



УДК 070 (470.340)

DOI: 10.21209/1996-7853-2021-16-4-169-178

**Дмитрий Михайлович Рогозин,***Центр полевых исследований,**Институт социального анализа и прогнозирования РАНХиГС**(г. Москва, Россия),**<https://orcid.org/0000-0001-7879-1111>**e-mail: rogozin@ranepa.ru***Елена Васильевна Вьюговская,***Центр полевых исследований,**Институт социального анализа и прогнозирования РАНХиГС**(г. Москва, Россия),**<https://orcid.org/0000-0003-3488-6025>**e-mail: vyugovskaya-ev@ranepa.ru*

### Три гипотезы о медиасреде в условиях распространения коронавируса

В рамках ежемесячного мониторинга социально-экономического положения и поведения населения в условиях распространения коронавируса командой Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС в середине апреля 2020 г. проведено онлайн-исследование в социальных сетях Facebook и Instagram, затрагивающее вопросы доверия официальной информации и восприятия угрозы пандемии для общественного/индивидуального здоровья и экономики страны/личного материального положения. В свете развития эпидемии высокий интерес к новостям о проблеме заболевания сопровождался снижением уровня доверия аудитории к сведениям, публикуемым в СМИ – 28 % опрошенных высказывались, что доверяют официальной информации о коронавирусе в полной или значительной мере, в то время как 69 % признавались, что доверяют лишь отчасти или совершенно не доверяют ей. Наибольшую же угрозу распространение инфекции, по мнению большинства респондентов, представляло для государственной экономики (85 %) и здоровья всего населения (47 %). Полученные данные позволили актуализировать ряд суждений: 1) о зависимости роста недоверия к официальным источникам и распространения неподтвержденной информации (слухов); 2) о воздействии пандемического социального контекста на характер публикуемой информации; 3) о формировании нового языка описания текущих событий, позволяющего адекватно воспринимать и интерпретировать происходящие социальные изменения. Благодаря обзору релевантных публикаций других авторов, подкреплённому эмпирическим массивом, основанным на опросах общественного мнения, указанные гипотезы подвергаются проверке, усиливаются новыми аргументами и предположениями. Авторами предлагается комбинированный, междисциплинарный подход в целях расширения перспектив анализа для широкой заинтересованной аудитории и дальнейшего изучения медиадискурса, осмысления влияния медийных ресурсов на общественное мнение и повседневное общение россиян.

**Ключевые слова:** доверие, коронавирус, медиасреда, опросы общественного мнения, социальные сети, СМИ, COVID-19

**Благодарность:** Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы государственного задания РАНХиГС № 1.1 «Социально-экономическое положение России: статистический и социологический анализ».





**Dmitry M. Rogozin,**  
Field Research Center,  
Institute of Social Analysis and Forecasting,  
Russian Presidential Academy for National Economy and Public Administration (RANEPA)  
(Moscow, Russia),  
e-mail: rogozin@ranepa.ru  
<https://orcid.org/0000-0001-7879-1111>

**Elena V. Vyugovskaya,**  
Field Research Center,  
Institute of Social Analysis and Forecasting,  
Russian Presidential Academy for National Economy and Public Administration (RANEPA)  
(Moscow, Russia),  
e-mail: vyugovskaya-ev@ranepa.ru  
<https://orcid.org/0000-0003-3488-6025>

### Three Hypotheses about the Media Content Amidst the Coronavirus Infection

The team of the Institute for Social Analysis and Forecasting (RANEPA) conducted an online survey on social networks Facebook and Instagram in the middle of April 2020. The survey as a part of the regular monitoring research concerning social status and behavior of the population amidst the coronavirus infection (COVID-19) deals with the issues of trust to official information as well as perception of threat of the pandemic for public and individual health, for the country's economy and personal financial situation. In the context of epidemiological situation, a high demand in news about the disease was accompanied by a decrease of confidence in the information published in the media, i. e. 28 % of respondents commented that they fully or significantly trust official information about the coronavirus, while 69 % admitted that they partially trust it or do not trust at all. Even so according to most respondents the greatest threat of coronavirus spreading was raised by the state economy (85 %) and the public health (47 %). The obtained data helps to maintain several statements: 1) the dependence of the growth of mistrust in official sources and the spread of unconfirmed information (rumors); 2) the impact of the pandemic social context on the nature of official information; 3) the formation of a new language for describing current events and making possible to perceive and interpret the ongoing social changes. Through a review of relevant publications by the other authors, supported by the empirical data based on public opinion polls, the above listed hypotheses are tested and reinforced with new arguments and assumptions. The authors propose a combined, interdisciplinary approach to expand the prospects for analysis for a wide audience and to continue studying the media discourse, understanding the influence of media resources on public opinion and everyday communication in Russia.

