация и власть в теории установления повестки дня // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2002. Екатеринбург, 2002. Вып. 3. С. 144—168. URL: http://www.ifp.uran.ru/publ/publ_319.html (дата обращения: 28.06.2022).

Dyakova E. G. (2002) Mass Communication and Power in Agenda-Setting Theory. *Scientific Yearbook of Institute of Philosophy and Law of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences*. Yekaterinburg, 2002. Vol. 3. P. 144—168. URL: http://www.ifp.uran.ru/publ/publ_319.html (accessed: 28.06.2022). (In Russ.)

Казун А. Д. Конструирование социальных проблем в СМИ и теория формирования повестки дня: пределы совместимости концепций // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2016. № 3. С. 159—172. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.3.09>.

Kazun A. D. (2016). Construction of Social Problems in the Media and Agenda-Setting Theory: The Limits Of Concepts' Compatibility. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. № 3. P. 159—172. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.3.09>. (In Russ.)

Казун А. Д., Казун А. П. Волновая (де)проблематизация: освещение пандемии коронавируса в России на федеральном телеканале // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. No 6. С. 284—306. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1754>.

Kazun A. D., Kazun A. P. (2020) Cyclic (De)Problematization: Coverage of the Coronavirus Pandemic in Russia on a Federal TV Channel. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 284—306. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1754>. (In Russ.)

Макушева М. О., Нестик Т. А. Социально-психологические предпосылки и эффекты доверия социальным институтам в условиях пандемии // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. No 6. С. 427—447. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1770>.

Makusheva M. O., Nestik T. A. (2020) Socio-Psychological Preconditions and Effects of Trust in Social Institutions in a Pandemic. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 427—447. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1770>. (In Russ.)

Маракасова А., Чудова И. Апелляция к массам: анализ дискурса новостей // Современный дискурс-анализ. 2015. № 2. С. 31—48.

Marakasova A., Chudova I. (2015). Appealing to Masses: Analysis of News Discourse. *Today`S Discourse Analysis*. No. 2. P. 31—48. (In Russ.)

Первушин Н. С. «Двойные послания» (double bind) в российских медиа в период эпидемии COVID-19 // Reflexio. 2020. Т. 13. № 2. С. 44—65. URL: <https://reflexio.elpub.ru/jour/article/view/64> (дата обращения: 28.06.2022).

Pervushin N. S. (2020) Double Bind in Russian Media during the COVID-19 Epidemic. *Reflexio*. Vol. 13. No. 2. P. 44—65. URL: <https://reflexio.elpub.ru/jour/article/view/64>. (accessed: 28.06.2022). (In Russ.)

Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук: Ваклер, 2001.
Pochepctsov, G.G. (2001) Theory of Communication. Moscow: Refl-book: Wackler. (In Russ.)

Тэффлер Э. Шок будущего / пер. с англ. М.: АСТ, 2008.
Toffler A. (2008) Future Shock. Moscow: AST. (In Russ.)

Яницкий О. Н. Россия как общество риска: методология анализа и контуры концепции. *Общественные науки и современность*. 2004. № 2. С. 5—15. URL: <https://ons-journal.ru/s086904990000617-0-1-ru-79/> (дата обращения: 28.06.2022).

Yanitsky O. N. (2004) Russia as a Risk Society: Methodology of the Analysis and Concept Outlines. *Social Sciences and Modernity*. № 2. P. 228—229. URL: <https://ons-journal.ru/s086904990000617-0-1-ru-79/> (accessed: 28.06.2022). (In Russ.)

Blumer H. (1971) Social Problems as Collective Behavior. *Social Problems*. Vol. 18. No. 3. P. 298—306. <https://doi.org/10.2307/799797>.

Chater N. (2020) Facing up to the Uncertainties of COVID-19. *Nature Human Behaviour*. Vol. 4. No. 5. P. 439. URL: <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0865-2>.

Cohen J. E. (1995) Presidential Rhetoric & the Public Agenda. *American Journal of Political Science*. Vol. 39. No. 1. P. 87—101. <https://doi.org/10.2307/2111759>.

Kiriya I. (2020). Central and Local Media in Russia: Between Central Control and Local Initiatives. In Gulyas A., Baines D. (eds.) *The Routledge Companion to Local Media and Journalism*. London: Routledge. P. 167—175. <https://doi.org/10.4324/9781351239943-20>.

McCombs M.E., Shaw D. L. (1972) The Agenda-Setting Function of Mass-Media. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 36. No. 3. P. 176—187. <https://doi.org/10.1086/267990>.

