

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**Основная образовательная программа бакалавриата по направлению подготовки 390301 «Социология»**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Факторы, влияющие на выражение личного мнения в онлайн-среде

Выполнила: Бедникова Анастасия Игоревна

Научный руководитель:

Доктор социологических наук, заведующая кафедрой прикладной и отраслевой социологии, Дудина Виктория Ивановна

Санкт-Петербург

2020 год

[Введение 2](#_Toc41136734)

[Глава 1. Общественное мнение в онлайн-среде. 4](#_Toc41136735)

[*1.1.* *Роль социальных медиа в осуществлении интернет-коммуникации* 4](#_Toc41136736)

[*1.2.* *Интернет-коммуникации как инструмент формирования общественного мнения* 5](#_Toc41136737)

[Глава 2. Изучение общественного мнения в социальных медиа: обзор исследований. 1](#_Toc41136738)

[*2.1. Дисбаланс мнений, высказанных в социальной сети Twitter в отношении радиационного риска КТ* 1](#_Toc41136739)

[*2.2. Общественное обсуждение проблем образования в социальных сетях* 6](#_Toc41136740)

[*2.3. Безмолвное большинство: детская вакцинация и антецеденты коммуникативного действия* 8](#_Toc41136741)

[Глава 3. Теоретические подходы к исследованию общественного мнения в онлайн-среде. 15](#_Toc41136742)

[*3.1. “Спираль молчания” как механизм формирования общественного мнения* 15](#_Toc41136743)

[*3.2. Применимость “спирали молчания” в онлайн-среде. Факторы, оказывающие влияние на формирование общественного мнения в социальных медиа* 19](#_Toc41136744)

[*Другие факторы формирования общественного мнения онлайн.* 22](#_Toc41136745)

[Глава 4. Дискуссии пользователей социальных сетей о коронавирусе: эмпирическое исследование. 24](#_Toc41136746)

[*4.2. Результаты исследования* 30](#_Toc41136747)

[*4.3. Основные выводы исследования* 42](#_Toc41136748)

[Заключение. 44](#_Toc41136749)

[Список литературы. 47](#_Toc41136750)

[Приложение 1. 51](#_Toc41136751)

#

# Введение

Актуальность настоящей работы определяется возрастающей ролью современных технологий в повседневной жизни человека. Еще восемнадцать лет назад американский социолог Говард Рейнгольд предсказал социальные, экономические и политические изменения в связи с развитием информационных технологий. В своей работе он обратил внимание на феномен «умной толпы», которая состоит из людей, «способных действовать согласованно, даже не зная друг друга. Люди, составляющие умные толпы, сотрудничают невиданным прежде образом благодаря имеющимся у них устройствам, которые обеспечивают связь и вычисления. Переносные устройства соединяют их владельцев как с другими информационными устройствами поблизости, так и с телефонами других людей» (Рейнгольд, 2002: 36). В настоящий момент невозможно представить повседневность человека без смартфона, планшета и других гаджетов, обеспечивающих свободный доступ в Интернет.

Сегодня Глобальная сеть закрепила за собой звание уникальной технологии. Интернет составляет огромное коммуникативное пространство, где особую роль в осуществлении коммуникации играют социальные медиа.

Одним из ключевых показателей «жизненной активности» социальных медиа является число «говорящих» пользователей, открыто выражающих свою позицию публичными сообщениями. В 2019 году **число активных авторов** в социальных медиа в России составило **49 млн.** Авторы написали**1,3 млрд публичных сообщений** (постов, репостов и комментариев). Так, 14,5 млн. пользователей ВКонтакте сгенерировали 566 млн. сообщений за месяц . [[1]](#footnote-1)Активные авторы, создающие публичный контент, делают социальные сети актуальным индикатором общественных настроений, позволяя уловить «живые» общественные проблемы. Вместе с тем, среди пользователей социальных сетей есть те, кто предпочитает не высказывать личное мнение в онлайн-среде, такие люди склонны молчать. Данный факт, бесспорно, влияет на формирование общественного мнения в сети Интернет.

Интернет и социальные медиа расширяют вовлечение общественности, в том числе молодежи, в дискуссии по различным проблемам.

В связи с этим, возникает вопрос, каким образом формируется общественное мнение в онлайн-пространстве, насколько пользователи готовы открыто выражать и отстаивать свое мнение в онлайн-дискуссиях? Каким образом формируется общественное мнение? Что заставляет людей высказывать или утаивать свое личное мнение в онлайн-среде?

**Цель** настоящей работы состоит в том, чтобы выяснить какие факторы влияют на высказывание личного мнения в современных социальных медиа.

**Объектом исследования** выступают комментарии пользователей социальных медиа относительно различных актуальных проблем.

**Предмет исследования** – факторы, которые оказывают влияние на выражение пользователями социальных медиа своего личного мнения в онлайн-среде.

**Теоретико-методологическая основа исследования.** Понимание общественного мнения в работе исходит из следующего определения Э. Ноэль-Нойман: «Общественное мнение — это согласие между представителями одной человеческой общности по вопросу, имеющему важное эмоциональное или ценностное значение, которое должны уважать и индивид и правительство под угрозой быть отвергнутым или свергнутым — по крайней мере в виде компромисса в публичном поведении». Здесь, и в другом месте, она выделяет ценностную составляющую общественного мнения. Согласно Э. Ноэль-Нойман, – процесс общественного мнения всегда нацелен на осуществление какой-то ценности (Ноэль-Нойман, 1996: 164). Она понимает общественное мнение, как мнения, способы поведения, которые нужно выражать, или обнаруживать публично, чтобы не оказаться в изоляции (Ноэль-Нойман, 1996: 252-253). Таким образом, общественным мнением можно считать все мнения, которые высказываются публично, т.е. общедоступно, все опубликованные мнения. Данная идея отражает специфику проявления общественного мнения в онлайн-пространстве, где каждый опубликованный комментарий, представляющий личное мнение индивида, фиксируется.

Мы рассматриваем возможности применения концепция «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман к изучению дискуссий в социальных медиа. Значительная часть исследований в рамках этой концепции была проведена еще до появления Интернета, и поэтому сейчас важно понять особенности действия спирали молчания в цифровой среде.

 Поскольку механизм раскручивания «спирали молчания» основывается на страхе изоляции, то применительно к социальным медиа возникает вопрос, насколько тот или иной интернет-ресурс может обеспечить анонимность пользователей. Выделяется несколько типов открытости актора в интернет-пространстве: полная анонимность, анонимность «реальной» жизни и отсутствие анонимности.

Помимо уровней анонимности существует и другие факторы, влияющие на действие «спирали молчания». Речь идет об «эффекте растормаживания» (online disinhibition effect), описанном Джоном Сулером (Suler, 2004), в соответствии с которым, в виртуальном пространстве пользователи чувствуют себя свободнее и раскованнее, нежели в реальной жизни и, как следствие, более открыто и смело выражают личное мнение по тому или иному вопросу. Вероятно, этот эффект может способствовать смягчению влияния «спирали молчания».

На «спираль молчания» также влияет и содержание сетевых сообществ, которое формируется исходя из предпочтений отдельного пользователя. Склонность пользователей знакомиться только с той информацией, которая соответствует их предпочтениям и интересам, снижает возможность обнаружения противоположного мнения. Этот эффект также поддерживается технической организацией интернет-поиска и таким явлением, как «пузырь фильтров» (Pariser,2011) . Тем самым, часто при изучении онлайн дискуссий может возникнуть ложное представление о консенсусе.

**Теоретическая значимость** исследования определяется необходимостью изучения поведения человека в онлайн-среде, которая постепенно становится частью повседневной жизни людей. Социальные сети и другие виды социальных медиа расширяют вовлечение общественности в дискурс по бесчисленным вопросам, предоставляя тем самым обогащенные обсуждения и обостряя напряжение относительно различных социальных проблем. Как итог, это становится ценным полем для ученых в различных областях знания и способствует проведению многочисленных исследований.

Результаты исследования необходимы для получения более детального и целостного представления о том, как люди организуют коммуникативное поведение в онлайн-среде относительно различных общественных проблем.

**Апробация работы**: основные теоретические положения дипломной работы были представлены в работе Бедниковой А.И. «Концепция «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман в исследованиях онлайн коммуникации», и докладывались на Всероссийской научной конференции с международным участием XIII Ковалевские чтения «Молодежь XXI века: образ будущего» 14-16 ноября 2019 года в Санкт-Петербургском государственном университете~~.~~

# Глава 1. Общественное мнение в онлайн-среде.

## *Роль социальных медиа в осуществлении интернет-коммуникации*

Переход общества в информационную эпоху закрепил звание Интернета как уникальной технологии, являющейся, несомненно, одной из самых больших достижений ХХI века. Сегодня Глобальная сеть - это не просто совокупность несчетного количества компьютеров и составляющих его компонентов, служащих средством хранения, передачи информации. Растущее значение Интернета определяет его как базис развития информационно-коммуникативного пространства, «…своеобразного всемирного форума, позволяющего объединить усилия на пути к прогрессу» (Путилова, 2004: 38).

Особую роль в осуществлении коммуникации в интернет-пространстве играют социальные медиа.

Андреас Каплан определяет социальные медиа как группу интернет-приложений, которые формируются на идеологических и технологических основах Web 2.0 и позволяют создавать пользовательский контент и обмениваться им (Kaplan, 2010).

В рамках этого общего определения существуют различные типы социальных сетей, которые необходимо выделять дальше. Хотя большинство людей, вероятно, согласятся с тем, что Википедия, YouTube, Facebook являются частью этой большой группы, не существует систематического способа, который позволил бы классифицировать различные приложения социальных медиа. Кроме того, в киберпространстве каждый день появляются новые сайты, поэтому важно, чтобы любая классификационная схема учитывала приложения будущего. Для создания такой системы А. Каплан опирается на ряд теорий в области медиа исследований (социальное присутствие, богатство медиа) и социальных процессов (самопрезентация, самораскрытие).

Теория социального присутствия (Short et al., 1976) утверждает, что средства массовой информации различаются по степени «социального присутствия», определяемого как акустический, визуальный и физический контакт. На социальное присутствие влияют близость (межличностная и опосредованная) и непосредственность (асинхронная или синхронная) среды. Можно ожидать, что уровень социального присутствия будет ниже для опосредованного (например, телефонного разговора), чем для межличностного (например, обсуждение лицом к лицу) общения и также будет ниже для асинхронных (например, по электронной почте), чем синхронных (например, в чате) сообщений. Чем выше социальное присутствие, тем больше социальное влияние, которое коммуницирующие партнеры оказывают на поведение друг друга.

С идеей социального присутствия тесно связана концепция медиа-богатства. Теория медиа-богатства (Daft et al., 1986) основана на предположении, что целью любого общения является разрешение двусмысленности и уменьшение неопределенности. В ней говорится, что средства массовой информации различаются по степени богатства, которым они обладают, то есть по количеству информации, которую они передают в течение определенного интервала времени. Именно поэтому некоторые средства массовой информации более эффективны, чем другие. Первая классификация социальных сетей может быть сделана на основе богатства среды и степени социального присутствия.

 Что касается социального измерения медиа, концепция самопрезентации гласит, что при любом типе социального взаимодействия люди стремятся контролировать впечатления, которые о них формируют другие люди. С одной стороны, это происходит с целью оказания влияния на других для получения определенного вознаграждения (например, произвести положительное впечатление на ваших будущих родственников); с другой стороны, это обусловлено желанием создать образ, который соответствует персональной идентификации (например, носить модную одежду, чтобы казаться современным и молодым). Основной причиной, по которой люди решают создать личную веб-страницу, является, например, желание представить себя в киберпространстве (Schau et al., 2003).

Что касается социального присутствия и богатства медиа, приложения, такие как совместные проекты (например, Википедия) и блоги, получают самые низкие оценки, поскольку они часто базируются на тексте и, следовательно, допускают только относительно простой обмен информацией. На следующем уровне находятся сообщества контента (например, YouTube) и сайты социальных сетей (например, Facebook), которые, в дополнение к текстовому общению, позволяют обмениваться фотографиями, видео и другими видами медиа. На самом высоком уровне находятся виртуальные игровые и социальные миры (например, World of Warcraft), которые пытаются воспроизвести все аспекты взаимодействия в виртуальной среде.

Что касается самопрезентации и самораскрытия, блоги обычно имеют более высокий рейтинг, чем совместные проекты (Википедия), поскольку последние, как правило, ориентированы на конкретные области контента. Точно также, социальные сети обеспечивают большее самораскрытие, чем контент-сообщества. Наконец, виртуальные социальные миры требуют более высокого уровня самораскрытия, чем виртуальные игровые миры, поскольку последние подчиняются строгим правилам, которые заставляют пользователей вести себя определенным образом.

Таким образом, современные социальные медиа включают различные интернет-сервисы, направленные на установление между пользователями коммуникации, обмена мультимедийными данными, организацию сотрудничества, совместных развлечений и т. д.

Бум в развитии социальных медиа приходится на 2003-2004 года, когда появились такие сайты, как MySpace, LinkedIn, Twitter и, конечно, Facebook, являющийся на данный момент самой популярной социальной сетью с аудиторией более 1 млрд. Социальные сети предоставляют пользователям комфортные способы коммуникации (комментарии, личные сообщения), допускают обмен различными ресурсами (фото, видео, ссылки на другие ресурсы и т.д.), более того, социальные медиа позволяют презентовать свою личность через создание, например, личной страницы в Facebook, в которой представлены и описаны различные аспекты жизнедеятельности пользователя. Данные профиля позволяют найти страницы друзей, знакомых, коллег и т.д. Пользователи социальных сетей создают виртуальные сообщества, так называемые площадки, внутри которых ведутся дискуссии относительно интересующих проблем и событий. Такие сообщества могут быть открытыми, то есть к данной группе может присоединиться любой пользователь онлайн-пространства, и закрытыми, – присоединение к которым регулируется «администратором» виртуального сообщества.

Сегодня социальные медиа заняли большую часть медиапространства и обладают значительным влиянием, чем традиционные СМИ. Сейчас становится нормой, что многие социальные проблемы оказываются полем дискуссий сначала в онлайн-пространстве и только потом транслируются на телевидении. Так, интернет-библиотека Public.ru измерила цитируемость контента блогосферы в русскоязычных традиционных СМИ. За период с 2005 по 2010 гг. количество обращений последних к контенту блогов увеличилось в 30 раз (Кораблева, Кульминская, 2011).

В 2018 году Медиалогия показывает рейтинг цитируемости социальных медиа, в котором лидирует Russian.rt.com. В топ материалов вошли: «Российские хоккеисты разгромили США на ОИ-2018», «Американский болельщик пришел на церемонию открытия Олимпиады с флагом России». В топ – 30 интернет-ресурсов по количеству гиперссылок в социальных медиа попали Navalny.com и Varlamov.ru (на 11-ой и 16-ой позициях). Navalny.com опубликовал материалы «Ответ генералу Золотову» и «Секс-охотница разоблачает взяточника», Varlamov.ru – «Живодеры просят Путина о поддержке» и ««Аэрофлот», что ты делаешь, остановись!» .

Таким образом, необходимо учитывать возрастающую роль социальных медиа в формировании общественного мнения. При этом понимание общественного мнения в контексте данной работы исходит из позиции Э. Ноэль-Нойман, которая писала, что общественным мнением можно считать все мнения, которые высказываются публично, т.е. общедоступно, все опубликованные мнения. Данная идея отражает специфику проявления общественного мнения в онлайн-пространстве, где каждый опубликованный комментарий, сообщение, высказывание фиксируется, что практически невозможно в общении оффлайн (Ноэль-Нойман, 1996: 252-253).

Возрастающая роль современных социальных медиа в распространении общественного мнения относительно социальных проблем и актуальных событий требует социологического исследования. Важно понять, как общественное мнение формируется в онлайн-среде. Что влияет на готовность пользователей социальных сетей высказывать ту или иную позицию? Какие факторы оказывают существенное влияние на выражение мнений в онлайн-пространстве?

Необходимо рассмотреть особенности коммуникативного поведения пользователей социальных медиа. Некоторые из них, так или иначе, влияют на готовность пользователей участвовать в дискуссиях и выражать, тем самым, свое личное мнение.

## *Интернет-коммуникации как инструмент формирования общественного мнения*

Восприятие информации в онлайн-среде характеризуется рядом специфических особенностей, в отличие от традиционных социальных медиа. Одной из таких особенностей является интерактивность, которая выражается в возможности прокомментировать какое-либо информационное сообщение, поставить «лайк», сделать «репост», «ретвит» и т.п. Интерактивность приводит к тому, что на первый план выдвигаются комментарии пользователей социальных сетей, а суть и содержание новости остается без должного внимания. Таким образом, значимость сообщения будет впоследствии определяться активностью, которую проявляют пользователи социальных медиа, а не столько содержанием информации. В результате, чем больше «лайков» и «репостов» (цитирований) получило сообщение, тем более значимым оно выглядит в представлении рядового интернет-пользователя. Социальная значимость комментаторов в сообществе новостных ресурсов прямо пропорциональна реакции участников сообщества на их комментарии.

Анонимность, заключающаяся в выборе типа поведения в онлайн-среде, предоставляет пользователям социальных медиа новые инструменты формирования общественного мнения. Например, для создания негативного образа или отношения к определенной личности, участнику сообщества или любой другой интернет-аудитории часто применяется троллинг. Целью троллинга является создание различных конфликтов между участниками какого-либо интернет – сообщества, действие троллинга заключается в публикации провокационной информации. Таким образом, троллинг представляет собой психологическую манипуляцию, которая направлена на уничижение и высмеивание позиций оппонентов в публичном пространстве. Нанесение репутационного, эмоционального ущерба другой стороне конфликта с помощью различных провокационных форм есть цель применения троллинга.

«Боты», или киберсимулякры также часто используются пользователями социальных сетей при формировании общественного мнения. Киберсимулякр – функционирующая в интернет-пространстве виртуальная личность, симулирующая репрезентацию реально существующего сетевого пользователя (Володенков, 2014). Киберсимулякры часто создаются бот-сетями для вброса ложной информации по каким-либо актуальным социальным проблемам. Такие вбросы следуют определенной схеме: информационный повод (реальное так и вымышленное событие) появляется одновременно на тысячах площадок, включая новостные источники и аккаунты социальных сетей. Текст и визуальное сопровождение новости практически идентичны во всех ресурсах. Далее, ложная информация подхватывается традиционными СМИ и пользователями социальных сетей. Если новость оказывается дезинформацией («фейком»), то в течение 5-12 часов появляется опровержение, но новость к тому моменту уже успевает захватить как современные социальные медиа, так и традиционные СМИ.

Мемы также часто применяются при создании какого-либо фона определенного события. Мемы - это разновидность информационного вируса, широко распространенного, и плотно укрепившегося в информационном пространстве. Яркий пример такого мема - миф о том, что в Красной армии в период Великой Отечественной войны бойцам выдавалась одна винтовка на троих. Этот мем прочно укрепился в сознании многих наших соотечественников и иностранных граждан, хотя никаких реальных исторических документов, подтверждающих подобные факты не существует (Романов, Романова, 2015).

Информационный вирус представляет собой информацию, которая характеризуется свойствами биологического или компьютерного вируса, самым ключевым из которых является способность самораспространяться. Подобная информация, укореняясь в сознании человека, не только стремительно распространяется в информационном поле, но и, доминируя в сознании «зараженного», способна приводить его к определенным действиям, зачастую иррациональным.

Таким образом, интернет-коммуникация в современных условиях информационной эскалации широко используется для формирования общественного мнения.. К сожалению, идентифицировать информационный вброс не обладая специальными средствами мониторинга не всегда возможно (Романов, 2014), а такие средства могут позволить себе только уполномоченные силовые структуры или IT-компании, которые могут быть ориентированы как на политические, так и на маркетинговые исследования. Привлечение таких компаний к детекции и своевременному разоблачению информационных вбросов может оказаться эффективным методом противодействия информационным атакам.

#

# Глава 2. Изучение общественного мнения в социальных медиа: обзор исследований.

Исследование общественного мнения вступает в новую эру, в которой традиционные исследования могут играть менее доминирующую роль. Распространение новых технологий, таких как мобильные устройства и платформы социальных сетей, меняет общественный ландшафт, в котором работают исследователи общественного мнения. По мере того как эти технологии расширяются, расширяется и доступ к мыслям, чувствам и действиям пользователей, выражаемым мгновенно, органично и часто публично на платформах, которые они используют. Способы, с помощью которых люди получают и обмениваются информацией о мнениях, взглядах и поведении, претерпели большие изменения за последнее десятилетие, чем, возможно, в любой предыдущий момент истории, и эта тенденция, вероятно, сохранится.

 Повсеместное распространение социальных сетей и мнения пользователей в социальных сетях предоставляют исследователям новые инструменты сбора данных и альтернативные источники качественной и количественной информации для дополнения или, в некоторых случаях, альтернативы более традиционным методам сбора данных.

