

DOI 10.15826/izv1.2021.27.4.067
УДК 070.1:004.77 + 004.774.6:654.173 +
+ 578.834.1 SARS-Cov-2 + 616.9 COVID

В. Ф. Олешко
О. С. Мухина

РОЛЬ НОВЫХ МЕДИА В УСТАНОВЛЕНИИ ПОВЕСТКИ ДНЯ (НА ПРИМЕРЕ ТЕМЫ КОРОНАВИРУСА)*

Сложно представить более актуальную тему во всех мировых СМИ в последние два года, чем коронавирусная пандемия. Очередной виток в ее развитии — вопрос о вакцинации от COVID-19. Пользователи новых медиа ведут активные дискуссии, оказывая непосредственное влияние на повестку дня, в том числе с применением манипулятивных приемов. При помощи контент-анализа и онлайн-опроса авторы исследуют методы, используемые обеими сторонами полемики.

К л ю ч е в ы е с л о в а: COVID-19; вакцинация; манипуляции; социальные сети; мессенджеры; новые медиа

Пандемия коронавируса, охватившая весь мир в начале 2020 г., стала триггером потоков публикаций не только в традиционных средствах массовой информации, но и в новых медиа. Как профессиональные журналисты, так и гражданские журналисты, блогеры, а также простые пользователи интернета начинают активное обсуждение каждого нового витка этой проблемы. Роль последних в формировании и развитии данного рода дискуссионных спиралей, как свидетельствуют данные ВЦИОМ, до сих пор остается малоизученной [Сеть как спасение].

* Статья выполнена при поддержке гранта РНФ № 19-18-00264 в рамках научного проекта «Цифровизация коммуникативно-культурной памяти и проблемы ее межпоколенческой трансляции».

ОЛЕШКО Владимир Федорович — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета (e-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru). ORCID: 0000-0003-3001-7391

МУХИНА Ольга Сергеевна — аспирант, ассистент кафедры периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета (e-mail: olga.mukhina@urfu.ru). ORCID: 0000-0001-8791-6086

© Олешко В. Ф., Мухина О. С., 2021

Термин «новые медиа», как известно, появился в конце XX в., что было связано со стремительным развитием цифровых и сетевых технологий и коммуникаций. Одна из главных черт новых медиа — интерактивность в отношениях с аудиторией [Бирюкова, Новгородова, Кичкина]. Как отмечают исследователи, пандемия COVID-19 в каком-то смысле стала новым явлением, поскольку настигла человечество в период развитых технологий, в том числе коммуникационных. Поэтому сопровождается такими особенностями, как «инфодемия» и «датадемия» — переизбыток информации и данных [Коломийцева].

Очередным поворотом в онлайн-дискуссиях стала борьба за массовую вакцинацию, развернувшаяся в 2021 г. Индивидуумы, мгновенно разделенные на «привитых» и «антипрививочников», организуют эмоциональные диспуты на форумах, в чатах, социальных сетях и мессенджерах. Говоря об актуальности проблемы, добавим, что 1 октября 2021 г. она получила дополнительный повод для дискуссий в повседневной коммуникации населения. В Свердловской области принято Постановление № 05-21/1 главного санитарного врача об обязательной вакцинации работников, оказывающих услуги населению, в том числе сотрудников сферы образования [В Свердловской области...].

В результате пользователи Сети начинают эмоциональные споры, далеко не всегда корректные, зачастую с использованием манипулятивных методов воздействия и приемов пропаганды. Надо отметить, что изначально понятие «пропаганда» не имело негативного окраса, а означало просто распространение знаний, сведений, идей. Например, и вышеупомянутое постановление в п. 6 прямо указывает, что необходимо организовать работу со СМИ по пропаганде иммунопрофилактики против COVID-19. Однако сегодня данный термин все чаще воспринимается как синоним обмана и манипуляций [Быков; Jowett, O'Donnell]. Это скрытое психологическое воздействие [Фролова, Шапошникова], такие приемы глубже воздействуют на сознание и психику [Бредихин, Удальцов] и заставляют людей принять информацию на веру, как религиозные постулаты [Шарикова], без приведения аргументов, как это принято в честной дискуссии.