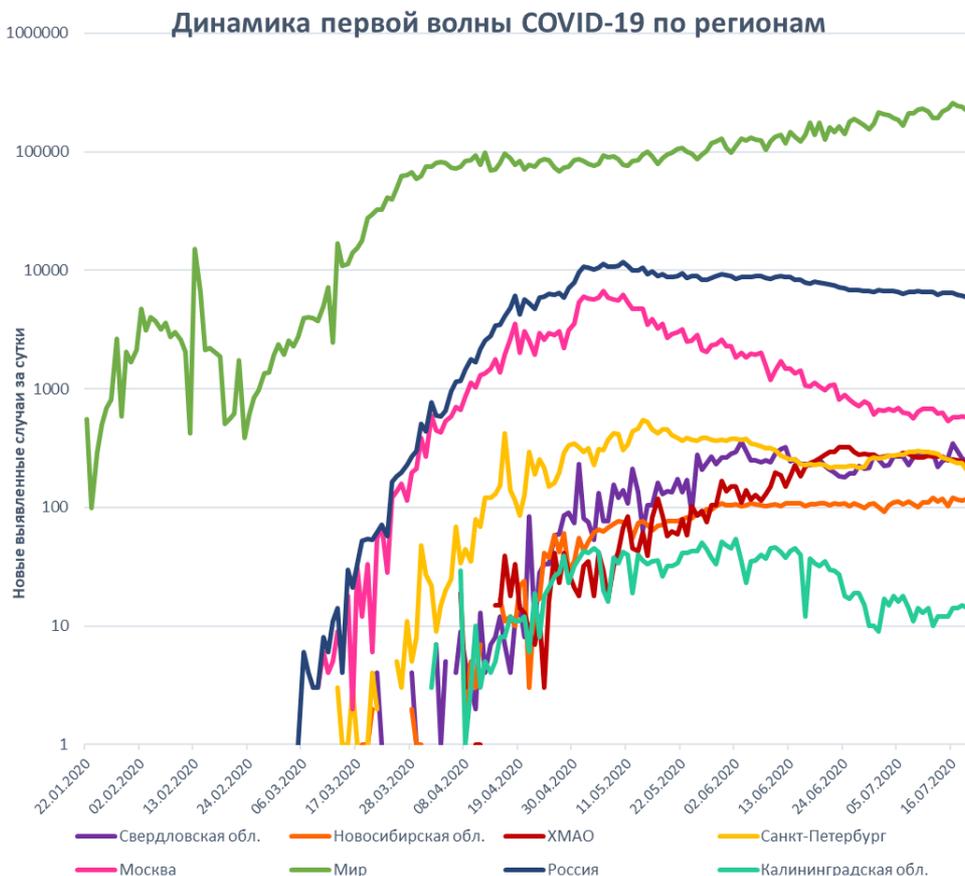
Thomas W. I., Thomas D. S. (1928) The Child in America: Behavior Problems and Programs. New York, NY: A. A. Knopf.

van Dijk T. (1988) Semantics of a Press Panic: The Tamil “Invasion”. *European Journal of Communication*. Vol. 3. P. 167—187. <https://doi.org/10.1177/0267323188003002004>.

van Dijk T. (1989) Critical News Analysis. *Critical Studies*. Vol. 1. No. 1. P. 103—126.

Приложения

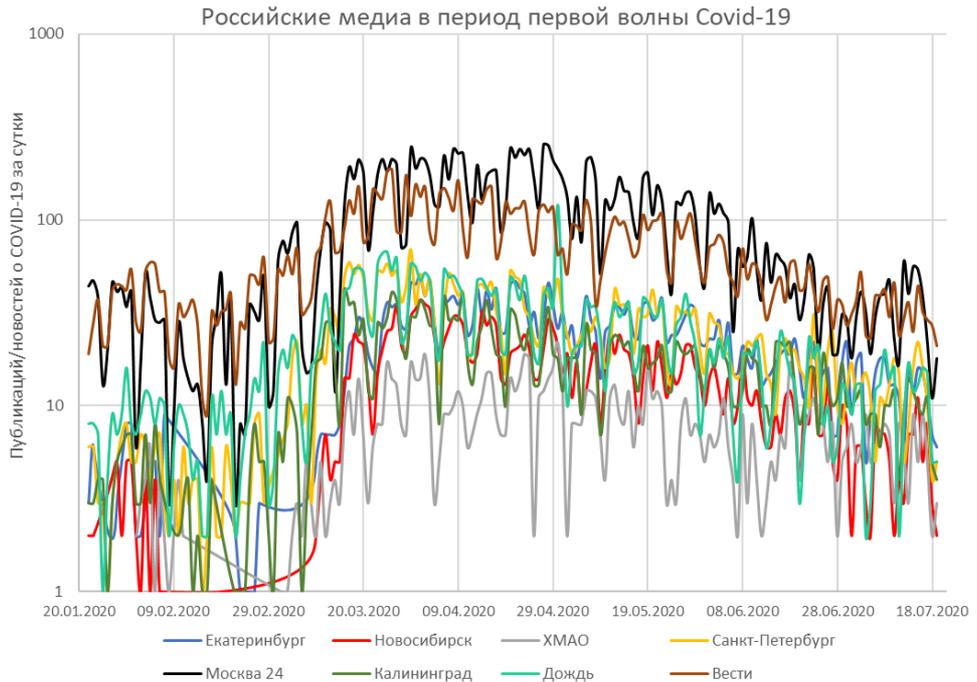
Рис. 1. Динамика первой волны COVID-19 в регионах России, стране в целом и мире



Примечание. Для вертикальной оси (новые выявленные за сутки случаи заболеваний) используется логарифмическая (10) шкала.

Источник: Яндекс. Коронавирус: статистика (https://yandex.ru/covid19/stat?utm_source=main_graph&utm_source=main_notif&geold=225)

Рис. 2. Динамика публикационной активности российских медиа в период первой волны COVID-19



Примечание. Для вертикальной оси (число новостей о COVID-19 за сутки) используется логарифмическая (10) шкала.