
ЖУРНАЛИСТСКАЯ ПРАКТИКА

JOURNALISTIC PRACTICE

УДК 070.1

EDN HUXFHS

DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(4).644-663

Научная статья



Пандемия COVID-19 как чрезвычайная ситуация в публикациях электронных СМИ

Баринов Д.Н.

Смоленский государственный университет, г. Смоленск, Российская Федерация, novalenso@mail.ru

Аннотация. Представлены результаты контент-анализа публикаций интернет-сайтов электронных СМИ, посвященных пандемии коронавирусной инфекции (COVID-19), за период первой волны (с января по июнь 2020 г.). Цель исследования — выявить особенности репрезентации пандемии COVID-19 как чрезвычайной ситуации, угрожающей человеку и обществу, и на основе анализа динамики публикаций определить изменение отражения различных аспектов пандемии в материалах интернет-сайтов электронных СМИ. Эмпирическую базу исследования составил массив текстов, опубликованных на сайтах трех СМИ («Вести 24», «Известия», «Радио Спутник»), являющихся лидерами в рейтинге российских СМИ за 2020 г. по критерию «индекс цитирования». Отбор единиц исследования (N = 33 566) осуществлялся посредством агрегатора «Яндекс.Новости» (версия, актуальная до июня 2021 г.). Структура выборочной совокупности: «Известия» — 52,0 % (17 452 публикаций), «Вести 24» — 32,7 % (10 976 публикаций), «Радио Спутник» — 15,3 % (5 138 публикаций). Хронологически массив медиатекстов охватывал период с января 2020 г. по июнь 2020 г. Анализ проводился по следующим параметрам: динамика публикаций о пандемии, распространенность заболевания, география поражения, поражающий фактор и процесс поражения, основные стадии инфекционного (поражающего) процесса, воздействие пандемии COVID-19 на человека и различные сферы общества, противодействие распространению инфекции. В ходе исследования установлено, что наибольшее внимание на протяжении первой волны пандемии электронные СМИ уделяют таким сферам, как политика, здравоохранение и экономика. Полученные результаты позволили сделать вывод о сбалансированности негативной и оптимистической информации в публикациях интернет-сайтов электронных СМИ о пандемии COVID-19.

Ключевые слова. Медиа социология, социология новостей, контент-анализ, страх коронавируса, социология эмоций, пандемия, COVID-19.

Информация о статье. Дата поступления 7 октября 2024 г.; дата поступления после доработки 10 ноября 2024 г.; дата принятия к печати 12 ноября 2024 г.; дата онлайн-размещения 6 декабря 2024 г.

Original article

The COVID-19 Pandemic as an Emergency in Electronic Media Publications

Dmitry N. Barinov 

Smolensk State University, Smolensk, Russian Federation, novalenso@mail.ru

Abstract. The article presents the content analysis results of publications on electronic media websites that are devoted to the coronavirus infection (COVID-19) pandemic for the first wave (from January to June 2020) period. The study aims to identify the representation features of the COVID-19 pandemic as an emergency situation threatening people and society and to determine the changes in the image of the pandemic features in the electronic media Internet sites materials, based on the publication dynamics analysis. The research empirical base was an array of texts published on three media websites (“Vesti 24”, “Izvestia”, “Radio Sputnik”), which are the Russian media leaders in the rating for 2020, according to the citation index criterion. The research unit selection was carried out using the Yandex News aggregator (the version is valid until June 2021). The sample population structure was Izvestia — 52% (17,452 publications), Vesti 24 — 32.7% (10,976 publications), Radio Sputnik — 15.3% (5138 publications). Chronologically, the array of media tests covered the period from January 2020 to June 2020. The analysis was carried out on the following parameters basis: publication dynamics on the pandemic, disease spread geography, damaging factor and damage process, main stages of infectious (damaging) process, the COVID-19 pandemic impact on human and various spheres of society, infection spread resistance. In the course of study, it was found that during the first pandemic wave, electronic media focused most attention on politics, health care and economics. The obtained results allowed us to make a conclusion about the balance of fearful and optimistic information in the electronic media Internet sites publications on the COVID-19 pandemic.

Keywords. Media sociology, news sociology, social fears, anxieties, coronavirus fear, pandemic, coronavirus, COVID-19.

Article info. Received October 07, 2024; revised November 10, 2024; accepted November 12, 2024; available online December 06, 2024.

Введение

Чрезвычайная ситуация представляет собой комплекс условий и факторов, создающих опасную для жизни человека и общества обстановку, влекущую за собой материальный, моральный или иной ущерб [1]. В условиях чрезвычайной ситуации у населения возникает потребность в получении информации, позволяющей противостоять нега-

тивному воздействию, выстроить стратегию поведения, ориентированную на обеспечение безопасности. Поэтому при возникновении кризисной или чрезвычайной ситуации увеличивается интерес населения к медиаконтенту, рассказывающему о причинах ее возникновения, условиях и факторах развития, воздействии на общество, способах противодействия возможным опасностям [2].

К чрезвычайным ситуациям следует отнести пандемию коронавирусной инфекции (COVID-19). Широкое территориальное распространение заболевания, высокий уровень контагиозности новой коронавирусной инфекции превращают ее в угрозу для жизни и здоровья населения, функционирования общественной системы.

Сторонники концепции социальной ответственности СМИ полагают, что деятельность масс-медиа в условиях чрезвычайных ситуаций должна следовать этическим нормам, принципам культуры безопасности, достоверности, фактологичности [3–6]. Такая позиция соответствует мнению тех исследователей, которые убеждены, что в условиях чрезвычайной ситуации правдивое, объективное информирование населения способствует снижению паники и уменьшению числа ошибок при совершении действий, направленных на защиту от последствий воздействия чрезвычайной ситуации [7–9].

Однако, на практике влияние «институциональной арены» производства медиаконтента [10] сказывается на своеобразии репрезентации в СМИ образа чрезвычайной ситуации, в том числе проблем, связанных со сферой здравоохранения. Исследования показывают, что медицинские новости в СМИ не всегда отражают полную картину как самого заболевания, так и его профилактики, терапии, процедур лечения, последствий приема тех или иных препаратов [11]. Тиражируя информацию о тех или иных болезнях, СМИ способны не только просвещать население, но и де-

зинформировать аудиторию, формировать ложные представления, заблуждения, страхи и тревоги, в том числе необоснованные и преувеличенные [12; 13]. За информацией о заболеваниях и способах лечения могут скрываться коммерческие интересы как ученых или медиков, так и работников медиаиндустрии [14; 15]. Наконец, журналисты нередко искажают медицинскую информацию, что связано с различием профессиональных интересов, целей и задач журналиста и медицинского работника, отсутствием надлежащих знаний у журналиста, а также с временными, жанровыми и организационными факторами производства новостей [16; 17].

Взаимодействие разнонаправленных, а подчас и противоречивых, интересов в пространстве медиа в условиях возникновения и развития массовых заболеваний может порождать дисбаланс в освещении СМИ отдельных аспектов угрожающего жизни и здоровью людей события [18]. Снижение внимания СМИ к смертельным случаям, профилактике заболевания приводит к уменьшению озабоченности общества этими вопросами. А это препятствует осознанию населением реальности угрозы и изменению модели поведения [19]. В то же время СМИ могут переоценивать угрозу и при этом недостаточно уделять внимания вопросам обеспечения безопасности, мерам предосторожности, предпринимаемым властями действиям по предотвращению развития негативных сценариев развития угрозы, что становится источником обостренного восприятия населением рисков заболевания [20].