Относительно новой тенденцией является то, что в цифровую эпоху не просто каналом, а постоянно существующей платформой для подобного воздействия чаще всего становятся именно новые медиа. Выросли поколения, сформировавшиеся в неразрывной связи с этими технологиями. В результате цифровая среда становится значимым полем для воздействия и пропаганды [Соловей]. Младшие («цифровые») поколения и даже некоторые представители старшего («аналогового») зачастую не представляют социальной жизни без гаджетов [Гокунь].

В этих условиях мы определили в качестве одной из приоритетных задач анализ контента, представленного на одном из подобных чатов, на предмет выявления манипулятивных интенций представителей конфликтующих сторон. А тема вакцинации от коронавирусной инфекции является очень показательной в этом смысле по той причине, что волнует подавляющее большинство разновозрастной массовой аудитории. Далеко не всегда это можно сказать о какой-то другой современной тематике. Прагматический аспект проблематики предопределяет в этом смысле результативность новых медиа.

Для системного анализа был выбран Telegram-чат Уральского федерального университета (УрФУ), привязанный к официальному каналу по адресу https://t.me/urfu_ru. Пользователями чата являются не только студенты, но и преподаватели, другие сотрудники, а также выпускники. На 1 октября 2021 г. подписчиков чата было 498 человек (в целом на канале — 9262).

Мы проанализировали сообщения канала и чата за период с 17 июня по 10 июля 2021 г. Именно в это время в Telegram-чате УрФУ имела место яростная дискуссия на тему вакцинации. Она была инициирована официальным сообщением о том, что в общежития университета будут селить в первую очередь привитых и переболевших студентов (из числа совершеннолетних, не имеющих противопоказаний к прививке).

Первым использованным в исследовании методом был контент-анализ. Мы отбирали, во-первых, только сообщения на тему вакцинации, во-вторых, только те, в которых можно было обнаружить, как мы уже отмечали, элементы манипулятивных интенций [Казаков] субъектов информационной деятельности. Исключались из эмпирической базы сообщения на другие темы, а также реплики, имеющие нейтральный оттенок. При этом мы учитывали всю совокупность высказываний как сторонников, так и противников вакцинации. Отдельно были проанализированы сообщения с канала УрФУ, поскольку это официальная позиция университета. Кроме того, учитывался и тот факт, что сообщения с канала автоматически копировались в чат и становились чаще всего темой для новых дискуссий пользователей.

Поскольку исследователи выделяют множество различных приемов манипулирования и пропаганды [Пейчева; Коваленко], то мы отмечали в качестве таковых лишь те из них, которые были представлены в фактических репликах пользователей в конкретном чате. Важно было также выяснить: обнаружили ли сами пользователи данные приемы манипуляций? С какой стороны конфликта? Чтобы ответить на данные вопросы, мы дополнительно инициировали опрос, в котором приняли участие 92 человека. Выборка относительно небольшая, но она изначально была узкой, поскольку нас как исследователей интересовали только подписчики конкретного Telegram-чата. Опрос был создан через Google-формы, а ссылка размещена в чате УрФУ. Участникам были заданы три вопроса:

1. Использовались ли, на ваш взгляд, приемы манипулирования, пропаганды на тему вакцинации в чате УрФУ? Если респондент отвечал на данный вопрос положительно, то должен был также указать, с чьей стороны, по его мнению, были использованы данные технологии.

2. Оказали ли влияние сообщения в чате на ваше решение привиться или отказаться от вакцинирования?

3. Как бы вы оценили итог пропагандистской кампании по вакцинации на уровне УрФУ (если она была реализована, по мнению респондента): достижение цели в виде большого количества вакцинировавшихся или, напротив, отторжение?