**Keywords:** trust, coronavirus, mass media content, opinion polls, social networks, media, COVID-19

**Acknowledgment:** The article was written on the basis of the RANEPA state assignment research program No. 1.1 "Social and economic situation in Russia: statistical and sociological analysis".

**Введение.** Эпидемия коронавируса – глобальное и длительное событие, переопределившее жизнь всего человечества. Невозможно найти ни одного государства, сообщества, человека, которых бы в той или иной степени не затронули прямые или косвенные последствия эпидемии [1–4]. Массовая трансформация медийной повестки затронула и научные журналы. На 14 ноября 2020 г. в Национальной библиографической базе данных научного цитирования (РИНЦ) насчитывается 30 086 публикаций, содержащих в заглавии, аннотации или ключевых словах термин «пандемия», 15 633 – «коронавирус», 15 103 – «COVID-19».

Многие из этих статей проходные, конъюнктурные, одноразовые. Но уже выделяются публикации, которые позволяют формировать исследовательскую повестку,

формулировать гипотезы, находить зависимости, конструировать эмпирические и теоретические описания. К таковым относится статья Ксении Дементьевой, ранее опубликованная в научном журнале «Гуманитарный вектор» и отражающая особенности медиаповестки и вовлечённости аудитории в Республике Мордовия [5]. Автор провела анализ пабликов крупнейших медиаизданий Мордовии, в ходе которого удалось выявить около 2 000 публикаций, имеющих отношение к коронавирусу. Отличная аргументированная подача эмпирического материала об особенностях медиаповестки и вовлечённости аудитории позволила сформулировать три гипотезы.

Во-первых, ссылаясь на экспертов, Ксения Дементьева утверждает, что «при возникшем недоверии общества к власти

возникает склонность делиться друг с другом непроверенной информацией, на людей действует презумпция опасности, что и приводит к распространению фейков» [5, с. 168]. Другими словами, распространение непроверенной информации напрямую связано с недоверием к официальным источникам.

Во-вторых, в журналистике реже употребляется лексика вражды, этнические медиамемы, наблюдается «более ответственное отношение к источникам информации» [Там же, с. 172–173]. Другими словами, пандемия способствовала актуализации этической повестки и переосмыслению роли журналиста в формировании общественного мнения.

В-третьих, «изменения в обществе, связанные с пандемией, инициировали появление неологизмов» [Там же, с. 169], «активное их внедрение в медиасферу» [Там же, с. 173]. Таким образом, мы наблюдаем создание и развитие нового набора понятий, которые входят в обиходный язык, начинают формировать картину мира, позволяющую адекватно воспринимать и интерпретировать происходящие изменения.

Рассмотрим три обозначенные гипотезы в контексте массового опроса.

**Методология и методы исследования.** Институт социального анализа и прогнозирования РАНХиГС уже много лет проводит мониторинг социально-экономического положения в стране. Основанный на выборке, реализованной посредством таргетированных информационных кампаний в социальных сетях, мониторинг позволил измерить мнения относительно ограниченной, но социально значимой аудитории [1, с. 189]. В 2020 г. запланировано и проведено семь онлайн-опросов и четыре телефонных, сформированных на общенациональной выборке. Мы рассматриваем вторую волну онлайн-мониторинга, которая проводилась с 14 по 17 апреля 2020 г. в социальных сетях Facebook и Instagram. Объём неслучайной, потоковой выборки составили 5 011 чел.

Выборка значительно смещена от общероссийского распределения по полу и

уровню образования – доля женщин составляет 73 %, доля лиц с высшим и незаконченным высшим образованием – 70 %. Незначительные смещения наблюдаются по возрасту (доля респондентов от 18 до 34 лет составляет 22 %, от 35 до 54 лет – 45 %, старше 55 лет – 33 %); размеру домохозяйства (проживают одни 16 %, вдвоём – 31 %, троём – 26 %, четвером – 16 %, пять и более – 10 %) и занятости (53 % работают). Другими словами, выборка представляет социально активное население, включённое в медиапоступку, текущее обсуждение слухов и официальной информации.