В данной главе представлен обзор исследований, посвященных изучению общественного мнения в социальных медиа по различным проблемам. Анализ подобных работ позволяет рассмотреть, какие теоретические подходы и методы используют исследователи общественного мнения в онлайн-пространстве.

## *2.1. Дисбаланс мнений, высказанных в социальной сети Twitter в отношении радиационного риска КТ*

Twitter, социальная сеть с более чем 200 миллионами активных пользователей, которые коллективно транслируют в Интернет 500 миллионов сообщений («твит») в день (Kim S., 2013). На сегодняшний день Twitter стал важной площадкой для быстрого распространения информации и обмена мнениями и позициями в области медицинских вопросов. Этот конкретный инструмент социальных сетей способствует быстрой кооперации, обсуждению таких идей среди своих пользователей на одной интернет-площадке. После того, как отдельный пользователь написал свою точку зрения в 140 или менее символов, ее могут просмотреть в течение нескольких секунд другие пользователи, которые, в свою очередь, могут предоставить свои собственные комментарии и мнения в режиме реального времени. Пациенты все чаще обращаются к социальным сетям, таким как Twitter, чтобы получать информацию, связанную со здравоохранением (Fox, 2011), и формировать сообщества пациентов (Sugawara et al., 2012). В то время как врачи и другие медицинские специалисты используют Twitter в качестве средства обучения, привлечения своих пациентов и формирования сотрудничества с ними (Torrente et al., 2012). Благодаря таким возможностям информация в Твиттере становится доступной для просмотра и обсуждения значительным количеством пользователей из самых разных слоев общества. Таким образом, мнения и позиции пользователей в социальной сети могут влиять на широкие дебаты по актуальным медицинским вопросам.

Исходной темой дискуссии, которая очень актуальна для рентгенологов, является радиационный риск от использования рентгеновской компьютерной томографии или КТ. Несмотря на установленные клинические преимущества КТ для диагностики и терапии различных заболеваний, эти преимущества необходимо сопоставить с потенциальным риском ионизирующего излучения в результате проведения компьютерной томографии - области здравоохранения, которая претерпевает критику со стороны рецензируемой литературе в последние годы. Перспективы в отношении этого противоречия имеют решающее значение, поскольку они могут сформировать как вероятность того, что врачи назначат тест для своих пациентов (Gimbel et al., 2013), так и согласие пациентов на прохождение обследования. Поскольку Twitter, вероятно, повлияет на такую ​​перспективу, радиологи, физики и технологи-радиологи в состоянии принять активную позицию, предлагая в Твиттере контент по заслуживающей доверия и полезной медицинской теме, используя, тем самым, преимущества своего обучения и опыта в области здравоохранения. В конечном счете, вклад таких специалистов может оказать влияние на мнение других медицинских работников и пациентов. Справедливо заметить, что в представленной медицинской области недостаточно информации о характере контента в Twitter. Поэтому в этом исследовании целью ученых было оценить перспективы и источники информации в Твиттере, касающиеся радиационного риска рентгеновской компьютерной томографии.

В контексте рассматриваемого в данном параграфе исследования был проведен контент-анализ социальной сети Twitter. Так, были отобраны публично доступные посты в Твиттере («твиты»), содержащие слова «компьютерная томография» и «радиация» с 1-й недели каждого месяца 2013 года (Prabhu et al., 2015).

Всего было заархивировано 1202 твитов, соответствующих критериям поиска. Затем твиты были исключены по следующим причинам: не на английском языке (n = 35); не имеет отношения к теме радиационного риска КТ (n = 99); дублированный твит того же пользователя (n = 74) т.д. Оставшиеся 621 твит составили выборку данного исследования.

Включенные в исследование “твиты” были изначально классифицированы по типу пользователя, публикующего комментарий или сообщение (это было установлено путем изучения профессии или общих интересов в биографическом разделе страницы Twitter пользователя) и по источникам любых связанных статей. Затем два рецензента - оба доктора с активными учетными записями в Twitter, один из которых ранее проводил биомедицинские исследования в отношении Twitter (Prabhu et al., 2013), - классифицировали любой контент всех твитов, а также любых связанных статей, с точки зрения любой выраженной точки зрения относительно соотношения выгоды и риска КТ. Эти два рецензента первоначально выполнили эту оценку совместно для первых 10 твитов и для первых 10 связанных статей, чтобы установить последовательный подход к этой классификации. Затем два рецензента сначала классифицировали оставшиеся твиты независимо, чтобы можно было рассчитать процентное согласие, с последующим совместным обсуждением для устранения любых расхождений.

Эта классификация твитов и связанных с ними статей была основана на их общем представлении противоречий радиационного риска КТ и не требовала внешней поддержки или противодействия использованию КТ. Это ручное кодирование содержимого твитов подтверждается обзором методологических соображений при анализе данных в Твиттере, который характеризует ручное кодирование твитов как более точное, чем автоматическое. Данные оценивались с использованием стандартной сводной статистики.

621 включенный в исследование твит был опубликован 557 уникальными пользователями: 16% (n = 90) были врачами (включая 17 радиологов); 8% (n = 47) были предпринимателями; 11% (n = 60) были другими работниками здравоохранения; 13% (n = 70) были блоггерами, репортерами или новостными сетями; 6% (n = 34) пациентов; 5% (n = 30) были медицинскими учреждениями или больницами (включая 10 отделений, связанных с радиологией); 4% (n = 24) были ассоциациями, не связанными с радиологией; 3% (n = 15) были связаны с радиологией; 1% (n = 8) были физиками или технологами; и 16% (n = 88) были другими типами пользователей. Остальные 16% (n = 91) пользователей не смогли быть классифицированы, поскольку в биографическом разделе не было никакой информации или потому что этой информации, хотя и присутствующей, было недостаточно для классификации их типа.

Большинство (63% [n = 394]) твитов предоставили только ссылку на статью, возможно, с заголовком статьи, без дополнительного пользовательского контента. Остальные 37% (n = 227) твитов содержали сгенерированный пользователем контент, относящийся к радиационному риску КТ. После исключения первых 10 твитов с пользовательским контентом, которые были закодированы совместно, два рецензента согласились в своей первоначальной классификации на 90% (196/217) оставшихся твитов. Большинство этих твитов были классифицированы как явно неблагоприятные или обеспокоенные (59%) в отношении риска радиации КТ, тогда как 29% были нейтральными, 3% были благоприятными, а 10% были информативными в отношении стратегий снижения дозы КТ.

Большинство твитов (76% [n = 472]) содержали ссылки на 99 уникальных статей или связанных с ними средств массовой информации. Ссылки чаще всего были информативными в отношении стратегий снижения дозы КТ (39%). Остальные были явно неблагоприятными или касались риска радиации КТ (25%), нейтральными (25%) или благоприятными (10%). Тринадцать ссылок были из рецензируемого медицинского источника. Остальные источники ссылок были следующими: медицинский источник, не прошедший экспертизу (n = 50), непрофессиональная пресса (n = 15), отдельный блог (n = 12), реклама (n = 5), информационная брошюра или веб-сайт. (n = 4).

В последние годы Twitter превратился в популярную интернет - площадку для обмена мнениями и позициями, связанными со здравоохранением, объединяя врачей, других медицинских специалистов и пациентов в быстрый непрерывный виртуальный диалог, абсолютно непохожий на предыдущие формы коммуникации. При изучении в Твиттере информации, касающейся радиационного риска КТ, исследователи отметили следующее: во-первых, для подавляющего большинства твитов было характерно обеспокоенное или неблагоприятное мнение об этом риске как в комментариях пользователей, так и в размещенных ссылках; во-вторых, большинство постов принадлежало нефизикам; и в-третьих, большинство ссылок предназначалось для публикации в прессе и других не рецензируемых источниках

Действительно, только 3% “твитов”, выражающих мнение пользователей, и только 10% связанных статей отражали риск радиации КТ в благоприятном ключе. В то время как в значительной степени неблагоприятный взгляд на риск радиационной томографии, регистрируемый в Твиттере, может способствовать повышению негативного отношения пользователей к данному вопросу. Справедливо отметить, что более 60% взрослых в Соединенных Штатах в настоящее время ищут информацию о здоровье в Интернете, и 60% этих так называемых «электронных пациентов» сообщают, что онлайн-запросы влияют на их решения о здоровье (Fox, 2011). Негативная перспектива КТ в сфере социальных сетей может в конечном итоге снизить положительное восприятие компьютерной томографии этими пациентами, что, в свою очередь, может повлиять на качество медицинской помощи.

Этот дисбаланс информации может быть отчасти связан с типом пользователей, участвующих в диалоге в Twitter. Большинство постов принадлежали типичным пользователям, а не врачам, физикам или радиологам (84%). В этом случае, активное участие в социальных сетях радиологов, физиков и радиологических технологов оправдано для достижения более сбалансированного представления и устранения существенных, доминирующий в социальной сети, противоречий, связанных с радиационным риском КТ. Действительно, социальные сети предоставляют радиологам возможности мобилизовать свои знания и умения в области здравоохранения, чтобы разрешить возникшие противоречия среди пользователей - пациентов. Таким образом, существует необходимость для врачей более активно распространять достоверную медицинскую информацию. Эта проблема может частично быть систематической, касающейся того, как медицинское сообщество распространяет научные знания в целом, через журналы, которые часто размещаются на платных системах или иным образом ограничены; такие барьеры могут помешать результатам научных биомедицинских исследований в достаточной степени информировать общественное мнение. Быстрое широкое распространение в Интернете через Twitter может предоставить радиологам и другим врачам возможность решить эту проблему.

В заключение, исследователи пришли к выводу, что в социальных сетях преобладает обеспокоенное мнение о риске радиации КТ как в комментариях пользователей, так и в связанных статьях в Twitter. Данный факт может быть отчасти связан с общим недостатком участия врачей в виртуальном диалоге с пациентами. Учитывая критическую роль КТ в установлении точного диагноза и проведении лечения, важно добиться более сбалансированного диалога в социальных сетях за счет более активного участия в Twitter радиологов, физиков и радиологических технологов.

Таким образом, дисбаланс мнений в информации значительно влияет на формирование общественного мнения в социальных сетях. В данном случае, мы видим, что отсутствие активной позиции физиков, радиологов и других специалистов в этой области способствует формированию ложного мнения в отношении радиационного риска компьютерной томографии с позиции типичных пользователей Интернета. Мы можем предположить, что здесь также действует “спираль молчания”. Как и в случае с исследованием вакцинации детей, где матери поддерживающие вакцинацию способствовали развитию «спирали молчания» вокруг проблемы, в данном случае мы наблюдаем аналогичную ситуацию. Опубликованные “твиты” неспециалистов в области здравоохранения будут, безусловно, влиять на отношения и установки других пользователей социальной сети. Как отмечают некоторые исследователи, нехватка информации по актуальному вопросу будет способствовать формированию ложного консенсуса.

##

##

##

##

##

##

##

##

##

##

## *2.2. Общественное обсуждение проблем образования в социальных сетях*

Настоящее исследование, посвященное анализу образовательных проблем в социальных сетях, также имеет отношение к изучению формирования общественного мнения в онлайн-среде (Реморенко, 2015).

Позитивный прогресс системы образования напрямую зависит от отношения общественности к реформам в данной области. Дискуссия по вопросам образования офлайн и онлайн дает возможности обратить внимание на проблемы образования и принять соответствующие решения по их смягчению и разрешению. Справедливо отметить, что общественное обсуждение актуальных проблем, в том числе и образовательных, зачастую приводит к порождению различных “мифов” (Реморенко, 2015). Эти “мифы” представляющие собой искусственно образованные представления людей, создают противоречия в дискурсе образовательных вопросов. В этом случае общественное мнение обладает значительным влиянием в контексте обсуждения социальных проблем.

Исследователь предлагает воспринимать общественное мнение с трех позиций: как выражение отношения к образовательным проблемам; как рассмотрение вариантов решения проблем в сфере образования; как контроль над деятельностью субъектов в области образования. Данные позиции могут быть выполнены в случае активного диалога между общественностью и представителями власти. В качестве платформы для формирования дискуссии по вопросам образования выступает Интернет, а именно различные блоги, форумы и социальные сети. Обсуждение проблем в социальных медиа предлагает участникам прекрасные возможности для более удобной коммуникации. Так, в отличие от традиционных СМИ современные медиа представляют открытую площадку для дискурса, позволяя пользователям сочетать различные типы информации: тексты, фотографии, видео и т.д. Таким образом, целью данного исследования является изучение общественного мнения пользователей социальных сетей в отношении проблем образования. Более того, исследование данного онлайн-дискурса изучалось в контексте особенностей социальной среды: русско- и англоязычного секторов сети.

Что касается процедуры и выборки исследования, то в данной работе был осуществлен контент-анализ комментариев в социальных сетях Facebook (англоязычный и русскоязычный сектор) и «ВКонтакте» (русскоязычный сектор). В рамках исследования был осуществлен анализ актуальных новостных сообщений в отношении проблем образования. Было отобрано 10 публикаций в каждой из социальных сетей и комментарии к ним. В конечном итоге были проанализированы мнения 900 активных пользователей в каждой из групп: «ВКонтакте», «англоязычный» Facebook и русскоязычный» Facebook. А также исследователи составили портреты “комментаторов” на основании информации, содержащейся на их страницах социальных сетей Facebook и «ВКонтакте».

Проведенное исследование мнений, высказываемых пользователями различных социальных сетей относительно проблем развития российского образования, позволяет увидеть разнообразную картину, отражающую точки зрения разных групп общества. Проблемы образования вызывают интерес у лиц разного возраста, различной политической ориентации, разного вероисповедания, социального и профессионального статуса и побуждают их свободно оставлять свои комментарии в социальных сетях. Общим для всех участников исследования было стремление решить проблемы образования как социально значимые для страны и для себя лично, а также понять связи образования с политикой государства в целом. Однако состав пользователей социальных сетей различен, и это необходимо учитывать при организации общественных обсуждений проблем образования.

Результаты проведенного исследования утверждают, что формирование общественного мнения о перспективах развития российского образования определяется совокупностью социальных факторов, которые необходимо учитывать при реализации политики в сфере образования в России. При этом общественный дискурс через социальные сети является не только мощным инструментом выражения общественного мнения, но и способом его формирования. В процессе выработки общественного мнения относительно актуальных вопросов личные мнения участников дискурса подвергаются стереотипизации под влиянием внушения, эмоционального заражения, что особенно характерно для молодежной и маргинальной среды, не имеющей устойчивых нравственно-ценностных установок и убеждений. К подобной среде в большей степени относится аудитория социальной сети «ВКонтакте». Такая аудитория подвержена манипулированию, активно включается в критику собеседников и власти, проявляет словесную агрессию. На этой основе создается «образ врага», создается групповое мнение.

Также можно сделать вывод о том, что на формирование общественного мнения по проблемам образования могут влиять некоторые социально-психологические механизмы управления. При этом выбор средств и методов влияния на общественное мнение целесообразно осуществлять с учетом «портрета» пользователя конкретной социальной сети, его восприятия общественно-политической реальности, социальных представлений и ожиданий.

Необходимо, чтобы представители государственных органов образования исследовали общественное мнение, которое формируется в современных социальных медиа, и участвовали в обсуждениях значимых для общества проблем.

##

## *2.3. Безмолвное большинство: детская вакцинация и антецеденты коммуникативного действия*

Тема детской вакцинации в последнее время все чаще становится полем для обсуждения в средствах массовой информации. Повышенное внимание к данной проблеме сформировалось после утверждения о существовании связи между вакцинами против кори, свинки, краснухи и аутизма в медицинском журнале 1998 года. Несмотря на обилие научных данных, опровергающих данную связь, опасения остались и заставили родителей усомниться в безопасности прививок против вышеупомянутых болезней и аналогичных вакцин, вызвавших вспышки когда-то искорененных вирусов.

Брук Маккивер, Роберт Маккивер, Авери Холтон и другие ученые заинтересовались проблемой детской вакцинации и провели исследование. В связи с существованием разрыва между мнениями родителями относительно того, стоит или не стоит делать прививки своим детям, в этом исследовании рассматривалось, как и почему люди вовлечены в дискурс о вакцинации, особенно это касается обсуждений в социальных медиа.

Фокусируясь на теории коммуникативного действия и опираясь на концепцию «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман и другие исследования, исследователи провели опрос 455 матерей. Полученные результаты показали, что те, кто не поддерживают идею детской вакцинации, более склонны участвовать в общении и обсуждении этого вопроса: респонденты ищут необходимую информацию, посещают соответствующие социальные медиа, пересылают и делятся мнениями о детских прививках и т.д.

Подчеркивая важность прививок в детском возрасте, акцентируя внимание на аффективных и когнитивных переменных, которые могут стимулировать вовлечение в коммуникацию о детских прививках, данное исследование стремится понять, какие факторы могут способствовать участию индивидов в общении на данную тему через социальные сети. Полученные данные помогают выяснить, почему некоторые респонденты предпочитают участвовать в дискурсе о детской вакцинации, а другие нет.

Следует отметить возрастающую роль социальных медиа в формировании общественного мнения, которые открыли ряд новых возможностей для пользователей, ищущих необходимую информацию о проблемах в области здоровья, таких например, как вакцинация детей. Пользователи этих социальные медиа – будущие и настоящие родители, медицинские работники, правительственные учреждения, новостные организации, врачи и другие заинтересованные стороны, каждая из которых берет на себя ряд функций, начиная от поиска или обмена и заканчивая предоставлением экспертного мнения по рассматриваемому вопросу. Широкий спектр недавних исследований отметил важность социальных медиа как источников информации о здоровье (Strekalova et al., 2015), далее указав, что эти каналы создают возможности для расширения доступа к новостям о здоровье, информации и последующего взаимодействия с таким контентом. Цифровые социальные медиа являются одними из главных ресурсов, которые родители используют в качестве источников получения необходимых данных о детской вакцинации (Brunson et al., 2013). Хотя в дискуссиях о прививках часто принимают участие более одного родителя, исследования отмечают первостепенное влияние матерей на решение данной проблемы (Benin et al., 2006). Дальнейшие исследования укрепили эту позицию, показав, что среди гетеросексуальных пар даже, когда оба родителя глубоко вовлечены в процесс принятия решений, мнения матерей влияют сильнее.

Главная задача рассматриваемого в данном параграфе исследования заключается в изучении причин и способов вовлечения индивидов в определенные виды коммуникативного действия (. Коммуникативное действия - концепция, которая развивалась в исследованиях стратегической коммуникации, связанных прежде всего с ситуационной теорией решения проблем «STOPS», разработанной Чонг-Нам Кимом и Джеймсом Грюнигом в 2011 году. В этой модели описывались определенные коммуникативные действия как уровни вовлеченности или активности пользователей: поиск информации, разрешение или доступ («permitting»), пересылка («forwarding»), обмен («sharing»), поиск и посещение. Эти 6 аспектов коммуникативного действия помогают объяснить, как и почему люди участвуют в решении проблем онлайн. Так, доступная информация, предполагающая обмен и участие в дискурсе, указывает на реактивность с точки зрения коммуникативного поведения. Тогда как поиск и передача информации рассматриваются как более глубокий уровень вовлеченности пользователей в соответствующую проблему и представляют их проактивность - осознанное желание человека влиять на происходящие вокруг него события, явления, процессы (Kim et al., 2010). Авторы утверждают, что такое поведение имеет место быть, когда люди думают или пытаются решить их личную проблему. Это служит предпосылкой для многих исследований в области коммуникаций, разработанных такими авторами, как Ю. Хабермас (1984 г.), Дж. Грюниг (1968 г.) и т.д.

Исходя из позиции о том, что общение служит ресурсом для решения жизненных проблем, они объясняют коммуникативное действие следующим образом: чем сильнее индивид стремится решить свою проблему, тем больше коммуникативных действий будет расти (Kim et al., 2010).

В этой статье 2010 года проверена надежность и обоснованность концепции коммуникативного действия, связанного с одной личной или двумя социальными проблемами. Дальнейшие исследования объясняли и подтверждали коммуникативные действия и все более рассматривали проблемы здоровья, а именно хронические заболевания и донорство органов. Так как проблема детской вакцинации является актуальной в США на данный момент и поскольку данный вопрос носит глубоко личный характер для родителей, решающих делать или не делать прививки своим детям, а также насколько общительными хотят быть матери в отношении вакцинации, рассматриваемое исследование анализирует коммуникативные действия, связанные с детской вакцинацией.

Концепция коммуникативного действия уникальна для исследований, которые фокусируются только на поиске и обработке информации, поскольку она учитывает многие способы, которые мы используем, когда ищем, обрабатываем, сортируем, делимся, передаем и предоставляем информацию в настоящее время, в эпоху электронной почты, социальных медиа, текстовых сообщений и других мобильных приложений и технологий. Более того, теория важна, потому что она различает все эти виды активностей, также рассматривает их как однофакторную структуру второго порядка, признавая многие способы, по которым мы общаемся сейчас, как асинхронно, так и одновременно. Например, коммуникативное действие классифицирует то, что мы часто называем поиском и «посещением» («attending») информации, как активные и пассивные способы сбора информации (Kim et al., 2010).

