

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Анализ подходов социально-культурных медиа к осмыслению феномена  
пандемии»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 431 группы  
направления 42.03.02 «Журналистика»  
Института филологии и журналистики  
Ломовой Марии Алексеевны

Научный руководитель

доц., к.филол.н.

\_\_\_\_\_  
должность, уч. степень, уч.звание

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

М.В. Ерохина

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

д.филол.н., проф.

\_\_\_\_\_  
должность, уч. степень, уч.звание

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

В.В. Прозоров

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Саратов  
2023

## Введение

Инфоповоды глобального масштаба характеризуются широким распространением и привлекают внимание массмедиа в разных странах и регионах мира одновременно. К ним относится COVID-19, ставший наиболее обсуждаемой темой в 2020 году.

Первые статьи о коронавирусной пандемии стали появляться в январе 2020 года, в основном – с 16 января, когда Всемирная организация здравоохранения заявила о возможности передачи вируса между странами. Интерес журналистов к данному инфоповоду оказался напрямую связан с сезонностью роста числа заболевших (наблюдалось увеличение числа медийных материалов о COVID-19 с января по май, относительное снижение летом и усиление интереса осенью 2020 г.)<sup>1</sup>.

К концу 2020 года стало ясно, что глобальный мир накрыла не только пандемия, но и инфодемия: по разным данным, от 70 до 95% всех материалов, которые производили СМИ по всему миру с января по декабрь, так или иначе были посвящены коронавирусу<sup>2</sup>. Это определяет **актуальность** нашего исследования, а **новизна** его связана с тем, что мы впервые пытаемся системно проследить, каким образом феномен пандемии освещался в российских социокультурных онлайн-медиа.

**Целью работы** стало изучение того, как разные отечественные новостные и аналитические Интернет-издания, так или иначе пишущие на тему социума и культуры, строили свою аналитику вокруг наиболее актуальной для всего 2020 года медиатемы, связанной с осмыслением течения и последствий коронакризиса, определением новых рисков социальных систем, изменением нашего собственного мировосприятия и образа жизни. Для этого в работе последовательно решаются следующие **задачи**, определившие **структуру работы**:

---

<sup>1</sup> Гикис, С. Н. Особенности влияния инфоповодов глобального масштаба на повестку дня и работу массмедиа (на примере темы Covid-19 в 2020 г.) // Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. – М.: Фак. журн. МГУ, 2021. – С.234.

Филиппов, С. А. О роли медиа в создании пандемии паники // Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. – М.: Фак. журн. МГУ, 2021. – С.269.

**В первой главе** исследуется специфика российской медиасферы в пандемийном 2020 году, определяются ключевые объекты и предметы исследования.

**Во второй – пятой главах** мы обращаемся к изучению подходов разных типов социально-культурных СМИ к освещению пандемии: в качественных медиа на примере «Ведомостей», массовых медиа на примере «Аргументов и фактов», в аналитических материалах информационного СМИ на примере «Известий», а также рассматриваем, как эта тема преломлялась в ряде новых молодежных онлайн-медиа.

**Шестая глава** посвящена сравнительному анализу пандемийной медиаповестки в Интернет-СМИ и на федеральном телевидении, поскольку к 2021 году исследователи фиксируют важнейшее изменение структуры медиапотребления в российском обществе: соцмедиа окончательно побеждают ТВ по охватам, и именно пандемийный 2020 год становится в этой битве решающим.

На примере анализа массива публикаций в выбранных Интернет-СМИ мы определяем границы той миссии, которую реально взяла на себя в 2020 году социально-культурная журналистская аналитика. Привлекая героев из разных областей знаний, Интернет-редакции разными способами выстраивали широкую «экспертную рамку» вокруг феномена текущих общественных изменений. В этой связи нам кажется важным проследить логику отбора экспертов в разных изданиях, особенности содержательного построения аналитических интервью и авторских колонок, уровень полемичности материалов, фиксацию в них новых особенностей и уникальных примет этого времени.

Исследовательские выводы приведены в **заключении**, завершается работа **библиографическим списком**.

## **Глава 1. Специфика российской медиасферы в пандемийном 2020 году**

В уникальной коммуникативной ситуации пандемии Интернет-СМИ заняли особое место. В ситуации, когда производство других типов журналистского контента (прежде всего телевизионного) резко усложнилось в

силу ковидных ограничений, именно текстовые онлайн-медиа приняли на себя роль основных публичных площадок, задающих новостную повестку и аналитическое осмысление происходящего.

