

OXANA A. NOR-AREVYAN

Southern Federal University,
105/42, B. Sadovaya, Rostov-on-Don 344006, Russia

ResearcherID: C-2117-2018

ORCID: 0000-0002-0426-3743

e-mail: noroks@yandex.ru

OLGA S. MOSIENKO

Southern Federal University,
105/42, B. Sadovaya, Rostov-on-Don 344006, Russia

ResearcherID: GLN-3425-2022

ORCID: 0000-0001-9043-1135

e-mail: mosienko.olga@mail.ru

ALENA I. CHEREVKOVA

Southern Federal University,
105/42, B. Sadovaya, Rostov-on-Don 344006, Russia

ResearcherID: GLN-4112-2022

ORCID: 0000-0003-0662-2268

e-mail: yaitskova_a@mail.ru

For citation

Nor-Arevyan, O.A., Mosienko, O.S., & Cherevkova, A.I. (2022). The Image of Healthcare and Healthcare Professionals in The Russian Television Media Agenda in 2019–2021. *Nauka Televideniya—The Art and Science of Television*, 18 (4), 105–147. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2022-18.4-105-147>, EDN: KRFIMR

The Image of Healthcare and Healthcare Professionals in the Russian Television Media Agenda in 2019–2021*

© Наука
телевидения



Abstract. In this article, we analyze the image of healthcare and health professionals in the Russian television media agenda before and during the COVID-19 pan-

* Translated by Anna P. Evstropova.

demic and determine the frequency and content of health-related news reports on federal and regional evening newscasts for 2019–2021 (by the example of two news programs—*Vremya*, Channel One, and *Vesti. Don*, channel Russia-1). Content analysis of news reports was conducted by the Southern Federal University research team (Rostov-on-Don, Russia) in the course of the RFBR-supported research project on social well-being of the medical community in a complex epidemiological situation. Altogether, we have analyzed 1096 evening *Vremya* newscasts and 784 *Vesti. Don* newscasts. The sample set included 244 *Vremya* news items (about 19% of the total number), and 152 *Vesti. Don* news items (about 17%, respectively). The sampling was random mechanical (with a certain preset interval). The coded categories and units of analysis were registered as cards, one card per each news item. As the categories for analysis, we have selected topic, genre, nature, locality, length, central figure in a news piece, and presence of a challenge or a problem situation. Unit of count—news piece. On both federal and regional television in general, there was a significant increase in the number of news stories on health-care from 2019 to 2021. In 2020 and 2021, the thematic angle has changed radically towards the news on the pandemic of a 2019 coronavirus disease and vaccination against it. It should be noted that the main heroes of health-related news reports were and still are neither doctors, nor patients, but representatives of the authorities and Rospotrebnadzor; the share of reports about ordinary doctors was decreasing; with the launch of COVID-19 vaccination, the number of news items featuring mid-level health professionals went up; on the other hand, as COVID-19 was spreading, scientists and inventors appeared in health-related news less frequently, especially in regional news; the pandemic has significantly shifted the focus from child patients to adults, and especially to the elderly.

Keywords: medicine, healthcare, healthcare worker, doctor, nursing staff, media agenda, media, COVID-19 pandemic, coronavirus, content analysis, television, news story, in-depth interview

Acknowledgements. The study was supported by the Russian Foundation for Basic Research as part of the scientific project No. 20-04-60466.

УДК 316.774

Статья получена 17.06.2022, отредактирована 12.11.2022, принята 29.12.2022

ОКСАНА АВЕДИКОВНА НОР-АРЕВЯН

Южный федеральный университет,
344006, Россия, Ростов-на-Дону, Б. Садовая ул., 105/42

ResearcherID: C-2117-2018

ORCID: 0000-0002-0426-3743

e-mail: noroks@yandex.ru

ОЛЬГА СЕРГЕЕВНА МОСИЕНКО

Южный федеральный университет,
344006, Россия, Ростов-на-Дону, Б. Садовая ул., 105/42