Поскольку люди все больше и больше употребляют информацию, они в конечном итоге достигают точки насыщения и испытывают ее избыток. На этом этапе коммуникаторы входят в сферу «выбора информации», в которой пассивные коммуникаторы могут участвовать в «разрешении информации», только если информация относится к рассматриваемому вопросу. Тогда как активные коммуникаторы могут участвовать в поиске информации, что относится к сортировке и отбиванию определенной информации путем оценки ее ценности и актуальности, связанной с рассматриваемой проблемой. Пользователи, которые активны в решении своей проблемы, могут использовать определенные правила для защиты информации. Так, например, люди, стремящиеся укрепить свои убеждения, могут оспаривать противоречивую точку зрения и выбирать только ту, которая соответствует их текущим утверждениям. И наоборот, когда люди желают изменить свое мнение, чтобы доказать несостоятельность предыдущего опыта, они могут игнорировать информацию, соответствующую их предыдущим убеждениям.

Наконец, когда люди считают, что получили достаточную информацию о своей проблеме, они начинают делиться ей с другими в попытке обучить их или помочь сформировать мнение для тех, кто может столкнуться с какой-то проблемой; они входят в сферу «передачи информации» («information transmission») как фазы коммуникативного действия. Эта сфера включает такие операции как «пересылка информации» («information forwarding»), относящаяся к тем пользователям, кто активно продвигает информацию (даже если ее не запрашивают) и «обмен информацией («information sharing»), который представляет более пассивную или активную форму и включает только ответ или передачу информации (когда другие пользователи просят это) (Kim et al., 2010).

Как уже упоминалось, проблема детской вакцинации является важным вопросом для родителей, что побуждает их искать необходимую информацию и делиться своими убеждениями с другими людьми. Тем не менее, неизвестно, кто из родителей будет говорить о проблеме вакцинации детей: те, кто поддерживает проведение плановой, рекомендуемой врачом процедуры вакцинации или те, кто этого не делает. Таким образом, в текущем исследовании на первый план выдвигался следующий вопрос: какова связь между личным мнением о вакцинации и коммуникативными действиями в отношении этой проблемы среди матерей?

Конечно, многие переменные могут влиять на решение матерей на вопрос детской вакцинации, а также воздействовать на их готовность высказываться о своем мнение на межличностном уровне или онлайн. Двумя переменными, которые могут оказывать некоторое влияние на коммуникативные действия, являются важность проблемы и поддержка вопроса или личное мнение людей. Важность вопроса и личное мнение часто ассоциируется с концепцией «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман, которая предполагает, что индивиды оценивают климат мнений перед тем, как выразить свою собственную точку зрения. Согласно этой теории, если кто-то ощущает дефицит поддержки своего личного мнения, он или она может уже с меньшей вероятностью высказать его. Э. Ноэль-Нойман предположила, что эффект «спирали молчания» будет максимизирована, когда проблема, являющаяся спорной и морально значимой, получает широкое освещение в СМИ, что справедливо для вопроса о вакцинации детей в последние годы.

Исторически, исследования «спирали молчания» были сосредоточены в основном на политических аспектах, что делает их несколько ограниченными. Хотя некоторые ученые использовали данную концепцию для изучения готовности индивидов высказываться по поводу важных медицинских и социальных проблем таких, как аборты (Salmon et al., 1990) и СПИД (Gonzenbach et al., 1994), полученные данные не всегда согласуются с результатами политических исследований. Например, Гонзенбач, Кинг и Джаблонски (1999) выяснили, что при определенных обстоятельствах люди, которые боятся потерять свои голоса, мотивированы выражать свою позицию, несмотря на то, что общественное мнение склоняется к противоположным убеждениям. Таким образом, те, кто придерживается мнения меньшинства, каким-то образом переворачивают «спираль молчания». Со временем трудно отличить общественную позицию большинства от группы, которая становится все более активной и, похоже, набирает обороты среди людей с похожими мнениями; это кажется особенно проблематичным в онлайн-среде (Nekmat et al., 2013). Тейлор (1982 г.) также писал о «спирали молчания» и плюралистическом невежестве, когда большинство фактически может изменить свое мнение или поведение из-за ложного консенсуса. Другие исследователи (Perry et al., 2000) обнаружили, что культурные нормы также влияют на готовность выражать свою позицию по тому или иному вопросу. Кроме того, близкие референтные группы, такие как семья и друзья, также оказывают воздействие на позиции их членов. Из-за отсутствия последовательных выводов важно продолжить исследовать формирование личного мнения по важным вопросам здоровья в онлайн-пространстве.

Ким и его соавторы (2014) наблюдали, как интернет влияет на желание индивидов говорить о вопросе генно-модифицированных продуктов в Южной Корее. Ученые обнаружили, что личное мнение и участие в обсуждении проблемы были в значительной степени связаны с готовностью людей участвовать в онлайн-форумах. Авторы измерили другие индивидуальные факторы, которые могут оказать воздействие на желание высказываться. К ним относятся отношение и откровенность, также были проведены различия между «speaking up» и «speaking out». Согласно их описаниям «speaking out», происходит, когда люди фактически выражают свое собственное мнение или высказываются по соответствующей проблеме онлайн. «Speaking up» может включать публикацию по интересующемуся вопросу или предполагать передачу информации, даже если пользователь действительно не придерживается данных убеждений. Эти идеи аналогичны концепции коммуникативного действия, связанного с передачей («information-forwarding») и обменом информацией («information-sharing»).

Почти 50 лет назад Апслер и Сирс (1968) представили идею о том, что «люди могут быть лично вовлечены в решение проблемы, когда они ожидают, что ее последствия окажут некоторое влияние на их собственные жизни. Когда индивиды понимают, что возникшая проблема может негативно отразиться на их реальности, они все чаще начинают вступать в дискурс, тогда как людей с низкой личной вовлеченностью в проблему легче убедить (Apsler et al., 1986). Другими словами, чем важнее какая-нибудь проблема для человека, тем меньше вероятность того, что его убедят в различных ее аспектах. Кроме того, важность вопроса, как было упомянуто ранее, положительно связана с готовностью человека выражать мнение в исследования концепции «спирали молчания». Точно также теория «STOPS» измеряет уровни вовлеченности индивида в соответствующий дискурс по проблеме, так как она связана с коммуникативным действием и отмечает положительную связь между этими двумя переменными.

Отсюда формируются следующая гипотеза: важность вопроса положительно связана с коммуникативными действиями в отношении детской вакцинации (H1).

Вместо этого, в дополнение к уже описанным переменным, следует обратить внимание на следующие, которые также важны при обращении к проблеме вакцинации детей,- это аффективная и когнитивная вовлеченность.

В мета-анализе Джонсона и Игли определяется и объясняется вовлеченность в проблему с двух аспектов: вовлеченность, связанная с ценностью («value-relevant involvement») и вовлеченность, связанная с результатом («outcome-relevant involvement»). Первая часто приводит к выражению ценностных отношений, тогда как вторая определяется фокусированием внимания на релевантности проблемы целям индивида. Эти стороны участия связаны с актуальностью, значимостью, информацией, знанием и другими более аналитическими или когнитивными аспектами проблемы. Таким образом, когнитивная вовлеченность соотносится с другими концепциями, которые изучались на протяжении многих лет, включая уровни знаний (объективные и субъективные) и достаточность информации (Griffin et al., 2004).

Напротив, аффективное вовлечение обычно относится к эмоциям или чувствам, связанными с проблемой (Wirth, 2006). Хотя когнитивное вовлечение и различные оценки знания были предметов изучения многих исследований в области коммуникаций, эмоции и аффективную вовлеченность также рассматривали, так как они имели важное отношение к здоровью, политике и другим сферам массовых коммуникаций (Brader, 2005). Как резюмировал Маттес (2013), вовлечение состоит из двух независимых, но взаимосвязанных процессов: когнитивного и аффективного. Однако необходимо располагать определенным количеством информации или знаний о проблеме, что быть втянутым в дискурс; также, вероятно, что индивиды относятся по-разному к какому-то вопросу, и эти чувства часто влияют на их решения не меньше, чем содержание информации о проблеме или когнитивное вовлечение.

Аффективная сторона проблемы представляется недостаточно исследованной областью, хотя работы, связанные со здоровьем, в последние годы все больше обращают внимания на эмоции (Nabi et al., 2015). Matthes (2013) рассмотрел и подчеркнул важность когнитивной и аффективной стороны вовлеченности, которые связаны с предвзятым восприятием новостных СМИ. Исследователь предположил, что помимо когнитивного, аффективное вовлечение объясняет некоторые медиа эффекты и формирует необходимые основания для будущих исследований, в том числе и вопросов, связанных с детской вакцинации.

Принимая во внимание когнитивный и эмоциональный аспекты вопроса, текущее исследование рассматривало следующие гипотезы:

Аффективная вовлеченность будет положительно связана с коммуникативными действиями в отношении проблемы детской вакцинации (H2).

Когнитивная вовлеченность будет положительно связана с коммуникативными действиями в отношении проблемы детской вакцинации (H3).

Перейдем к результатам исследования. Основной вопрос исследования: какова связь между личным мнением о вакцинации (персональной поддержкой) и коммуникативными действиями в отношении этой проблемы среди матерей? Существует статически значимая, отрицательная связь между личной поддержкой вакцинации и коммуникативным действием. Другими словами, чем больше матерей выражают свое мнение, поддерживают проблему вакцинации, тем меньше вероятность их участия в коммуникативных действиях по этому вопросу.

Гипотеза №1 предсказывала, что важность проблемы вакцинации будет положительно связана с коммуникативными действиями. Результаты модельного тестирования подтвердили эту связь. Точно так же модель подчеркнула верность гипотезы №2, которая предсказывала, что аффективное вовлечение будет положительно связано с коммуникативными действиями относительно проблемы вакцинации. Гипотеза №3, идея которой заключалась в том, что когнитивное участие будет положительно связано с коммуникативными действиями в отношении вакцинации, также подтвердилась.

Данное исследование способствую развитию теории и практики массовых коммуникаций, предоставляя некоторые эмпирические данные о том, как различные переменные могут влиять на коммуникативные действия родителей в отношении проблемы детской вакцинации. Подводя итог, можно сказать, что матери, которые обычно поддерживают вакцинацию детей, с меньшей вероятностью будут участвовать в коммуникативных действиях по этому вопросу, включая поиск информации, посещение соответствующий социальных медиа, пересылку и обмен информацией и т.д.

Хотя данное исследование не ставило целью проверить концепцию «спирали молчания» со стороны изучения формируемого климата мнений и страха оказаться в изоляции, но, однако, если мы говорим о готовности высказывать свое личное мнение, результаты работы показывают, что матери, поддерживающие вакцинацию, могут способствовать развитию «спирали молчания» вокруг проблемы. Это важно, потому что, как отмечают некоторые исследователи (Nekmat et al., 2013), при недостатке информации в социальных медиа в поддержку какой-либо проблемы или темы ложное согласие может расти. В этом случае это будет означать, что выражают свое мнение те, кто против детских прививок, а родители, поддерживающие прививки, молчат. Со временем этот ложный консенсус может изменить отношение людей, их убеждения и, возможно, даже поведение, связанное с проблемой вакцинации детей.

Кроме того, полученные результаты соответствуют предыдущим исследованиям, в которых в качестве основной переменной выступало коммуникативное действие. Ким и со авт. (2010) указали, что люди расширяют свои коммуникативные действия для того, что собрать больше информации, необходимой им для решения своих жизненных проблем. Что касается вакцинации, то уверенность в необходимости делать прививки детям может снизить мотивацию родителей участвовать в дискурсе, потому им теперь не нужно искать информацию, чтобы решить эту проблему. У них нет вопросов, так как они уже приняли решение и сделали прививки своим детям.

 Важность проблемы, аффективное и когнитивное вовлечение в соответствующий вопрос также оказывают определенное воздействие на коммуникативное поведение матерей. Как и следовало ожидать, люди чаще вступают в общение, когда проблема для них важна. Другими словами, коммуникативные действия возникают все чаще, если обсуждаемая проблема вызывает и эмоциональный интерес, и интерес со стороны получения необходимых знаний.

Когда речь идет о каких-то спорных вопросах, некоторые ученые предполагают, что страх изоляции из концепции «спирали молчания» удерживает человека от возможности высказаться, выразить свое мнение. Однако эта работа показывает, что важность проблемы, определенные виды вовлеченности в проблему также оказывает влияние на готовность людей высказываться в отношении соответствующей проблемы. Многие теории, используемые в исследованиях коммуникации здоровья, были адаптированы на основе исследований политической коммуникации. Из-за различий в политических и медицинских проблемах в будущих исследованиях следует продолжить изучение различных переменных, которые могут привести к коммуникативным действиям (или их отсутствию), связанным со спорными жизненными вопросами. Данная концепция особенно актуальна для изучения поведения человека в онлайн-среде, которая постепенно становится частью повседневной жизни людей. В дальнейших исследованиях, связанных с онлайн-коммуникациями, социальными сетями и «спиралью молчания» необходимо использовать основные идеи концепции коммуникативного действия для получения более целостного и детального представления о том, как люди организуют процесс общения по интересующей их проблеме.

Полученные результаты также имеют практическое значение. Для проведения продуктивного общения с матерями специалисты в области коммуникаций и здоровья должны понимать, какие факторы могут побуждать родителей участвовать в обсуждении проблемы. Согласно полученным выводам соответствующие кампании могут оценить важность проблемы, а также различные типы вовлечения в дискурс (когнитивное и аффективное), чтобы призвать матерей участвовать в определенных видах коммуникационного поведения, что, в свою очередь, может способствовать сокращению противоречий в отношении проблемы. Этого можно добиться разными способами. Например, обмен научно-обоснованной информацией о безопасности вакцинации затрагивает когнитивную причастность к проблеме, а обмен историями или изображениями возможных пагубных последствий отказа от прививок обращается к эмоциональной заинтересованности человека. Цель такого контента состоит в том, чтобы можно было легче распространить информацию на онлайн-форумах или в социальных сетях, чтобы родители, поддерживающие вакцинацию, могли делиться мнениями в своих собственных социальных медиа. Сторонники вакцинации или пропагандисты здравоохранения могут создать своего рода кампанию, в которой те, кто поддерживает прививки детей, упоминают тех, кто делает то же самое. Такая кампания может побуждать матерей, которые поддерживают вакцинацию, высказываться более свободно или часто, что остановит ложный консенсус, который может расти как результат того, что только те, кто не поддерживает вакцинацию, сообщают о проблеме (Taylor et al., 1982).

# Глава 3. Теоретические подходы к исследованию общественного мнения в онлайн-среде.

## *3.1. “Спираль молчания” как механизм формирования общественного мнения*

Прежде чем рассматривать подходы к исследованию общественного мнения в онлайн-среде, необходимо сказать несколько слов о том, Что такое общественное мнение, Кто является его субъектом, Какова роль общественного мнения в социальной жизни.

 Следует отметить, что данными вопросами интересовались еще в Античности. Дискурс между философами шел, в основном, относительно субъекта общественного мнения: так, по мнению Протагора, субъектом «публичного мнения» является мнение большинства, что отражает демократическую позицию. А вот противоположную точку зрения высказывает Платон, подчеркивая роль элиты или аристократии, как носителя общественного мнения.

Спор о субъекте общественного мнения продолжался на протяжении всей истории науки, но эти антагонистические позиции древних лет сохранились, и, одновременно, встал вопрос о влиянии общественного мнения. Формируются две соответствующие позиции: одни исследователи считают, что общественное мнение оказывает манипуляторное, силовое воздействие на индивидов, связанное с попыткой легитимации господствующей элиты; другие же видят данный феномен, как инструмент воздействия народа на политические структуры и государство в целом в целях эффективного выполнения ими своих социальных обязанностей.

Что касается понятия «общественное мнение», то формирование представлений об этом феномене прошло сложный путь в истории, и по сей день является поводом для дискуссий. Веками определение использовали для описания конформизма в обществе, социального контроля в целях сплоченности. Далее происходит трансформация значения «общественного мнения», и уже в эпоху Просвещения под этой дефиницией понимают мнение некоторой социальной общности, состоящей из хорошо информированных людей, активных граждан, способных оказывать некоторое влияние на политическую, социальную и другие сферы общества. Существует 50 определений общественного мнения в книге Г. Чайлдза «Общественное мнение: природа, формирование, роль». В целом, их можно подразделить на две большие группы: одна отражает сущность общественного мнения как социального контроля, вторая – «общественное мнение как хорошее, ответственное суждение политической элиты».

Говоря об общественном мнении, также следует обратить внимание на влиятельные и популярные на Западе концепции, раскрывающие суть данного феномена.

 Первая представлена немецким философом Ю. Хабермасом и получила название морализующе-нормативная. В своих работах Ю. Хабермас рассуждает о таких понятиях, как гласность и открытость, он утверждает, что его концепция направлена на то, чтобы «сохранить господствующий частнособственнический хозяйственный механизм». Субъектом «публичного» мнения, по Ю. Хабермасу, выступает общность хорошо образованных индивидов, владеющих собственностью. Основная задача этих людей, носителей общественного мнения, заключается в ликвидации противоречий в интересах государства (буржуазного общества). Как мы видим, рассматриваемый феномен связывается в работах Ю. Хабермаса с такими понятиями, как «политика» и «право». Автор объясняет, что общественное мнение - результат сознательных суждений публики, под которой, как мы знаем, понимается группа лиц с достаточным образованием и владеющих собственностью. И, так как, носителем этой социальной общности является политическая элита (чиновники, судьи и т.д.), то её целью является укрепление политической и правой сферы господствующего слоя (буржуазии). Ю. Хабермас в своей концепции называет общественное мнение «либерально-буржуазным» и утверждает о существовании между «публикой» и общественным мнением морали. Данная мораль отличается от традиционной и означает, что в случае несогласия индивида с публикой, общественное мнение объявляет его не просто «отступником от нормы», а врагом господствующего класса. Суть данной концепции ясна и направлена на понимание общественного мнения, как инструмента давления политической элиты на индивида и общество в целом.

Следующая модель представлена Н. Луманом, главной ее особенностью является отрицание существования носителя общественного мнения. Он в своих работах указывает на важность тем, устанавливающихся в процессе коммуникации, и пишет о необходимости выбора лишь одной темы, которая и будет являться содержанием общественного мнения. Но как осуществляется выбор дискуссионной темы? Н. Луман, с одной стороны, рассуждает о наличии внимания к теме, с другой, отмечает, что «темы живут в обществе своей жизнью, их распространение подчиняется своим, особым закономерностям». Данная концепция позволяет говорить о равенстве, в отличие от морализующе-нормативной модели Ю. Хабермаса, а также связывает различия определенных тем с соответствующими расхождениями во мнениях индивидов. Он пишет, что мнения будут противоположными, если мы рассуждаем просто об инфляции или об инфляции, приносящей вред гражданам. Следует отметить, что концепция Н. Лумана представляется нам абстрактной, так как, объясняя рассматриваемый феномен через внимание (индивидуалистично), он отходит от субъекта, носителя мнения и, как следствие, опускает социальную природу общественного мнения.

В центре внимания третья популярная на Западе концепция общественного мнения. Автором данной модели является Э. Ноэль-Нойман - доктор философии и экономики, профессор, основатель Института демоскопии по изучению общественного мнения. Концепция относится к статистическо-психологическому направлению, поскольку основывается на демоскопии – статистической науке, представляющей количественные данные с целью выявления расхождений, различий исследуемого феномена.

Общественное мнение, по Э. Ноэль-Нойман, «базируется на бессознательном стремлении людей, живущих в некотором сообществе, прийти к общему суждению, к согласию, которое необходимо, чтобы действовать и принимать решения соответственно обстоятельствам». Общественное мнение должно уважать и государство, и отдельного его гражданина. В противном случае государству потеряет свою власть, а индивид окажется в изоляции от существующего общества. Если же общественное мнение будет согласованно и принято, то это послужит интеграции в обществе, и, как следствие, возможности принимать правильные решения.

Анализируя свои работы, Э. Ноэль-Нойман формулирует определение общественного мнения. «Это ценностно окрашенное, в частности имеющее моральную окраску, мнение и способ поведения («хорошо» или «плохо», «со вкусом» или «безвкусно), которые - если речь идет об устоявшемся, закрепившемся согласии, например догме или обычаи, - следует демонстрировать прилюдно, если не хочешь оказаться в изоляции, или которые в проходящих «текущих», согласно Теннису, состояниях можно прилюдно демонстрировать, не боясь изоляции».

Основным принципом демоскопии и, соответственно, концепции Э. Ноэль-Нойман является равенство всех индивидов, то есть, не существует различий между мнением одной социальной общности и какой-нибудь другой. Поскольку в исследовании используются количественные показатели, то получается сделать некоторый срез определенной суммы мнений. Это стало поводом для дискуссий, критики данной концепции обращают внимания на отсутствие качества мнений, и, как следствие, на невозможность прогнозирования, формирования и дальнейшего развития общественного мнения. Ответом на эти обвинения стала разработанная Э. Ноэль-Нойман теория «спирали молчания».