**Результаты исследования и их обсуждение.** К концу апреля тема коронавируса заняла доминирующее место как в публичных, так и в кулуарных обсуждениях. Однако именно с этого момента началось снижение интереса к публикациям в СМИ, освещающим тему заболеваемости: 68 % читали или слышали их каждый день в конце апреля по сравнению с 79 % в марте. Наблюдались постепенное привыкание к новостной повестке, переход в фоновый режим восприятия разговоров о пандемии [Там же, с. 195]. Низкий уровень доверия населения ко всем без исключения институтам власти – в целом характерная черта российского общества, о чём не перестают писать социологи [6–8]. В первую волну опроса 32 % респондентов выражали недоверие к любым источникам о коронавирусе, демонстрировали неудовлетворённость достоверностью любой информации о COVID-19, публикуемой в медиа. Многие вообще не могли найти точного ответа: доля затруднившихся стала максимальной и доходила до трети опрошенных [1, с. 190].

По данным «Левада-центра», в полной или значительной мере доверяют информации официальных СМИ о коронавирусе 38 % граждан; в нашем опросе информационно активной аудитории второй волны полное и значительное доверие снижается до 28 %, или на 10 процентных пунктов (п. п.). Причём более всего снижается доля в группе, доверяющей в полной мере (табл. 1).

Таблица 1

Уровень доверия к средствам массовой информации, % по столбцу

Доверяете ли вы официальной информации о ситуации с коронавирусом в России, которая распространяется в СМИ?	Онлайн-мониторинг	«Левада-центр» <sup>1</sup>	Различие, п. п. <sup>2</sup>
В полной мере	7	16	-9
В значительной мере	21	22	-1



Окончание табл. 1

Доверяете ли вы официальной информации о ситуации с коронавирусом в России, которая распространяется в СМИ?	Онлайн-мониторинг	«Левада-центр» <sup>1</sup>	Различие, п. п. <sup>2</sup>
Доверяю лишь отчасти	43	35	8
Совершенно не доверяю	26	24	2
Затрудняюсь ответить	3	3	0

<sup>1</sup>Опрос «Левада-центра» проведён 19–25 марта 2020 г. по репрезентативной всероссийской выборке городского и сельского населения объемом 1 624 чел. в возрасте от 18 лет и старше в 137 населённых пунктах, 50 субъектах РФ. Исследование проводится на дому у респондента методом личного интервью. Распределение ответов приводится в процентах от общего числа опрошенных. Источник: <https://www.levada.ru/2020/03/26/pandemiya-koronavirusa>.

<sup>2</sup>Разность между онлайн-мониторингом и личным опросом

Большинство населения доверяют официальным СМИ лишь отчасти. Среди пользователей социальных сетей доля таких граждан составляет 43 %, в то время как в целом по стране – 35 %. Доля совершенно не доверяющих различается меньше, всего на 2 п. п.: 26 % пользователей сетей и 24 % населения в целом.

Настороженность и избирательность, с которой респонденты относятся и подходят к открытым информационным источникам, находили выражение в многочисленных суждениях о недоверии «экспертным» оценкам, сомнениях в правильности принимаемых решений, необходимости привлечения профильных, в первую очередь медицинских специалистов к обсуждению социальных изменений в связи с пандемией, а также привлечения к ответственности тех, кто распространяет необоснованные сведения:

– Хотелось бы более точной информации СМИ (женщина, 46 лет, Волгоградская область);

– Оценивать степень угрозы и необходимость тех или иных мер следовало специалистам-эпидемиологам, а не менеджерам (женщина, 48 лет, Московская область);

– Ужесточить меры по ложным новостям и фейкам в соцсетях! (женщина, 61 год, Московская область);

– Категорически против запугивания людей. Люди общаются между собой и делятся информацией, умеющие анализировать, могут отличить правду от лжи (женщина, 57 лет, г. Москва).

Мы не можем однозначно утверждать о том, что отсутствие доверия приводит к росту слухов и сплетен, однако обнаруживается зависимость между включённостью в медиасреду, активным участием в распространении информации и падением уровня доверия к официальным СМИ. Возможны два варианта: 1) либо участие в дискуссиях, обсуждениях, активном потреблении информационных ресурсов приводит к падению доверия официальным источникам; 2) либо утрата доверия к официальным СМИ приводит к активному потреблению неофициальных источников и последующему распространению информации, не всегда соответствующей действительности.

В апреле 2020 г., когда проводился опрос, угроза здоровью из-за эпидемии коронавируса воспринималась в основном через средства массовой информации. В повседневной жизни подавляющего большинства россиян не было каких-либо проявлений заболевания. Люди не сталкивались с вирусом сами, но читали, слышали и смотрели о его разрушительных воздействиях. Отсюда сдержанность в оценках и различия в личных и общественных страхах. Во-первых, большая часть населения определяла угрозу умеренной и незначительной. Во-вторых, заметна существенная разница между страхом за личное здоровье и за здоровье других: значительной угрозу здоровью населения называют 47 % опрошенных, личному здоровью – лишь 23 % (табл. 2).