ResearcherID: GLN-3425-2022

ORCID: 0000-0001-9043-1135

e-mail: mosienko.olga@mail.ru

АЛЕНА ИГОРЕВНА ЧЕРЕВКОВА

Южный федеральный университет,
344006, Россия, Ростов-на-Дону, Б. Садовая ул., 105/42

ResearcherID: GLN-4112-2022

ORCID: 0000-0003-0662-2268

e-mail: yaitskova_a@mail.ru

Для цитирования

Нор-Аревян О.А., Мосиенко О.С., Черевкова А.И. Образ медицины и медиков в российской телевизионной медиаповестке в период 2019–2021 гг. // Наука телевидения. 2022. 18 (4). С. 105–147. DOI: <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2022-18.4-105-147>. EDN: KRFIMR

Образ медицины и медиков в российской телевизионной медиаповестке в период 2019–2021 гг.

Аннотация. В статье анализируется образ медицины и медицинских работников в российской телевизионной медиаповестке до и в период пандемии COVID-19, определяется частота появления и содержание ТВ сюжетов на медицинские темы на основании материалов проведенного контент-анализа новостных вечерних выпусков федерального и регионального телевизионного вещания за 2019–2021 гг. (на примере программы

Vremya (Channel One) и программы *Vesti. Don* (телеканал Russia-1)). Контент-анализ новостных сюжетов 2019–2021 гг. проведен коллективом исследователей Южного федерального университета (г. Ростов-на-Дону, Россия) в ходе реализации проекта при поддержке РФФИ на тему социального самочувствия профессионального медицинского сообщества в сложной эпидемиологической ситуации. Генеральная совокупность вечерних новостных выпусков программы *Vremya* насчитывает 1096, программы *Vesti. Don* — 784. Выборочная совокупность: *Vremya* — 244 сюжета на медицинскую тематику (около 19% от общего числа); *Vesti. Don* — 152 сюжета про медицину (около 17% соответственно). Выборка — случайная механическая (с заданным шагом). Закодированные категории и единицы анализа записывались в регистрационные карточки на каждый новостной сюжет. Категориями анализа выступили тема, жанр, характер, локальность, продолжительность, герой ТВ материала, наличие проблемы или проблемной ситуации. Единица счета — новостной сюжет. Так, на федеральном и региональном телевидении отмечается значительный рост новостных сюжетов на медицинскую тематику в период с 2019 по 2021 гг. В 2020 и 2021 гг. тематический ракурс кардинально сменился в сторону новостных сообщений про пандемию новой коронавирусной инфекции COVID-19 и вакцинацию от COVID-19. Отметим, что главными героями медицинских новостей были и остаются не медики и не пациенты, а представители органов власти и Роспотребнадзора; с началом прививочной кампании от COVID-19 в ТВ эфире чаще появляется средний медицинский персонал; реже с началом пандемии в сюжетах появляются герои — ученые, изобретатели, особенно в региональных новостях; с началом пандемии COVID-19 фокус внимания заметно смещается с пациентов детей на взрослых, и особенно — на людей пожилых.

Ключевые слова: медицина, здравоохранение, медицинский работник, врач, средний медицинский персонал, медиаповестка, СМИ, пандемия COVID-19, коронавирус, контент-анализ, телевидение, новостной сюжет, глубинное интервью

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-04-60466.

1. INTRODUCTION

There are earlier studies by foreign and Russian authors of the media image of healthcare professionals and the healthcare sector as a whole during the COVID-19 pandemic. Of great interest is, for example, the experience of China, which was the first to face the new virus. Jana Fedtke, Mohammed Ibahrine, Yuting Wang (2022, pp. 287–314), as well as the team of Chinese and US researchers (Kang et al., 2020)