Мы добавили также необязательный блок, в котором участники могли поделиться своими комментариями по данной теме.

Итак, если обратиться к официальным сообщениям с канала университета, то за проанализированный период было опубликовано 74 сообщения. Из них мы выявили 16, в которых можно было обнаружить приемы манипулирования с целью убедить пользователей в полезности и необходимости вакцинации. В числе приемов, использованных на канале, выделим следующие:

- разоблачение фейков, разъяснения по поводу полезности вакцины;
- нагнетающие истории о заболевших и умерших от коронавируса;
- негативная статистика (*«На этой неделе в УрФУ зафиксировано 26 лабораторно подтвержденных случаев заражения COVID-19»*);
- указание на реальную перспективу лишения значимых благ для непривитых (*«В Москве и Подмосковье хотят пойти дальше и не допускать до очных занятий тех студентов, кто не прошел вакцинацию или не имеет антител к коронавирусу»*).

Однако должны добавить, что официальные сообщения на канале отличались прямотой: позиция университета не вуалировалась. Редкие сообщения можно считать более тонкой манипуляцией.

Отметим, что каждый пятый респондент нашего опроса (19,6 %) не заметил пропаганды вакцинации со стороны университета. Среди остальных большинство (68,5 %) отметило негативное воздействие таких манипуляций. Хотя их эффективность даже этими респондентами оценивается по-разному, вплоть до полного успеха. Оставшиеся 10,9 % указали, что кампания по продвижению вакцинации успешна, и не отмечали негатива, связанного с методами этого процесса.

Переходя к приемам манипуляций со стороны пользователей чата, отметим интересную тенденцию в восприятии: в нашем опросе большинство респондентов (30,4 %) указали на равную пропаганду с обеих сторон конфликта, были и те, кто настаивал на отсутствии манипуляций и пропаганды (15,2 %), но если участник выделял одну из сторон как более активного манипулятора, то чаще в пропаганде обвиняли сторонников вакцинации (41,3 %) — только их или преимущественно их. Еще 13 % респондентов указали, что пропаганда имела место в основном со стороны противников вакцинации, и ни один участник не отметил вариант, что манипулировали только «антиваксеры» (в последнее время в традиционных и новых медиа появился и такой термин).

Но если исходить из фактических данных, то картина прямо противоположная. Мы обнаружили 71 сообщение от сторонников вакцинации и 131 — от противников. Оговоримся, что не все реплики имеют однозначный смысл, поэтому цифры можно скорректировать, но несущественно. Добавим, что не все сообщения на тему вакцинации мы включили в анализ: мы учитывали только те, где обнаружили манипулятивные приемы.

Как отмечают исследователи, подавляющее большинство людей — конформисты. Они стараются не противоречить массе. Поэтому один из приемов манипулирования — создать впечатление массового мнения, значительного количества сторонников [Соловей]. Рискнем предположить, что именно этим объясняется ошибка в восприятии нашей аудиторией: дело в том, что именно к моменту опроса активировались по большей части сторонники вакцинации. Они создали впечатление масс: их просто было много в конкретный момент.

Среди сторонников вакцинации наиболее популярным стал прием неаргументированного объявления противоположной стороны глупцами — в том или ином варианте. Так, например, «привитые» приписывали «антипрививочникам» так называемые «мракобесные» теории («*Вы адепт вышек 5G и чипирования?*»), хотя к чести аудитории надо сказать, что в анализируемом чате сторонники подобных теорий не высказывались. Противоположное мнение объявлялось спамом, дискуссия с противниками — бесполезной («*диалоги с антипрививочниками веселые, но бесполезные*»), а сами «антиваксеры» — банальными любителями поспорить на все темы подряд («*Да это из породы протестантов, какая разница против чего, лишь бы был шум*») или просто глупыми («*антипрививочники все недалеко ума*»).

