

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.)¹.

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 коронавирусу². 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**:

¹ 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 журналистике³. 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, рецензия⁴.

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.

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

⁴ 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 телеэфиром выступали основным источником новостей⁵, 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 людьми⁶. 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

⁵ 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.

⁶ 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»⁷.

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

⁷ 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.