Таблица 2

Восприятие угрозы здоровью от распространения коронавируса, % по столбцу

В настоящее время угроза здоровью... от распространения коронавируса (в России) – значительная, умеренная, незначительная или нет никакой угрозы?	Населения	Вашему личному	Различие, п. п. <sup>1</sup>
Значительная	47	23	24
Умеренная	28	34	-6



Окончание табл. 2

<b>В настоящее время угроза здоровью... от распространения коронавируса (в России) – значительная, умеренная, незначительная или нет никакой угрозы?</b>	<b>Населения</b>	<b>Вашему личному</b>	<b>Различие, п. п. <sup>1</sup></b>
Незначительная	10	21	-11
Нет никакой угрозы	7	14	-7
Затрудняюсь ответить	7	8	-1

<sup>1</sup>Разность между ответами об угрозе здоровью населения и личному здоровью

Высокие риски опасности и негативные последствия от коронавируса не подвергаются сомнениям, однако тенденция в различии оценок личного и общественного сохраняется и в восприятии экономи-

ческой угрозы. Уровень страха двукратно возрастает: уже 85 % опрошенных заявляют о наличии угрозы экономике страны и 56 % – личному материальному положению (табл. 3).

Таблица 3

Восприятие экономической угрозы от распространения коронавируса, % по столбцу

<b>В настоящее время угроза... от распространения коронавируса (в России) – значительная, умеренная, незначительная или нет никакой угрозы?</b>	<b>Экономике России</b>	<b>Вашему материальному положению</b>	<b>Различие, п. п. <sup>1</sup></b>
Значительная	85	56	29
Умеренная	9	27	-18
Незначительная	1	8	-7
Нет никакой угрозы	2	6	-4
Затрудняюсь ответить	3	3	0

<sup>1</sup>Разность между ответами об угрозе экономике страны и личному материальному положению

К. Дементьева обнаружила снижение лексики вражды в публикациях журналистов, интерпретируя это как более ответственное отношение к источникам информации. Но возможна и альтернативная интерпретация отсутствия лексических конструкций, разделяющих мир на своих и чужих, приписывающих чужим образ врагов. Пандемия коронавируса носит глобальный характер и затрагивает весь мир, всё общество. Респонденты в большей мере видят угрозу для всей страны, нежели для себя и своей семьи. Такое общественное мнение блокирует какие-либо попытки разделения на своих и чужих, появления иной, отличительной от других самоидентификации. Речь может идти не об ответственном отношении к информации, а об изменении характера информации, в которой уже не предусмотрены и невозможны частные признаки сегрегации, исключительности или особенности какой-либо группы.

К. Дементьева подчёркивает формирование нового языка описания, отражающего и формирующего восприятие новой коронавирусной реальности. Журналисты выступают в данном случае евангелистами

новой обыденности, подталкивая к активному употреблению неологизмов: «ковидиот» (ковид+идиот); «карантини» (карантин+мартини); «карантикулы» (карантин+каникулы); «карантье» (карантин+рантье – обладатели домашних собак); «ковидарность» (ковид+солидарность); «корониал» (коронавирус+миллениал); «зумиться» (от названия программы Zoom); «инфодемия» (информация+эпидемия); «карантинки» (карантин+картинки); «маскобесие» (маска+мракобесие) и др. [5, с. 169]. Эта обыденность пока остаётся лишь в медиасфере. В обыденной речи, опросах общественного мнения люди обходятся без употребления этих слов, рассказывая о своём восприятии коронавирусной инфекции, переживании происходящего. На открытый вопрос об угрозах в ходе второй волны опроса, выполненного в апреле 2020 г., не прозвучало ни одного неологизма нового коронавирусного времени:

– Если ситуация с вирусом действительно серьёзная, то необходимо вводить официальный режим ЧС со всеми необходимыми выплатами населению, предпринятиям, бизнесу (женщина, 30 лет, Ставропольский край);



– Введение форс-мажора для недопущения полного развала экономики (мужчина, 61 год, г. Москва);

– Был задан вопрос, как влияет на экономику страны коронавирус. Я ответила – никак. На экономику влияют меры, вызванные эпидемией (женщина, 61 год, г. Санкт-Петербург);

– Проблемы в экономике есть и будут не из-за вируса, а из-за неэффективного управления. Вирус – это ширма для несостоятельных руководителей (мужчина, 35 лет, Москва);