have analyzed the Chinese media agenda aimed at controlling panic, rallying the nation in the face of danger, heroizing medical workers, and compensating for the country's plummeted image. Shouzhi Xia, Huang Huang and Dong Zhang (2022) have examined how state media used the frame of heroism among Chinese medics, as well as a contrasting frame emphasizing the poor performance of the United States against COVID-19. Particular attention is given to the studying, in the terminology of soft power, of China's so-called coronavirus diplomacy (Kobierecka & Kobierecki, 2021, pp. 937–954)—that is, assisting other countries based on the experience of the first country to defeat the coronavirus. In addition to newscasts and TV shows, the film industry was engaged in achieving the desired result: in the first pandemic year, two documentary dramas were produced, *Heroes in Harm's Way* (2020) and *With You* (2020). However, the use of cinema to create a positive image of medical professionals is not new: studies by David Lynn Painter, Alison Kubala, Sarah Parsloe, as well as by Irene Cambra-Badii, Elisabet Moyano, Irene Ortega, Josep-E Baños & Mariano Sentí show that medical dramas broadcast ideals of expertise and portray healthcare workers as highly qualified and competent (Painter et al., 2020, pp. 322–336; Cambra-Badii et al., 2021), and can therefore promote harmony between physicians, patients, and the public (Chen & Qian, 2017, pp. 138–141).

British researcher Caitríona L. Cox calls for a discussion of overheroization of healthcare workers. Using the language of heroism to praise health professionals in the media, she believes, might have negative consequences: blurring the limits of their duty to treat patients, enshrined in a mutual social contract; and adverse psychological effects on medics themselves, resulting from the implication that all health professionals have to be heroic (Cox, 2020, pp. 510–513).

Indian researchers specializing in the subculture of intentional or unintentional misinformation on TV conducted a content analysis of fake news debunking websites Boom Live and Alt News during the six months of the COVID-19 pandemic (March–August 2020). The purpose was to evaluate the ratio of fact-supported content to disproven statements made during the pandemic in India about the nationwide quarantine, claims about recovery and immunity dynamics, political allegations, impact on the economy, religious polarization, etc. (Laskar & Reyaz, 2021, pp. 93–116).

Martin Lindström made a remarkable study of how a consensus culture combined with mass media's financial and partly structural dependence on the state in Sweden affected the Swedish COVID-19 strategy in the spring of 2020 (Lindström, 2021).

Russian authors Aleksandr Yefanov and Valeria Banshchikova (2021, pp. 16–38) have studied international and Russian print and online publications that position the medical profession to identify the discursive features of building a professional image of a healthcare worker. Among the techniques used there are: comparison of

the COVID-19 pandemic with the war and using the appropriate vocabulary, which positions the doctor as a soldier called to the front lines “in hard times” and “looking death in the face”; contraposition (“doctor—coronavirus,” “doctor—pandemic”); naming doctors and thus personalizing and elevating them in the eyes of society; the use of associative series (ambulance teams—“Roman gladiators,” “Chernobyl liquidators,” “plague in the 21st century”). “Media space becomes a place for personal, intragroup, intergroup mass communication, social interaction, translation of symbols, values, ideas and behavior patterns.” This is how our university colleagues Oxana Posukhova and Anna Frolova modelled a conceptual system for professional identity symbolic construction in the media space (2017, pp. 185–192). Anna Taskaeva explored heroic metaphorization in television media: a doctor is presented as a soldier at war, a superhero, a guardian angel (Taskaeva, 2021, p. 31). The authors come to the conclusion that the pandemic media discourse destroys the negative social attitudes towards healthcare workers, has a positive impact on their professional identity and image, and increases the prestige of the profession (Yefanov & Bانشchikova, 2021, p. 37). Irina Sharkova analyzed the transformation of the image of healthcare in Russia in 2019–2020, showing a rapid shift in the focus of mass media “from intransigent criticism to praising a field in which qualified personnel are brilliantly coping with COVID-19” (Sharkova, 2020, pp. 827–833). Meanwhile, in social media, there are two contradictory trends: on the one hand, there is support for doctors, and on the other hand, there are features of infodemic: appeals not to trust doctors and the idea that one can only count on oneself. “There are not enough tests, doctors themselves cannot figure out exactly what disease they are dealing with;” “In Saratov, doctors, accompanied by the police, go door-to-door and vaccinate tenants, which later lead to serious consequences or death” (Arkhipova et al., 2020, pp. 258–259). A similar trend has been discovered in China: an empirical study by Lingpeng Meng, Xiang Yu, Chuanfeng Han, and Pihui Liu showed that Internet use is inversely related to residents’ trust in doctors, while those receiving information mainly from television, newspapers, magazines and radio demonstrate a stronger trust in healthcare system and workers (Meng et al., 2022).

