

Жумабаев А.Е.,

магистрант

1 курс, специальность «Журналистика и репортерское дело»

Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова

Казахстан, г. Караганда

ВЛИЯНИЕ СМИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА МНЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ

***Аннотация:** В данной статье проанализировано влияние различных источников информации, таких как СМИ, интернет и социальные сети, на мнение населения а так же последствия их смены в период разгара пандемии COVID-19 на примере Республики Казахстан. Целью данной статьи является установление уровня влияния различных источников информации на эффективность противовирусных мер среди населения.*

***Ключевые слова:** СМИ, социальные сети, интернет, информация, пандемия, COVID-19*

***Annotation:** This article analyzes the impact of various sources of information, such as the media, the Internet and social networks, on the opinion of the population, as well as the consequences of their change during the height of the COVID-19 pandemic using the example of the Republic of Kazakhstan. The purpose of this article is to establish the level of influence of various sources of information on the effectiveness of antiviral measures among the population.*

***Keywords:** Media, social networks, internet, information, pandemic, COVID-19.*

Пандемия COVID–19 официально берет свое начало с публичного заявления ВОЗ 11 марта 2020 года и введения карантинных мер в связи с этим

в ряде стран[1]. Именно в этот момент перед руководством стран встал ряд вопросов и задач, но в рамках нашего исследования упомянуть стоит лишь наиболее важные для данной научной статьи:

- 1) Донесение до населения информации о самой пандемии
- 2) Подавление паники среди населения
- 3) Убеждение населения в необходимости соблюдения предлагаемых ВОЗ и предпринятых руководством страны мер по предотвращению распространения вируса.

В рамках данной ситуации важную роль сыграли средства массовой информации. Изначально освещая события в КНР, ими в приоритет было поставлено привлечение внимание аудитории и повышение рейтингов вещания, не предвидя дальнейшего развития локальной вспышки болезни в мировую пандемию, СМИ злоупотребляли громкими и запугивающими заголовками, чем в дальнейшем усложнили процесс работы с населением для правительства.

Излишне громкими заголовками и репортажами об опасности новой болезни грешили как государственные, так и не государственные средства массовой информации. В таблице ниже приведены результаты опроса ФОМ.

62%	70%	65%	47%	35%	Государственные
16%	11%	13%	25%	34%	Негосударственные
21%	19%	22%	28	31%	Затрудняюсь ответить
23	19	31	18	11	
марта	Апреля	Января	Ноября	Марта	
2014	2015	2016	2018	2020	

Таблица 1. Уровень доверия населения к видам СМИ[2]

Согласно опросу ФОМ, доверие к государственным СМИ падало, что затрудняло им работу с населением во время пандемии, в то время как негосударственные СМИ продолжали обострять ситуацию в погоне за

рейтингами и нередко транслировали недостоверную информацию, при этом пользуясь большим доверием среди населения.

Согласно результатам социологического исследования института «Общественное мнение» расположенного в Нур-Султане[3], основным источником информации касательно ситуации с пандемией среди респондентов в 2020 году являлось телевидение – 46%. Далее в списке 33% интернет-сайты и социальные сети служили основным источником информации лишь для 16% опрошенных. Данные показатели говорят о том, что население было склонно искать достоверный источник информации, и в сознании жителей постсоветского пространства телевидение все еще осталось авторитетным источником информации. Можно предположить, что на первый план в качестве источника информации вышло телевидение по причине того, что большинство новостных передач, интересных населению, транслируются на государственных телеканалах, что в свою очередь подразумевает ответственность государства за предоставленную информацию или же как минимум ее частичную достоверность.

Согласно опубликованному исследованию в авторитетном издании The Lancet, изучалось отношение людей из 149 стран мира к вакцинации за период с 2015 года по 2019 год, отношение казахстанцев к вакцинации на тот момент было положительным. В то время как наименьший уровень доверия наблюдается среди европейских стран[4].