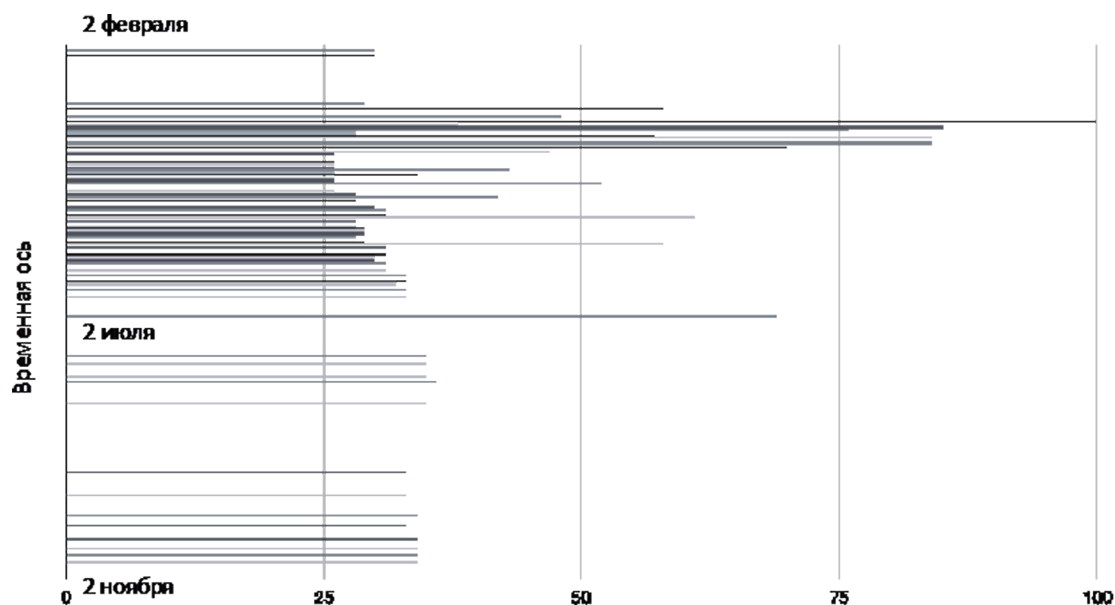
– Стоит ли ради победы над не самой смертельной болезнью разрушать экономику страны? (женщина, 68 лет, Владимирская область);

– Верните обычную жизнь. То, что творится сейчас, убьёт людей больше, чем вирус!!! (мужчина, 54 года, г. Санкт-Петербург).

Вместе с тем именно на конец марта и апрель приходится максимальный интерес к неологизмам, отражённый в поисковых запросах. В конце октября и начале ноября, когда наблюдается большой по сравнению с весной всплеск диагностики коронавируса и медиаповестка насыщена

информацией об эпидемии, уровень поисковых запросов на неологизмы составляет примерно треть от максимальных значений, фиксируемых в начале эпидемии, что отражено на рисунке (данные поисковых запросов, зафиксированные в Google Trends. Аналитика сформирована 15 ноября 2020 г.).

Нельзя сказать, что новые понятия, определяющие коронавирусную реальность, вошли в повседневную речь. Описывая ситуацию, жалуясь, негодуя, передавая новости, люди используют привычную лексику, избегая неологизмов. Всплеск интереса отражает периоды, когда ухудшается эпидемиологическая ситуация [9], и журналисты чаще начинают использовать в своих материалах новообразованные слова. Пока речь может идти лишь о словотворчестве, дополнительных усилиях по эстетическому обогащению речи, нежели о формировании новой языковой обыденности. Есть большая вероятность того, что неологизмы останутся локальными словоформами, отражающими конкретный промежуток времени конкретного локального сообщества, особенностью речи отдельных, наиболее чувствительных и поэтически настроенных носителей русского языка.



Пять наиболее часто используемых в России неологизмов из списка К. Дементьевой («ковидиот», «карантини», «карантинкулы», «инфодемия», «карантинки»), %

Five most frequently used in Russia neologisms from the list of K. Dementieva («covidiot», «quarintini», «quarantine holidays», «infodemic», «quarantines»), %



Медиаповестка в связи с эпидемией коронавируса, несомненно, изменилась, но это изменение носит не тотальный и не этический характер, не привело к росту ответственности, солидарности, мобилизации общественного интереса, скорее, опосредовано текущими травмирующими событиями, которые отражали средства массовой информации. Отсюда можно предположить «событийность происходящего» [10, с. 17], временную и пространственную локальность текущего коронавирусного дискурса и последующую трансформацию его основных маркеров.