The coronavirus pandemic has become one of the central news stories on both national and regional television in 2020–2021. According to Oleg Samartsev, Chairman of the Ulyanovsk regional branch of the Russian Union of Journalists, “coronavirus offers a very quick and, most importantly, inevitable chance for journalism to regain its place as a media leader.”¹ The coronavirus pandemic marked the first time that the world’s media were covering the spread of the virus around

¹ Staratelev, E. (2020, May 11). Oleg Samartsev—o shokovom effekte epidemii na zhurnalistiku [Oleg Samartsev on the shock effect of the epidemic on journalism]. *73online.ru*. Retrieved May 15, 2022, from https://73online.ru/oleg_samarcev_-_o_shokovom_effekte_epidemii_na_zhurnalistiku-77641

the clock. It was the media that shaped the information atmosphere around COVID-19, and the consumption of related news intensified not only thanks to more active recourse to traditional online media (television, radio, press), but also to an increased use of the Internet (Levashov et al., 2021, p. 374).

In Russian scientific literature, transformational trends in the media agenda are considered in the works of Dementieva and Paniukova. Kseniya Dementieva studied regional media on the example of the Republic of Mordovia. Based on it, she categorized information about the coronavirus in the media, analyzed the picture with fakes, identified central media personalities, and classified sources according to their credibility (official information from state bodies and officials; mass media; social media). Kseniya Dementieva noted an upward trend in the number of materials about coronavirus and in the audience response to them in the regional media since the emergence of the disease, and a general downward trend in May 2020, as the topic of pandemic failed to keep the audience's attention at the same level for a long time (Dementieva, 2020, pp. 166–175). Svetlana Paniukova examined the phenomenon of popular science journalism as an effective practice in the Russian media space which helped to reduce psychological stress among the mass audience under pandemic conditions. Popular science writing implies creating publications (also known as “popular science content”) on scientific topics aimed at a general audience. On the one hand, it provides a connection between the scientific community and society, allows to report on the latest discoveries and developments, and, in general, forms scientific picture of the world in the audience. On the other hand, it helps to consistently refute unreliable information (Paniukova, 2020, pp. 151–157).

Yulia Griber and Elena Sukhova in their article analyzed color representations related to the pandemic in the Russian online media (February–August 2020, N=1200). The colors in the picture enhance the emotional background of the message and correlate with the topic, general evaluation of the situation, and its future evolution. The authors concluded that three basic emotions prevail in the perception of the COVID-19 color images across different gender and age groups; they are interest, fear, and disgust (Griber & Sukhova, 2020, pp. 307–328).

Elena Martynenko and Evgeniya Stogova from RUDN University (Moscow, Russia) conducted a comparative content analysis of publications on COVID-19 by two news agencies: the Russian-language RIA Novosti and the English-language Reuters. The authors came to the following conclusions: Reuters concentrated mainly on international and economic discourse, while RIA Novosti preferred social and cultural issues; both agencies utilized emotional presentation of data, inflammatory headlines, and emotionally colored vocabulary, which is not typical for news reports (Martynenko & Stogova, 2021, pp. 338–350).