С другой стороны, собственная точка зрения неаргументированно объявлялась фактом, а предлагаемая информация — доказанной («*Эффективность спутника уже доказана*»), в том числе и совершенно неправдоподобная («*А какие “адекватные” аргументы могут быть против нескольких десятков лет мировых исследований?*») и с предъяснением ничем не подтвержденной статистики («*В случае со штаммом дельта эффективность правда снижается, но на 10–20 % максимум*»). Встречались и ссылки на авторитеты («*Ольга Матвеева вчера давала хорошее интервью*»; «*центр Гамалеи — вполне авторитетный производитель вакцин*»).

Отметим и совсем неэтичные приемы: такие, как переход на личности («*не надо равнять лучшие умы России по себе*») и перекладывание моральной ответственности за смертность от коронавируса на «антиваксеров» («*Антипрививочники осознают ответственность, что по их вине люди умирают настоящие?*»). Были и реплики в более творческих жанрах: от антиутопий («*Не думаю, что вашим бабушкам и дедушкам понравилось бы вымирание страны, а все к этому идет*») до сарказма («*Умер? А с прививкой было б хуже!*»).

Добавим, что только от сторонников вакцинации поступали сообщения с предложением заблокировать представителей другой стороны диспута («*можно было просто ее заблокировать*»). Вместе с тем, разумеется, и «антипрививочники» активно участвовали в дискуссии, в том числе с применением манипуляций. Реплики противников вакцинации мы разделили на две категории: против собственно вакцины и против принудительной вакцинации.

В плане первого пункта пользователи отмечали, в частности, потенциальные осложнения («*Дайте нормальную вакцину, а не спутник этот <...> после которого чувствуешь себя хуже, чем когда короной заболеваешь*»), а саму прививку объявляли заражением («*вакцина — это заражение, и не все легко его переносят*»). Встречались негативные примеры («*После вакцины на мне вчера можно было жарить яичницу*») и ссылки на историю, когда человечество как-то «выжило без укольчиков». Аналогично действиям противоположной стороны «антиваксеры» объявляли «привитых» глупцами: сравнивали с сектантами и солдатами, проникшимися «*духом послушания*». Встречались ничем не подтвержденные цифры («*3–5 лет уходит на создание вакцины, тут сделали за 3 мес.*») и отсылки к авторитетам («*Посмотрите интервью с Кириличевой, она работала в центре Гамалеи*»).

Однако наибольшее число реплик касалось принуждения к вакцинации. Использовался, к примеру, такой прием, как аналогия, когда эмоции с другой ситуации переносятся на обсуждаемую проблему («*это чистой воды фашизм и сегрегация людей*»). Вакцина объявлялась экспериментом и тестом («*добровольно-принудительные опыты на нас*»).

Противники вакцинации использовали и такие приемы, как перефразирование, искажение реплик противоположной стороны, в том числе с доведением до абсурда («*Погибнет 70 % подопытных в процессе проверки вакцины — ну и Бог с ними*»), а также взаимно складывали ответственность за возможные последствия вакцинации на ее сторонников («*А если здоровый человек поставит прививку и умрет, за это кого-то хотя бы премии лишат?*»). Отдельно нужно выделить тот факт, что только противники вакцинации использовали и такой метод, как намек на потенциальный бунт («*Так до митингов и одиночных пикетов ведь доведут*»).

Подводя итоги проведенного исследования, можно констатировать, что обе стороны дискуссии активно использовали манипулятивные приемы, продвигая всеми возможными способами свою точку зрения или индивидуально выраженное мнение. Недаром многие участники проведенного опроса отмечали, что видят «*только оскорбления друг друга*» и в целом складывается «*ощущение, что все что-то недоговаривают*».

В качестве дополнения, для формирования более широкой картины по поводу обсуждаемой тематики, мы провели еще одно исследование при помощи приложения «*Mediatoolkit*». При его посредстве можно искать и автоматически анализировать сообщения в интернете, в том числе в социальных сетях, на выбранную тему. Мы установили в поиске только одно ключевое слово «*вакцинация*», а также установили срок для поиска с 1 июля до 1 октября 2021 г., поскольку система позволяет осуществлять поиск только за 3 месяца.