«Спираль молчания» Э. Ноэль-Нойман предполагает существование в обществе двух источников общественного мнения. Первый из них заключается в прямом наблюдении за происходящей социальной действительностью, «улавливание», фиксация одобрения тех или иных рассуждений, социальных действий и т.д. Второй источник общественного мнения – это средства массовой коммуникации, которые конструируют так называемый «дух времени». Последним понятием характеризуется определенный длительный промежуток времени, в котором имеет место быть некий дискурс, тема общественного мнения. Он оказывает воздействие на индивида, носителя мнения, изменяя его поведение и установки. Общественное мнение как раз и трансформируется под влиянием этих установок «духа времени». Так, Липман в своей книге «Общественное мнение» 1992 г. подчеркивал роль этих установок, которые детерминируют человека в принятии решений, именно они влияют на интерпретацию индивидом окружающей действительности (что он видит, что слышит, что для него имеет значение).

В чем же заключается суть «спирали молчания»? В послевоенное время в ФРГ шла дискуссия по оценке восточной политики канцлера Конрада Аденауэра. Одни люди поддерживали новую политику, они твердо и уверенно высказывали свои рассуждения, мнения и тем самым чувствовали некоторую поддержку в обществе, ощущали себя правыми. Другие, кто имел противоположную точку зрения в отношении восточной политики немецкого канцлера, воздерживались от ответа, молчали. Такая позиция, как считает Э. Ноэль-Нойман, приводила к тому, что первые казались сильнее: их мнения одобряли, и, наблюдая за окружающими, остальные тоже набирались уверенности и поддержки в положительном высказывании относительно восточной политики. Другие же чувствовали себя слабее, боялись высказать свое мнение, молчали. Этот процесс и получил название «спирали молчания», которая в этом случае стала еще больше закручиваться. Движущей силой рассматриваемого феномена можно считать «боязнь оказаться в изоляции», одиночестве, быть отверженным обществом в силу выражения мнения, отличного от мнения большинства.

Следует отметить, что Э. Ноэль-Нойман зафиксировала проявления «спирали молчания» при проведении выборов в Германии. Так, в 1965 году, когда проводились выборы в бундестаг, ей удалось стать свидетелем неосязаемого явления, что позднее получило название «the last minute swing» (сдвиг последней минуты); это был «эффект попутчиков» в последнюю минуту, предполагающий ситуацию, когда человек в последний момент меняет свою точку зрения в пользу той или иной партии под воздействием общественного мнения.

Второе открытие Э. Ноэль-Нойман связано с «эффектом одной упряжки». Исследовательница пишет, что после выборов многие избиратели утверждали, что отдавали свои голоса за победившую партию, что не подтверждалось результатами предвыборных опросов. Феномен «одной упряжки» заключается в том, что люди пытаются выдать себя победителями, даже если это не является правдой. Кроме того, после анализа опросов после выборов, Э. Ноэль-Нойман удалось установить то, что респонденты впоследствии корректируют свое мнение не всегда в пользу победившей партии, но также в сторону партии, которая получила одобрение в социальном окружении того или иного респондента. Так, был зафиксирован факт, свидетельствующий «не столько о тенденции быть на стороне победителя, сколько о попытке не оказаться в изоляции в своем окружении».

С помощью «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман можно объяснить такие общественные явления, как гласность и общезначимость. Исходя из данной теории, это такие состояния, при которых люди просто не хотят оказаться в одиночестве, социальной изоляции. И, высказывая какие-то противоположные позиции в отношении того или иного вопроса, эта гласность и общезначимость становится позорным наказанием для индивида.

Социальная общность или отдельно взятый индивид в попытках завоевать общественность должен заранее проанализировать настроение большинства и высказывать приемлемые взгляды, чтобы не оказаться в изоляции. При этом неправильно ограничиваться слуховыми и зрительными впечатлениями, что может привести к неверной оценке того или иного мнения.

Э. Ноэль-Нойман пишет о том, что общественное мнение пользуется поддержкой правовой сферы общества и, одновременно, может использовать право, как свой инструмент. То есть лица, осуществляющие правоприменение, тоже боятся оказаться в изоляции и выбирают такие установки в отношении права, которые не привели бы их в такую ситуацию (изоляцию).

Несомненно, теория «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман заслуживает внимания, она помогает понять и объяснить некоторые явления социальной действительности. Как итог, можно сформулировать основные предположения рассматриваемой концепции общественного мнения:

1. Общество применяет угрозу изоляции по отношению к отклоняющемуся индивиду.
2. Индивиды постоянно испытывают страх перед изоляцией.
3. Из страха перед изоляцией индивиды постоянно пытаются оценить климат мнений.
4. Результат такой оценки влияет, прежде всего, на их публичное поведение, в частности, оно проявляется в демонстрации или утаивании мнений, т.е., в предпочтении высказаться или отмолчаться.
5. Пятое предположение является объединением всех четырех вышеперечисленных и объясняет на этом базисе формирование и трансформацию общественного мнения (Ноэль-Нойман, 1996).

##

## *3.2. Применимость “спирали молчания” в онлайн-среде. Факторы, оказывающие влияние на формирование общественного мнения в социальных медиа*

Формирование личного и общественного мнения в современных социальных медиа неразрывно связано с идеями «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман. Главная позиция данной концепции состоит в том, что индивид испытывает страх оказаться в изоляции от общества, быть отверженным в силу выражения мнения, отличного от мнения большинства.

Поэтому прежде чем высказать свою позицию по тому или иному вопросу, пользователь социальных медиа оценивает климат мнений. Результат такой оценки влияет, прежде всего, на публичное поведение индивида, в частности, это проявляется в демонстрации или утаивании мнений, т.е., в предпочтении высказаться или отмолчаться.

Помимо «спирали молчания», оказывающей влияние на выражение мнения в онлайн-пространстве, существуют другие коррективы, которые значительно искажают воспринимаемое пользователем социальных сетей онлайн-пространство. Речь идет об анонимности, являющейся относительной для специалистов информационных технологий, но большинством активных пользователей сети эта иллюзия анонимности воспринимается полностью.

В научной среде выделяют несколько типов анонимности пользователя в онлайн-пространстве (Лукашевич, 2013). Первый тип – полная анонимность, характеризующая отсутствием личной информации, допускается наличие какого-то псевдонима. К данному уровню относят новостные комментарии, интернет-чаты, гостевые книги. При полной анонимности пользователь социальных медиа высказывает свое мнение в независимости от виртуального окружения, установок большинства, СМИ и других факторов. В настоящее время таких пользователей становится меньше, поскольку социальные медиа движутся в сторону создания сообществ и требуют авторизации.

Анонимность «реальной» жизни предполагает наличие знаний о пользователе, только как о представителе какого-либо виртуального сообщества. В результате формируется социальные связи, связанные именно со статусом пользователе в виртуальном сообществе. Анонимность «реальной» жизни предполагает страх пользователя высказывать свое мнение, поскольку в соответствии с теорией «спирали молчания» индивид испытывает боязнь оказаться в изоляции. Этот страх распространяется лишь в виртуальной реальности, например в интернет-сообществе. Социальный риск ограничен и определяется отношением пользователя к сообществу: изменяется лишь статус пользователя. Длительное пребывание в интернет-сообществе характеризуется более серьезным отношением участника к своему статусу, а, следовательно, боязнь изоляции проявляется сильнее. В кратковременных сообществах наоборот, так как они более изменчивы и динамичны. Устойчивость таких интернет-платформ будет ниже, чем в социальной действительности, что связано с отсутствием реальной коммуникации. «Спираль молчания» все-таки закручивается, но медленными темпами.

В случае с отсутствием анонимности пользователь сети раскрывает информацию о себе, которая соответствует социальной действительности. Этот уровень характеризует многие связи, возникающие в социальных сетях и не только. Отсутствие анонимности является наиболее распространенным типом анонимности в виртуальном пространстве. Сегодня тенденция развития социальных сетей идет в пользу формирования настоящей личности. Пользователь формирует социальные связи, добавляет в «друзья» знакомых ему людей и, тем самым, становится зависимым от них, а именно под влиянием перенесенного в сеть социального окружения более осторожно подходит к выражению своего собственного мнения, боясь оказаться в изоляции. В результате механизм «спирали молчания» работает так же, как и в социальной действительности.

Кроме уровней анонимности существует и другие факторы, влияющие на выражение мнения пользователями онлайн-пространства. Речь идет об «эффекте затормаживания» Джона Сулера (Suler, 2004). Данное состояние характеризуется некими психологическими проявлениями, возникающими у индивида при осуществлении коммуникации в онлайн-среде. К таким психологическим эффектам относится «ощущение невидимости», которое предполагает отсутствие невербальной информации, что делает индивида более открытым. Также можно выделить «асинхронность», заключающаяся в наличии возможности точно подбирать слова. К психологическим проявлениям относят «солипсическую интроекцию», при которой пользователю кажется, что его сознание сливается с сознанием другого участника социальной сети, и минимизацию власти, когда пользователи не чувствуют сетевой иерархии, не осознают давления авторитетов. Так, в виртуальном пространстве пользователи социальных медиа ощущают себя свободнее и рискованнее, нежели в социальной реальности и, как следствие, открыто и смело выражают личное мнение по тому или иному вопросу. И этот эффект способствуют затормаживанию «спирали молчания».

На готовность пользователей социальных сетей высказывать свое мнение влияет и содержание сетевых сообществ, которое формируется исходя из предпочтений отдельного пользователя. Пользователи нацелены, в основном, знакомиться только с той информацией, которая соответствует их вкусовым установкам. Так, например, результаты исследования Фэррела показывают, что значительное большинство пользователей социальных сетей читают политические блоги одной идеологической направленности (Farrell et al., 2010). Как результат, снижается возможность обнаружения мнения, не соотносящегося с предпочтениями определенного интернет-сообщества. Тем самым, у пользователей формируется иллюзорное представление об однозначности мнений по различным проблемам, что заставляет их транслировать это ложное мнение в реальную действительность.

Рассматривая соотношение онлайн-коммуникации и коммуникации в традиционных социальных медиа, следует отметить: «Интернет – пространство, прежде всего, «скрытого транскрипта», в то время как телевидение – пространство «транскрипта публичного» (Лукашевич, 2013). Согласно концепции, предложенной де Серто, отношения власти представляют собой асимметричный конфликт сильных и слабых акторов, в котором сильные пользуются стратегиями и обладают прямой властью над слабыми, использующими тактики» (Лукашевич, 2013). Слабые акторы – например, различные блогеры,- ищут возможности уйти от воздействия сильных акторов и пытаются опосредованно изменить принятые стратегии, не обладая достаточными ресурсами в реализации своих интересов.

Это приводит к формированию в сети двух противоположных сторон: одна – традиционные медиа, представляющие намерения сильного актора, другая – слабые акторы, так называемый «скрытый транскрипт», ищущий возможности высказать свою критическую позицию в отношении сильного актора. С развитием сетевого пространства «скрытый транскрипт» значительно укрепляет свои позиции, пользователи внутри таких складывающихся виртуальных площадок все более склонны выражать свое собственное мнение, не боясь воли сильного актора, и это затормаживает действие «спирали молчания».

Таким образом, существуют факторы, которые существенно влияют на формирование и распространение общественного мнения в онлайн пространстве. Это анонимность пользователей в социальной сети, «спираль молчания», склоняющая людей либо придерживаться мнения большинства, либо утаивать свою позицию и т.д.

##

##

##

##

##

##

##

## *Другие факторы формирования общественного мнения онлайн.*

Следует отметить, что нередко в онлайн-коммуникациях используют различные приемы дезинформации. Под дезинформацией здесь понимается передача неверных сведений, использование ложной информации, чтобы вызвать у индивидов заблуждения (Михеев, Нестик, 2017). Так, социальные психологи, Е.А. Михеев и Т.А. Нестик выделяют три вида «лжи» в онлайн-пространстве: «дворецкий» (ложь для избегания общения), «марионетка» (посредством интернет-ботов создание сообщений от чужого пользователя). Данные два вида дезинформации в социальных медиа существовали еще до развития Интернета, но следующий вид «лжи» получил свою популярность в ходе психологических приемов с помощью традиционных и современных СМИ.

Речь идет об «астротурфинге», предполагающем имитацию общественного мнения в частных или государственных целях, когда за материальное вознаграждения нанимают троллей и блоггеров, которые пишут различные запланированные посты или сообщения в социальных медиа (Perry et al., 2000). Сначала начинается сбор необходимой информации с помощью перехвата и взломов интернет-аккаунтов, происходит утечка личных данных пользователей социальных сетей. Далее создается контент посредством создания в онлайн-пространстве фейковых аккаунтов и ботов. На последнем этапе начинается сам «астротурфинг», которые заключается в распространении с помощью ложных аккаунтов, «бригад троллей» и ботов различных мемов, искусственных групп, происходит спам комментариев.

Существует несколько эффектов, которые благоприятствуют распространению ложной информации через «астротурфинг», т. е. через троллей и ботов, - это огромное количество источников, неопределенность, воспринимаемое сходство и мотивация пользователей (Zhang et al., 2013). Во-первых, разные мнения от различных пользователей воспринимаются индивидом как более весомые, чем один и тот же аргумент от разных источников или разные аргументы от одного пользователя. Во-вторых, пользователи социальных сетей более подвержены информационному воздействию при обсуждении проблем, по которым еще не сложилось однозначное общественное мнение. В-третьих, пользователи более подвержены влиянию со стороны подобных себе и при отсутствии у них высокой мотивации разобраться в соответствующей проблеме (Hu et al., 2010).

Восприятие ложной информации через социальные сети заставляет пользователей еще долгое время верить в нее, даже после предъявления опровергающих доказательств. Так, хотя ни бактериологическое, ни химическое оружие в Ираке не удалось обнаружить, многие американцы до сих пор верят, что оружие массового поражения есть и что вторжение в Ирак было необходимым. Так происходит, как объясняют социальные психологи, потому что «устойчивость воздействия дезинформации связана с тем, что пользователи остаются нечувствительными к опровержениям, если вера в них заставляет изменить уже сложившиеся взгляды» (Михеев, Нестик , 2017).

Для смягчения распространения ложной информации социальные психологи выделяют социально-психологический эффект – «эхо-камеры». Они представляют собой онлайн-сообщества с однородным составом, участники воспринимают мнения только себе подобных и критически относятся к альтернативным мнениям. Коммуникация в таких сообществах увеличивают негативное отношение и радикальные взгляды. Но, несмотря на это, возникает проблема, заключающаяся в том, что если не происходит «астротурфинга» относительного какого-либо вопроса, снижается возможность обнаружения мнения, не соотносящегося с предпочтениями интернет-сообщества. Тем самым, у пользователей формируется иллюзорное представление об однозначности мнений, что заставляет их транслировать это ложное мнение в реальную действительность.

В настоящее время существуют машинные технологии, которые препятствуют распространению ложной информации в онлайн-пространстве. Так, распространение альтернативных версий новостных сообщений, ссылки на первоисточник информации формируют критическое мышление к восприятию интернет-контента, создают ограничения для «лжецов». Цифровые следы пользователя хранятся в сети и могут быть исследованы в отношении обмана. Уже сегодня компьютерные программы с помощью различных паралингвистических и лингвистических маркеров могут с абсолютной точностью определить источника дезинформации (Hancock, 2012).

Социальные технологии критического мышления и коллективного эмоционального интеллекта для препятствия процессов дезинформации в онлайн-пространстве требуют разработки. Необходимо обеспечить стабильность и устойчивость социальных медиа, в том числе сетевых сообществ к «информационной войне». Это может быть достигнуто, например, путем формирования определенных групповых норм работы с информацией, распределения ролей и т.д.

#

#

#

#

#

#

#

# Глава 4. Дискуссии пользователей социальных сетей о коронавирусе: эмпирическое исследование.

В конце декабря 2019 года в городе Ухань провинции Хубэй КНР зарегистрировали первые случаи заражения пневмонией неизвестного происхождения. 31 декабря 2019 года о вспышке пневмонии нового типа правительство КНР информировало Всемирную организацию здравоохранения.

30 января на заседании комитета по чрезвычайным ситуациям ВОЗ вспышка нового коронавируса была признана чрезвычайной ситуацией в области общественного здравоохранения, имеющей международное значение.

11 февраля 2020 года инфекция получила название новой коронавирусной пневмонии – COVID-19. [[2]](#footnote-2) В последующем китайские исследователи выделили новый коронавирус – SARS-CoV-2, более того, им удалось установить последовательность генома вспыхнувшего заболевания. По генетической последовательности не менее чем на 70% вирус похож на SARS-CoV, который вызывает острый респираторный синдром. Инкубационный период коронавируса составляет 2-20 дней, и, по последним исследованиям, инфекция способна заразить другого человека еще до появления соответствующих симптомов у зараженного (Hui et al., 2020).

Как утверждает ВОЗ, типичными симптомами нового вируса являются высокая температура, кашель и одышка. Регистрируются также гастроэнтерологические симптомы, включая диарею. При тяжелом течении болезни может наступить остановка дыхания, что требует механической вентиляции легких и оказания помощи в отделении реанимации. Вирус, по-видимому, вызывает более тяжелое протекание болезни у пожилых людей, лиц с ослабленной иммунной системой и страдающих такими хроническими заболеваниями, как рак, хронические болезни легких и диабет.

Механизм распространения атипичной пневмонии достаточно не изучен. Известно только, что заразиться можно при тесном и продолжительном контакте с больным человеком, так как большая часть случаев передачи произошла в больницах и в домашних условиях. Наибольшему риску подвержены люди с ослабленным иммунитетом, хронической болезнью легких, диабетом и почечной недостаточностью. Редко вирус передается детям: по статистике, из всех заболевших только 3% составили дети в возрасте до 14 лет.

В настоящее время не существует ни специфического лекарственного средства, ни вакцины от этой болезни. Тем не менее, идет разработка нескольких специфических вакцин и препаратов. 14 февраля агентство РИА Новости опубликовало информации об успешной и эффективной методики китайских врачей, заключающейся в переливании плазмы переболевших коронавирусом COVID-19 зараженным пациентам.

На 27 февраля 2020 года подтверждено 82588 случаев заражения коронавирусом в 50 странах и 2814 летальных исходов. Большинство зараженных зарегистрировано на территории КНР.[[3]](#footnote-3)

В РФ первые сообщения о заражении COVID-19 россиян появились 31 января 2020 года. Пациентами оказались граждане КНР, атипичной пневмонии у них не обнаружили, после курса лечения выписали из больниц. [[4]](#footnote-4)22 февраля у 3 граждан РФ, находящихся на корабле «Diamond Princess», подтвердили заражение новым вирусом. В РФ под руководством вице-премьера правительства Татьяны Голиковой для контролирования ситуации с коронавирусом был организован специальный штаб.

Российский союз туриндустрии официально закрыл въезд туристических групп из КНР 28 января, при этом за 2 дня до этого само китайское правительство прекратило отправлять туристов за границу. А уже в конце января приостановили чартерные рейсы между РФ и КНР.

С 31 января из-за распространения нового вируса была закрыта российско-китайская граница. С 31 января до 1 марта приостановили пассажирское железнодорожное сообщение с КНР за исключение пути Москва – Пекин. Данный маршрут проходит через территорию Монголии, которая укрепила санитарный контроль с 29 января. С 1 февраля были ограничены авиарейсы, кроме полетов «Аэрофлота» в Пекин, Шанхай, Гуанчжоу Гонконг. Все самолёты принимаются в отдельно выделенном аэропорте «Шереметьево», где пассажиров встречают сотрудники Роспотребнадзора.

Китайским студентам, обучающимся в России, приказом Минобрнауки России были продлены каникулы до 2 марта с внесением соответствующих изменений в календарный учебный график.

Владимир Путин распорядился привлечь к эвакуации российских граждан из Китая военно-транспортные самолёты ВКС России. Эвакуация всех желающих была проведена 3-4 февраля. Вывезенные граждане России, Белоруссии, Армении, Украины и Казахстана были помещены на две недели в карантин, все были выписаны 19 февраля.

В Октябрьском и Хасанском районах Приморского края был введён режим чрезвычайной ситуации, в Пограничном, Октябрьском районах и в Артёмовском городском округе были открыты специальные изоляционные пункты для граждан КНР.

С 20 февраля был введён запрет на въезд на территорию России граждан Китая.[[5]](#footnote-5)

20 февраля министр финансов Антон Силуанов сообщил, что Россия ежедневно теряет около 1 млрд руб. от снижения товарооборота с Китаем из-за коронавируса .[[6]](#footnote-6)

**Постановка проблемы исследования**

Новость о вспышке коронавируса в Китае облетела весь мир и была вынесена на повестку дня СМИ. Обширные обсуждения проблемы появления нового вируса развернулись на платформах социальных медиа: ВКонтакте, Facebook, YouTube и т.д. Дискуссии в социальных сетях привлекательны тем, что дают возможность своим пользователям свободно высказывать свое мнение, быстро находить единомышленников. Обсуждение на онлайн-платформах, в отличие от традиционных СМИ, характеризуется быстрым откликом на реплики, диалогичностью, разнообразием способов передачи информации (сочетанием текстовых сообщений, видео, фотографий и других типов информации).