Однако, уже в 2021 году по результатам отчета института ЦАРЭС, посвященного вакцинации в Казахстане, большинство участников опроса (43,7%) считают прививки неэффективными, в их эффективность верят 29,2%, более четверти 27,1% не сумели определиться с конечным ответом[5].

Одной из основных причин такого резкого падение доверия к вакцинации можно назвать смену основного источника информации среди населения. В этом же отчете были представлены результаты опроса, где респонденты могли отметить несколько вариантов ответа, согласно которому

о вакцинации узнали из таких источников, как телевидение – 53%, социальных сетей 45,3% и интернет сайтов 37,2%. Сопоставляя данные за 2019 и 2021 год, мы можем четко проследить тенденцию роста популярности социальных сетей как источника информации касательно ситуации с пандемией и при этом падение доверия к противовирусным мерам рекомендованными ВОЗ в виде вакцинации населения и прочих мер борьбы с распространением COVID-19 [6].

Следует отметить, что работе в The Lancet говорится о том, что влияние Интернета и социальных сетей, как основного источника информации, сносит дезинформацию среди населения и является ключевым препятствием для принятия вакцин практически повсеместно. В некоторых странах существуют целевые движения, препятствующие иммунизации населения, например, в Южной Корее и Малайзии. Большая часть населения была вынуждена оставаться в своих жилищах, чтобы сократить риск заболевания и дальнейшего распространения вируса. В связи с этим наблюдался большой приток новых пользователей. Тенденция роста популярности социальных сетей прослеживается не только в Казахстане, но и во всем мире. Так, согласно отчету Digital 2020: July Global Statshot, всего за несколько месяцев пандемии глобальный интернет-трафик вырос на 30 % а количество пользователей социальных сетей увеличилось на 10% по сравнению с прошлым годом. В эру глобализации подобная волна ожидаемо захлестнула и Казахстан [7].

В 2020 году министерством здравоохранения РК было принято решение о создании и запуске сайта «coronavirus2020.kz» где публикуется статистика в реальном времени по числу заболевших, погибших, выздоровевших и все возможные новости, связанные с пандемией [8]. А также, рекомендации по профилактике и борьбе с вирусом. Беря во внимание этот факт, мы можем сделать вывод, что министерство здравоохранения и министерство информации РК поняли, что у населения есть спрос на актуальную информацию о пандемии

COVID-19, но при этом доверие и внимание аудитории к телевидению и СМИ стабильно снижаются, что привело к созданию сайта. Важной функцией сайта стало опровержение недостоверной информации, которую можно легко найти в сети интернет и социальных сетях. Такого рода информация создает сложности тем, что вводит в заблуждение аудиторию и создает ложное мнение о ситуации с пандемией и борьбой с дальнейшим распространением вируса. Дополнительной сложностью служило и то, что из-за большого количества новостей и исследований с самыми разными открытиями и данными, пользователям стало сложно определять достоверную информацию, но при этом из-за самоизоляции и отсутствия иных интересов люди продолжали находить и усваивать весь информационный поток, состоящий из фактов, открытий, домыслов, предположений и ложной информации.

Наибольшим источником дезинформации среди социальных сетей является Facebook, об этом нам говорят исследование Нью-Йоркского университета и французского Университета Гренобль Альпы[9]. Однако, согласно исследованию компании «ИМА» в Казахстане Facebook занимает второе место по популярности, в то время как первое место занимает WhatsApp[10]. Здесь стоит учесть тот факт, что аудитория WhatsApp больше и при этом она склонна больше доверять информации получаемой в мессенджере. Таким образом, данный мессенджер можно на наш взгляд считать самым недостоверным источником информации в Казахстане. Причиной тому служит следующее:

Прежде чем сообщение с ложной информацией поступит к пользователю, оно уже пересылалось десятками других пользователей, которые так или иначе знакомы друг с другом, что делает процесс поиска первоначального отправителя невозможным для рядового пользователя мессенджера и на подсознательном уровне вызывает больше доверия к сообщению, так как оно было получено от знакомого человека. Согласно официальному заявлению компании WhatsApp, в период карантина

количество сообщений с вымышленными угрозами, связанными с пандемией COVID-19 стало настолько большим, что руководство мессенджера начало беспокоиться о репутации их продукта и ввело функцию обозначение часто пересылаемых сообщениях, чтобы пользователи могли отличить сообщение, несущее ложную информацию.