2. DESIGN OF STUDIES

The **target** of this study is the image of healthcare system and healthcare professionals. The **scope** of the work is the representation of the image of healthcare and health workers in the Russian television media agenda in 2019–2021. The **aim** is to identify and analyze the image of healthcare and healthcare workers in the Russian television media agenda before and during the COVID-19 pandemic. The **objectives** were to determine, by analyzing the works of foreign and Russian scientists, how well the aspect of the media image of medical workers and healthcare during the pandemic has developed; and to establish the frequency of appearance and content of news reports on medical topics on federal and regional TV channels. The **hypothesis** of the study comes to the following major statements: in the period from 2019 to 2021, the number of news stories about healthcare and health professionals, especially about the COVID-19 pandemic, increased exponentially; the most common heroes of TV news during the pandemic in 2020–2021 were ordinary doctors and nursing staff. The scientific novelty of this study lies in the approbation of the comparative content analysis method on news reports related to healthcare on federal and regional TV channels. To implement the set aim and objectives, in the course of the RFBR-supported research project on social well-being of the professional medical community in a complex epidemiological situation (Vyalykh et al., 2021, pp. 1–12), the research team of Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia, conducted a content analysis of news reports from federal and regional television broadcasters for the period of 2019–2021 (by the example of two news programs—*Vremya*, Channel One,² and *Vesti. Don*, channel Russia-1³). The object of the content analysis were evening broadcasts of the programs *Vremya* on Channel One (9:00 p.m., daily) and *Vesti. Don* on Russia-1 (Monday–Friday, 8:40 p.m., 8:45 p.m., 9:05 p.m.) for 2019–2021. *Vremya* and *Vesti* were selected as the news programs belonging to the two main TV competitors, Russia-1 and Channel One. For the last six years in a row, they have been in the first and second places respectively among the federal TV channels. This is proved by the ECI Media Management report on the popularity ratings of Russian federal TV channels for the first 11 months of 2020 and 2021, which was based on weekly reports of Mediascope Russian monitoring company (Fig. 1).

² *Vremya. Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from <https://www.1tv.ru/news/issue/2022-05-12/15:00#1>

³ *Vesti. Don. Dontr.ru*. Retrieved May 10, 2022, from <https://dontr.ru/programmy/vesti-don/>

Как россияне смотрели телевизор в 2021 году

Аудитория старше четырех лет во всех городах России, данные учитывают первые 11 месяцев 2020 и 2021 годов соответственно

● 2020 ● 2021

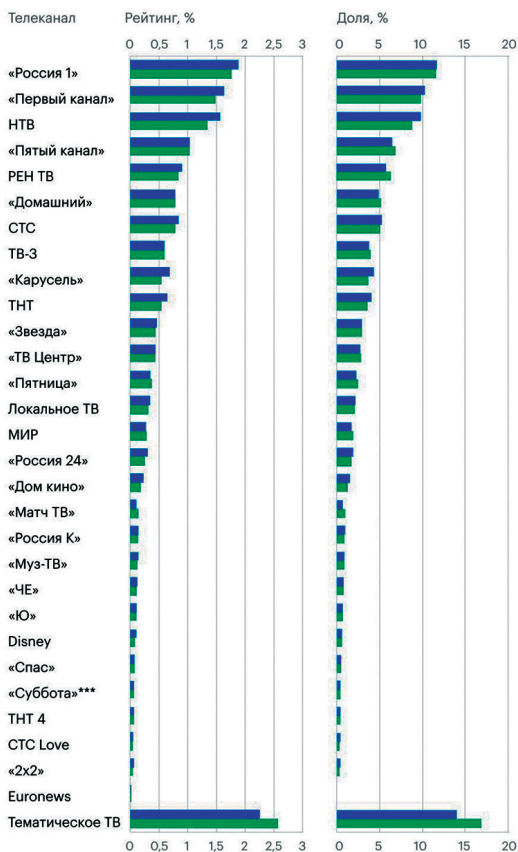


Fig. 1. Audience indicators of federal channels for the first 11 months of 2020 and 2021⁴

Within a three-year period from 2019 to 2021, there were 1096 *Vremya* newscasts (7 newscasts per week), and 784 *Vesti. Don* newscasts (5 newscasts per week). At the first stage, 109 newscasts and 1290 news pieces of *Vremya* were

⁴ How Russians watched TV in 2021: Viewers aged 4+ from across Russia for the first 11 months of 2020 and 2021, respectively. See the image source: https://www.rbc.ru/technology_and_media/23/12/2021/61c4633d9a79476fde8b7dce (19.12.2022).

analyzed, out of which 244 reports on healthcare (about 19% of the total number) were selected for the sample frame; as well as 112 newscasts and 925 news pieces of *Vesti. Don*, and 152 reports on healthcare (about 17%, respectively). The sampling was random mechanical (with a certain preset interval). On the topic of healthcare, a total of almost 30% of the relevant material was coded and analyzed: 71 *Vremya* news items (23 items in 2019 at an interval of 2; 26 items in 2020 at an interval of 5; and 22 items in 2021 at an interval of 4) and nearly 43%—namely, 65 news items—from *Vesti. Don* (19 items in 2019 at an interval of 1; 25 items in 2020 at an interval of 3; and 21 items in 2021 at an interval of 3).