Анализируя схожий по структуре материал восприятия медийного контекста через комментирование публикаций, Надежда Шпильная приходит к выводу о преувеличенной роли медиатекстов в формировании картины мира носителя языка [11, с. 26]. Автор рассматривает более локальное, но весьма резонансное событие крушения украинского пассажирского самолёта в Тегеране. Журналистами событие подавалось через последовательное опредмечивание события, оформление пропозиционального фрейма, состоящего из слотов (по Шпильной): 1) причина крушения; 2) траур в Украине как результат события; 3) отказ Ирана передавать чёрные ящики; 4) рекомендация Росавиации не летать над Ираном и Ираком; 5) признание Ираном своей вины в крушении. При этом восприятие медиатекста, проявленное в интернет-комментариях, скорее, характеризовало актуализацию актантов (следствие, результат, каузатор, объект, цель), нежели усвоение предложенного фрейма. Носители языка интерпретировали «политическое медиасобытие», выходя за пределы его текстовой версии [Там же, с. 25; 12], инкорпорировали прочитанное в текущий обыденный контекст.

Сформулированные К. Дементьевой представления о сокращении лексики вражды могут указывать на особенности анализируемых медиа, поскольку, как правило, исследователи фиксируют обратную ситуацию: рост ксенофобии, неприятия и нетерпимости [2]. Весной во многих городах России был введён режим изоляции, закрыты публичные места, приостановлена работа тысяч организаций, фактически, реализован локдаун, что формировало критическое отношение в обществе и ещё более усугубляло риски формирования негативного ме-

диадискурса [13]. Столь травмирующая социальная среда обычно способна привести к образованию дискурса вражды, нежели его существенному сокращению.

Так, описывая медиаситуацию весны 2020 г. во Вьетнаме, Хоа и Ан Нгуыены также отмечают наличие высокого уровня недоверия к власти и высокий уровень распространения слухов и домыслов по социальным сетям [14, с. 445]. В отличие от наблюдения российской ситуации, исследователи отмечают высочайший уровень агрессии и неприятия в сообщениях, связывая происходящее, прежде всего, с низким уровнем информирования общества по официальным каналам. Возможно, причина большей склонности делиться слухами и домыслами кроется не в недоверии к власти, а в отсутствии своевременной и адекватной информации, публикуемой в официальных источниках. В отличие от вьетнамской ситуации, российские органы власти всех уровней практически сразу включились в формирование информационной повестки, что могло повлиять на снижение агрессии, враждебности и недоверия в медиaprостранстве.

Указывая на небывалый рост присутствия жителей Индии в социальных медиа в период локдауна, Нитика Шарма акцентирует внимание на другом факторе – снижении мобильности и возможности личного общения, смешной и безальтернативной необходимости осваивать электронные ресурсы [по: 15, с. 172]. Альтернатива одна – одиночество, изолированность и резкое падение уровня субъективного благополучия. Социальные медиа – более доступны для восприятия и понимания, нежели официальные источники. Речь идёт не об отсутствии доверия или страха перед неопределённым будущим, а о доступности и понятности медиасообщений, производимых людьми из однородной, понятной социальной среды.

Представленные результаты социального исследования РАНХиГС и наблюдения других авторов призваны уточнить и обогатить выбранный К. Дементьевой метод контент-анализа альтернативным подходом, основанным на опросах общественного мнения. Подобная комбинированная, междисциплинарная постановка исследовательских вопросов несёт в себе угрозы смешения аргументов, но позволяет расширить перспективы применения анализа для широких



заинтересованных групп и скорректировать выводы, подчас являющиеся поспешными и не вполне аргументированными.

**Заключение.** Приведённая в данной статье аргументация не позволяет подтвердить или опровергнуть перечисленные ранее гипотезы. Однако уже в настоящее время достаточно информации для уточнения гипотетических утверждений и конструирования опросного инструмента, отвечающего задачам фальсификации (по Попперу) собранного ранее эмпирического и теоретического материала.

Во-первых, гипотеза о зависимости распространения непроверенной информации от недоверия к официальным источникам может быть проверена через формирование серии независимых переменных, отражающих включённость аудитории в распространение слухов, сплетен и пересудов. Насколько снижение доверия к официальным источникам информации приводит к большему включению в неформальные, сетевые отношения и расширению корреспондентов для получения и передачи информации, можно проверить через включение в анализ социально-психологических характеристик респондентов, позволяющих нивелировать

факторы личных пристрастий и психологических особенностей.

Во-вторых, гипотеза о трансформации журналистского сообщества в сторону более этического поведения требует дополнительной аргументации и накопления материала за продолжительный период времени, что позволит выделить влияние текущих, контекстуальных особенностей медиасреды, обозначить динамику изменения стилистических и семантических особенностей публикаций.

В-третьих, гипотеза о формировании нового набора понятий и обогащении языка неологизмами требует проведения контент- и дискурс-анализа в различных средах, расширенного анализа контекста употребления неологизмов и речевых особенностей, субъективных факторов и социальных ролей участников коммуникации.