Цель статьи — представить результаты исследования особенностей репрезентации пандемии коронавирусной инфекции как угрозы жизни и здоровью людей, а также обществу и его отдельным сферам на протяжении периода первой волны пандемии с точки зрения баланса представленности различных аспектов развития пандемии и ее последствий для человека и общества.

Материалы и метод исследования

Эмпирической базой исследования послужили публикации о пандемии COVID-19, опубликованные на интернет-сайтах электронных СМИ: <https://www.vesti.ru> («Вести 24»), <https://iz.ru> («Известия»), <https://radiosputnik.ria.ru> («Радио Спутник»). Выбор данных источников информации обусловлен их местом в рейтинге федеральных СМИ за 2020 г. По данным мониторингового агентства «Медиалогия»¹, в 2020 г. указанные СМИ являлись лидерами в рейтинге СМИ по критерию «индекс цитируемости в СМИ» (ИЦ). Согласно концепции компании «Медиалогия», ИЦ в СМИ рассчитывается на базе математико-лингвистического анализа текстов 95 000 открытых источников СМИ, не учитывает самоцитирования, учитывает количество ссылок на источник информации в других СМИ и влияние источника, опубликовавшего ссылку². Чем

больше влиятельных СМИ ссылаются на источник, тем выше показатель влиятельности. Указанный индекс используется в практике пресс-служб для анализа эффективности коммуникационной деятельности [21].

Отбор единиц исследования (N = 33 566) осуществлялся посредством агрегатора «Яндекс.Новости» (версия, актуальная до июня 2021 г.). С помощью специальной синтаксической формулы (`site:https://адрес сайта`), обеспечивающей релевантность выдачи информационных материалов, принадлежащих искомому интернет-ресурсам, были отобраны публикации о коронавирусе, размещенные на каждом из трех сайтов за соответствующий период времени.

Структура выборочной совокупности: «Известия» — 52,0 % (17 452 публикаций), «Вести 24» — 32,7 % (10 976 публикаций), «Радио Спутник» — 15,3 % (5 138 публикаций). Хронологически массив медиатекстов охватывал период с января 2020 г. по июнь 2020 г. Включение в хронологические рамки января 2020 г. вызвано необходимостью определения некоего «нулевого уровня», точки отсчета, благодаря которой более отчетливо обнаруживается своеобразие динамики публикаций, посвященных теме коронавирусной инфекции. 12 мая 2020 г. закончился период нерабочих дней, объявленных президентом В.В. Путиным, и началось смягчение ряда введенных ранее ограничений в рамках режима повышенной готовности в Москве и регионах. В июне отмена ограничений стала еще более заметной. Так, в част-

¹ Федеральные СМИ: 2020 год. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/8058/> (дата обращения: 20.02.2021)

² Индекс Цитируемости. URL: <https://www.mlg.ru/about/technologies/?ysclid=m1t1yhpnai796785049#ic>.

ности, уже 08.06.2020 был разрешен частичный въезд в страну и выезд из нее жителям России и иностранцам³. Этим обусловлен выбор июня в качестве последнего месяца в хронологии настоящего исследования.

Метод исследования — контент-анализ, позволяющий получить объективную информацию о содержании медиатекстов на основе применения процедур измерения и количественного описания [22; 23].

Отталкиваясь от понимания пандемии как чрезвычайной ситуации [24; 25], в рамках настоящего исследования были выделены следующие категории: а) *распространенность заболевания*; б) *поражающий фактор*; в) *процесс поражения*; г) *география поражения*; д) *стадии инфекционного процесса*; е) *сфера общества*; ж) *вербальные реакции (суждения)*; з) *меры по борьбе с пандемией*; и) *воздействие на человека и общество*. Для группы категорий а–г единицей анализа выступали слова (их словоформы и синонимы) внутри текстов новостей. *Распространенность заболевания*: пандемия, эпидемия, массовое заболевание, повальная болезнь. *Поражающий фактор*: инфекция, зараза, заразная болезнь, инфекционная болезнь, инфекционное

заболевание. *Процесс поражения*: заражение, заражение вирусом, инфицирование, передача инфекции/вируса. *Стадии инфекционного (поражающего) процесса*: заболели/заразились, умерли/скончались, выздоровели/вылечились. *География пандемии*: названия стран, столиц, городов стран, регионов той или иной страны. Фиксировалось число публикаций, в которых один раз упоминалось соответствующее слово (словоформа или синоним). Подсчет количества публикаций осуществлялся посредством упомянутого выше агрегатора «Яндекс.Новости», в автоматическом режиме указывающего число соответствующих новостных текстов.

В качестве единицы анализа для категорий е–и был взят заголовок публикации. Выбор заголовка новостной публикации обусловлен его ролью и местом в структуре новости: заголовок обобщает смысл текста, выражает его главную идею и позволяет читателю сформулировать предположение о «наиболее важной информации в тексте» [26; 27]. Если в первом случае выделение единицы анализа позволяло фиксировать значимость пандемии как чрезвычайной ситуации для СМИ на протяжении первой волны, то выбор заголовка (темы новости) давал возможность проанализировать реакцию на пандемию и внимание СМИ к тем или иным сферам общества, которые затронуло распространение коронавирусной инфекции [28, с. 297].

В качестве единицы анализа заголовков рассматривался как содержащий описание вербальных реакций представителей власти, чиновников, экспертов (мнений, оценок, прогнозов) о заболевании, по-

³ В России 49 регионов снимают ограничения из-за коронавируса. URL: <https://ria.ru/20200613/1572881621.html> (дата обращения: 20.10.2021); Как власти Москвы вводили и смягчали ограничения из-за распространения коронавируса. URL: <https://tass.ru/info/8676157> (дата обращения: 20.10.2021); Хронология коронавируса: как прошел год пандемии. URL: https://news.rambler.ru/sociology/45921516/?utm_content=news_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 20.10.2021).

следствий пандемии, действий, направленных на борьбу с пандемией, а также одной из сфер общества, в рамках которой разворачивалась описываемая тема публикации. *Вербальные реакции* (представителей власти, чиновников, экспертов): описание высказанной точки зрения, мнения о коронавирусе/пандемии, происхождении вируса/инфекции, мерах защиты, терапии; обсуждения коронавируса/пандемии и ее последствий; оценки причин, последствий, пандемии; прогноза развития пандемии, ее последствий для человека и общества. *Меры по борьбе с пандемией*: описание действий, направленных на борьбу с пандемией — подписания документов, принятия решений, выделения материальных, финансовых, технических и т.д. средств, создания штабов и советов, мобилизации системы здравоохранения, привлечения к юридической ответственности.

Воздействие на человека и общество: описание возникающих под влиянием пандемии заболеваний/заражения; смерти; расстройства психики; панических атак; тревожности; страха; стресса; депрессии; семейной ссоры; межличностных конфликтов; заключения брака/развода; приостановки деятельности/закрытия предприятия/учреждения/организации; отмены/переноса мероприятия; убытков; невыплаты заработной платы; сокращения персонала; увольнения работников; безработицы; падения прибыли; сокращения производства/оборота/выручки; банкротства предприятия/отрасли; роста стоимости товаров и услуг; перехода на новые (дистанционные) формы деятельности(работы/обучения). *Сфера общества*: описание

одной из сфер общества (политика, экономика, здравоохранение, образование, туризм и спорт, культура, отношения между людьми, в том числе родственниками, здоровье человека, его физическое состояние, психическое состояние), ее состояния, деятельности субъектов данной сферы, их взаимодействия, отношений, событий, процессов. Например, для экономической сферы — это описание деятельности хозяйствующих субъектов, их взаимодействия, отношений в ходе производства, распределения, обмена, потребления товаров и услуг, движения денежных средств, финансовых отношений: «Рост экономики Турции замедлился до 4,5 % в I квартале»; «10 вероятных последствий эпидемии коронавируса для мировой экономики»; «IDC: рынок ПК восстановится лишь в следующем году»; «Прибыль Sony упала в IV квартале финансового года на 86 %». Единицей счета выступала одна публикация, содержащая в своем заголовке соответствующее описание. Заголовки отобранных новостных агрегатором публикаций копировались и переносились в созданную для анализа таблицу в программе *Excel*. Затем в соответствии с инструкцией осуществлялась ручная кодировка каждого текста. После этого производился автоматический подсчет количества публикаций.