The coded categories and units of analysis were registered as cards, one card per each news item. As the categories for analysis, we have selected topic, genre, nature, locality, length, central figure in a TV piece, and presence of a challenge or a problem situation. Unit of count—news piece. The analyzed items (TV news reports) were classified: by the method of information recording—video and audio; by the source of information—secondary; by the status of the author—official; by the nature of personification—impersonal.

3. THE RESULTS OF THE CONTENT ANALYSIS OF THE IMAGE OF MEDICINE AND MEDICAL WORKERS IN THE TELEVISION MEDIA

For instance, on both federal and regional television in general, there was a significant increase in the number of news reports on healthcare from 2019 to 2021 (*Vremya*—from 6% in 2019 to 30% in 2020, to 20% in 2021; *Vesti. Don*—from 6% in 2019 to 24% in 2020, to 19.5% in 2021). News pieces on healthcare were broken down by their thematic focus. The results show that the most frequently covered medical topics among the news on *Vremya* (Channel One) and *Vesti. Don* (Russia-1) in 2019 were as follows: 1) opening, renovation, closing of, and license revocation from medical facilities and pharmacies (53% of the *Vesti. Don* reports and 35% of the *Vremya* reports); 2) inventions, innovations, extraordinary medical procedures, and advanced medical equipment (39% of the *Vremya* reports and 37% of the *Vesti. Don* reports); 3) medical care and diagnostics (30% of the *Vremya* reports and 21% of the *Vesti. Don* reports); 4) diseases (21% of the *Vesti. Don* reports and 17% of the *Vremya* reports); 5) medications (22% of the *Vremya* reports and 16% of the *Vesti. Don* reports).

While in 2019 news stories on healthcare mostly covered inventions, innovations, unique medical procedures, opening/closing, repairs of health facilities and pharmacies, in 2020 and 2021 the thematic angle has changed radically towards news covering the pandemic of coronavirus disease 2019, other various diseases, and vaccination against COVID-19 (Table 1). Noteworthy, death rates, medical care and diagnostics, opening, closing, and repair of health facilities and pharmacies

were covered more frequently in the regional news reports (Table 1). In turn, news about vaccination against COVID-19 and preventive measures against the virus in 2020 and 2021 were more frequent on federal TV. For example, here are some of the headings from the *Vremya* news program:

- *The Chinese Ambassador to Russia Announced the Development in his Country of an Effective Vaccine Against Coronavirus as of February 24, 2020;*⁵
- *Russia Introduces New Measures Against the Spread of Coronavirus: It Was Decided to Act Proactively as of March 15, 2020;*⁶
- *Russian President Spoke on Measures to Support the Country's Citizens in the Fight Against Coronavirus as of March 25, 2020;*⁷
- *Coronavirus Survivors Assist Doctors in Finding a Vaccine as of May 14, 2020;*⁸
- *Clinical Trials of a Vaccine Against COVID-19 Have Begun in Russia as of June 3, 2020;*⁹
- *20 Volunteers Who Participate in the COVID-19 Vaccine Trials Receive Second Shot as of July 13, 2020;*¹⁰

⁵ Matveev, P. (2020, February 24, 21:11). Posol KNR v Rossii soobshchil o razrabotke v ego strane effektivnoy vaksiny protiv koronavirusa [The Chinese Ambassador to Russia announced the development in his country of an effective vaccine against coronavirus]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2020-02-24/380997-posol_knr_v_rossii_soobschil_o_razrabotke_v_ego_strane_effektivnoy_vaksiny_protiv_koronavirusa