Программа обнаружила 5873 сообщения, в том числе 2 358 (40,1 %) в Twitter, 1084 (18,5 %) на YouTube, 958 (16,3 %) в Instagram, 823 (14 %) в Facebook, 690 (11 %) на различных сайтах, в комментариях и на форумах. При этом, судя по графику, идет постепенное увеличение количества сообщений на данную тему. Большинство сообщений система оценила как позитивные (2416, т. е. 41,2 %) или нейтральные (2322, т. е. 39,6 %). Негативными она сочла 1119 сообщений (19,1 %). При этом в большинстве источников преобладали позитивные сообщения (кроме Twitter и Facebook, где преобладают нейтральные).

Добавим, что в научных публикациях, анализирующих роль массмедиа в освещении темы коронавирусной пандемии, акцент делается либо на контент, подготовленный профессионалами, либо на отдельно выраженные мнения, к примеру, блогеров [Пестова, Сафонов]. Однако новые информационные технологии дают возможность расширить именно дискуссионный потенциал медиа. Обсуждение при этом происходит не всегда в корректной форме, не может радовать и язык при прямом цитировании, зачастую участниками спора допускаются отнюдь не парламентские выражения. Но лишь таким образом можно дать возможность людям взглянуть на себя со стороны, убедить, что использование манипулятивных технологий в споре непозволительно ни одной из сторон. Что же касается

самой актуальной темы последних двух лет — темы коронавируса, а затем и вакцинации от различных штаммов COVID-19, то, конечно же, экспертами при этом могут быть только медики. А именно они отмечают, что отказ отдельных индивидов от вакцинации чаще всего был связан с низким уровнем доверия к власти и системе здравоохранения, в том числе в связи с короткими сроками создания вакцин [Орлова и др.]. Однако эти же исследователи считают разумной только позицию сторонников вакцинации, противоположная вызывает, по их мнению, недоумение. Другие авторы среди аргументов «антиваксеров» приводят только «мракобесные» (чипирование, стерилизация и пр.), называя эту позицию ущербной [Glasper]. Поэтому отсутствие равного и уважительного отношения друг к другу в дискуссии в студенческом Telegram-чате можно объяснить только тем, что нет его и в научном сообществе. Есть исследователи, предлагающие жестче наказывать за антипрививочную пропаганду [Гунай; Day], на этом фоне призывы привитых студентов заблокировать «антиваксеров» также не удивительны.

В заключение добавим, что 89,1 % участников нашего опроса отметили, что их позиция относительно вакцинации не изменилась в результате дискуссии в чате. Это, конечно, вполне закономерный и предсказуемый результат, поскольку немногие способны признать, что третьи лица влияют на их мнение. Вопрос вакцинации от коронавируса слишком насущный и значимый. Его невозможно игнорировать или просто заблокировать высказывания одной из сторон. Подобные тенденции вызовут лишь негатив и отторжение, что и показало наше исследование на примере конкретной группы. Как верно отмечали эксперты-медики, необходимо доверие к власти и системе здравоохранения. Но чтобы такое доверие сформировать, нужна стопроцентная открытость: ни один вопрос, в том числе (и особенно) острый и дискуссионный, не должен остаться без ответа. Если «антипрививочников» будут воспринимать исключительно как сторонников теорий чипирования, то равной и уважительной дискуссии не получится. Так что открытый диалог на тему вакцинирования или принятия каких-либо других мер, которые позволят преодолеть период пандемии, в данном случае — источник самой жизни в прямом смысле этого слова.