Результаты исследования

Статистический анализ показал, что в период первой волны пандемии с февраля, фактически после даты, когда были выявлены первые случаи заражения коронавирусной инфекцией (31 января 2020 г.), а также с момента (2 февраля 2020 г.),

когда новая коронавирусная инфекция была внесена в перечень заболеваний, представляющих опасность для жителей страны⁴, начинает возрастать количество публикаций о коронавирусе. В январе таких публикаций было 5,2 % от общего числа информационных материалов, в апреле их число превысило половину — 58,8 %. Снижение количества материалов о коронавирусе отмечается в мае (46,6 %), а в июне (27,7 %) начинает приближаться к показателям февраля (рис. 1).

Выросла и ежедневная информационная нагрузка на аудиторию — количество материалов о коронавирусе в день. В январе

2020 г. в среднем на один день приходилось 24 медиатекста, в которых упоминался коронавирус, в феврале — 76, в марте — 275, в апреле — уже 344, в мае — 239, в июне — 147 (табл. 1). Как видим, максимальное число публикаций о пандемии коронавирусной инфекции приходится на апрель 2020 г.

Анализ динамики публикаций каждого из интернет-сайтов показывает общую тенденцию. Это ежемесячный рост публикаций о коронавирусе и достижение максимального объема в апреле (рис. 2). Таким образом, можно полагать, что в период первой волны у исследуемых интернет-сайтов СМИ существовала единая информационная повестка, связанная с темой пандемии COVID-19. Эти данные подтверждают результаты обще-

⁴ Хроника распространения COVID-19 в России. URL: <https://ria.ru/20210305/koronavirus-1599707836.html> (дата обращения: 20.04.2021).

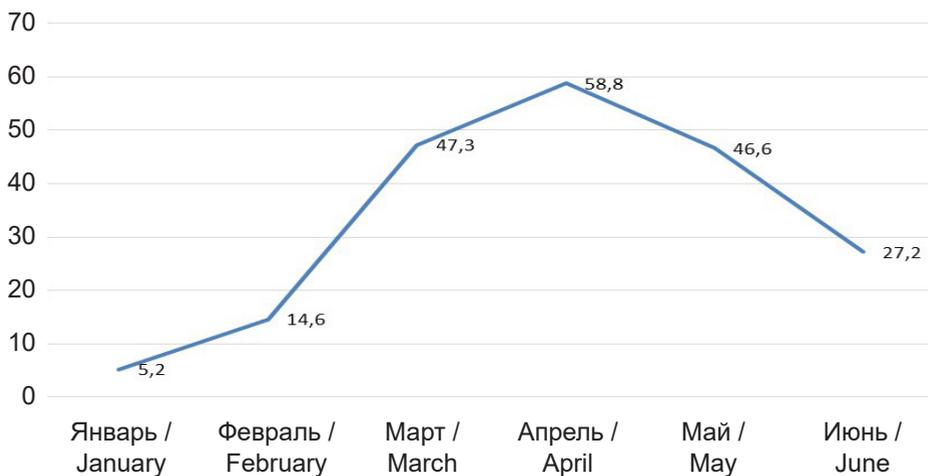


Рис. 1. Динамика информационных материалов о коронавирусе за январь–июнь 2020 г., % от числа всех публикаций в месяц на всех исследуемых интернет-сайтах

Fig. 1. Dynamics of Information Materials on Coronavirus in January–June 2020, % of the Number of All Publications per Month on All Studied Internet Sites

Таблица 1 / Table 1

Количество информационных материалов о коронавирусе на всех исследуемых интернет-сайтах

Number of Information Materials about Coronavirus on All Studied Websites

Месяц / Month	Количество всех информационных материалов в месяц / Amount of All Information Materials per Month	Количество публикаций о коронавирусной инфекции в месяц / Number of Publications about Coronavirus Infection per Month	Среднее количество публикаций о коронавирусе в день / Average Number of Publications about Coronavirus per Day
Январь / January	14 470	758	24
Февраль / February	14 655	2 137	76
Март / March	18 031	8 522	275
Апрель / April	17 570	10 328	344
Май / May	15 860	7 397	239
Июнь / June	16 262	4 424	147

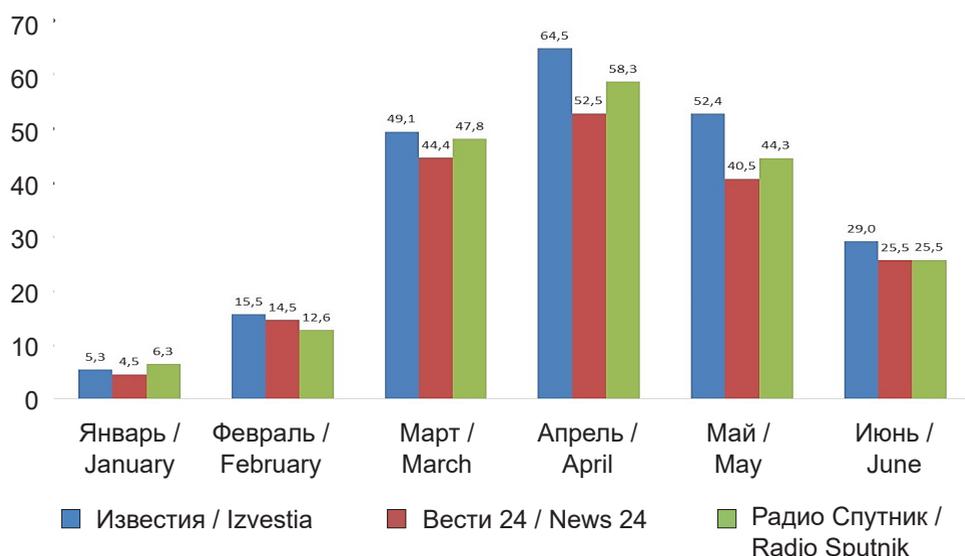


Рис. 2. Динамика материалов о коронавирусе, % от числа всех публикаций в месяц на каждом интернет-сайте

Fig. 2. Dynamics of Materials on Coronavirus, % of the Number of All Publications per Month on Each Internet Site

российских и региональных исследований, которые демонстрировали существенный рост информационных материалов в российском медиапространстве (на телевидении и в социальных сетях) к марту 2020 г.⁵

Чрезвычайная ситуация включает такие компоненты, как поражающий фактор и процесс поражения территории, индивидов, отдельных сфер общества. В случае пандемии COVID-19 таковыми является инфекция и заражение соответственно. Анализ показал рост числа публикаций, упоминающих инфекцию и процесс поражения организма человека («заражение») с января по апрель 2020 г., и снижение числа таких

публикаций в мае и июне (рис. 3). Аналогичная динамика характерна для материалов, упоминающих пандемию. В феврале таких публикаций зафиксировано 0,8 % от общего количества информационных материалов, в марте — 18 %, в апреле — 28,8 %, в мае — 17,4 %, в июне — 13,3 % (рис. 4). Одновременно с ростом публикаций о коронавирусе в медиапространстве растет и неблагоприятный в эмоциональном отношении фон, сопровождающий издание материалов о коронавирусной инфекции, что зафиксировано в исследованиях⁶.