Эпидемия коронавируса переопределила жизнь всего человечества, в том числе трансформировала исследовательскую повестку, в которой работы К. Дементьевой и других авторов формируют хороший фундамент для продолжения поиска и формирования новых гипотез, опровергающих исследовательские и обыденные предрассудки.

#### Список литературы

1. Авксентьев Н. А., Агранович М. Л., Акиндинова Н. В. и др. Общество и пандемия: опыт и уроки борьбы с COVID-19 в России / под ред. В. А. Мау, Г. И. Идрисова, Я. И. Кузьминова, А. Д. Радыгина, В. А. Садовничий, С. Г. Синельникова-Мурылева. М., 2020. 744 с.
2. Klingberg T. More than viral: Outsiders, others, and the illusions of covid-19 // *Eurasian Geography and Economics*. 2020. Vol. 61. Pp. 362–373. DOI: 10.1080/15387216.2020.1799833.
3. Paul E., Brown G. W., Ridde V. COVID-19: Time for paradigm shift in the nexus between local, national and global health // *BMJ Global Health*. 2020. Vol. 5. Art. e002622. DOI: 10.1136/bmjgh-2020-002622.
4. WHO. Weekly operational update on COVID-19. Текст: электронный // World Health Organization; Health emergencies programme. 2020. 13 November. URL: file:///Users/nizgoraev/Downloads/wou-13-november-cleared.pdf (дата обращения: 15.04.2021).
5. Дементьева К. В. Медиакоммуникация региона в условиях распространения коронавируса: особенности медиаповестки и вовлечённости аудитории // *Гуманитарный вестник*. 2020. Т. 15, № 5. С. 166–175.
6. Гудков Л. Доверие в России: смысл, функции, структура // *Новое литературное обозрение*. 2012. № 117. С. 249–280.
7. Козырева П. М. Доверие и его ресурсы в современной России. М.: Ин-т социологии РАН, 2011. 172 с.
8. Терин Д. Ф. Конструкция политического доверия в России: эффективность и справедливость политических институтов // *Социологический журнал*. 2018. Т. 24, № 2. С. 90–109.
9. Grishina A. V., Abakumova I. V. Informational behavior in the covid-19 pandemic: psychological predictors // *International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education*. 2020. Vol. 8, no. 5. Pp. 59–67.
10. Рогозина И. В. Репрезентация категории событийности в англоязычном новостном блоге // *Филология и человек*. 2015. № 3. С. 17–28.
11. Шпильная Н. Н. Модели интерпретации политического медиасобытия в профессиональном и обыденном медиадискурсе // *Политическая лингвистика*. 2020. № 5. С. 22–28.
12. Карасик В. И. Эпидемия в зеркале медийного дискурса: факты, оценки, позиции // *Политическая лингвистика*. 2020. № 2. С. 25–34.





13. Ren X. Pandemic and lockdown: A territorial approach to covid-19 in China, Italy and the United States // Eurasian Geography and Economics. 2020. Vol. 61. Pp. 1–12. DOI: 10.1080/15387216.2020.1762103.

14. Nguyen H., Nguen A. Covid-19 misinformation and the social (media) amplification of risk: A Vietnamese perspective // Media and Communication. 2020. Vol. 8, No. 2. Pp. 444–447.

15. Ghosh R. Psychological impact of social media during COVID-19 pandemic lockdown // International Journal of Multidisciplinary Educational Research. 2020. Vol. 9, No. 5. Pp. 171–178.

**Статья поступила в редакцию 20.05.2021; принята к публикации 22.06.2021**

#### **Сведения об авторах**

*Рогозин Дмитрий Михайлович*, кандидат социологических наук, Центр полевых исследований, Институт социального анализа и прогнозирования РАНХиГС; 119034, Россия, г. Москва, Пречистенская наб., 11, стр. 1; e-mail: rogozin@ranepa.ru; <https://orcid.org/0000-0001-7879-1111>.

*Вьюговская Елена Васильевна*, научный сотрудник, Центр полевых исследований, Институт социального анализа и прогнозирования РАНХиГС; 119034, Россия, г. Москва, Пречистенская наб., 11, стр. 1; e-mail: vyugovskaya-ev@ranepa.ru; <https://orcid.org/0000-0003-3488-6025>.

#### **Вклад авторов:**

Д. М. Рогозин – основной автор, систематизировал материал, формулировал выводы.

Е. В. Вьюговская проводила исследование, оформляла статью.

#### **Для цитирования:**

*Рогозин Д. М., Вьюговская Е. В.* Три гипотезы о медиасреде в условиях распространения коронавируса // Гуманитарный вектор. 2021. Т. 16, № 4. С. 169–178. DOI: 10.21209/1996-7853-2021-16-4-169-178.