⁶ Kibal'chich, E. (2020, March 15, 21:07). Rossiya vvodit novye mery protiv rasprostraneniya koronavirusa: Resheno deystvovat' na operezhenie [Russia introduces new measures against the spread of coronavirus: It was decided to act proactively]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2020-03-15/382005-rossiya_vvodit_novye_mery_protiv_rasprostraneniya_koronavirusa_resheno_deystvovat_na_operezhenie

⁷ Kleymentov, K. (2020, March 25, 21:00). Prezident RF rasskazal o merakh podderzhki grazhdan strany v usloviyakh bor'by s koronavirusom [Russian President spoke on measures to support the country's citizens in the fight against coronavirus]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from URL: https://www.1tv.ru/news/2020-03-25/382614-prezident_rf_rasskazal_o_merakh_podderzhki_grazhdan_strany_v_usloviyakh_borby_s_koronavirusom

⁸ Kul'ko, D. (2020, May 14, 21:18). Perebolevshie koronavirusom pomogayut vracham v poiskakh vaksiny [Coronavirus survivors assisting doctors in finding a vaccine]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2020-05-14/385857-perebolevshie_koronavirusom_pomogayut_vracham_v_poiskah_vaksiny

⁹ Onishchenko, Yu. (2020, June 3, 21:10). V Rossii nachalis' klinicheskie ispytaniya vaksiny ot COVID-19 [Clinical trials of a vaccine against COVID-19 have begun in Russia]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2020-06-03/387034-v_rossii_nachalis_klinicheskie_ispytaniya_vaksiny_ot_covid_19

¹⁰ Knyazeva, O. (2020, July 13, 21:15). 20 dobrovol'tsam, kotorye uchastvuyut v testirovanii vaksiny ot koronavirusa, vveden vtoroy komponent preparata [20 volunteers who participate in the COVID-19 vaccine trials receive second shot]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2020-07-13/389372-20_dobrovoltsam_kotorye_uchastvuyut_v_testirovanii_vaksiny_ot_koronavirusa_vveden_vtoroy_komponent_preparata

- *Until Mass Vaccination Against Coronavirus Begins, Special Attention is Paid to Those Exposed to the Virus in the Past, Who Have Developed Antibodies to the Infection as of August 2, 2020,*¹¹
- *Russia Has Received Preliminary Bids From 20 Countries to Buy One Billion Doses of a Coronavirus Vaccine as of August 12, 2020,*¹²
- *The Second Russian Vaccine Against Coronavirus Will be Released Into Civil Commerce Already in November as of October 21, 2020,*¹³
- *Large-Scale Vaccination Against Coronavirus is Gaining Momentum in the Regions as of December 10, 2020,*¹⁴
- *London and Brussels are at Odds Over the Coronavirus Vaccine as of January 29, 2021,*¹⁵
- *In the United States, There Are New Challenges Associated with Vaccination Against the Coronavirus as of February 18, 2021,*¹⁶ etc.

¹¹ Kul'ko, D. (2020, August 2, 21:00). Poka ne nachalas' massovaya vaksinatziya ot koronavirusa, osoboe vnimanie k tem, kto perebolel i u kogo poyavilis' antitela k infektsii [Until mass vaccination against coronavirus begins, special attention is paid to those exposed to the virus in the past, who have developed antibodies to the infection]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2020-08-02/390603-poka_ne_nachalas_massovaya_vaksinatziya_ot_koronavirusa_osoboe_vnimanie_k_tem_kto_perebolel_i_u_kogo_poyavilis_antitela_k_infektsii

¹² Panyushkin, K. (2020, August 12, 21:00). Rossiya poluchila predvaritel'nye zayavki iz 20 stran na pokupku odnogo milliarda doz vaksiny ot koronavirusa [Russia has received preliminary bids from 20 countries to buy one billion doses of a coronavirus vaccine]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2020-08-12/391245-rossiya_poluchila_predvaritelnye_zayavki_iz_20_stran_na_pokupku_odnogo_milliarda_doz_vaksiny_ot_koronavirusa