С началом пандемии, о которой официально было объявлено

⁵ Коронавирус «заразил» соцсети и СМИ. URL: https://www.mlg.ru/blog/viral_smm/7268/ (дата обращения: 05.02.2021).

⁶ Россияне: информации о коронавирусе достаточно. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiyane-informaczii-o-koronaviruse-dostatochno>.

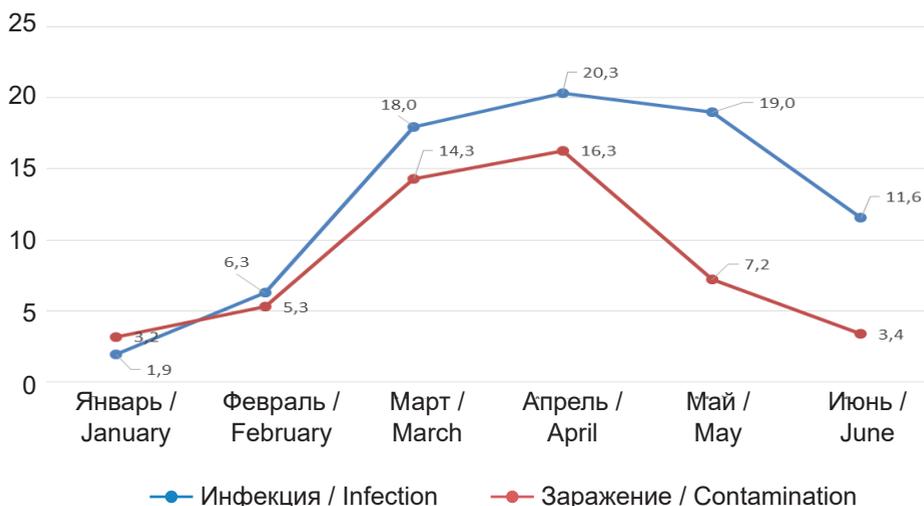


Рис. 3. Динамика публикаций, упоминающих инфекцию и заражение, % от числа всех публикаций в месяц на всех исследуемых интернет-сайтах

Fig. 3. Dynamics of Publications Mentioning Contagion and Infection, % of the Number of All Publications per Month on All Studied Internet Sites

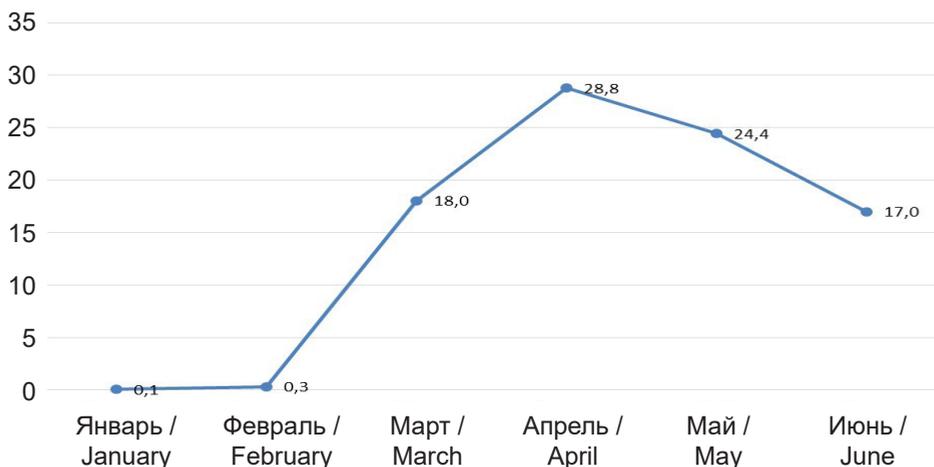


Рис. 4. Динамика публикаций, упоминающих пандемию, % от числа всех публикаций в месяц на всех исследуемых интернет-сайтах

Fig. 4. Dynamics of Publications Mentioning the Pandemic, % of the Number of All Publications per Month on All Studied Internet Sites

11 марта 2020 г.⁷, в публикациях интернет-сайтов исследуемых СМИ меняется репрезентация географии распространения новой коронавирусной инфекции. Наибольшее число публикаций в январе и феврале приходится на материалы, упоминающие Китай (46,1 % и 38,5 % соответственно), что закономерно, если учитывать страну происхождения новой коронавирусной инфекции. С марта начинают преобладать публикации, в которых основным местом «действия» пандемии является Россия, привлекающая основное внимание российских медиаресурсов на протяжении последующих месяцев (табл. 2). Эта тенденция

⁷ Вступительное слово Генерального директора на пресс брифинге по COVID-19 11 марта 2020 г. URL: <https://www.who.int/ru/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020> (дата обращения: 10.04.2021).

репрезентации географии пандемии соотносится с усилением активности деятельности российских властей по борьбе с угрозой распространения коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации после официального объявления ВОЗ пандемии⁸.

В ходе исследования проводился анализ информационных материалов, содержащих сведения о ключевых стадиях инфекционного процесса (развития чрезвычайной ситуации), — стадии заражения и исходе болезни (выздоровление/летальный исход). Существенное преобладание публикаций, содержащих информацию о случаях заражения и смертей от коронавирусной инфекции над случаями выздоровления в

⁸ Хроника распространения COVID-19 в России. URL: <https://ria.ru/20210305/koronavirus-1599707836.html> (дата обращения: 20.04.2021)

Таблица 2 / Table 2

**География пандемии COVID-19, % от числа публикаций
о коронавирусе в месяц на всех исследуемых интернет-сайтах**
**The Geography of the COVID-19 Pandemic, % of the Number
of Publications about Coronavirus per Month
on All Studied Internet Sites**

Месяц / Month	Россия / Russia	Китай / China	США / USA	Италия / Italy	Франция / France	Великобритания / UK	Германия / Germany	Япония / Japan	Индия / India	Израиль / Israel	Другие страны / Other Countries	Мир в целом / World in General	Итого / Total
Январь / January	37,7	46,1	2,6	1,5	0,0	0,0	1,1	0,4	0,0	0,0	5,8	4,8	100
Февраль / February	31,0	38,5	5,0	6,5	0,4	0,8	0,8	4,6	0,0	0,2	6,7	5,5	100
Март / March	55,3	8,6	7,4	5,3	1,9	2,7	2,1	0,4	1,3	0,3	6,2	8,5	100
Апрель / April	80,6	3,8	4,2	1,0	0,6	1,1	0,5	0,1	0,1	0,1	3,7	4,2	100
Май / May	79,3	2,8	3,3	0,7	0,7	0,9	0,7	0,6	0,0	2,8	5,2	3,0	100
Июнь / June	85,8	1,2	2,9	0,2	0,4	0,5	0,4	0,1	0,2	0,4	4,0	3,9	100

публикациях о пандемии COVID-19 отмечается на протяжении четырех месяцев первого полугодия. С февраля начинается снижение количества публикаций, упоминающих случаи заражения и смерти. Напротив, число материалов, содержащих информацию о случаях выздоровления растет и в июне приближается к количеству публикаций о заболеваниях и случаях смерти от инфекции (рис. 5). При этом следует отметить, что наибольший объем публикаций, содержащих сведения о случаях заболевания коронавирусом, а также смертности от него, приходится на январь и февраль

2020 г., то есть на период, когда в информационном медиапространстве преобладала информация о распространении коронавирусной инфекции в КНР. Таким образом, несмотря на рост публикаций о коронавирусной инфекции в марте и апреле 2020 г., ситуация с распространением инфекции на территории Российской Федерации в целом в СМИ выглядит более оптимистичной по сравнению с ситуацией в других странах, в частности, с КНР.