Ключевым новостным форматом в этой ситуации становится именно не классическая газетная или журнальная публикация, а *медиа́текст*. Под этим термином мы понимаем публицистический текст, представленный мультимедийно – с использованием фотографии, аудио-, видеосредств, графики, анимации – и способный трансформироваться в 3D -формат, то есть читаться вглубь, в онлайн-режиме, а не линейно, как в традиционной журналистике<sup>3</sup>. Появление медиатекста является результатом интенсивно и динамично развивающейся в нынешнее десятилетие сетевой журналистики, которая рассматривается исследователями как часть широких культурных изменений, включая формирование нового типа дискурса, новых стилевых разновидностей и новых языковых средств.

Еще одна значимая составляющая информационной модели – это *информационные жанры медиатекстов*. Наряду с общеизвестными и традиционными жанрами печатной прессы в медиатексте широко представлены комментарий, редакционная статья, портретный очерк, проблемно-тематическая статья, скетч, светская хроника, репортаж, рецензия<sup>4</sup>.

Еще один важный аспект, на который мы также будем обращать внимание – установка на завлекательность, заложенная в информационную политику большинства онлайн-изданий. Расчет на то, чтобы привлечь внимание, обнаруживается в заголовочных обещаниях представить шокирующие подробности, связанные с главным медиаповодом 2020 года. Находясь в условиях серьезной конкуренции последние годы, новостные сетевые СМИ по-прежнему переживают качественные форматные изменения. Они становятся все менее информативными, что часто находит отражение в стилистико-речевом оформлении новостей.

---

<sup>3</sup> Гуслякова, А. Моделирование способов подачи информации в печатных и электронных СМИ XXI века // Медиаскоп. 2012. № 2. С. 4.

<sup>4</sup> Гуслякова, А. Моделирование способов подачи информации в печатных и электронных СМИ XXI века // Медиаскоп. 2012. № 2. С. 4.

Самым популярным типом онлайн-материалов в пандемийный 2020 год стали оперативные новостные сводки со статистикой, которые постепенно трансформировались и от короткого новостного формата «молния» могли разворачиваться и в аналитические лонгриды, и в проблемные репортажи, и в острые социальные очерки. Рассмотрим, как проходила подобная содержательная и жанровая трансформация на примере разных типов медиа – от тематических рубрик сайтов «Ведомостей», «Известий» и «Аргументов и фактов» до современных молодежных онлайн-изданий.

## **Глава 2. Освещение пандемии в качественных медиа на примере «Ведомостей»**

Отраслевая тематическая бизнес-специфика издания ожидаемо приводит авторов к аналитике того, как пандемия повлияла на экономику и финансы. Важной для общества темой в период пандемии также стала политика. Авторы «Ведомостей» останавливаются на следующих важных обобщениях: коронавирус привел к децентрализации власти в России, передав полномочия в регионы, что вызвало изменение настроений в разных направлениях; власти организовали массированные социальные выплаты, что снизило накал недовольства, но запрос на социальную опеку от государства может вырасти сильнее, чем способность правительства его удовлетворять; Кремлю удалось избежать угрозы электоральных кампаний и обеспечить приемлемые цифры явки на выборы, в том числе благодаря процедурным нововведениям, таким как дистанционное электронное голосование.

В аналитических материалах «Ведомостей» системно рассматривается, какую цепочку глобальных перемен запустил коронавирус в важных для общества отраслях: образовании, инновационных технологиях, бизнесе, офисной работе, обработке данных, банковских операциях и обращении с деньгами. При этом «Ведомости» не просто описывают новые события, произошедшие в период 2020 года, а выявляют причинно-следственные связи и обсуждают прогнозы экспертов. В качестве источников данных авторы выбирают авторитетные организации, среди которых Международная

организация труда, международная сеть компаний, оказывающих услуги в области консалтинга и аудита Deloitte, международная консалтинговая компания, специализирующаяся на решении задач, связанных со стратегическим управлением McKinsey & Company и другие. Это позволяет получить доверие читателей и предоставить точную информацию от надежных источников.

Анализ материалов также показывает, что авторы «Ведомостей» обладают глубоким профессиональным знанием своих сфер, демонстрируют качественную аналитику и высокую достоверность прогнозов, в чем мы можем убедиться уже глядя на пандемию из 2023 года. Дискуссионные материалы «Ведомостей» рассчитаны на думающих читателей с развитым критическим мышлением, для которых важно оперативно разбираться в происходящем и основываться на качественных проверенных данных.