Изучение мнений активных пользователей социальных медиа, выступающих на онлайн-площадках с комментариями, позволяет понять отношение различных групп общественности к появлению нового вируса - COVID-19.

В связи с этим **целью** эмпирического исследования является изучение мнений пользователей социальных медиа относительно проблем, связанных с появлением и распространением коронавируса.

Обсуждение коронавируса в онлайн-пространстве часто порождает «мифы» и способствует распространению определенной ложной информации в общественном сознании. [[7]](#footnote-7)На данный момент в социальных сетях распространены мнения о том, что вирус специально создали как инструмент предотвращения будущей катастрофы перенаселения планеты. Другие пишут, что во всем виноваты чиновники, чтобы отвлечь людей от насущных проблем или от очередного антинародного закона. Третьи считают, что все дело рук самого Китая, который сам запустил коронавирус и наводит по этому поводу панику с целью выкупа акций иностранных компаний по дешевой цене. Возможно, распространение последнего мифа послужило снижением рейтинга Китая в глазах российских граждан. Так, опрос «Левада-центра» «Россия-Запад», который проводился с 23 по 29 января 2020 года выявил некоторое ослабление симпатий россиян к Китаю: по сравнению с 72% в ноябре прошлого года сейчас лишь 65% заявили, что хорошо относятся к КНР. Увеличилось и число негативных оценок: их высказали 24% опрошенных против 18% в ноябре. [[8]](#footnote-8)

Распространение «мифов» в социальных сетях представляет собой серьезную проблему, характеризующуюся появлением ложной информации относительно жизненно важных вопросов. Так, слухи относительно COVID-19 могут усугубить проблему распространения инфекции, например если отрицается реальность коронавируса «ковид-скептиками». С этой позиции необходимо исследовать дискуссии активных пользователей социальных медиа, разворачивающиеся в онлайн-пространстве. Понимание особенностей онлайн-дискуссий может в перспективе способствовать борьбе с «мифами», искажающими понимание истинной опасности ситуации.

В исследовании ставятся задачи выяснить:

1. Какая тематика новостных сообщений по проблеме коронавируса активно вовлекает в дискурс пользователей социальных сетей?
2. Что заставляет людей высказывать свое мнение по проблеме коронавируса в социальных сетях, а что заставляет их воздерживаться от высказывания своего мнения?

Объект исследования: комментарии пользователей социальных сетей под новостными сообщениями о распространении коронавируса.

Предмет: тематическая структура комментариев пользователей социальных сетей под новостными сообщениями о распространении коронавируса.

Метод сбора данных: контент-анализ новостных постов и комментариев в социальных сетях ВКонтакте и Facebook, посвященных распространению коронавируса.

Выборочная совокупность:

20,4 млн пользователей пользуются и Facebook, и ВКонтакте. Только ВКонтакте используют 18,4 млн пользователей, а только Facebook — 2,7 млн. Вконтакте - одна из самых популярных соцсетей в России. Более половины аудитории (54,4%) ВКонтакте — женщины. Вопреки идее, что во ВКонтакте сидят только школьники, лидирует возрастной сегмент 35-64 года. Рекламный кабинет Facebook показывает охват жителей России в возрасте от 13 лет: 8,6 млн человек (июнь 2019).[[9]](#footnote-9)

На первом этапе было отобрано 165 новостных сообщений по проблеме коронавируса, публикуемых в социальных сетях Facebook и “Вконтакте” в период с 13 по 21 марта 2020 года. Из них 70 постов, посвященных вспышке COVID - 19, публиковались в трех интернет - сообществах Facebook: “Вести.ru”, “РИА Новости” и “Телеканал Дождь”. Остальные 95 информационных сообщений фиксировались в трех новостных сообществах “Вконтакте”: “Новости RT на русском”, “РИА Новости” и “Лентач”. Критерием для отнесения данных новостных сообщений к проблеме коронавируса стало упоминание «коронавируса» или «COVID-19» в названии новостных постов. ~~Более того,~~ для исследования отбирались информационные сообщения по вопросу распространения опасного вируса, набравшие не менее 50 комментариев пользователей социальных сетей.

На следующем этапе настоящего исследования был проведен анализ комментариев первых трех самых дискуссионных новостных постов, определяемых по количеству комментариев, по проблеме коронавируса, публикуемых в социальных сетях Facebook и “Вконтакте”:

* *“Путин пообещал помочь Италии в борьбе с коронавирусом”. (1100 комментариев)*
* *“Число заболевших коронавирусом в России выросло до 59 человек, сообщает оперативный штаб”.(690 комментариев)*
* *“Накануне число жертв коронавируса в Италии побило суточный рекорд - умерли 627 пациентов”.(683 комментария)*

Был произведен ручной отбор активных комментариев, то есть сообщений, набравших самое большое количество «лайков». Таким образом, было проанализировано 350 комментариев пользователей социальных сетей, оставленных под активными новостными сообщениями с количеством от 5 до 20 «лайков».

**Отбор новостных тематик осуществлялся по ключевым словам.** В результате контент - анализа 165-и новостных сообщений по проблеме коронавируса было выделено восемь новостных тематик соответствующих постов.

* + - 1. На основании упоминания в названии новостных постов количества смертей от коронавируса или COVID-19 была зафиксирована тематика «статистика смертей» (“смерть от коронавируса”, “жертвы коронавируса”, “умерло от коронавируса”, “погибло от коронавируса”, “скончались от коронавируса”).
			2. «Статистика заражений» - новостная тематика, отражающая число заболевших коронавирусом, выделена по следующим критериям: упоминание в заголовке новостного сообщения количества заразившихся опасным вирусом людей (“случай заражения коронавирусом”, “заразился коронавирусом”, “подтвержденный случай COVID-19”, “общее число заразившихся коронавирусом”, “общее число заболевших коронавирусом”, “число зараженных коронавирусом”).
			3. На основании упоминания в названии новостных сообщений по проблеме коронавируса количества выздоровлений зафиксирована тематика «статистика выздоровлений» (“вылечилась от коронавируса”, “общее число выздоровевших от коронавируса”).
			4. «Внешняя политика России во время пандемии коронавируса» - новостная тематика, отражающая совокупность мер и действий по профилактике и борьбе с COVID - 19 в отношении других стран на настоящий момент публикации новостного сообщения в социальной сети. В частности в круг таких мер включаются помощь в условиях пандемии коронавируса: передача медицинского оборудования, тест-систем для обнаружения вируса COVID - 19, медицинских масок, отправка российских специалистов (вирусологов) в другие страны и т.п. Более того в данную тематику включаются новостные сообщения, фиксирующую обратную связь или действия со стороны других стран. Таким образом, главным критерием для выделения данной новостной тематики по проблеме коронавируса является упоминание названий других государств в заголовке поста (“первые самолеты с вирусологами отправились в Италию”, “поставки тест-систем для выявлений коронавируса в 13 стран”, “ограничит авиасообщение с Японией и Турцией”, “доставка помощи в Италию”, “помочь Италии в борьбе с коронавирусом”).
			5. «Профилактическая политика России во время пандемии коронавируса» - новостная тематика, включающая совокупность мер и действий по профилактике и борьбе с вирусом COVID - 19 внутри страны на настоящий момент публикации новостного сообщения в социальной сети. Выделение данной новостной тематики по проблеме коронавируса было сделано на основании упоминание в названии соответствующих новостных постов различных ограничительных мер по борьбе с коронавирусом: “приостановить работу торговых центров из-за коронавируса”, “все культурные учреждения закроются из-за коронавируса”, “перейти на дистанционное обучение”, “запретили проведение массовых мероприятий из-за коронавируса”, “правительство приостановило диспансеризацию”, “Россия ограничит авиасообщение”. Упоминание действий правительства по поддержке населения в условиях пандемии коронавируса в направлениях продовольственной политики, финансовой поддержки бизнеса и т.д. (“Правительство России выделило деньги”, “Правительство РФ подготовило план поддержки населения и бизнеса” “Путин заявил”, “Минобрнауки рекомендовало”, “Минобрнауки поручило”). Также данная тематика была зафиксирована на основании упоминания в заголовке новостных постов действий государства в области здравоохранения: “обещают ликвидировать нехватку масок”, “проверка населения на коронавирус”, “испытания прототипов вакцины от коронавируса”, “поставки масок в регионы”, “начались испытания вакцины”.
			6. На основании упоминания в названии новостных сообщений по проблеме коронавируса слов “карантин”, “самоизоляция”, “самоизолировалась” выделена новостная тематика «карантин в условиях пандемии коронавируса». Данная тема отражает процесс прохождения карантина, планы, стратегии и прогнозы на случай введения карантина в условиях пандемии коронавируса на настоящий момент публикации новостного сообщения в социальной сети.
			7. Критерием для выделения новостной темы «эксперты» является упоминание в заголовках новостных постов по проблеме коронавируса различных специалистов: “психологи”, “главврач больницы”, “врач”, “ученые”. Тематика отражает мнения, прогнозы, действия различных специалистов и организации в вопросах профилактики и борьбы с вирусом COVID-19.
			8. Тема «Истории людей во время пандемии коронавируса» отражает мнения и истории людей, так или иначе пострадавших от COVID-19. Основанием для выделения данной новостной тематики по проблеме коронавируса стало упоминание в заголовках соответствующих новостных постов обычных людей: “жительница Нижнего Новгорода”, “перенесший коронавирус мужчина”.

##

##

##

##

## *4.2. Результаты исследования*

По итогам контент-анализа новостных сообщений в социальных сетях Facebook и “Вконтакте” было сделано распределение информационных постов по проблеме коронавируса по следующим тематикам.

1. *Статистика смертей* - новостная тематика, отражающая число смертей, наступивших в результате заражения вирусом COVID - 19 на настоящий период публикации новостного сообщения в социальной сети. Статистика смертей может предоставляет данные летальных исходов от коронавируса как на территории РФ, так и в других странах.
2. *Статистика заражений* - новостная тематика, отражающая число заражений, наступивших в результате заболевания вирусом COVID - 19 на настоящий период публикации новостного сообщения в социальной сети. Статистика заражений предоставляет данные заражений коронавирусом как на территории РФ, так и в других странах.
3. *Статистика выздоровлений* - новостная тематика, отражающая число выздоровлений от вируса COVID - 19 на настоящий момент публикации новостного сообщения в социальной сети. Статистика выздоровлений фиксирует данные выздоровлений от коронавируса как на территории РФ, так и в других странах.
4. *Внешняя политика России во время пандемии коронавируса* - новостная тематика, отражающая совокупность мер и действий по профилактике и борьбе с COVID - 19 в отношении других стран на настоящий момент публикации новостного сообщения в социальной сети. В частности в круг таких мер включаются помощь в условиях пандемии коронавируса: передача медицинского оборудования, тест-систем для обнаружения вируса COVID - 19, медицинских масок, отправка российских специалистов (вирусологов) в другие страны и т.п. Более того в данную тематику включаются новостные сообщения, фиксирующую обратную связь или действия со стороны других стран.
5. *Профилактическая политика России во время пандемии коронавируса* - новостная тематика, включающая совокупность мер и действий по профилактике и борьбе с вирусом COVID - 19 внутри страны на настоящий момент публикации новостного сообщения в социальной сети. В сферу таких мер входят ограничение транспортной связи как на территории РФ, так и с другими странами; ограничение различного рода массовых мероприятий и деятельности: остановка диспансеризации, прекращение работы федеральных культурных учреждений, образовательных учреждений, торговых центров и т.д. Более того, в новостную тематику *профилактическая политика России во время пандемии коронавируса в*ходят действия государства по поддержке населения и бизнеса, в частности проведение продовольственной политики в условиях возможного введения карантина на момент исследования, оказание финансовой поддержки предприятиям и т.п. Справедливо отметить, что данная тематика новостных сообщений фиксирует также и меры государства в области здравоохранения, а именно поставку в медицинские учреждения специального оборудования, тест - систем, медицинских масок, организацию испытания вакцин против коронавируса и т.д.
6. *Карантин во время пандемии коронавируса* - новостная тематика, отражающая процесс прохождения карантина, планы, стратегии и прогнозы на случай введения карантина в условиях пандемии коронавируса на настоящий момент публикации новостного сообщения в социальной сети. Поскольку на момент сбора данных для исследования проблема распространения *COVID-19* не приобрела повышенной серьезности, представленная новостная тематика фиксирует то, как действовать в случае возможного карантина.
7. *Эксперты* - новостная тематика, фиксирующая мнения, прогнозы, действия различных специалистов и организации в вопросах профилактики и борьбы с вирусом *COVID-19* на настоящий момент публикации новостного сообщения в социальной сети.
8. *Истории людей во время пандемии коронавируса* - новостная тематика, отражающая мнения и истории людей, так или иначе пострадавших от *COVID-19* нанастоящий момент публикации новостного сообщения в социальной сети.

Прежде чем, перейти к рассмотрению самых обсуждаемых новостных тематик по проблеме коронавируса, целесообразно зафиксировать план публикаций соответствующих постов в социальных сетях (График № 1).



График № 1. Новостные тематики по проблеме коронавируса, публикуемые в социальных сетях Facebook и “Вконтакте”.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Новостные тематики** | **Количество комментариев** | **Количество новостных постов** |
| *Статистика заражений коронавирусом* | 7938 | 46 |
| *Профилактическая политика России во время пандемии коронавируса* | 7158 | 45 |
| *Эксперты* | 5030 | 22 |
| *Статистика смертей от коронавируса* | 4641 | 19 |
| *Карантин во время пандемии коронавируса* | 3400 | 12 |
| *Внешняя политика России во время пандемии коронавируса* | 2139 | 11 |
| *Статистика выздоровлений от коронавируса* | 1371 | 6 |
| *Истории людей во время пандемии коронавируса* | 693 | 4 |

Таблица №1. Новостные тематики по проблеме коронавируса, публикуемые в социальных сетях Facebook и “Вконтакте”.

На представленном графике видно, что информационные интернет-сообщества Facebook и “Вконтакте” ориентированы в большей степени на публикацию новостных постов по тематике, отражающей количество заражений коронавирусом. Так, в период с 13 по 21 марта 2020 года было опубликовано 46 новостных сообщений по *статистике заражений коронавирусом.* Посты, посвященные мерам и действиям государства в условиях пандемии коронавируса, занимают второе место по частоте публикаций - их 45. Новостная тематика, фиксирующая мнения, прогнозы и действия различных специалистов по вопросам коронавируса, представлена 22 информационными сообщениями в социальных медиа. По *статистике смертей* от коронавируса было опубликовано 19 новостных сообщений.

Возникает вопрос: какие новостные тематики по проблеме коронавируса активно обсуждаются пользователями социальных сетей Facebook и “Вконтакте”?



График № 2. Самые обсуждаемые новостные тематики по проблеме коронавируса, публикуемые “Вконтакте”.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Новостные тематики** | **Количество комментариев** | **Количество новостных постов** |
| *Профилактическая политика России во время пандемии коронавируса* | 5677 | 33 |
| *Статистика заражений коронавирусом* | 5581 | 26 |
| *Эксперты* | 2369 | 12 |
| *Статистика смертей от коронавируса* | 2252 | 15 |
| *Карантин во время пандемии коронавируса* | 1052 | 4 |
| *Внешняя политика России во время пандемии коронавируса* | 384 | 3 |
| *Статистика выздоровлений от коронавируса* | 266 | 2 |
| *Истории людей во время пандемии коронавируса* | 0 | 0 |

Таблица №2. Самые обсуждаемые новостные тематики по проблеме коронавируса, публикуемые “Вконтакте”.



График № 3. Самые обсуждаемые новостные тематики по проблеме коронавируса, публикуемые в Facebook.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Новостные тематики** | **Количество комментариев** | **Количество новостных постов** |
| *Внешняя политика России во время пандемии коронавируса* | 4641 | 11 |
| *Профилактическая политика России во время пандемии коронавируса* | 3577 | 20 |
| *Эксперты* | 2261 | 7 |
| *Статистика смертей от коронавируса* | 2261 | 12 |
| *Карантин во время пандемии коронавируса* | 1138 | 7 |
| *Статистика заражений коронавирусом* | 1105 | 4 |
| *Статистика выздоровлений от коронавируса* | 1087 | 8 |
| *Истории людей во время пандемии коронавируса* | 309 | 1 |

Таблица №3. Самые обсуждаемые новостные тематики по проблеме коронавируса, публикуемые в Facebook.

По графикам № 2 и № 3 мы видим, что новостные тематики, вовлекающие пользователей социальных сетей в дискуссию по проблеме коронавируса, несколько отличаются в зависимости от интернет - площадки Facebook или “Вконтакте”. Так, самое большое количество комментариев по проблеме коронавируса, принадлежит новостной тематике Facebook, отражающей *внешнюю политику России в условиях пандемии* коронавируса.

В то время как в социальной сети “Вконтакте” самой обсуждаемой стала тематика, отражающая меры и действия государства по профилактике и борьбе с вирусом COVID - 19 внутри страны - *профилактическая политика России в условиях пандемии коронавируса*. Можно предположить, что Данный факт объясняется тем, что в социальной сети “Вконтакте” преобладают публикации на тему профилактической политики государства в условиях распространения коронавируса, что и обусловлено такой активностью в комментариях к новостным постам. Справедливо отметить, что активный дискурс к информационным сообщениям по *внешней политики России в условиях пандемии коронавируса,* который развернулся в онлайн-среде Facebook, связан с публикацией следующих новостных постов:

* *“Путин пообещал помочь Италии в борьбе с коронавирусом”.*
* *“Первые самолеты с российскими военными вирусологами отправились в Италию”.*
* *“"Из России с любовью": в Италию вылетел третий самолет ВКС для помощи в борьбе с COVID-19”.*

*Да*нные новостные сообщения, безусловно, активно стали обсуждаться в социальных сетях. *“Путин пообещал помочь Италии в борьбе с коронавирусом”* - пост, набравший самое большое количество комментариев - 1100. В связи с этим важно понять, почему пользователи социальной сети были так вовлечены в дискуссию, какие комментарии они публиковали под новостным сообщением о помощи Италии в условиях пандемии коронавируса. Данный вопрос, а именно анализ комментариев новостного поста “*“Путин пообещал помочь Италии в борьбе с коронавирусом”* будет рассматриваться далее.

Возвращаясь к вопросу о самых обсуждаемых новостных тематиках, посвященных проблеме распространения коронавируса, обращаю внимание на представленный ниже график, объединяющий популярные новостные посты, публикуемые в социальных сетях Facebook и “Вконтакте”.



График № 4. Самые обсуждаемые новостные тематики по проблеме коронавируса, публикуемые в Facebook и “Вконтакте”.

Учитывая наибольшее количество новостных постов о профилактической политике России в условиях распространения коронавируса, публикуемых в социальной сети “Вконтакте”, можно сделать вывод, что самые дискуссионные тематики касаются статистики заражений и статистики смертей, наступивших от заражения COVID - 19. Так, в социальных сетях Facebook и “Вконтакте” было зафиксировано 7158 новостных сообщений, касающихся постов о числе зараженных коронавирусом, а также 5030 новостных сообщений, отражающих количество жертв от вспышки опасного вируса. Можно отметить, что тематика по статистике смертей от коронавируса заставила пользователей социальных сетей активнее вступать в виртуальных диалог, чем новостная тематика, касающаяся мнений, прогнозов и действий различных специалистов по вопросом COVID - 19 - тематика *эксперты.* Этот факт подтверждается тем, что число новостных сообщений по статистике смертей, публикуемых в социальных сетях было меньше, чем по новостной тематике *эксперты*. Тем не менее пользователи больше высказывались и писали комментарии под новостными постами о числе жертв от коронавируса - 5030 сообщений. Более того, новостные посты по статистике смертей от коронавируса, опубликованные в социальных медиа, входят в топ самых дискуссионных информационных сообщений:

* *“Накануне число жертв коронавируса в Италии побило суточный рекорд - умерли 627 пациентов”* - 683 комментариев пользователей социальных сетей.
* *“Я думал, моя жизнь — трагедия. Но сейчас понял, что это пандемия”* - 611 комментариев пользователей социальных сетей.

При освещении самых обсуждаемых информационных сообщений по проблеме коронавируса необходимо учитывать активность аудитории социальной сети, а также количество новостных постов, публикуемых той или иной интернет-площадкой.