Возникновение чрезвычайной ситуации приводит к деструктивному воздействию на человека и отдельные сферы общества. Анализ

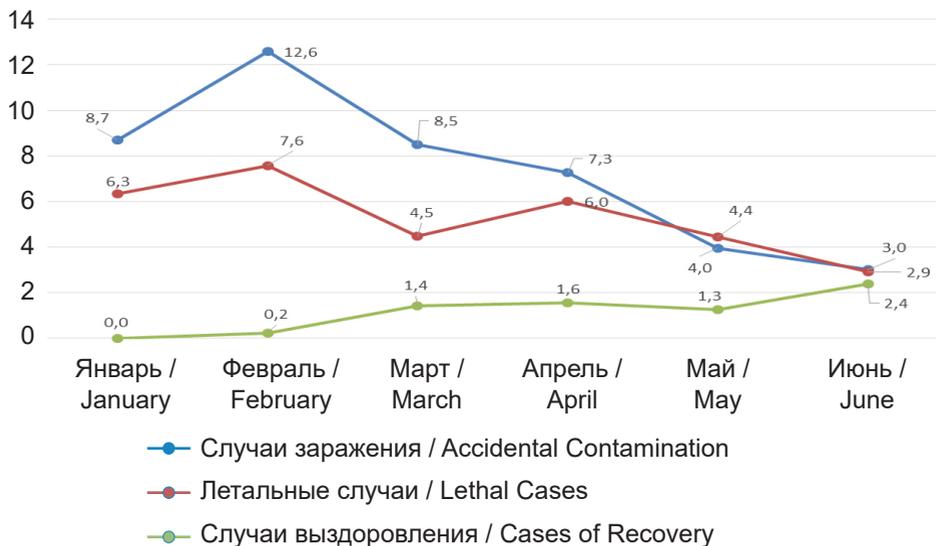


Рис. 5. Динамика информационных материалов, упоминающих стадии инфекционного процесса, % от числа публикаций о коронавирусе в месяц на всех исследуемых интернет-сайтах

Fig. 5. Dynamics of Information Materials Mentioning the Stages of the Infectious Process, % of the Number of Publications about Coronavirus per Month on All Studied Internet Sites

публикаций о воздействии пандемии на различные сферы общества (без учета позитивной/негативной тональности) показал, что, согласно материалам СМИ, в период первой волны наибольшая нагрузка легла на сферу политики, социального управления — 30,1 % публикаций от общего числа материалов о коронавирусе за весь рассматриваемый период. Вторая по значимости сфера в публикациях интернет-сайтов — это здравоохранение (21,3 %). На третьем месте находится экономика. Доля публикаций о воздействии пандемии на экономическую сферу за весь период составила 16,8 %. 10,3 % информационных материалов посвящено воздействию инфекции на физическое состояние и организм человека, 9,4 % — упоми-

нают туризм, спорт, 7,2 % — сферу культуры, 2,2 % - образование, 2,1 % — взаимодействия между людьми, семейно-бытовые отношения, 0,6 % — психическое состояние людей. Преобладание политической сферы как сферы управления представляется закономерным, поскольку именно здесь принимаются ключевые решения о противодействии распространению инфекции.

Чрезвычайная ситуация требует ответных действий, поэтому в исследовании рассматривалось соотношение объема внимания СМИ к воздействию пандемии на общество, вербальным реакциям (мнениям, оценкам, прогнозам) представителей власти, чиновников, экспертов и т.п. и действиям, направленным на предотвращение распространению

инфекции. Наибольшее количество публикаций за весь период первой волны (рис. 6) приходится на меры по борьбе с пандемией (39,4 %). Это упоминания о действиях властей, представителей различных ведомств, бизнес-сообщества, руководителей предприятий, организаций, направленных на минимизацию ущерба от распространения коронавирусной инфекции. Второе место в «рейтинге» (32,1 %) занимает воздействие на человека и общество (заболеваемость, смерть, панические атаки, закрытие предприятий, убытки, увольнения, отмена спортивных и культурных мероприятий и т.п.). На третьем месте по

числу публикаций (28,5 %) — вербальные реакции — мнения, оценки, прогнозы различных государственных деятелей, чиновников, экспертов о развитии эпидемиологической ситуации, ее последствиях, об особенностях инфицирования, профилактики, терапии заболевания и т.п. Если учесть, что вербальные реакции, как правило, связаны с выступлениями политиков, должностных лиц, экспертов, рекомендующих определенные действия, оценивающих перспективы развития общества в условиях пандемии и т.п., то можно говорить о том, что в целом доля публикаций о противодействии распространению инфекции суще-



Рис. 6. Воздействие пандемии на человека и общество и противодействие распространению инфекции, % от числа всех публикаций о коронавирусе за январь–июнь 2020 г. (N = 33 566)

Fig. 6. The Impact of the Pandemic on Humans and Society and Countering the Spread of Infection, % of All Publications on Coronavirus in January–June 2020 (N = 33 566)

ственно превосходит долю публикаций о воздействии коронавируса на человека и общество.

Анализ динамики публикаций (табл. 3) показывает, что наибольшая доля информационных материалов с мнениями, оценками, прогнозами в марте приходится на январь–февраль (46,4 % и 37,0 % соответственно) и снова начинает возрастать к июню (37,5 %). Это периоды некой неопределенности, когда актуализируется потребность в осмыслении перспектив развития эпидемиологической обстановки, ее влияния на здоровье населения и общественную жизнь в целом. Если первые месяцы пандемии тре-

бовали разъяснений, связанных с особенностями возникновения и профилактики коронавируса, то на исходе первой волны в мае 2020 г. было объявлено о разработке вакцины от коронавируса, что также породило потребность в активности экспертного сообщества. Так, по данным Фонда «Общественное мнение», в июне 2020 г. 50 % россиян не хотели бы делать прививку, при этом 10 % из них выразили сомнение в качестве быстро разработанной вакцины⁹.

⁹ Вакцина от коронавируса. Когда появится вакцина? Кто хочет и кто не хочет прививаться? URL: <https://fom.ru/Zdorove-i-sport/14414>.

Таблица 3 / Table 3

Динамика публикаций о воздействии пандемии COVID-19 на общество и человека и противодействии распространению коронавирусной инфекции, % от числа всех публикаций о коронавирусе в месяц на всех исследуемых интернет-сайтах
Dynamics of Publications on the Impact of the COVID-19 Pandemic on Society and Humans and Countering the Spread of Coronavirus Infection, % of All Publications on Coronavirus per Month on All Studied Internet Sites

Месяц / Month	Вербальные реакции (мнения, оценки, прогнозы и т.п.), % / Verbal Reactions (Opinions, Assessments, Forecasts, etc.), %	Меры по противодействию пандемии, % / Measures to Combat the Pandemic, %	Воздействие на человека и общество, % / Impact on Humans and Society, %	Итого, % / Total, %
Январь / January	46,4	17,9	35,7	100
Февраль / February	37,0	24,7	38,3	100
Март / March	21,0	35,7	43,3	100
Апрель / April	24,8	39,4	35,8	100
Май / May	30,9	44,7	24,4	100
Июнь / June	37,5	45,3	17,2	100

В то же время мы видим постепенное снижение числа публикаций о воздействии на человека и общество с апреля (43,3 %) по июнь (17,2 %) и рост количества сообщений, в которых говорится о мерах противодействия распространению инфекции, с 17,9 % в январе до 45,3 % в июне. Это соотносится с общим трендом снижения к концу первой волны количества материалов о заболеваемости и смертности от коронавирусной инфекции, а также уменьшения доли публикаций, упоминающих пандемию, заражение, инфекцию.

