

Привей меня

В России зафиксирован рекорд публикаций СМИ о вакцинации

Количество публикаций в СМИ на тему вакцинации от коронавируса в июне превысило 400 тыс., подсчитали для «Известий» аналитики «Медиалогии». Это рекордный показатель с начала пандемии, следует из предоставленных данных. Эксперты говорят, что количество такого рода публикаций в СМИ коррелирует с заболеваемостью в стране. Но от самой по себе темы пандемии аудитория уже начала уставать. При этом интерес к вакцинации есть и в ближайшее время журналисты будут рассказывать о ней еще чаще, полагают специалисты.

Беспощадные данные

Как следует из данных «Медиалогии», в июне количество публикаций в российских СМИ, в которых речь шла о вакцинации от коронавируса, превысило 407 тыс. Здесь учитываются все типы СМИ – печатные, электронные, телевидение и радио. Показатель оказался рекордным с начала пандемии. Предыдущий пик таких публикаций пришелся на март, когда СМИ опубликовали 340 тыс. сообщений. После этого произошло снижение до 324 тыс. материалов в апреле и 254 тыс. в мае.



Палатное отношение: Минздрав просят не запрещать плановую госпитализацию непривитых

Вместо сертификата о вакцинации предлагается использовать оперативный тест на COVID-19

Более или менее активно о вакцинации заговорили с марта прошлого года, когда начался серьезный рост заражений коронавирусом. После этого рост упоминаемости вакцины шел равномерно с небольшими скачками в мае, сентябре и декабре. С начала 2021 года о вакцине выпускали больше 300 тыс. сообщений в месяц.

Аналогичная тенденция прослеживалась и с публикациями, связанными с коронавирусом в целом. Первые упоминания начались с начала 2020 года, затем произошел скачок в марте и апреле, когда количество новостей про коронавирус превысило рекордные 3 млн публикаций. С июня число сообщений начало планомерно снижаться. К февралю 2021 года таковых насчитывалось уже меньше 900 тыс. Минимум публикаций на тему ковида был зафиксирован в мае – 678 тыс. С июня популярность темы снова начала расти, в этот месяц СМИ выпустили почти 880 тыс. публикаций.

Эксперты отмечают, что внимание журналистов к теме COVID-19 и вакцинации всё время было прямо пропорционально росту числа заболевших.

– Когда начинается рост количества инфицированных в день, то значительно увеличивается и число упоминаний. Тема становится горячей и близкой для людей, поэтому СМИ публикуют то, что пользуется спросом, и то, что будут читать, – отметил руководитель лаборатории геномной инженерии МФТИ Павел Волчков. – Когда же данные о заболеваемости стабилизируются или же количество заболевших сокращается, СМИ начинают и меньше информировать о ковиде.

По словам эксперта, в этом году происходит то же самое, что и в прошлом, но количество публикаций снижается.

– Возможно, это связано с тем, что к теме коронавирусной инфекции внимание снизилось, а больше его уделяют вакцинам и

вакцинации, – отметил Павел Волчков.

Много информации

Аудитория СМИ уже начинает уставать от темы COVID-19, согласен главврач центра «Лидер-медицина» Евгений Тимаков.

– У людей наступает определенный предел, они уже не могут слышать об инфекции, они свыклись с ее существованием, поэтому в дальнейшем количество упоминаний снижается, – сказал он.

Кодом на замок: бизнес ждет новых ковид-ограничений и серьезных потерь

Торговые центры, фитнес- и бьюти-индустрии уверены, что их не обойдет введение QR-пропусков для посетителей

Евгений Тимаков отметил, что сама по себе тема коронавируса на протяжении всего прошлого года была главной для СМИ, поскольку людям были интересны и ход пандемии, и то, как разрабатывались новые методики лечения, вакцины. Первые публикации о вакцине были о целесообразности разработки препаратов, осенью обсуждения стали более конкретными, так как начался этап регистрации вакцины, а зимой в нашей стране объявили о массовой вакцинации, что привело к росту числа упоминаний, сказал он.

Евгений Тимаков прогнозирует, что в ближайшее время количество публикаций о вакцинации только вырастет, так как в июне в инфополе заговорили о ее обязательности для определенных категорий граждан.

По мнению зампреда комитета Госдумы по охране здоровья Николая Говорина, на первых этапах пандемии у журналистов, которые должны доносить до граждан информацию, не было взаимопонимания с теми специалистами, которые этой информацией располагают. В то же время сотрудники СМИ обращались за необходимыми разъяснениями о вирусе и вакцинации, добавил он.

Он также призвал не демонстрировать «много страшилок» о новом вирусе, так как у людей участились панические, тревожно-

депрессивные состояния, легкие, пограничные нервно-психические расстройства.

По словам профессора факультета журналистики МГУ Татьяны Фроловой, важнее не количество публикаций СМИ, в которых идет речь о коронавирусе и вакцинации, а тот факт, что в России достаточно непривитых граждан.

– Это связано, с одной стороны, с недостаточностью информации, а с другой – с ее избыточностью, – отметила эксперт.

По ее словам, эффект избыточности, вероятно, отчасти связан с невысоким качеством социальной рекламы, информация в которой «чересчур прямолинейная, негибкая, не учитывающая эмоционального состояния аудитории». И этот рекламный прессинг может вызывать у некоторых людей отторжение, вместо того чтобы достигнуть своей цели, считает Татьяна Фролова.

Фото: ИЗВЕСТИЯ/Александр Полегенько