### **Глава 3. Освещение пандемии в массовых медиа на примере «Аргументов и фактов»**

Несмотря на ориентацию на массового читателя, особенностью «Аргументов и фактов» является тщательная проверка информации в публикациях и столкновение разных экспертных мнений в аналитических материалах. Поэтому оно занимает особое место в изучении подходов российских СМИ к осмыслению такого глобального явления как пандемия коронавируса.

Интересно, что журналисты «АиФ» одними из первых начинают использовать формат «разоблачения мифов», который получил большое распространение в период пандемии. Авторы основываются на конкретных фактах, статистике и мнениях экспертов, предлагают свои решения проблемы, обосновывая их взвешенными аргументами.

В целом, в 2020 году в онлайн-издании обсуждались меры, которые были предприняты в разных странах для борьбы с пандемией, включая карантин, социальную дистанцию, запрет на массовые мероприятия, обязательное ношение масок и т.д. Рассматривались научные и медицинские аспекты

пандемии, в том числе разработка вакцин и лекарств, активно обсуждались и экономические последствия пандемии, включая закрытие предприятий, увольнения и экономический спад. В «АиФ» освещались социальные последствия, включая влияние пандемии на образование и психическое состояние людей. Издание также обращалось к мнению экспертов, врачей и ученых, чтобы помочь своим читателям понять масштаб и серьезность пандемии, рассказать о том, как сохранять свое здоровье и безопасность в условиях пандемии. Помимо новостных заметок, освещающих события, связанные с коронавирусом, издание в аналитических материалах наиболее часто выбирало форматы интервью с экспертами, разоблачение мифов, а также формат подведения итогов.

#### **Глава 4. Пандемия в аналитических материалах информационного СМИ на примере «Известий»**

как и вся мировая пресса, издание «Известия» активно осмысливает феномен пандемии COVID-19 в течение всего 2020 года. В своих материалах медиа пишет о пандемии в контексте мировой экономики, здравоохранения, науки и технологий. В частности, издание освещает механизмы распространения инфекции, стратегии борьбы с ней на международном и национальном уровнях, анализирует последствия мирового карантина и эффективность мер противэпидемической защиты. Оно также публикует интервью с экспертами и врачами, которые делятся своими мнениями и знаниями о болезни и ее лечении. В целом, издание «Известия» старается предоставить своим читателям полную и объективную информацию о пандемии COVID-19, однако использует для этого единственный жанр интервью с экспертами и героями.

## **Глава 5. Пандемия коронавируса в освещении молодежных онлайн-медиа**

Рассмотрим теперь, как молодые российские СМИ, ориентированные на поколение зуммеров, осмысливают пандемию и рассказывают о ее последствиях молодежной аудитории. Это тем более важно, что именно в 2020 году появилось немало новых отечественных интернет-изданий.

Одним из них стал SRSLY – новый проект «Газпром-Медиа», который полностью отвечает интересам молодого поколения. Основные темы, освещаемые СЕРИОСЛИ в момент запуска: блогеры, инсайдеры, инфлюенсеры и их образ жизни. Классическое годовое обозрение, авторы СЕРИОСЛИ строят его на трех опорных точках: явления, мемы, интернет-события. Мы, конечно, не обнаружим здесь серьезной и развернутой аналитики, хроники или фактчекинга, но такой подход – тоже очень важный культурный срез молодежной аудитории 14+, фиксирующий самые важные для подростков воспоминания о 2020-м: «11 марта ВОЗ объявила мировую пандемию. Из шутки и локального бедствия коронавирус вдруг вырос в проблему глобального масштаба». В ряду самых важных цифровых реалий 2020-го: мем с Наташей и котами, Тодоренко-гейт, разговор парня с котом, захвативший тикток».

«The Flow» - наиболее популярный и влиятельный российский интернет-портал о музыке и молодежной культуре, созданный в 2014 году бывшими редакторами медиа Rap.ru - в рубрике «Спасаемся от коронавируса» публикует небольшие по объему интервью с кумирами молодежи на тему коронавируса, их отношения к нему и способах пережить эти события.

## **Глава 6. Сравнение пандемийной медиаповестки в Интернет-СМИ и на федеральном телевидении**

Отметим крайне важную для нас тенденцию: если в 2019 году, несмотря на сокращение ТВ-аудитории особенно среди молодого поколения, для 73%

россиян телеэфирные выступления выступали основным источником новостей<sup>5</sup>, то к 2021 году ситуация кардинально меняется. В сентябре 2021 года ВЦИОМ утверждает: социальные сети и блоги стали одним из основных источников новостей для россиян, наравне с телевидением и разговорами с другими людьми<sup>6</sup>. Поскольку этот важнейший пик изменений в медиасреде приходится именно на пандемийный 2020 год, представляется важным проанализировать, как способы и формы подачи аналитических материалов о пандемии различались и перекликались на ТВ и в Интернет-СМИ.