Бирюкова Ю. В., Новгородова Э. А., Кичкина Е. Г. Новые медиа как современная коммуникационная среда для взаимодействия СМИ и аудитории // Международный науч.-исслед. журн. 2021. № 2–2 (104). С. 137–140. DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.103.2.057>

Бредихин А. Л., Удальцов А. А. Пропаганда как средство осуществления идеологической функции государства // Вестн. С.-Петерб. ун-та МВД России. 2020. № 3 (87). С. 10–14. DOI: <https://doi.org/10.35750/2071-8284-2020-3-10-14>

Быков И. А. PR и пропаганда как инструменты политической мобилизации: актуальные подходы // Российская пиарология: тренды и драйверы : сб. науч. тр. в честь проф. В. А. Ачкасовой / под ред. А. Д. Кривоносова. СПб., 2021. С. 30–34.

В Свердловской области ввели обязательную вакцинацию отдельных категорий граждан // ТАСС. 2021. 1 окт. URL: <https://tass.ru/obschestvo/12555883> (дата обращения: 01.10.2021).

Токунь Ю. С. Политическая пропаганда в социальных сетях как деструктивное явление современности // Вестн. Белого генерала. 2021. № 7. С. 11–19.

Гунай А. Ч. К вопросу об ответственности за пропаганду отказа от вакцинации // Эпомен. 2019. № 31. С. 14–22.

Казаков А. А. Манипулятивный потенциал поляризованного политического медиатекста: вариант измерения // Вестн. МГУ. Сер. 10 : Журналистика. 2018. № 6. С. 75–93.

Коваленко А. А. Манипулирование общественным сознанием: теория вопроса // Актуальные проблемы гуманитарных наук : Всерос. науч.-практ. конф. Нижневартовск, 2021. С. 443–447.

Коломийцева Е. Ю. Новые медиа в пандемию: пути трансформации // Вестн. Волж. ун-та им. В. Н. Татищева. 2021. Т. 1, № 1 (34). С. 144–152. DOI: https://doi.org/10.51965/2076-7919_2021_1_1_144

Орлова Н. В. и др. Влияние средств массовой информации и социальных сетей на формирование общественного мнения о вакцинации // Педиатрия. Consilium Medicum. 2020. № 4. С. 17–24. DOI: <https://doi.org/10.26442/26586630.2020.4.200531>

Пейчева А. А. Пропаганда и фейковые новости // Этносоциум и межнациональная культура. 2019. № 4 (130). С. 116–120.

Пестова М. Е., Сафонов Е. А. Пандемия нового десятилетия: освещение темы коронавируса в СМИ // Медиасреда. 2020. № 17. С. 166–172. DOI: <https://doi.org/10.24411/2070-0717-2020-10136>

Сеть как спасение. Самоизоляция стимулирует россиян пользоваться ресурсами Всемирной сети // ВЦИОМ. 2020. 7 апр. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/set-kak-spasenie> (дата обращения: 01.10.2021).

Соловей В. Д. Особенности политической пропаганды в цифровой среде // Гуманитарные науки. Вестн. Финанс. ун-та. 2018. Т. 8, № 1 (31). С. 81–87.

Фролова Н. А., Шапошникова И. А. Виртуальные опасности интернет-коммуникаций // Национальная безопасность и молодежная политика: киберсоциализация и трансформация ценностей в vca-мире : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Челябинск, 2021. С. 395–399.

Шарикова Г. В. Психологические эффекты пропаганды // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2020. Т. 5, № 1. С. 157–200.

Day M. Covid-19: Italian doctors are disciplined for anti-vaccination propaganda // The BMJ. 2020. 371. DOI: <https://doi.org/10.1136/bmj.m4962>

Glasper E. A. Reducing the Impact of Anti-Vaccine Propaganda on Family Health // Comprehensive Child and Adolescent Nursing. 2021. Vol. 44, iss. 2. P. 79–85. DOI: <https://doi.org/10.1080/24694193.2021.1912988>

Jowett G. S., O'Donnell V. Propaganda and Persuasion. 5th ed. Los Angeles ; London ; New Delhi ; Singapore ; Washington DC, 2012.

Статья поступила в редакцию 04.10.2021 г.