#### **References**

1. Avksentyev, N. A., Agranovich, M. L., Akindinova, N. V. et al. Society and pandemic: experience and lessons in combating COVID-19 in Russia. Ed. by V. A. Mau, G. I. Idrisov, Ya. I. Kuz'minov, A. D. Radygin, V. A. Sadovnichiy, S. G. Sinel'nikov-Murylev. M: 2020. (In Rus.)

2. Klingberg, T. More than viral: Outsiders, others, and the illusions of Covid-19. Eurasian Geography and Economics, vol. 61, pp. 362–373, 2020. DOI: 10.1080/15387216.2020.1799833. (In Engl.)

3. Paul, E., Brown, G. W., Ridde, V. COVID-19: Time for paradigm shift in the nexus between local, national and global health // BMJ Global Health, vol. 5, 2020. Art. e002622. DOI:10.1136/bmjgh-2020-002622. (In Engl.)

4. WHO. Weekly operational update on COVID-19 / World Health Organization; Health emergencies programme. 2020. 13 November. Web. 15.04.2021. <https://www.who.int/publications/m/item/weekly-operational-update-on-covid-19-13-november-2020>. (In Engl.)

5. Dementyeva, K. V. Media communication in the region amid the spread of coronavirus: special aspects of the media agenda and audience engagement. Humanitarian Bulletin, no. 5, pp. 166–175, 2020. (In Rus.)

6. Gudkov, L. Trust in Russia: meaning, functions, structure. New Literary Review, no. 117, pp. 249–280, 2012. (In Rus.)

7. Kozyreva, P. M. Trust and its resources in modern Russia. M: In-t sociologii RAN, 2011. (In Rus.)

8. Terin, D. F. The Construction of political trust in Russia: efficiency and fairness of political institutions. Sociological journal, no. 2, pp. 90–109, 2018. (In Rus.)

9. Grishina, A. V., Abakumova, I. V. Informational behavior in the covid-19 pandemic: psychological predictors. International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education, no. 5, pp. 59–67, 2020. (In Engl.)

10. Rogozina, I. V. Representation of the category of eventfulness in an English-language news blog. Philology and human, no. 3, pp. 17–28, 2015. (In Rus.)

11. Shpilnaya, N. N. Models of interpretation of political media events in professional and everyday media discourse. Political linguistics, no. 5, pp. 22–28, 2020. (In Rus.)

12. Karasik, V. I. Epidemic in the mirror of media discourse: facts, assessments, positions. Political linguistics, no. 5, pp. 25–34, 2020. (In Rus.)

13. Ren, X. Pandemic and lockdown: A territorial approach to covid-19 in China, Italy and the United States. Eurasian Geography and Economics, vol. 61, pp. 1–12, 2020. DOI: 10.1080/15387216.2020.1762103. (In Engl.)

14. Nguyen, H., Nguen, A. Covid-19 misinformation and the social (media) amplification of risk: A Vietnamese perspective. Media and Communication, no. 2, pp. 444–447, 2020. (In Engl.)



15. Ghosh, R. Psychological impact of social media during covid-19 pandemic lockdown. International Journal of Multidisciplinary Educational Research, no. 5, pp. 171–178, 2020. (In Engl.)

**Received: May 20, 2021; accepted for publication June 22, 2021**

**Information about authors**

*Rogozin Dmitry M.*, Candidate of Sociology, Field Research Center, Institute of Social Analysis and Forecasting, Russian Presidential Academy for National Economy and Public Administration (RANEPA); 1 bld. 11, Prechistenskaya emb., Moscow, 119034, Russia; e-mail: rogozin@ranepa.ru; <https://orcid.org/0000-0001-7879-1111>.

*Vyugovskaya Elena V.*, Researcher, Field Research Center, Institute of Social Analysis and Forecasting, Russian Presidential Academy for National Economy and Public Administration (RANEPA); 1 bld. 11, Prechistenskaya emb., Moscow, 119034, Russia; e-mail: vyugovskaya-ev@ranepa.ru; <https://orcid.org/0000-0003-3488-6025>.

**Contribution of authors:**

D. M. Rogozin – the main author, definition of goals and objectives of the study, description of the methodology, formulation of conclusions.

E. V. Vyugovskaya research, article design.

**For citation:**

*Rogozin D. M., Vyugovskaya E. V.* Three Hypotheses about the Media Content Amidst the Coronavirus Infection // Humanitarian Vector. 2021. Vol. 16, No. 4. Pp. 169–178. DOI: 10.21209/1996-7853-2021-16-4-169-178.