В целом, анализ того, как разворачивалось освещение пандемии на российском ТВ в 2020 году можно свести к следующим пунктам:

- инфоповод оказывал влияние и на другие тематические и географические рубрики, где от трети до половины материалов прямо или косвенно были связаны с темой COVID-19;

- основными инфоповодами по коронавирусной проблематике становились: новые сведения о влиянии вируса на общество, политику и экономику; отмена крупных международных мероприятий, в том числе Олимпиады-2020; известия о заражении известных людей;

- устойчивой чертой ТВ-материалов стала их статистическая и практическая ориентированность, когда повестка дня обязательно включала обновление статистики зараженных, известия о методах лечения, профилактики, принимаемых государствами мерах и др.

Отметим, что глобальный инфоповод COVID-19 изначально оказался более значимым, чем обычные политико-тематические предпочтения телевизионных редакций, однако впоследствии новости о COVID-19 стали более явно рассматриваться через призму редакционной политики и интересов.

Действительность опровергла некоторые из этих утверждений. Аудитория блогов – целевая и в этом они, безусловно, выигрывают. Сегодня

---

<sup>5</sup> Исследование: телевидение является основным источником новостей для 70% россиян [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://telesputnik.ru/materials/tsifrovoe-televidenie/news/issledovanie-televidenie-yavlyayetsya-osnovnym-istochnikom-novostey-dlya-70-rossiyan/> (дата обращения: 25.08.2022). Загл. с экрана. Яз.рус.

<sup>6</sup> ВЦИОМ выяснил главные источники новостей для россиян. [Электронный ресурс]: сайт. URL: <https://www.rbc.ru/society/23/09/2021/614b810f9a794706e3dd3ad8> (дата обращения: 25.08.2022). Загл. с экрана. Яз.рус.

эти новые медиа – сформировавшаяся и самостоятельная информационная среда, которая успешно конкурировала с традиционными СМИ – печатью, радиовещанием и телевидением, вырвавшись вперед как раз в период 2020 пандемийного года.

## Заключение

Пандемия коронавирусной инфекции, без преувеличения, возглавила повестку дня мировых и отечественных СМИ в 2020 году. Так, Е.А. Вартанова отмечает: «На фоне пандемии и углубления медиатизации проявились и другие важные для академического осмысления процессы – например, инфодемия. Возросший запрос аудитории на медиаконтент спровоцировал появление и потребление недостоверной информации, что привело к неблагоприятным социальным и индивидуальным медиаэффектам – как социально-экономической и политической, так и психологической природы. В этой ситуации профессиональные средства массовой информации, которые производят достоверные и оперативные новости и аналитику, подтвердили свою значимость и статус общественного блага»<sup>7</sup>.

Вместе с тем, рассказ о пандемии в Интернет-СМИ и соцмедиа был максимально полифоничен: о происходящем писали и медицинские работники в социальных сетях, и блогеры, и небольшие региональные СМИ, и авторитетные, не первый год существующие издания, и молодые, но уже уважаемые журналисты. При этом контент, создаваемый обычными пользователями (UGC), часто становился фактажем для развернутых аналитических проблемных журналистских статей или репортажей. Посещаемость онлайн-медиа (вне зависимости от специфики) росла бешеными темпами – это изменило всю отрасль в целом.

В эпоху коронавирусной постправды неотъемлемой частью медиапотребления стало опровержение фейков. В эпоху тотального переизбытка информации и отсутствия границ каждый человек стал сам себе

---

<sup>7</sup> Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. – М.: Фак. журн. МГУ, 2021. – С.3.

медиа, а цифровой мир реально стал в одном клике от каждого подключенного к интернету жителя планеты. Вот почему именно пандемия глобально обнажила острую необходимость в фактчекинге, более детальной проработке тем и информационных поводов, при этом изменив условия работы и не отменив необходимость в оперативности.

В процесс верификации данных теперь оказался включен и сам читатель. И именно с этим фактом мы связываем еще одно важное изменение медиаландшафта в 2020 году. В условиях инфодемии, созданной появлением COVID-19 как медицинского и медиявления, на фоне инфографических проектов, иллюстрирующих статистику распространения заболевания, репортажей из «красных зон», лонгридов о жизни людей в условиях самоизоляции, интерактивных тестов, посвященных мифам о коронавирусе, сложился принципиально новый сегмент медиаобразовательных проектов, направленных на развитие критического мышления у массовой целевой аудитории.