Для дальнейшего рассмотрения вопроса о том, что заставляет пользователей социальных сетей участвовать в дискуссии по проблеме коронавируса, представлена следующая таблица, включающая 10 активно обсуждаемых новостных постов.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Социальная****Сеть** | **Новостное сообщение** | **Тематика новостного сообщения** | **Кол-во комментариев** |
| Facebook | “*Путин пообещал помочь Италии в борьбе с коронавирусом”.* | внешняя политика России во время пандемии коронавируса | 1100 |
| «Вкотакте» | *“Число заболевших коронавирусом в России выросло до 59 человек, сообщает оперативный штаб”.* | статистика заражений коронавирусом | 690 |
| Facebook | *“Накануне число жертв коронавируса в Италии побило суточный рекорд - умерли 627 пациентов”.* | статистика смертей от коронавируса | 683 |
| Facebook | *"Из России с любовью": в Италию вылетел третий самолет ВКС для помощи в борьбе с COVID-19* | внешняя политика России во время пандемии коронавируса | 645 |
| «Вкотакте»  | *“Я думал, моя жизнь — трагедия. Но сейчас понял, что это пандемия”.* | статистика смертей от коронавируса | 611 |
| Facebook | *“Россия направит в Италию более 100 вирусологов и медицинское оборудование для помощи в борьбе с последствиями коронавируса”.* | внешняя политика России во время пандемии коронавируса | 590 |
| Facebook | *“Общее число выздоровевших достигло 9”.* | статистика выздоровлений от коронавируса | 542 |
| «Вкотакте» | *“В России за сутки выявлено 4 новых случая заражения коронавирусом, число заболевших выросло до 63”.* | статистика заражений коронавирусом | 463 |
| «Вкотакте» | *“Оперштаб: В России за последние сутки выявили ещё 11 случаев заражения коронавирусом”.* | статистика заражений коронавирусом | 460 |
| «Вкотакте» | *“Европа самоизолировалась”.*  | карантин во время пандемии коронавируса | 382 |

Таблица №4. Самые обсуждаемые новостные посты по проблеме коронавируса, публикуемые в социальных сетях Facebook и “Вконтакте”.

На следующем этапе настоящего исследования был проведен анализ активных комментариев первых трех самых дискуссионных новостных постов по проблеме коронавируса, публикуемых в социальных сетях Facebook и “Вконтакте”:

* “Путин пообещал помочь Италии в борьбе с коронавирусом”.
* “Число заболевших коронавирусом в России выросло до 59 человек, сообщает оперативный штаб”.
* “Накануне число жертв коронавируса в Италии побило суточный рекорд - умерли 627 пациентов”.

Было проанализировано 350 комментариев пользователей социальных сетей, оставленных под активными новостными сообщениями. Были выделены следующие категории комментариев:

1. *Одобрение действий правительства во время пандемии коронавируса -* комментарии, отражающие положительную оценку действиям властей в условиях распространения коронавируса как в отношении проведения профилактической политики на территории государства, так и проведения различных мер по профилактике и борьбе с коронавирусом в других странах. (40 комментариев).
2. *Осуждение действий правительства во время пандемии коронавируса -* комментарии, отражающие отрицательную оценку действий властей в условиях распространения коронавируса, как в отношении проведения профилактической политики на территории государства, так и проведения различных мер по профилактике и борьбе с коронавирусом в других странах (163 комментария).
3. *Признание опасности коронавируса -* комментарии, отражающие отношение пользователей социальных сетей к проблеме распространения коронавируса как к серьезному заболеванию, которое угрожает жизни и здоровью людей. Подобное отношение характеризуются выражением мнения относительно введения строгих мер профилактики и борьбы с коронавирусом и соблюдения данных мер другими людьми (34 комментария).
4. *Отрицание опасности коронавируса -* комментарии, отражающие отрицательное отношение пользователей социальных сетей к проблеме распространения коронавируса. Данное отношение проявляется в рассмотрении коронавируса в качестве заболевания, не представляющего угрозу жизни и здоровью людей (8 комментариев).
5. *Недоверие к информации о коронавирусе, предоставляемой социальными медиа -* комментарии, отражающие отношение пользователей социальных сетей к публикуемых в социальных сетях новостям о распространения коронавируса. Подобное отношение выражается в публиковании ложного мнения относительно существования коронавируса, его происхождения, а также результатов заражения, смертей от коронавируса (41 комментарий).
6. *Одобрение действий врачей-* комментарии, отражающие положительную оценку действиям властей в условиях распространения коронавируса (1 комментарий).
7. *Осуждение действий врачей -* комментарии, отражающие отрицательную оценку действиям властей в условиях распространения коронавируса (2 комментария).
8. *Осуждение других людей(20 комментариев).*
9. *Нейтральное отношение к проблеме коронавируса (41 комментарий).*

Результаты анализа комментариев пользователей социальных сетей по проблеме коронавируса целесообразно представить в двух частях: комментарии под новостным постом “Путин пообещал помочь Италии в борьбе с коронавирусом” и комментарии под новостными сообщениями “Число заболевших коронавирусом в России выросло до 59 человек, сообщает оперативный штаб” и “Накануне число жертв коронавируса в Италии побило суточный рекорд - умерли 627 пациентов”. Данный шаг представляется необходимым, поскольку самый обсуждаемый информационный пост о помощи России Италии во время пандемии коронавируса содержит значительную часть комментариев, направленных на критику властей. Результаты анализа представлены на Графике № 5.



График № 5. Комментарии пользователей под новостным постом “Путин пообещал помочь Италии в борьбе с коронавирусом”.

|  |  |
| --- | --- |
| **Категории комментариев** | **Количество комментариев** |
| *Осуждение действий правительства во время пандемии коронавируса* | 125 |
| *Одобрение действий правительства во время пандемии коронавируса* | 39 |
| *Нейтральное отношение к проблеме коронавируса* | 21 |
| *Осуждение других людей* | 7 |
| *Недоверие информации о коронавирусе* | 2 |

Таблица №5. Комментарии пользователей под новостным постом “Путин пообещал помочь Италии в борьбе с коронавирусом”.

Новость о помощи Италии в условиях распространения коронавируса со стороны правительства России разожгла активную дискуссию в социальных сетях. Значительная часть комментариев, оставленных под новостным постом, посвящена критике власти. Люди крайне недовольны такой инициативой правительства в условиях пандемии коронавируса. Около 125 сообщений содержат мнения пользователей социальных сетей, которые можно рассматривать как осуждение действий правительства, планирующего помогать другой стране с профилактикой и борьбой с COVID -19. Так, обеспокоенные пользователи приводят следующие аргументы в пользу своей точки зрения:

* *“Сначала нужно о своих гражданах позаботиться”.*
* *“Нам кто помог ничего нет в аптеках”.*
* *“Прежде чем помогать другим надо сначала обеспечить безопасность своего народа…”*
* *“Может, помочь себе сначала? В большинстве больниц у врачей нет респираторов. Даже в Москве не всюду. Может, подумать о своих гражданах??? Хоть иногда…”*
* *“Как можно помогать другим бросив свой народ. Масок нет, аппаратов ИВЛ раз два и обчёлся, специалистов не хватает, я о пульманологах. Ну зато надо показать себя перед другими”.*
* *“Он в курсе, что в России нет достаточного количества аппаратов ИВЛ и в аптеках нет масок???”*
* *“А в своей стране он не собирается обеспечить граждан средствами защиты??? Масок ни в одной аптеке не купить”.*
* *“Помоги своей стране для начало”.*
* *“России бы помог для начала, великий помогатор, ни масок, ни антисептиков нет(( а мы всё мировым популизмом занимаемся…”*
* *“А кто России помогать будет!!!!Ну почему на первом месте только политика!!!В где интересы граждан”.*

Исходя из комментариев можно сделать вывод, что пользователи социальных сетей испытывают недовольство намерением России помочь Италии в условиях распространения коронавируса. “Лучше нам бы помог”- часто пишут люди под рассматриваемым новостным сообщением. В качестве аргументов приводится несостоятельность профилактической политики правительства в условиях пандемии, то есть низкий уровень готовности России к проблеме распространения коронавируса: пользователи комментируют, что “не хватает масок”, аппаратов ИВЛ, тест-системы и других средств для профилактики и защиты от коронавируса на территории страны. Более того, пользователи социальных сетей выражают недоверие действиям России в отношении помощи Италии во время пандемии. В частности, люди находят в таких намерениях правительства скрытый политический смысл, так пользователи оставляют подобные комментарии: “*Что не сделаешь для того, что б Италия сняла санкции…*”, *“В конце концов, жажда ничто, имидж все!”.* Таким образом, пользователи социальных сетях высказывают критику действиям России в контексте помощи другим странам в борьбе с коронавирусом. Можно предположить, что подобная дискуссия имела место под новостными сообщениями, которые вошли в 10 самых дискуссионных тем: "*Из России с любовью": в Италию вылетел третий самолет ВКС для помощи в борьбе с COVID-19”* (645 комментариев)и “*Россия направит в Италию более 100 вирусологов и медицинское оборудование для помощи в борьбе с последствиями коронавируса”* (590 комментариев).

Следует отметить, что в дискурсе новостного поста о помощи Италии в условиях распространения коронавируса, публиковали и комментарии, направленные на одобрение действий России. Так, 39 пользователей высказались положительно под опубликованным новостным сообщением:

* *“Проверка на человечность в сложное и тяжёлое время для всех.Спасибо моя Россия, горжусь тобой!”*
* *“Я горжусь моей Россией, только любовь спасёт мир!”*
* *“Пока у нас не критично , надо помочь конечно! Очень переживаем все за Италию”.*
* *“В Италии огромное горе национальная катастрофа... сейчас час Х ... Россия надо помочь ... мы справимся…”*
* *“Италии надо помочь. Они сами не справляются. Каждый день столько жертв!”*

Таким образом, новость о помощи Италии в борьбе с коронавирусом взбудоражила общественность социальных сетей и заставила высказать свое мнение значительной части пользователей - 1100 комментариев. Люди разделились на два лагеря: одни одобряли действия правительства, планирующего помочь Италии с коронавирусом, однако, большинство встретили эту новость крайне отрицательно, ссылаясь на низкий уровень готовности самой России в борьбе с опасным вирусом. Более того, люди выражали недоверие власти, высказывая мнения о скрытом политическом характере намерений правительства в отношении Италии.

Структура комментариев пользователей социальных сетей под новостными постами “*Число заболевших коронавирусом в России выросло до 59 человек, сообщает оперативный штаб”* и “*Накануне число жертв коронавируса в Италии побило суточный рекорд - умерли 627 пациентов”* представлена на Графике № 6.



График № 6. Комментарии пользователей под самыми активными новостными постами по статистике заражений и статистике смертей от коронавируса.

|  |  |
| --- | --- |
| **Категории комментариев** | **Количество комментариев** |
| *Недоверие информации о коронавирусе* | 39 |
| *Осуждение действий правительства во время пандемии коронавируса* | 38 |
| *Признание опасности коронавируса* | 34 |
| *Нейтральное отношение к проблеме коронавируса* | 20 |
| *Осуждение других людей* | 13 |
| *Отрицание опасности коронавируса* | 8 |
| *Осуждение действий врачей* | 2 |
| *Одобрение действий правительства во время пандемии коронавируса* | 1 |
| *Одобрение действий врачей* | 1 |

Таблица №6. Комментарии пользователей под самыми активными новостными постами по статистике заражений и статистике смертей от коронавируса.

Из графика видно, что люди меньше высказывают мнения в отношении положительной оценки действий правительства и врачей во время пандемии коронавируса. Так, в сторону одобрений врачей был опубликован комментарий: *“Да прекратите панику у нас лучшие эпидемиологи в мире. Всегда все эпидемии во всем мире гасили”.* Около 20 комментариев отражают нейтральную позицию пользователей социальных сетей к проблеме распространения коронавируса. Люди публикуют следующие комментарии: *“Держитесь! Мы с вами! Крепкого нам всем здоровья и долгих лет жизни! Вместе!”, “Ура. Работы меньше”, “Все будет хорошо”, “Россия справляется”.* То есть пользователи социальных сетей не выражают определенного мнения в отношении проблемы коронавируса.

Справедливо отметить, что значительное количество комментариев пользователей социальных сетей направлено на критику власти, а именно на осуждение действий правительства по вопросам профилактики и борьбы с распространением опасного вируса. Люди высказывают следующие позиции:

* *“Готовься Россия.Себе помочь.А не Италии”.*
* *“Учитывая осталось медицины в России,тотальную коррупцию,круговую поруку,привычку корректировать цифры,чтобы начальство было довольно,не удивлюсь если ситуация,на самом деле,значительно плачевнее.”.*
* *“А что там с помощью для Италии? Уже все маски из России вывезли?”*
* *“Россия это не только Москва , нужно думать о глубинке”.*
* *“Тогда зачем закрыли школы, Людей запугали?”*
* *“Пожилых людей свыше 65 лет попросили никуда не ходить, а если они работают, а работодатели их не отпускают в отпуск с оплатой? То как?”*
* *“Вчера наш сотрудник посетил Абхазию не ради экскурса(причина глобальная) так вот, рассказывает: пересекаем абхазскую сторону, стоят тепловизоры, измеряют бесконтактно температуру и тд, возвращаемся назад - на российской границе- тишина, никаких действий…”*
* *“Скоро. Очень сильно пожалеет правительство за Не профессиональный подход”.*

 Дискуссия о помощи Италии в условиях пандемии коронавируса, как видно, сильно задела общественность. Даже под новостными сообщениями по статистике заражений и смертей от коронавируса пользователи не могут не упомянуть внешнюю политику России, а именно ее действия в сторону помощи Италии против COVID - 19.

Большая часть комментариев пользователей социальных сетей отражает недоверие к информации о коронавирусе. Люди сомневаются как в факте существования опасного вируса, в его происхождении, так и выражают сомнения по поводу статистики заражений и смертей от коронавируса, наступивших на территории России:

* *“А откуда данные ?”*
* *“Увеличится количество тестов, цифры заметно подрастут”.*
* *“Почему не говорят кто эти люди??”*
* *“Просто прохожие, заразившиеся на улице?? Или те, у кого был контакт с заболевшими?? Или это те, кто прилетел из Европы??”*
* *“Может к лучшему что скрывают количество заражённых, хотя я так не думаю, а то народ от паники еще и поубивают друг друга за гречку и туалетную бумагу!”*
* *“Про какие тесты мы говорим ? Кто их видел ?”*
* *“Врачи по приезду говорят простое ОРВИ , приезжают без масок и даже температуру не меряют”.*
* *“Врут!!! На самом деле на мнооооого больше”.*
* *“Это только те кто проверку сделали.. Больных раз в 100 больше..”*
* *“Все 306 заболевших привезли заразу из-за рубежа и ни одного случая, заразившегося в России....абсурд”.*

Несмотря на недоверие информации о коронавирусе, пользователи социальных сетей признают его опасность для жизни и здоровья. Осторожное отношение к опасному вирусу характеризуются выражением мнения относительно введения строгих мер профилактики и борьбы с коронавирусом и соблюдения данных мер другими людьми. Также пользователи социальных сетей часто комментируют статистику и допускают заражения от коронавируса в будущем.

* *“Да вы что? Правда? Так ведь россияне не верят в это! Россияне бессмертные все кощеи! Поэтому такие новости не для россиян! Многие говорят что это бред и чушь и мифы! умом Россию не понять....”*
* *“У вас все ещё начинается пик будет через 5-6 недел”.*
* *“Если учесть, что тысячами сейчас прибывают из Европы и других стран, неудивительно, что больных прибавится”.*
* *“Скоро и нам понадобится чья нибудь помощь, вот только присылать её будет уже неоткуда!”.*
* *“Основная масса прилетела 8,9 марта. Инкубационный период вируса до 14 дней. Вот и проявляется:(“.*
* *“Путин закрой страну на КАРАНТИН,поздно будет”.*
* *“Принудительная изоляция прилетающих , и все будет хорошо..Народ У нас все будет хорошо не паникуйте ...Дай всем вам Бог здоровья”.*
* *“по экспоненте пошло…”*
* *“Начинается геометрическая прогрессия”.*

## Таким образом, по результатам эмпирического исследования, можно сделать вывод, что пользователи социальных сетей активнее вступают в дискуссию по вопросам, имеющим политический характер. Так, самое большое количество комментариев по проблеме коронавируса, принадлежит новостной тематике социальной сети Facebook, отражающей «внешнюю политику России в условиях пандемии коронавируса». Большинство комментариев под подобными информационными постами направлены на критику власти, осуждения действия правительства во время пандемии коронавируса.

Часто пользователи оставляют свои комментарии под новостными постами, которые посвящены «статистике заражений коронавирусом» и «статистике смертей от коронавируса». Так, в социальных сетях Facebook и “Вконтакте” было зафиксировано 7158 новостных сообщений, касающихся постов о числе зараженных коронавирусом, а также 5030 новостных сообщений, отражающих количество жертв от вспышки опасного вируса. Пользователи обеспокоены проблемой распространения опасного вируса COVID - 19 и поэтому активнее вступают в дискуссию по темам, касающихся угрозе их здоровья и жизни.

Также, важно отметить, что тематика «статистика смертей от коронавируса» вызвала активное обсуждение со стороны пользователей социальных сетей. Пользователи больше высказывались и писали комментарии под новостными постами о числе жертв от коронавируса - 5030 сообщений. Новостные посты по «статистике смертей от коронавируса», опубликованные в социальных медиа, входят в топ самых дискуссионных информационных сообщений:

* *“Накануне число жертв коронавируса в Италии побило суточный рекорд - умерли 627 пациентов”* - 683 комментариев пользователей социальных сетей.
* *“Я думал, моя жизнь — трагедия. Но сейчас понял, что это пандемия”* - 611 комментариев пользователей социальных сетей.

Более того, тематика по «статистике смертей от коронавируса» заставила пользователей социальных сетей активнее вступать в дискурс, чем новостная тематика «эксперты»*.* Это подтверждается тем, что число новостных постов по «статистике смертей от коронавируса», публикуемых в социальных сетях было меньше, чем по новостной тематике *«*эксперты».

## В целом, проблема распространения опасного вируса COVID - 19, представляющего угрозу жизни и здоровью человека, была активно освещена в социальных сетях. Можно сказать, что практически каждая новость, публикуемая на площадках интернет-сообществ в социальных медиа, была напрямую связана с международной проблемой распространения коронавируса. Пользователи социальных сетей активно вступали в дискуссию, оставляя под новостными постами свое личное мнение в виде комментариев. Среднее количество комментариев под информационными постами по проблеме коронавируса составляет 200 комментариев.

##

## *4.3. Основные выводы исследования*

Информационное агентство РФ “ТАСС” сообщает, что в современных социальных медиа выявлено порядка 115 896 комментариев по проблеме распространения коронавируса. [[10]](#footnote-10)Новостные посты активно начали публиковаться с 8 января 2020 года как результат появления информации о первых случаях заражения опасным вирусом, с 18 января количество подобных публикаций резко увеличилось. При этом важно отметить, что такие информационные посты заполнили всю часть медиапространства Интернета. Каждая новость, публикуемая на площадках информационных интернет-сообществ и социальных сетей в целом, была напрямую связана с международной проблемой распространения коронавируса. Учитывая активность аудитории и план публикаций новостных постов социальными медиа, можно сделать вывод, что пользователи социальных сетей активно вступают в дискурс по всем новостным тематикам о распространении опасного вируса. Так, среднее количество комментариев под информационными постами составляет 200 комментариев. Люди комментируют следующие тематики:

* *статистика смертей,*
* *статистика заражений,*
* *статистика выздоровлений,*
* *внешняя политика России во время пандемии коронавируса,*
* *профилактическая политика России во время пандемии коронавируса,*
* *карантин во время пандемии коронавируса,*
* *эксперты,*
* *истории людей во время пандемии коронавируса.*

Исходя из позиции о том, что общение служит ресурсом для решения важных жизненных проблем, такую активность можно объяснить следующим образом: чем сильнее индивид стремится решить свою проблему, тем больше коммуникативных действий будет совершать . Как уже упоминалось проблема распространения COVID - 19 является важным вопросом для всех людей, поскольку вспышка нового вируса угрожает жизни и здоровью. Почти 50 лет назад Апслер и Сирс (1968г) представили идею о том, что люди могут быть лично вовлечены в решение проблемы, когда они ожидают, что ее последствия окажут некоторое влияние на их собственные жизни. Когда индивиды понимают, что возникшая проблема может негативно отразиться на их реальности, они все чаще начинают вступать в дискурс. Пользователи, которые активны в решении своей проблемы, могут использовать определенные правила для защиты информации. Так, например, люди, стремящиеся укрепить свои убеждения, могут оспаривать противоречивую точку зрения и выбирать только ту, которая соответствует их текущим утверждениям. И наоборот, когда люди желают изменить свое мнение, чтобы доказать несостоятельность предыдущего опыта, они могут игнорировать информацию, соответствующую их предыдущим убеждениям.

Таким образом, важность вопроса выступает в настоящем исследовании в качестве фактора, влияющего на формирования общественного мнения в онлайн-пространстве. В частности, люди осознают опасность проблемы распространения коронавируса и данный факт заставляет их активно вступать в дискуссию в онлайн-среде и оставлять свои комментарии под соответствующими новостными постами.

Результаты анализа комментариев показали, что люди действительно признают опасность коронавируса. Пользователи настаивают на введении профилактических мер, строгом соблюдении необходимых ограничений другими людьми, комментируют статистику смертей, заражений коронавирусом и делают свои прогнозы о дальнейшем ухудшении ситуации.

