

**Формирование актуальной повестки дня на примере заголовков об отечественной вакцине в онлайн-СМИ**

**Научный руководитель – Коренюшкина Светлана Ильинична**

***Сметанина Анастасия Михайловна***

*Студент (магистр)*

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра медиадизайна и информационных технологий, Санкт-Петербург, Россия

*E-mail: Nastyaarch@mail.ru*

Одной из основных задач СМИ является освещение событий в непрекращающемся потоке новостей, что приводит к формированию повестки дня. Во время пандемии главным инфоповодом стал процесс разработки отечественной вакцины от COVID-19, что больше обычного вызвало соревнование СМИ за аудиторию и формирование определенных мнений.

В своем исследовании мы выбрали публикации об отечественной вакцине на сайтах «Российской газеты», «Известий» и издания «Новая Газета». Хронологические рамки наблюдения: 1-15 мая, 1-15 августа и 1-15 ноября, поскольку в мае стали появляться публикации о разработке отечественной вакцины от COVID-19, в августе она была зарегистрирована, а в ноябре получила массовое распространение и вызвала интерес у зарубежных стран. Всего, таким образом, проанализированы 287 публикаций. Также мы провели опрос с целью выявления отношения аудитории к вакцине от COVID-19, чтобы отразить эффекты фреймирования повестки дня.

Исследование показало, что интерес к отечественной вакцине сохранялся во все периоды, однако не все СМИ освещали тему равномерно: гораздо больше о ней писали правительственные издания.

Так, на сайте «Новой газеты» об этом вышло четыре публикации в мае, три - в августе и всего две - в ноябре. Тон публикаций в начале был критическим, а затем сменился на нейтральный. В целом публикации на сайте «Новой газеты» уделяли внимание формированию личной позиции и освещению частных инфоповодов.

«Российская газета» опубликовала 16 новостей о вакцине в мае, 65 - в августе и 43 - в ноябре. В качестве представителя власти с первых публикаций издание выстраивало позитивный образ вокруг отечественной вакцины. Вместе с использованием клишированных заголовков («Гены против вируса», «Тяжело в лечении...»), в заголовочных комплексах в динамике все чаще можно было встретить такие слова как «эффективный», «действенный», «доступный». Также авторы делали акцент на мнении экспертов или авторитетных лиц и такой настрой сохранился на всем протяжении наблюдения.

На сайте «Известий» в мае опубликовано 13 новостей об отечественной вакцине, 81 - в августе и 60 - в ноябре. «Известия» в начале уделяли достаточно внимания мнениям экспертов («Академик РАН рассказал...», «В ФМБА заявили...», «Скоро человечество получит реально действующее лекарство от COVID-19»), а также развитию ситуации в других странах. В августе все внимание было приковано к регистрации первой отечественной вакцины Спутник V, а в ноябре акцент сместился в сторону мнений других стран и закупок вакцины за рубежом.

По результатам проведенного нами опроса, большинство опрошенных - 29 человек (27,4%), узнали о разработке вакцины в августе, когда информации в СМИ было больше всего.

Остальные - равномерно с апреля по ноябрь. На вопрос анкеты «Как вы относитесь к разработке отечественной вакцины от коронавируса?», большинство опрошенных, а именно 37 человек, ответило положительно (34,9%) и 22 человека (20,8 %) считают идею скорее положительной. Такие результаты говорят о том, что больше половины опрошенных доверяют отечественной медицине и новым научным разработкам в сфере здравоохранения в том числе, в результате формирования актуальной повестки дня.

В исследовании повестки дня трех периодов можно сделать вывод, что способ освещения инфоповодов и применяемые механизмы написания заголовочных комплексов и текстов во многом зависят от редакционной политики СМИ. Интернет - СМИ, которые поддерживают имидж власти, например, «Российская газета», с помощью заголовков материалов об отечественной вакцине от COVID-19 стремятся выстраивать образ безопасного, эффективного и конкурентоспособного продукта на мировом рынке. Частные СМИ различной направленности, в нашем случае это более близкие к правительственной позиции «Известия» и оппозиционно настроенная «Новая газета», в своих заголовках выражали в той или иной мере больше сомнений в эффективности отечественной вакцины и стремились осветить тему с другой точки зрения.

### Источники и литература

- 1) Липшман, Уолтер. Общественное мнение/Пер. с англ. Т. В. Барчуновой; Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004
- 2) Дьякова Е.Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу [Электронный ресурс] / Е.Г. Дьякова//Электронный ресурс. Режим доступа:<https://www.politstudies.ru/files/File/2003/3/Polis-2003-3-Dyakova.pdf>
- 3) Камиченко Д.И. Сравнительный анализ информационной повестки дня средств массовой информации и современных социальных медиа. [Электронный ресурс] / Д.И. Камиченко // Электронный научный журнал «Медиаскоп» – 2019– Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2576>