Заключение

Исследование выявило, что март и апрель 2020 г. выступают теми периодами, на которые приходится максимальное число публикаций о коронавирусной инфекции, ее воздействии на человека и различные сферы общества. Наибольшее внимание на протяжении первой волны пандемии электронные СМИ уделяют таким сферам, как политика, здравоохранение и экономика.

Динамика публикаций о пандемии свидетельствует о том, что угроза распространения коронавирусной инфекции и возникновения последствий такого распространения репрезентируется в СМИ как реальная и смертельно опасная, что выражается в росте в марте и апреле 2020 г. числа публикаций о заболеваемости и смертности, воздействии пандемии на различные сферы общества. В то же время, согласно данным ФКУЗ РосНИПЧИ «Микроб» (Отчет об эпидемиологической обстановке и распространении COVID-19 в мире по состоянию на 08:00 от 30.05.2020 г.), заметный

прирост новых случаев заболевания начинается со второй половины марта 2020 г. и достигает максимальных показателей в мае 2020 г., то есть в тот период, когда на исследуемых интернет-сайтах число публикаций, упоминающих пандемию, а также публикаций о случаях заражения и летальных случаях в новостном потоке начинает снижаться. Так, 12 марта 2020 г. зафиксировано шесть случаев заболевания, 20 марта — 54 случая, 21 апреля — 5 642 случая, 11 мая — 11 656 случаев (максимальный показатель)¹⁰. Таким образом, можно полагать, что репрезентация пандемии COVID-19 в публикациях на исследуемых интернет-сайтах электронных СМИ с января по июнь 2020 г. была направлена на предупреждение распространения заболевания.

В некоторых исследованиях показано, что преобладание в медиапространстве публикаций о массовом распространении заболеваний способствует росту не только интереса к этому явлению, но и страха общества [29]. В свою очередь, анализ содержания публикаций в русскоязычных СМИ о пандемии коронавирусной инфекции в 2020 г. демонстрирует их устрашающий характер [30; 31]. Сопоставление репрезентации пандемии COVID-19 в публикациях на исследуемых интернет-сайтах СМИ с изменениями настроений россиян позволяет высказать предположение, что в указанный период СМИ могли способствовать росту страха [32; 33] населения перед коронавирусной инфекцией. Так, в марте 2020 г.

¹⁰ Актуальная эпидемиологическая ситуация в России и мире. URL: https://www.rospotrebнадзор.ru/region/korono_virus/epid.php.

опасались заболеть коронавирусом 62 % россиян, в июне — 71 %¹¹. В данном случае страх может рассматриваться как фактор, стимулирующий некоторые формы здоровьесберегающего поведения. Например, согласно ВЦИОМ, уже к концу марта 2020 г. увеличилось число россиян, которые ограничили контакты с другими людьми, использовали антисептики, стали носить маски¹².

Существенным моментом является тот факт, что публикации интернет-сайтов электронных СМИ о пандемии репрезентируют активность властей в борьбе с распространением инфекции. Доля публикаций о мерах противодействия распространению коронавируса в июне увеличилась практически в три раза по сравнению с январем. При этом доля публикаций о воздействии пандемии на человека и общество за указанный период снизилась на 50 %. Это является оптимистическим мотивом в общем по-

токе информационных материалов, демонстрирующих смертельную опасность новой коронавирусной инфекции. Так, например, согласно ВЦИОМ, в апреле и мае 2020 г. фиксировался рост числа россиян, положительно оценивающих действия властей, направленные на предотвращение дальнейшего распространения коронавируса¹³.

Можно полагать, что несмотря на увеличение количества публикаций с негативным содержанием о COVID-19 (расширение географии распространения инфекции, рост числа случаев заражения и смерти и т.д.) на начальной стадии первой волны, СМИ установили некий баланс, в котором позитивные тенденции уравнивают пессимистический, негативный контент, что находит отражение в объеме внимания исследуемых интернет-СМИ к воздействию пандемии на человека и общество и борьбе с ее последствиями.

¹¹ Коронавирус полтора года спустя: страх возвращается? URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/koronavirus-poltora-goda-spustja-strakh-vozvraschaetsja>.

¹² Профилактика коронавируса: соблюдение правил повысилось. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/profilaktika-koronavirusa-soblyudenie-pravil-po-vysilos?ysclid=m1sfv6ikdi506026717>.

¹³ Коронавирус: борьба продолжается! URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/koronavirus-borba-prodolzhaetsya>; Россия в пандемии: оценка эффективности противоэпидемических мер. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiya-v-pandemii-ocenka-effektivnosti-protivoepidemicheskikh-mer?ysclid=m1vwn42bv0120613958>.

Список использованной литературы

1. Александров А.А. Единая методология анализа риска чрезвычайных ситуаций техногенного и природного характера / А.А. Александров, В.И. Ларионов, С.П. Суцев. — EDN ТИНСВ // Вестник Московского государственного технического университета им. Н.Э. Баумана. Серия естественные науки. — 2015. — № 1. — С. 113–131.
2. Houston J.B. Disaster News: Framing and Frame Changing in Coverage of Major U.S. Natural Disasters, 2000–2010 / J.B. Houston, B. Pfefferbaum, C.E. Rosenholtz. — DOI 10.1177/1077699012456022 // Journalism & Mass Communication Quarterly. — 2012. — No. 89. — P. 606–623.
3. Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов / Ю.А. Шерковин. — Москва: Мысль, 1973. — 215 с.