Значительная часть комментариев связана с недоверием к информации о коронавирусе. Можно предположить, что пользователи социальных сетей испытывают дефицит информации. Люди высказывают свои сомнения относительно статистики заражений и смертей от опасной болезни. Зачастую пользователи оставляют под новостными постами подобные комментарии: *“А откуда данные ?”, “Увеличится количество тестов, цифры заметно подрастут”, “Почему не говорят кто эти люди??”, “Просто прохожие, заразившиеся на улице?? Или те, у кого был контакт с заболевшими?? Или это те, кто прилетел из Европы??”, “Врут!!! На самом деле на мнооооого больше”, “Все 306 заболевших привезли заразу из-за рубежа и ни одного случая, заразившегося в России....абсурд”.*

Некоторые исследователи отмечают, что дефицит информации способствует нарастанию чувства тревоги вокруг проблемы (Prabhu et al., 2015). Аудитория в таком случае будет транслировать собственные мысли о проблеме с ярко выраженным эмоциональным окрасом. Таким образом, дефицит информации обусловлен социально-психологическими механизмами. В контексте проведенного исследования пользователи социальных сетей испытывают недостаток в информации о коронавирусе, выражая, тем самым, свое недоверие. Последнее обусловлено распространением ложной информации о проблеме, в частности, люди оставляют комментарии, где выражают свое мнение о несуществовании опасного вируса - *“Перестанут говорить про вирус. и он сам по себе исчезнет, специально людей накручивают”.* Более того, можно предположить, что пользователи социальных сетей испытывают чувство тревоги, эмоционально критикуя действия правительства, которое вознамерилось помочь Италии в борьбе с коронавирусом. Люди недовольны этим фактом и активно вступают в подобную дискуссию, публикуя под новостными постами комментарии: “*Сначала нужно о своих гражданах позаботиться”, “Нам кто помог ничего нет в аптеках”, “Прежде чем помогать другим надо сначала обеспечить безопасность своего народа…”.* Таких комментариев значительное большинство. То есть, несмотря на недоверие к информации о коронавирусе, пользователи социальных сетей испытывают тревогу в отношении последствий распространения опасного вируса на территории России.

Итак, по результатам теоретического анализа и эмпирического исследования, мы можем выделить следующие факторы, влияющие на высказывание личного мнения в онлайн-среде:

* + - 1. Дисбаланс мнений в информации значительно влияет на формирование общественного мнения в социальных сетях. Отсутствие активной позиции специалистов или экспертов в определенной области ведет к дефициту информации и способствует формированию ложного мнения (Prabhu et al., 2015). Также результаты эмпирического исследования показывают, что пользователи испытывают нехватку информации по проблеме коронавируса, что связано с недостаточным количеством новостных постов по тематике «эксперты»
			2. «Спираль молчания» выступает фактором формирования общественного мнения и влияет на готовность пользователей социальных сетей вступать в дискуссию по различным проблемам. Индивид испытывает страх оказаться в изоляции от общества, быть отверженным в силу выражения мнения, отличного от мнения большинства. Поэтому прежде чем высказать свою позицию по тому или иному вопросу, пользователь социальных медиа оценивает климат мнений.
			3. Когда речь идет о каких-то спорных вопросах, некоторые исследователи предполагают, что страх изоляции из концепции «спирали молчания» удерживает человека от возможности выразить личное мнение. Однако результаты исследований показывают, что важность проблемы также оказывает влияние на готовность людей высказать личное мнение. Результаты проведенного исследования свидетельствуют об активности аудитории социальных сетей в отношении проблемы распространения коронавируса, представляющего угрозу жизни и здоровью людей.
			4. Типы анонимности как модели поведения влияют на готовность пользователей социальных сетей выражать свое мнение онлайн.
			5. Фактором, влияющим на выражение личного мнения в онлайн среде, является «эффект затормаживания» Джона Сулера. Данное поведение характеризуется психологическими проявлениями, возникающими у пользователей социальных сетей при осуществлении коммуникации (Suler, 2004).
			6. Содержание сетевых сообществ, которое формируется исходя из предпочтений отдельного пользователя, также выступает фактором формирования общественного мнения. Пользователи социальных сетей потребляют только ту информацию, которая соотносится с их установками и взглядами (Farrell et al., 2010). Этот эффект также поддерживается технической организацией интернет-поиска и таким явлением, как «пузырь фильтров» (Pariser,2011) .
			7. Приемы дезинформации, такие как «дворецкий» (ложь для избегания общения), «марионетка» (посредством интернет-ботов создание сообщений от чужого пользователя), «астротурфинг» (Михеев, Нестик, 2017), выступают факторами, влияющими на выражение личного мнения в онлайн-среде и являются инструментом формирования общественного мнения онлайн.

# Заключение.

Общественное обсуждение посредством интернет-технологий через современные социальные медиа представляется не только мощным инструментом выражения общественного мнения, но и способом его формирования. При этом общественным мнением можно считать все мнения, которые высказываются публично (Ноэль-Нойман, 1996: 252-253). Данная позиция показывает специфику общественного мнения в социальных сетях, где личное мнение пользователей в виде комментариев фиксируется, оставляет «цифровой след». Результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что формирование личного мнения в онлайн-среде относительно различных социальных проблем определяется рядом факторов.

Формирование личного и общественного мнения в современных социальных медиа неразрывно связано с идеями «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман. Главная идея данной концепции состоит в том, что индивид спытывает страх оказаться в изоляции от общества, быть отверженным в силу выражения мнения, отличного от мнения большинства. Поэтому прежде чем высказать свою позицию по тому или иному вопросу, пользователь социальных медиа оценивает климат мнений. Результат такой оценки влияет, прежде всего, на публичное поведение индивида, в частности, это проявляется в демонстрации или утаивании мнений, т.е., в предпочтении высказаться или отмолчаться.

Помимо «спирали молчания», оказывающей влияние на выражение мнения в онлайн-пространстве, существуют другие факторы, которые значительно искажают воспринимаемое пользователем социальных сетей онлайн-пространство. Речь идет об анонимности, являющейся относительной для специалистов информационных технологий, но большинством активных пользователей сети эта иллюзия анонимности воспринимается полностью (Лукашевич, 2013).

Кроме уровней анонимности можно отметить «эффект затормаживания» Джона Сулера, как фактор, влияющий на выражение личного мнения в онлайн среде. Данное состояние характеризуется некими психологическими проявлениями, возникающими у индивида при осуществлении коммуникации в онлайн-среде. К таким психологическим эффектам относится «ощущение невидимости», которое предполагает отсутствие невербальной информации, что делает индивида более открытым (Suler, 2004).

На готовность пользователей социальных сетей высказывать свое мнение влияет и содержание сетевых сообществ, которое формируется исходя из предпочтений отдельного пользователя. Пользователи нацелены, в основном, знакомиться только с той информацией, которая соответствует их установкам (Farrell et al., 2010).

Нередко в онлайн-коммуникациях используют различные приемы дезинформации, которые также могут оказывать влияние на выражение личного мнения в онлайн-среде. Под дезинформацией здесь понимается передача неверных сведений, использование ложной информации, чтобы вызвать у индивидов заблуждения. Так, социальные психологи, Е.А. Михеев и Т.А. Нестик выделяют три вида «лжи» в онлайн-пространстве: «дворецкий» (ложь для избегания общения), «марионетка» (посредством интернет-ботов создание сообщений от чужого пользователя), «астротурфинг». Последнее предполагает имитацию общественного мнения в частных или государственных целях, когда за материальное вознаграждения нанимают троллей и блоггеров, которые пишут различные запланированные посты или сообщения в социальных медиа (Михеев, Нестик, 2017).

В качестве фактора, влияющего на формирование личного мнения в онлайн среде, следует отметить и важность вопроса. Почти 50 лет назад Апслер и Сирс (1968) представили концепцию о том, что «люди могут быть лично вовлечены в решение проблемы, когда они ожидают, что ее последствия окажут некоторое влияние на их собственные жизни. Когда индивиды понимают, что возникшая проблема может негативно отразиться на их реальности, они все чаще начинают вступать в дискурс, тогда как людей с низкой личной вовлеченностью в проблему легче убедить. Другими словами, чем важнее какая-нибудь проблема для человека, тем меньше вероятность того, что его убедят в различных ее аспектах. Аффективное и когнитивное вовлечение в соответствующий вопрос также оказывают определенное воздействие на коммуникативное поведение. Как и следовало ожидать, люди чаще вступают в общение, когда проблема для них важна. Другими словами, коммуникативные действия возникают все чаще, если обсуждаемая проблема вызывает и эмоциональный интерес, и интерес со стороны получения необходимых знаний (Kim et al., 2010).

Дисбаланс мнений в информации значительно влияет на формирование общественного мнения в социальных сетях. Отсутствие активной позиции специалистов в той или иной области способствует формированию ложного мнения в отношении обсуждаемого вопроса. Таким образом, формируется дефицит в информации. Недостаток в информации относительно различных проблем ведет к нарастанию чувства тревоги у пользователей социальных сетей. Дефицит в информации обусловлен социально-психологическими механизмами и способен вовлекать людей в эмоциональную дискуссию по различным социальным проблемам (Prabhu et al., 2015).

На примере эмпирического исследования обсуждения пользователями социальных сетей проблем, связанных с пандемией коронавируса, было уставлено, что пользователи активно вступают в дискурс по всем новостным тематикам о распространении опасного вируса. Так, среднее количество комментариев под информационными постами составляет 200 комментариев. Это связано с важностью вопроса и согласуется с исследованием вакцинации детей (Weberling et al., 2016). Так, важность вопроса влияет на формирования общественного мнения в онлайн-пространстве. В частности, люди осознают опасность проблемы распространения коронавируса и поэтому активно выражают свое личное мнение, оставляя под новостными постами свои комментарии. Пользователи социальных сетей признают опасность коронавируса, настаивая на строгом соблюдении необходимых ограничений другими людьми, комментируют статистику смертей, заражений коронавирусом и другие новостные сообщения по проблеме распространения опасного вируса.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что пользователи социальных сетей испытывают недостаток в информации о коронавирусе. Это соотносится с выводами работы, посвященной изучению мнений в социальной сети относительно радиационного риска компьютерной томографии. Исследователи отмечают, что дисбаланс мнений, выражающийся в дефиците необходимой информации, способствует нарастанию чувства тревоги вокруг проблемы (Prabhu et al., 2015). Аудитория в таком случае будет транслировать собственные мысли о проблеме с ярко выраженным эмоциональным окрасом. Так, например, люди оставляют комментарии, где выражают свое мнение о несуществовании коронавируса.

Сегодня современные социальные медиа занимают большую часть медиа пространства и являются, бесспорно, мощным инструментом формирования общественного мнения. Существуют факторы, которые значительно влияют на распространение общественного мнения в онлайн-среде. Это выражается в наличии различных условий, заставляющих пользователей сети Интернет активно участвовать в дискуссии и выражать свое личное мнение по актуальным социальным проблемам и наоборот, воздерживаться от публикации своего комментария под определенным информационным постом.

Результаты настоящего исследования имеют практическое значение. Для проведения эффективного общения с пользователями социальных медиа относительно решения различных социальных проблем, устранения противоречий в каком-либо вопросе.

Более того, исследование общественного мнения в онлайн-среде является ценным полем для изучения и требует проведения дальнейших социологических работ.

#

#

# Список литературы.

1. Apsler, R., & Sears, D. O. Warning, personal involvement, and attitude change. Journal of Personality and Social Psychology, 9(2, Pt.1),1968, P. 162–166.
2. Benin, A. L., Wisler-Sher, D. J., Colson, E., Shapiro, E. D., & Holmboe, E. S. Qualitative analysis of mothers’ decision-making about vaccines for infants: The importance of trust. Pediatrics.,2006, P. 1532–1541.
3. Brader, T. Striking a responsive chord: How political ads motivate and persuade voters by appealing to emotions. American Journal of Political Science, 49(2)., 2005, P. 388–405.
4. Brunson, E. K. The impact of social networks on parents’ vaccination decisions. Pediatrics, 131(5)., 2013, P. 1397–1404.
5. Daft, R.L. and R.H. Lengel, “Organizational Information Requirements, Media Richness, and Structural Design,” Management Science., 1986, P. 554-571.
6. Eli. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. N. Y., 2011.
7. Farrell H., Lawrence E., Sides J. «Self-Segregation or Deliberation? Blog Readership, Participation, and Polarization in American Politics» // Perspectives on Politics No. 1. 2010, P. 141–157.
8. Fox S. The social life of health information. PewResearch Internet Project website., 2011.
9. Gimbel RW, Fontelo P, Stephens MB, et al. Radiation exposure and cost influence physician medical image decision making: a randomized controlled trial. Med Care 2013, P. 628-632.
10. Gonzenbach, W. J., & Stevenson, R. L. Children with AIDS attending public school: An analysis of the spiral of silence. Political Communication, 11(1)., 1994, P. 3–18.
11. Gonzenbach, W. J., King, C., & Jablonski, P. Homosexuals and the military: An analysis of the spiral of silence. Howard Journal of Communications, 10(4)., 1994, P. 281–296.
12. Griffin, R. J., Neuwirth, K., Dunwoody, S., & Giese, J. Information sufficiency and risk communication. Media Psychology, 6(1).,2004, P. 23–61.
13. Hancock J. T. The future of lying. Technology, Education & Design (TED). Winnipeg, MN, 2012. URL: http://www.ted.com/talks/jeff\_hancock\_3\_types\_of\_digital\_lies (дата обращения: 25.01.2020).
14. Hu, L., & Bentler, P. M. Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. Structural Equation Modeling, 6(1)., 1999, P. 1–55.
15. Hui, David S.; Azhar, Esam EI; Madani, Tariq A.; Ntoumi, Francine; Kock, Richard; Dar, Osman; Ippolito, Giuseppe; Mchugh, Timothy D.; Memish, Ziad A. [The continuing epidemic threat of novel coronaviruses to global health – the latest novel coronavirus outbreak in Wuhan, China](https://www.ijidonline.com/article/S1201-9712%2820%2930011-4/pdf) (англ.) // International Journal of Infectious Diseases : journal. 2020.,14 January (vol. 91). P. 264—266.
16. Kaplan, A.M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media /A.M. Kaplan, M. Haenlein. Business Horizons., 2010, С. 59—68.
17. Kim S. Twitter's IPO filing shows 215 million monthly active users. ABC News. Published October 3, 2013.
18. Kim, J., Grunig, J. E., & Ni, L. Reconceptualizing the communicative action of publics: Acquisition, selection, and transmission of information in problematic situations. International Journal of Strategic Communication, 4(2)., 2010, P. 126–154.
19. Kline, R. B. Principles and practice of structural equation modeling. New York, NY: Guilford., 1998.
20. Krishnatray, P. K., & Elkote, S. M. Public communication campaigns in the destigmatization of Leprosy: A comparative analysis of diffusion and participatory approaches. Journal of Health Communication, 3(4)., 1998, P. 327–344.
21. Matthes, J. The Affective Underpinnings of Hostile Media Perceptions: Exploring the Distinct Effects of Affective and Cognitive Involvement. Communication Research, 40(3)., 2013, P. 360–387.
22. Muthén, L. K., & Muthén, B. O.. Mplus user’s guide (6th ed.). Los Angeles, CA: Muthén & Muthén., 2007.
23. Nabi, R. L. Emotional flow in persuasive health messages. Health Communication, 30(2)., 2015, P. 114–124.
24. Nekmat, E., & Gonzenbach, W. J. Multiple Opinion Climates in Online Forums: Role of Website Source Reference and Within-Forum Opinion Congruency. Journalism & Mass Communication Quarterly, 90(4)., 2014, P. 736–756.
25. Perry, S. D., & Gonzenbach, W. J. Inhibiting speech through exemplar distribution: Can we predict a spiral of silence? Journal of Broadcasting & Electronic Media, 44(2)., 2000, P. 268–281.
26. Prabhu V, Lee T, Loeb S, et al. Twitter response to the United States Preventive Services Task Force recommendations against screening with prostate specific antigen. BJU Int 2014..
27. Salmon, C. T., & Neuwirth, K. Perceptions of opinion “climates” and willingness to discuss the issue of abortion. Journalism & Mass Communication Quarterly, 67(3)., 1990, P. 567–577.
28. Schau, H. J., & Gilly, M. C. We are what we post? Selfpresentation in personal web space. Journal of Consumer Research, 30(3)., 2003, P. 385—404
29. Short, J., Williams, E.,&Christie,B. The socialpsychology of telecommunications. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Ltd., 1976.
30. Silent Majority: Childhood Vaccinations and Antecedents to Communicative Action /Brooke Weberling McKeever, Robert McKeever, Avery E. Holton, Jo-Yun Li. , 2016, С. 25.
31. Strekalova, Y. A., & Krieger, J. L. A picture really is worth a thousand words: Public engagement with the National Cancer Institute on Social Media. Journal of Cancer Education., 2015.
32. Sugawara Y, Narimatsu H, Hozawa A, Shao L, Otani K, Fukao A. Cancer patients on Twitter: a novel patient community on social media., 2012.
33. Suhr, D. D. Exploratory or confirmatory factor analysis?, Cary, NC: SAS Institute., 2006, P. 6-18.
34. Suler J. The Online Disinhibition Effect // CyberPsychology & Behavior., 2004, P. 321–326.
35. Taylor, D. G. Pluralistic ignorance and the spiral of silence: A formal analysis. Public Opinion Quarterly, 46(3).,1982, P. 311–335.
36. Torrente E, Marti T, Escarrabill J. A breath of Twitter., 2012, P. 137–141.
37. Tracking Coronavirus COVID-19 URL: https://coronavirus-monitor.ru/ (дата обращения: 28.02.2020).
38. Vinay Prabhu, Andrew B. Rosenkrantz Imbalance of Opinions Expressed on Twitter Relating to CT Radiation Risk: An Opportunity for Increased Radiologist Representation // American Journal of Roentgenology., 2015.
39. Wirth, W. (2006). Involvement. In J. Bryant, & P. Vorderer (Eds.), Psychology of entertainment., 2006, P. 199-2013.
40. Zhang J., Carpenter D., Ko M. Online astroturfing: A theoretical perspective // Proceedings of the Nineteenth Americas Conference on Information Systems, Chicago, Illinois. 2013.
41. Аудитория социальных сетей в России 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://popsters.ru/blog/post/auditoriya-socsetey-v-rossii> (дата обращения: 20. 04.2020).
42. Володенков С.В. Киберсимулякры как инструмент виртуализации современной массовой политической коммуникации // Информационные войны. - №4, 2014, С. 18.
43. Голикова объяснила невозможность получить штамм коронавируса в России. . [Электронный ресурс]. URL: https://www.rbc.ru (дата обращения: 28.02.2020).
44. Запад становится ближе На фоне коронавируса россияне демонстрируют усталость от внешнеполитической конфронтации. . [Электронный ресурс]. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4259349 (дата обращения: 20.03.2020).
45. Кораблева Г.Б., Кульминская А.В. Интернет-дискуссии как инструмент формирования общенственного мнения // Дискуссия. 2011. № 9. С. 143-148.
46. Лукашевич, Д.А. Применимость теории "спирали молчания к сети Интернет и новым медиа /Д.А. Лукашевич. 2013, С. 62-66.
47. Михеев Е. А., Нестик Т. А. Дезинформация в социальных сетях: состояние и перспективы психологических исследований // фундаментальные и прикладные исследования современной психологии. М.: Институт психологии - РАН, 2017. С. 2698.
48. Новое невежество. Как создаются фейки о коронавирусе: технологию раскрывает фольклорист Александра Архипова. [Электронный ресурс]. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/05/09/85307-novoe-nevezhestvo> (дата обращения: 21.05.2020)
49. Ноэль-Нойман, Э. Общественное мнение: открытие спирали молчания /Ноэль-Нойман Э.; Шестернина Н.Л. — Москва: "Прогресс-Академия", 1996, С. 352.
50. Путилова, Е.А. Интернет как фактор формирования информационного общества /Е.А. Путилова. 2004, С. 38.
51. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. - М., 2006, С.185.
52. Реморенко И. М. Общественное обсуждение проблем образования в социальных сетях // Системная психология и социология. 2015. №2. С. 12.
53. Реморенко И.М. Переход к инновационной экономике: возможности и ограничения для системы образования // Вопросы образования. 2011. № 3. С. 54–73.
54. Романов А.А. Спин-докторинговая реализация ментальных репрезентаций в Интернет-коммуникации // Язык, коммуникация и социальная среда. Ежегодное международное издание. Вып. 13. – Воронеж: Наука – ЮНИПРЕСС; Воронежский гос. университет, 2014, С. 88 – 119.
55. Романов А.А., Малышева Е.В., Данилкина Е.А. Блоги как медийные коммуникативные практики посткризисного региона // Медиалингвистика. Речевые жанры в массмедиа. - СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», 2014, С. 212 – 217.
56. Россия временно запретила въезд гражданам Китая. [Электронный ресурс]. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4260060 (дата обращения: 28.02.2020).
57. Россия теряет 1 млрд рублей в день от снижения товарооборота с Китаем из-за коронавируса. [Электронный ресурс]. URL: https://tass.ru/ekonomika (дата обращения: 28.02.2020).
58. Самые цитируемые СМИ за сентябрь 2018 года // Медиалогия. [Электронный ресурс]. URL: https://www.mlg.ru/ratings/media/socmedia/6455/ (дата обращения: 15.01.2020).
59. Статистика социальных сетей // brand analytics. [Электронный ресурс]. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2019/> (дата обращения: 12.01.2020).
60. Уведомление Национальной комиссии здравоохранения КНР о предварительном присвоении названия новой коронавирусной пневмонии. Национальный комитет здравоохранения КНР. [Электронный ресурс]. URL: https://www.rosminzdrav.ru/news/2020 (дата обращения: 9.02.2020).
61. Эксперты проанализировали сообщения русскоязычных пользователей соцсетей о коронавирусе. [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/obschestvo/7609917> (дата обращения 20.04.2020).