Исходя из всех выше перечисленных и приведенных данных, мы можем сделать вывод, что рост аудитории интернета и социальных сетей негативно повлиял на борьбу с пандемией не только в Казахстане, но и во всем мире. Именно это послужило причиной смены взглядов на вакцинацию и снизило ее темпы в дальнейшем. К сожалению, большинство пользователей игнорирует тот факт, что социальные сети в первую очередь - это платформа для обмена личной информацией и она никоим образом не подразумевает достоверность информации в широком масштабе и ее нельзя рассматривать как источник информации о каких либо событиях, катастроф и новостей и прочих явлений затрагивающих жизнь общества. Тот же итог можно вывести и для интернет сайтов. Не все пользователи способны проводить аналитику и проверять информацию. Они склонны доверять открытым источникам, которые зачастую вводят в их заблуждение. В век интернета и социальных сетей наиболее верным решением в качестве мер по борьбе с такого рода проблемой, отличным решением служит создание официального государственно интернет сайта, который будет опровергать ложную информацию, регулярно предоставляя при этом достоверную.

Список использованной литературы:

1. Пандемия коронавирусного заболевания (COVID-19): сайт Всемирной организации здравоохранения. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.euro.who.int/ru/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/novel-coronavirus-2019-ncov> (дата обращения: 05.12.2021).
2. Источники новостей и доверие СМИ: сайт фонда общественного мнения

- [Электронный ресурс]. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14170>(дата обращения: 07.12.2021)
3. Результаты социологического исследования института «общественное мнение» [Электронный ресурс]. URL: https://drive.google.com/file/d/1BmWkA5TiYbU_aAp5A4CiZkkCebF8iyJ0/view (дата обращения: 09.12.2021)
4. Mapping global trends in vaccine confidence and investigating barriers to vaccine uptake: a large-scale retrospective temporal modelling study: сайт мирового медицинского журнала The Lancet [Электронный ресурс]. URL:[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)31558-0/fulltext#seccestitle140](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)31558-0/fulltext#seccestitle140) (дата обращения: 10.12.2021)
5. Анализ отношения общественности к вакцинации от COVID-19 в отдельных странах ЦАРЭС: официальные результаты порога [Электронный ресурс]. URL: https://opinions.kz/images/covid/vac_ru_2021.pdf (дата обращения: 11.12.2021)
6. ВОЗ о вакцинации от COVID-19: нужна ли прививка после перенесенной болезни и насколько безопасны вакцины: сайт организации объединенных наций [Электронный ресурс]. URL: <https://news.un.org/ru/story/2021/02/1397142> (дата обращения: 12.12.2021)
7. Digital 2020: July Global Statshot: сайт публикации исследований Datare Portal [Электронный ресурс]. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-july-global-statshot> (дата обращения: 14.12.2021)
8. Официальный сайт для мониторинга статистики COVID-19 в Казахстане [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coronavirus2020.kz> (дата обращения: 15.12.2021)
9. Misinformation on Facebook got six times more clicks than factual news during the 2020 election, study says: сайт газеты США The Washington Post [Электронный ресурс]. URL:

<https://www.washingtonpost.com/technology/2021/09/03/facebook-misinformation-nyu-study/> (дата обращения: 17.12.2021)

10. Сравнение популярности мессенджеров в Казахстане: сайт компании IMA [Электронный ресурс]. URL: <https://ima.kz/blog/40-sravnenie-populyarnosti-messendzherov> (дата обращения: 18.12.2021)