4. Бугаева А.С. Культура безопасности и социальная ответственность журналистов / А.С. Бугаева. — EDN XEFTDZ // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. — 2016. — Т. 2, № 4. — С. 148–155.
5. Сухарников П.В. Социальная ответственность тележурналиста при освещении чрезвычайных ситуаций / П.В. Сухарников. — EDN TILFNX // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. — 2014. — № 4 (17). — С. 276–282.
6. Tasev H.R. The Mass Media Freedom in a State of Emergency: Infodemic vs. COVID-19 Pandemic / H.R. Tasev, A. Stojanovska-Stefanova. — DOI 10.2478/seeur-2020-0003 // *Seeu Review*. — 2020. — Vol. 15, no. 1. — P. 43–59.
7. Развитие состояний паники / Ю.А. Александровский, О.С. Лобастов, Л.И. Спивак, Б.П. Щукин // *Психология состояний* / под ред. А.О. Прохорова. — Москва : ПЕР СЭ; Санкт-Петербург : Речь, 2004. — С. 445–447.
8. Папкин А.И. Личная безопасность сотрудников органов внутренних дел / А.И. Папкин. — Москва: Академия МВД России, 1996. — 260 с.
9. Папкин А.И. Избранные труды / А. И. Папкин. — Москва: РУДН, 2012. — 516 с.
10. Александер Дж. Смыслы социальной жизни. Культурсоциология / Дж. Александер. — Москва: Праксис, 2013. — 640 с.
11. Schwitzer G. How Do US Journalists Cover Treatments, Tests, Products, and Procedures? An Evaluation of 500 Stories / G. Schwitzer. — DOI 10.1371/journal.pmed.0050095 // *PLoS Medicine*. — 2008. — Vol. 5, no. 5. — C. 0700–0704.
12. Ransohoff D.F. Sensationalism in the Media: When Scientists and Journalists May Be Complicit Collaborators / D.F. Ransohoff, R.M. Ransohoff // *Effective Clinical Practice: ECP*. — 2001. — Vol. 4, no. 4. — P. 185–188.
13. False Hopes, Unwarranted Fears: The Trouble with Medical News Stories / V. Barbour, J. Clark, L. Peiperl, E. Veitch. — DOI 10.1371/journal.pmed.0050118 // *PLoS Medicine*. — 2008. — Vol. 5, no. 5. — P. 0681–0683.
14. Kitzinger J. The Rise and Fall of Risk Reporting: Media Coverage of Human Genetics Research, 'False Memory Syndrome' and 'Mad Cow Disease' / J. Kitzinger, J. Reilly. — DOI 10.1177/0267323197012003002 // *European Journal of Communication*. — 1997. — No. 12. — P. 319–350.
15. What Are the Roles and Responsibilities of the Media in Disseminating Health Information? / G. Schwitzer, G. Mudur, D. Henry [et al.]. — DOI 10.1371/journal.pmed.0020215 // *PLoS Medicine*. — 2005. — Vol. 2, no 8. — 0576–0582.
16. Woloshin S. Media Reporting on Research Presented at a Scientific Meetings: More Caution Needed / S. Woloshin, L.M. Schwartz. — DOI 10.5694/j.1326-5377.2006.tb00384.x // *The Medical Journal of Australia*. — 2006. — Vol. 184, no 11. — P. 576–580.
17. Snow J. How the Media Are Failing the Health Service / J. Snow. — DOI 10.1136/bmj.a572 // *BMJ*. — 2008. — Vol. 30, no. 337. — a572.
18. Allan S. Framing Risk: Nanotechnologies in the News / S. Allan, A. Anderson, A. Petersen — DOI 10.1080/13669870903135847 // *Journal of Risk Research*. — 2010. — Vol. 13, no. 1. — P. 29–44.
19. Laing A. The H1N1 Crisis: Roles Played by Government Communicators, the Public and the Media / A. Laing. — DOI 10.15173/jpc.v1i1.88 // *Journal of Professional Communication*. — 2011. — Vol. 1, no. 1. — P. 123–149.
20. Klemma C. Swine Flu and Hype: A Systematic Review of Media Dramatization of the H1N1 Influenza Pandemic / C. Klemma, E. Das, T. Hartmann. — DOI 10.1080/13669877.2014.923029 // *Journal of Risk Research*. — 2014. — Vol. 9, no. 1. — P. 1–20.
21. Питерова А.Ю. Рейтинги СМИ: технологии и особенности составления / А.Ю. Питерова. — EDN YATSPB // *Наука. Общество. Государство*. — 2015. — № 2. — С. 102–112.
22. Федотова Л.Н. Анализ содержания — социологический метод изучения средств массовой коммуникации / Л.Н. Федотова. — Москва: Институт социологии РАН, 2001. — 202 с.
23. Семёнова А.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / А.В. Семёнова, М.В. Корсунская. — Москва: Институт социологии РАН, 2010. — 324 с.

24. Освещение журналистами экстремальных ситуаций / Г.Ю. Арапова, С.И. Кузеванова, М.А. Ледовских, Б.Н. Пантелеев. — 2 изд., испр. и доп. — Воронеж: ООО Фирма «Элист», 2012. — 160 с.
25. Ильичев И.Е. О понятии и классификации чрезвычайных ситуаций / И.Е. Ильичев. — EDN CQROLN // Проблемы правоохранительной деятельности. — 2020. — № 1. — С. 6–19.
26. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. Дейк ван. — Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. — 308 с.
27. Корнилова К.Е. Функции заголовков современных журналистских текстов / К.Е. Корнилова. — EDN IAOECV // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. — 2007. — № S1. — С. 118–119.
28. Рабочая книга социолога / под общ. ред. Г.В. Осипова. — Изд. 3-е. — Москва: Едиториал УРСС, 2003. — 480 с.
29. Mass Media and the Contagion of Fear: The Case of Ebola in America / S. Towers, S. Afzal, G. Bernal [et al.]. — DOI 10.1371/journal.pone.0129179 // PLoS One. — 2015. — Vol. 10, no. 6. — P. e0129179.
30. Купина Н.А. Пандемия коронавируса: метафорическая диагностика тревожной реальности в текстах СМИ / Н.А. Купина. — DOI 10.15826/izv1.2020.26.3.044. — EDN KNCFXQ // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. — 2020. — Т. 26, № 3 (199). — С. 5–13.
31. Лукиных А.А. Ключевые метафорические модели в материалах средств массовой информации в период пандемии коронавируса COVID-19 / А.А. Лукиных, И.В. Баранова. — EDN UJISEX // Международный журнал экспериментального образования. — 2020. — № 6. — С. 30–34.
32. Гудков Л.Д. Страх как рамка понимания происходящего / Л.Д. Гудков. — EDN HTLVCT // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 1999. — № 6. — С. 46–53.
33. Баринов Д.Н. Феномен социальной тревоги: философский аспект / Д.Н. Баринов. — EDN MSLTDV // Alma Mater (Вестник высшей школы). — 2010. — № 6. — С. 58–62.

References

1. Aleksandrov A.A., Larionov V.I., Sushchev S.P. Uniform Methodology of the Risk Analysis of Emergency Situations of Technogenic and Natural Character. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta im. N.E. Baumana. Seriya estestvennye nauki = Herald of the Bauman Moscow State Technical University. Series Natural Sciences*, 2015, no. 1, pp. 113–131. (In Russian). EDN: TIHHCV.
2. Houston J.B., Pfefferbaum B., Rosenholtz C.E. Disaster News: Framing and Frame Changing in Coverage of Major U.S. Natural Disasters, 2000–2010. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2012, no. 89, pp. 606–623. DOI: 10.1177/1077699012456022.
3. Sherkovin Yu.A. *Psychological Problems of Mass Information Processes*. Moscow, Mysl' Publ., 1973. 215 p.
4. Bugaeva A.S. Safety Culture and Social Responsibility of Journalists. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva = Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatischev*, 2016, vol. 2, no. 4, pp. 148–155. (In Russian). EDN: XEFTDZ.
5. Sukharnikov P.V. TV Journalist's Social Responsibility in Covering Emergency Situations. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva = Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatischev*, 2014, no. 4, pp. 276–282. (In Russian). EDN: TILFNX.
6. Tasev H.R., Stojanovska-Stefanova A. The Mass Media Freedom in a State of Emergency: Infodemic vs. COVID-19 Pandemic. *Seeu Review*, 2020, vol. 15, no. 1, pp. 43–59. DOI: 10.2478/seeur-2020-0003.
7. Aleksandrovskii Yu.A., Lobastov O.S., Spivak L.I., Shchukin B.P. Development of Panic States. In Prokhorov A.O. (ed.). *Psychology of States*. Moscow, PER SEH Publ.; Saint Petersburg, Rech' Publ., 2004. pp. 445–447.
8. Papkin A.I. *Personal Safety of Employees of Internal Affairs Agencies*. Moscow, The ministry of internal affairs of the Russian Federation Publ., 1996. 260 p.