# Приложение 1.

Сетка новостных сообщений по проблеме коронавируса, публикуемые в социальных сетях Facebook и «Вконтакте».

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Источник информации** | **Новостное сообщение** | **Тематика новостного** **сообщения** | **Кол-во** **комментариев** |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | Ангела Меркель подготовилась к карантину! | карантин во времяпандемии коронавируса | 112 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | Италия благодарит Россию за помощь в борьбе с коронавирусом. | внешняя политика России во время пандемии коронавируса | 216 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | Первые самолеты с российскими военными вирусологами отправились в Италию. | внешняя политика России во время пандемии коронавируса | 456 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | Первый случай заражения коронавирусом подтвердился вЧелябинской области. Заболевший — молодой человек из Миасса, вернувшийся из Испании. | статистика заражений коронавирусом | 56 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | Роспотребнадзор сообщил о поставках тест-систем для выявления коронавируса в 13 стран. Специалисты смогут провести более 100 тысяч исследований на COVID-19. | внешняя политика России во время пандемии коронавируса | 186 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | Нехватку масок обещают ликвидировать. | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 165 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | Главврач больницы в Коммунарке сделал прогноз по коронавирусу в России | эксперты | 79 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | Ученые положили конец слухам о коронавирусе | эксперты | 104 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | В России начались испытания прототипов вакцины против нового коронавируса COVID-19. | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 50 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | В апреле в России запустят пилотный проект по массовой проверке населения на коронавирус COVID-19. | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 157 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | "Ношение здоровыми людьми масок бесполезно". | эксперты | 208 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | В России зафиксировано еще 52 случая заражения коронавирусом. | статистика заражений коронавирусом | 70 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | В НИИ гриппа им. Смородинцева расшифрован полный геном коронавируса из России | эксперты | 219 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | Российские ученые расшифровали полный геном COVID-19 | эксперты | 165 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | Всех приезжающих в Россию из-за границы обязали проходить 14-дневный карантин. | карантин во время пандемии коронавируса | 68 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | В Москве умерла пожилая женщина, заразившаяся коронавирусом | статистика смертей от коронавируса | 132 |
| Facebook, сообщество "ВЕСТИ.ru" | Долгожданный ноль: в Китае не зафиксировано ни одного нового внутреннего заражения коронавирусом | статистика заражений коронавирусом | 239 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | В России выявили 71 новый случай заражения коронавирусом | статистика заражений коронавирусом | 305 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Правительство приостановило диспансеризацию из-за коронавируса | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 106 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Шестнадцатилетняя москвичка вылечилась от коронавируса | статистика выздоровлений от коронавируса | 104 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Самолет ВКС доставил из Китая\ более 25 миллионов защитных масок | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 415 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | В Минздраве заявили, что курильщики тяжелее переносят коронавирус | эксперты | 125 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Меркель отправится на домашний карантин. | карантин во время пандемии коронавируса | 163 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Минпромторг начал поставки медицинских масок в регионы | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 214 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | "Из России с любовью": в Италию вылетел третий самолет ВКС для помощи в борьбе с COVID-19 | внешняя политика России во время пандемии коронавируса | 645 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | В России выявили 61 новый случай заражения коронавирусом | статистика заражений коронавирусом | 380 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Россия ограничит авиасообщение с Турцией и Японией | внешняя политика России во время пандемии коронавируса | 72 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Верховный лидер Ирана отверг помощь США в борьбе с коронавирусом. | внешняя политика России во время пандемии коронавируса | 201 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Источник сообщил о возможном ужесточении карантина по коронавирусу | карантин во время пандемии коронавируса | 196 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | В России подготовили авиагруппировку для доставки помощи Италии | внешняя политика России во время пандемии коронавируса | 797 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Московское метро не будут закрывать на карантин из-за коронавируса | карантин во время пандемии коронавируса | 219 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Псковский экс-губернатор Михаил Кузнецов заразился коронавирусом | статистика заражений коронавирусом | 109 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | США заняли третье место в мире по подтвержденным случаям COVID-19 |  статистика заражений коронавирусом | 116 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | В Италии поблагодарили Россию за помощь в борьбе с коронавирусом | внешняя политика России во время пандемии коронавируса | 419 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Путин пообещал помочь Италии в борьбе с коронавирусом | внешняя политика России во время пандемии коронавируса | 1100 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Накануне число жертв коронавируса в Италии побило суточный рекорд – умерли 627 пациентов. | статистика смертей от коронавируса | 683 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | В России за сутки зарегистрировали 53 случая заражения коронавирусом. Общее число заразившихся — 306 человек | статистика заражений коронавирусом | 119 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Итальянский врач развеял популярный миф о коронавирусе | эксперты | 238 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | В Москве выздоровели восемь заболевших коронавирусной инфекцией | статистика выздоровлений от коронавируса | 348 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Роспотребнадзор передал тест-системы для выявления COVID-19 в 13 стран | внешняя политика России во время пандемии коронавируса | 145 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Число случаев заражения коронавирусом в мире достигло 234 тысяч | статистика заражений коронавирусом | 145 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Жительница США и трое ее детей умерли от коронавируса в течение недели | статистика смертей от коронавируса | 313 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Скончались 627 человек, но резко выросло и число выздоровевших. | статистика смертей от коронавируса | 340 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | В России за сутки зарегистрировали 54 новых случая заражения коронавирусом, 33 из них – в Москве, 4 - в Санкт-Петербурге. | статистика заражений коронавирусом | 133 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | В Якутии выявили 6 новых случаев заражения коронавирусом | статистика заражений коронавирусом | 67 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | В России создали три прототипа вакцины от коронавируса | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 167 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | В России создали 6 препаратов от коронавируса | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 266 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Общее число выздоровевших достигло 9 | статистика выздоровлений от коронавируса | 542 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | В Италии скончались 3405 человек, в то время как в Китае жертвами инфекции стали 3245 человек. | статистика смертей от коронавируса | 506 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | В России вылечили четырех пациентов с коронавирусом | статистика выздоровлений от коронавируса | 111 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | Общее число заболевших – 99 человек | статистика заражений коронавирусом | 270 |
| Facebook, сообщество "РИА Новости" | В Москве умерла пожилая женщина, у которой нашли коронавирус | статистика смертей от коронавируса | 301 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | Правительство России выделило 23 миллиарда рублей на оборудование для борьбы с коронавирусом. | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 75 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | В России зарегистрировали 71 новый случай заражения коронавирусом. Общее число заболевших — 438 | статистика заражений коронавирусом | 132 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | МВД подготовит план на случай ограничения въезда в Москву и введения комендантского часа из-за ситуации с коронавирусом | карантин во время пандемии коронавируса | 86 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | В России выявили 61 новый случай коронавируса. Всего — 367 | статистика заражений коронавирусом | 78 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | Россия направит в Италию более 100 вирусологов и медицинское оборудование для помощи в борьбе с последствиями коронавируса | внешняя политика России во время пандемии коронавируса | 590 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | Главное о коронавирусе к этому часу: по всему миру заразились 307 тысяч человек, погибли 13 049 человек. Больше всего инфицированных в Китае, Италии и США | статистика заражений коронавирусом | 245 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | Сергей Собянин сообщил, что власти не собираются закрывать московское метро на карантин. По его словам, метрополитен будет работать «при любой ситуации» | карантин во время пандемии коронавируса | 149 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | Главный инфекционист Ставропольского края привезла в регион коронавирус | статистика заражений коронавирусом | 189 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | За сутки в России зарегистрировано еще 53 случая заражения коронавирусом. Всего их 306 | статистика заражений коронавирусом | 254 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | Тестов не хватает, больницы выписывают этажами: как Россия готовится к эпидемии коронавируса | Профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 86 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | Главный инфекционист Ставрополья ходила на работу после возвращения из Испании. У нее заподозрили коронавирус | статистика заражений коронавирусом | 441 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | Пропавшие анализы, общие палаты с зараженными и никакого лечения. Виктор Набутов о том, что происходит в больнице в Коммунарке | истории людей во время пандемии коронавируса | 309 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | В России зарегистрировали 54 новых случая заражения коронавирусом | статистика заражений коронавирусом | 69 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | Роспотребнадзор начал испытания вакцины от коронавируса на животных | Профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 241 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | Власти Подмосковья предложили приостановить работу торговых центров из-за коронавируса | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 133 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | Число зараженных коронавирусом в России выросло до 199 человек | статистика заражений коронавирусом | 160 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | В Москве умерла пациентка с коронавирусом | статистика смертей от коронавируса | 386 |
| Facebook, сообщество "Телеканал Дождь" | Россия на карантине: что уже закрыто и что может быть дальше | карантин во время пандемии коронавируса | 94 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Российские школы уйдут на каникулы с 23 марта по апреля из-за12распространения коронавируса | Профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 207 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Число погибших от заболевания COVID-2019 превысило восемь тысяч человек во всем мире. Как правило, люди умирали от воспаления легких. | статистика смертей от коронавируса | 241 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | По прогнозу немецкого Института Роберта Коха, пандемия COVID-19 может затянуться на два года, а переболеть вирусом могут 60–70% населения Земли | эксперты | 361 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Все федеральные учреждения культуры закроются для посетителей из-за коронавирусной инфекции, сообщили в Минкульте РФ | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 80 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Путин заявил, что ситуация с поставками в магазины надёжная и посоветовал не накупать много продуктов | Профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 344 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Вице-премьер Голикова заявила об увеличении числа заболевших коронавирусом в России до 114 человек. | статистика заражений коронавирусом | 374 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Комитет Совет Федерации предложил запретить курение кальянов в общественных местах из-за угрозы коронавируса | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 178 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Правительство РФ вместе с ЦБ подготовили план поддержки населения и бизнеса в период распространения коронавируса: | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 195 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Я думал, моя жизнь — трагедия. Но сейчас понял, что это пандемия | статистика смертей от коронавируса | 611 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Европа самоизолировалась.  | карантин во время пандемии коронавируса | 382 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | В Москве с 17 марта вводится ряд ограничительных мер для предотвращения распространения COVID-19. | карантин во время пандемии коронавируса | 267 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Вице-премьер Татьяна Голикова заявила о переносе досрочной сдачи ЕГЭ из-за коронавируса. Новую дату определят в ближайшее время. | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 276 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Дмитрий Песков прокомментировал возможность введения режима ЧС в России из-за коронавируса | карантин во время пандемии коронавируса | 284 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Минобрнауки поручило измерять температуру у всех входящих в здания российских вузов. | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 220 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Россия закрывает границу с Беларусью для передвижения людей из-за коронавируса | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 389 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Минобрнауки рекомендовало российским вузам перейти на дистанционное обучение  | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 360 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | В России за сутки выявлено 4 новых случая заражения коронавирусом, число заболевших выросло до 63. | статистика заражений коронавирусом | 463 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Число заболевших коронавирусом в России выросло до 59 человек, сообщает оперативный штаб | статистика заражений коронавирусом | 690 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | У двух жителей Кемерово подтвердили коронавирус, сообщает областное правительство. | статистика заражений коронавирусом | 242 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Мэрия Москвы ввела новые меры против коронавируса | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 289 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Оперштаб: В России за последние сутки выявили ещё 11 случаев заражения коронавирусом | статистика заражений коронавирусом | 460 |
| Вконтакте, сообщество "Лентач" | Власти Петербурга запретили проведение массовых мероприятий с 16 марта по 30 апреля | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 295 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В России число случаев заражения коронавирусом увеличилось до 147 случаев | статистика заражений коронавирусом | 258 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Россия ограничивает полеты в Великобританию, США и ОАЭ | Профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 88 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Психологи рассказали, как сохранять спокойствие во время карантина | эксперты | 126 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Перенесший коронавирус мужчина рассказать, как не заболеть | истории людей во время пандемии коронавируса | 154 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Российские школы уйдут на каникулы с 23 марта до 12 апреля  | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 303 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В Турции зафиксировали первую смерть от коронавируса | статистика смертей от коронавируса | 104 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Во всех европейских странах выявили коронавирус | статистика заражений коронавирусом | 214 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Жительница Нижнего Новгорода рассказала, как ее лечили от коронавируса | истории людей во время пандемии коронавируса | 82 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В России число случаев заражения коронавирусом увеличилось до 114 | статистика заражений коронавирусом | 277 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | РПЦ ужесчточила санитарные правила при проведении богослужений | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 137 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В России выздоровели 5 пациенов с коронавирусом | статистика выздоровлений от коронавируса | 179 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Сбежаших из больницы в Коммунарке пациентов вернули в медучреждение | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 156 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | За сутки коронавирусом заразились почти 14 тысяч человек | статистика заражений коронавирусом | 236 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Правительство запустило сайт стопкоронавирус.рф | Профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 130 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Россия закроет въезд для иностранцев до первого мая | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 240 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Вирусолог рассказала, как самостоятельно сделать антисептик для рук | эксперты | 136 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Юрист рассказал, что грозит сбежавшей из-под карантина россиянке | эксперты | 75 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В Москве запретили все мероприятия с более чем 50 участниками | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 144 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Число зараженных коронавирусом в России выросло до 93 человек | статистика заражений коронавирусом | 173 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Правительство объявило о новых мерах по борьбе с коронавирусом | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 102 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Россия закрывает границу с Белоруссией | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 170 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Торговые сети в России начали запасаться продуктами | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 86 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Эксперт рассказал, что поможет снизить риск заражения коронавирусом | эксперты | 134 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Почти 11 тысяч человек в мире заразились коронавирусом за сутки | статистика заражений коронавирусом | 178 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В Италии из-за коронавируса за сутки умерли 368 человек | статистика смертей от коронавируса | 386 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Минобрнауки рекомендовало вузам организовать дистанционное обучение | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 79 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Минпромторг пообещал не закрывать магазины из-за коронавируса | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 138 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В России выявили четыре новых случая заражения коронавирусом | статистика заражений коронавирусом | 162 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В ВОЗ объяснили высокую смертность от коронавируса в Италии | статистика смертей от коронавируса | 151 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Трое россиян заразились коронавирусом на территории страны | статистика заражений коронавирусом | 139 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | РЖД объявили об отмене поездов, следующих через Украину и Молдавию | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 83 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | РЖД отменили поезда в Берлин и Париж | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 130 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Более 70 человек заразились коронавирусом за сутки в Южной Корее | статистика заражений коронавирусом | 97 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Число заразившихся коронавирусом вне Китая превысило 61 тысячу человек | статистика заражений коронавирусом | 165 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В Италии снизилась смертность от коронавируса | статистика смертей от коронавируса | 166 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Пушков призвал полностью закрыть границы с европейскими странами | эксперты | 162 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Число заболевших коронавирусом в России выросло до 59 человек | статистика заражений коронавирусом | 209 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Россия усилит контроль в аэропортах и на вокзалах из-за COVID-19 | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 89 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В Роспотребнадзоре рассказали, чем коронавирус отличается от гриппа | эксперты | 67 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Мишустин одобрил комплекс мер по борьбе с распространением COVID-19 | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 106 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Власти Москвы ввели свободное посещение школ из-за коронавируса | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 87 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Медики рассказали о тяжелых последствиях коронавируса | эксперты | 206 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Число зараженных в Южной Корее за сутки выросло до 8086 | статистика заражений коронавирусом | 127 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В США от коронавируса могут умереть до 1,7 миллиона человек | статистика смертей от коронавируса | 178 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Россия ограничит авиасобщение со странами Европы из-за коронавируса | Профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 202 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | На лайнере Costa Magica, где выявили коронавирус, находятся 30 россиян | статистика заражений коронавирусом | 152 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В России выявили 11 новых случаев заражения коронавирусом | статистика заражений коронавирусом | 315 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В Ленинградской области выявили первый случай заражения коронавирусом | статистика заражений коронавирусом | 91 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В России выписали восьмерых заболевших коронавирусом | статистика выздоровлений от коронавируса | 87 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Жена Овечкина пожаловалась на нехватку продуктов в США из-за COVID-19 | истории людей во время пандемии коронавируса | 148 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | Роспотребнадзор дал совет для профилактики коронавируса | эксперты | 85 |
| Вконтакте, сообщество "Риа новости" | В Китае назвали сроки окончания пандемии коронавируса | эксперты | 74 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | В Москве возросло число выявленных случаев заражения коронавирусом | статистика заражений коронавирусом | 86 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | Мишустин сообщил об испытании шести препаратов от коронавируса | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 97 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | Выявлен новый случай заражения коронавирусом в России | статистика заражений коронавирусом | 120 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | Специалисты рассказали, помогают ли антисептики от коронавируса | эксперты | 73 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | Российские учёные сказали, когда может быть внедрена вакцина от коронавируса | эксперты | 153 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | Возросло число жертв от коронавируса в мире | статистика смертей от коронавируса | 142 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | В одной из стран введён общенациональный карантин | карантин во время пандемии коронавируса | 119 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | Названо число жертв коронавируса в США | статистика смертей от коронавируса | 126 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | Заявление Роспотребнадзора насчёт вакцины против COVID-19 | эксперты | 419 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | На Украине возросло число смертей от коронавируса | статистика смертей от коронавируса | 142 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | В России зафиксировали новые случаи заражения коронавирусом | статистика заражений коронавирусом | 107 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | «К огромному сожалению, у нас первая потеря»: в России зафиксирована смерть от коронавируса | статистика смертей от коронавируса | 144 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | Впечатляющее достижение российских учёных на фоне распространения коронавируса | эксперты | 70 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | Власти допустили усиление мер для борьбы с коронавирусом в России | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 107 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | У ещё одного россиянина выявили коронавирус | статистика заражений коронавирусом | 76 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | Тревожные данные о числе заражённых коронавирусом в ФРГ | статистика заражений коронавирусом | 76 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | Последние данные о жертвах коронавируса в Италии | статистика смертей от коронавируса | 89 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | «Это невероятное достижение»: глава ВОЗ сообщил о начале испытаний вакцины против COVID-19 | эксперты | 111 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | Возросло число новых случаев заражения коронавирусом в России | статистика заражений коронавирусом | 94 |
| Вконтакте, сообщество "Новости RT на русском" | Мишустин поручил ввести ограничения на полёты в отношенииряда стран | профилактическая политика России во время пандемии коронавируса | 59 |

1. Статистика социальных сетей // brand analytics. [Электронный ресурс]. URL: https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2019/ (дата обращения: 12.01.2020). [↑](#footnote-ref-1)
2. Уведомление Национальной комиссии здравоохранения КНР о предварительном присвоении названия новой коронавирусной пневмонии. Национальный комитет здравоохранения КНР. [Электронный ресурс]. URL: https://www.rosminzdrav.ru/news/2020 (дата обращения: 9.02.2020). [↑](#footnote-ref-2)
3. Tracking Coronavirus COVID-19 URL: https://coronavirus-monitor.ru/ (дата обращения: 28.02.2020). [↑](#footnote-ref-3)
4. Голикова объяснила невозможность получить штамм коронавируса в России. . [Электронный ресурс]. URL: https://www.rbc.ru (дата обращения: 28.02.2020). [↑](#footnote-ref-4)
5. Россия временно запретила въезд гражданам Китая. [Электронный ресурс]. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4260060 (дата обращения: 28.02.2020). [↑](#footnote-ref-5)
6. Россия теряет 1 млрд рублей в день от снижения товарооборота с Китаем из-за коронавируса. [Электронный ресурс]. URL: https://tass.ru/ekonomika (дата обращения: 28.02.2020). [↑](#footnote-ref-6)
7. Новое невежество. Как создаются фейки о коронавирусе: технологию раскрывает фольклорист Александра Архипова. [Электронный ресурс]. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/05/09/85307-novoe-nevezhestvo> (дата обращения: 21.05.2020) [↑](#footnote-ref-7)
8. Запад становится ближе На фоне коронавируса россияне демонстрируют усталость от внешнеполитической конфронтации. [Электронный ресурс]. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4259349 (дата обращения: 20.03.2020). [↑](#footnote-ref-8)
9. Аудитория социальных сетей в России 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://popsters.ru/blog/post/auditoriya-socsetey-v-rossii> (дата обращения: 20. 04.2020). [↑](#footnote-ref-9)
10. Эксперты проанализировали сообщения русскоязычных пользователей соцсетей о коронавирусе. [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/obschestvo/7609917> (дата обращения 20.04.2020). [↑](#footnote-ref-10)