9. Papkin A.I. *Selected Work*. Moscow, People's Friendship University of Russia Publ., 2012. 516 p.
10. Jeffrey C. Alexander (ed.). *The Meanings of Social Life. A Cultural Sociology*. Oxford; New York: Oxford University Press, 2003. 296 p. (Russ. ed.: Jeffrey C. Alexander. *The Meanings of Social Life. A Cultural Sociology*. Moscow, Praksis Pub., 2003. 640 p.).
11. Schwitzer G. How Do US Journalists Cover Treatments, Tests, Products, and Procedures? An Evaluation of 500 Stories. *PLoS Medicine*, 2008, vol. 5, no. 5, pp. 0700–0704. DOI: 10.1371/journal.pmed.0050095.
12. Ransohoff D.F., Ransohoff R.M. Sensationalism in the Media: When Scientists and Journalists May Be Complicit Collaborators. *Effective Clinical Practice: ECP*, 2001, vol. 4, no. 4, pp. 185–188.
13. Barbour V., Clark J., Peiperl L., Veitch E. False Hopes, Unwarranted Fears: The Trouble with Medical News Stories. *PLoS Medicine*, 2008, vol. 5, no. 5, pp. 0681–0683. DOI: 10.1371/journal.pmed.0050118.
14. Kitzinger J., Reilly J. The Rise and Fall of Risk Reporting: Media Coverage of Human Genetics Research, 'False Memory Syndrome' and 'Mad Cow Disease'. *European Journal of Communication*, 1997, no. 12, pp. 319–350. DOI: 10.1177/0267323197012003002.
15. Schwitzer G., Mudur G., Henry D., Wilson A., Goozner M., Simbra M. What Are the Roles and Responsibilities of the Media in Disseminating Health Information? *PLoS Medicine*, 2005, vol. 2, no. 8, pp. 0576–0582. DOI 10.1371/journal.pmed.0020215.
16. Woloshin S., Schwartz L.M. Media Reporting on Research Presented a Scientific Meetings: More Caution Needed. *The Medical Journal of Australia*, 2006, vol. 184, no. 11, pp. 576–580. DOI: 10.5694/j.1326-5377.2006.tb00384.x.
17. Snow J. How the Media Are Failing the Health Service. *BMJ*, 2008, vol. 30, no. 337, a572. DOI: 10.1136/bmj.a572.
18. Allan S., Anderson A., Petersen A. Framing Risk: Nanotechnologies in the News. *Journal of Risk Research*, 2010, vol. 13, no. 1, pp. 29–44. DOI: 10.1080/13669870903135847.
19. Laing A. The H1N1 Crisis: Roles Played by Government Communicators, the Public and the Media. *Journal of Professional Communication*, 2011, vol. 1, no. 1, pp. 123–149. DOI: 10.15173/jpc.v1i1.88.
20. Klemma C., Das E., Hartmann T. Swine Flu and Hype: A Systematic Review of Media Dramatization of the H1N1 Influenza Pandemic. *Journal of Risk Research*, 2014, vol. 9, no. 1, pp. 1–20. DOI: 10.1080/13669877.2014.923029.
21. Piterova A.Yu. Ratings Media: Technology and the Specifics of Compilation. *Nauka. Obshchestvo. Gosudarstvo = Science. Society. State*, 2015, no. 2, pp. 102–112. (In Russian). EDN: YATSPB.
22. Fedotova L.N. *Content Analysis Is a Sociological Method for Studying Mass Media*. Moscow, Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences Publ., 2001. 202 p.
23. Semenova A.V., Korsunskaya M.V. *Content Analysis of the Media: Problems and Experience of Application*. Moscow, Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences Publ., 2010. 324 p.
24. Arapova G.Yu., Kuzevanova S.I., Ledovskikh M.A., Panteleev B.N. *Journalists' Coverage of Extreme Situations*. 2nd ed. Voronezh, OOO Firma "EhliST" Publ., 2012. 160 p.
25. Ilichev I.E. On the Concept and Classification of Emergency Situations. *Problemy pravookhranitel'noi deyatel'nosti = Problems of Law-Enforcement Activity*, 2020, no. 1, pp. 6–19. (In Russian). EDN CQROLN.
26. Dijk van T.A. *Studies in the Pragmatics of Discourse*, 1981. (Russ. ed.: Deik van T.A. *Language. Cognition. Communication*. Blagoveshchensk, BGK im. I. A. Boduehna de Kurte-neh Publ., 2000. 308 p.).
27. Kornilova K.E. Functions of Headlines in Modern Journalistic Texts. *Izvestiya vys-shikh uchebnykh zavedenii. Severo-Kavkazskii region. Obshchestvennyye nauki = Bulletin of Higher Education Institutes. Northern-Caucasus Region. Social Sciences*, 2007, no. S1, pp. 118–119. (In Russian). EDN: IAOECV.
28. Osipov G.V. *Work Book of Sociologist*. 3rd ed. Moscow, Editorial URSS Publ., 2003. 480 p.

29. Towers S., Afzal S., Bernal G., Bliss N., Brown S. [et al.]. Mass Media and the Contagion of Fear: The Case of Ebola in America. *PLoS One*, 2015, vol. 10, no. 6, pp. e0129179. DOI: 10.1371/journal.pone.0129179.

30. Kupina N.A. Coronavirus Pandemic: Metaphoric Diagnostics of Anxious Reality in the Media Texts. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury = Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1: Issues in Education, Science and Culture*, 2020, vol. 26, no. 3, pp. 5–13. (In Russian). EDN: KNCFXQ. DOI: 10.15826/izv1.2020.26.3.044.

31. Lukinykh A.A., Baranov I.V. Basic Metaphorical Models of Mass Media During Covid-19 Pandemic. *Mezhdunarodnyi zhurnal eksperimental'nogo obrazovaniya = International Journal of Experimental Education*, 2020, no. 6, pp. 30–34. (In Russian). EDN: UJISEX.

32. Gudkov L. Fear as a Framework of Understanding of Current Events. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny = Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 1999, no. 6, pp. 46–53. (In Russian). EDN: HTLVCT.

33. Barinov D.N. The Phenomenon of Social Anxiety: Philosophical Aspect. *Alma mater (Vestnik vysshey shkoly) = Alma Mater (Higher School Herald)*, 2010, no. 6, pp. 58–62. (In Russian). EDN: MSLTDV.

Информация об авторе

Баринов Дмитрий Николаевич — доктор философских наук, доцент, профессор кафедры социологии и философии, Смоленский государственный университет, г. Смоленск, Российская Федерация, novalenso@mail.ru,  <https://orcid.org/0000-0001-9461-1889>.

Author Information

Dmitry N. Barinov — D.Sc. in Philosophy, Professor, Department of Sociology and Philosophy, Smolensk State University, Smolensk, Russian Federation, novalenso@mail.ru,  <https://orcid.org/0000-0001-9461-1889>.

Для цитирования

Баринов Д.Н. Пандемия COVID-19 как чрезвычайная ситуация в публикациях электронных СМИ / Д.Н. Баринов. — DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(4).644-663. — EDN HUXFHS // Вопросы теории и практики журналистики. — 2024. — Т. 13, № 4. — С. 644–663.

For Citation

Barinov D.N. The COVID-19 Pandemic as an Emergency in Electronic Media Publications. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2024, vol. 13, no. 4, pp. 644–663. (In Russian). EDN: HUXFHS. DOI: 10.17150/2308-6203.2024.13(4).644-663.