¹³ Yur'eva, N. (2020, October 21, 21:11). Uzhe v noyabre v grazhdanskiy oborot vyidet vtoraya rossiyskaya vaksina ot koronavirusa [The second Russian vaccine against coronavirus will be released into civil commerce already in November]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2020-10-21/395435-uzhe_v_noyabre_v_grazhdanskiy_oborot_vyidet_vtoraya_rossiyskaya_vaksina_ot_koronavirusa

¹⁴ Braynin, K. (2020, December 10, 21:12). V regionakh nabiraet oboroty masshtabnaya vaksinatziya ot koronavirusa [Large-scale vaccination against coronavirus is gaining momentum in the regions]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2020-12-10/398279-v_regionakh_nabiraet_oboroty_masshtabnaya_vaksinatziya_ot_koronavirusa

¹⁵ Siraziev, T. (2021, January 29, 21:20). London ne podelil s Bryusselem vaksinu protiv koronavirusa [London and Brussels are at odds over the coronavirus vaccine]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2021-01-29/400759-london_ne_podelil_s_bryusselem_vaksinu_protiv_koronavirusa

¹⁶ Andreeva, E. (2021, February 18, 21:11). V Soedinennykh Shtatakh voznikli novye slozhnosti s vaksinatziy ot koronavirusa [In the United States, there are new challenges associated with vaccination against the coronavirus]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2021-02-18/401874-v_soedinennykh_shtatakh_voznikli_novye_slozhnosti_s_vaksinatziy_ot_koronavirusa

Table 1.

Topics of News Reports on *Vremya* and *Vesti. Don*, in %

TV Reports by Topic	2020		2021	
	<i>Vremya</i>	<i>Vesti. Don</i>	<i>Vremya</i>	<i>Vesti. Don</i>
COVID-19 pandemic	69	64	50	57
Diseases	42	72	50	52
Coronavirus prevention	<u>35</u>	8	<u>23</u>	0
Vaccination	<u>27</u>	8	<u>77</u>	19
Support for healthcare workers, contests, celebrations, awarding	19	0	9	10
Death rate	15	<u>28</u>	9	<u>19</u>
Medical care and diagnostics	15	<u>20</u>	5	<u>32</u>
Medical facilities / Pharmacies (opening, renovation, closing, revocation of license)	8	<u>16</u>	5	<u>29</u>

At the same time, facts or events related to the advanced training of healthcare workers, digitalization of medicine and healthcare, and health promotion were nearly out of the spotlight of news reports in 2019–2021. During the research period, the content analysis recorded a downtrend in the interpretation in TV news of such topics as medicaments, pregnancy, childbirth, and birth rate and their subsequent disappearance (Table 2).

Table 2.

The Least Popular Topics Among News Reports on *Vremya* and *Vesti. Don*, in %

TV Reports by Topic	<i>Vesti. Don</i>			<i>Vremya</i>		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Health / Health promotion	0	12	10	9	0	0
Medicaments	16	4	0	22	12	0
Pregnancy / Childbirth / Birth rate	11	4	5	9	0	0
Digitalization in healthcare	0	0	0	4	0	5
Training of health personnel	0	0	0	4	0	0

We have analyzed the text transcripts of the *Vremya* news reports (Channel One) on medical topics for the period of 2019–2021, setting the search for the following word combinations and their derivatives: “social well-being of healthcare workers,” “déformation professionnelle of healthcare workers,” “professional identity crisis among healthcare workers,” “professional burnout among healthcare workers,” “job satisfaction among healthcare workers,” “anxiety and concerns among healthcare workers.” According to the results of the analysis, quite often healthcare workers, speaking with the Russian media, used words and phrases about their concern/alarm (“*trevoga*”/“тревога”) and disturbance (“*bespokoystvo*”/“беспокойство”). Namely, among the reports dated 2019, concerns of medics were mentioned in one news piece out of 23; in 2020, in 5 news reports out of 131; and in 2021, in one report out of 90 healthcare professionals voiced their anxiety and concern related to the pandemic:

- *Concern (“trevoga”/“тревога”) of the chief sanitary doctor is understandable;*
- *Italian doctors sounded the first alarm (“trevoga”/“тревога”);*
- *“We have even seen ambulances waiting in lines, and it concerns (“trevozhit”/“тревожим”) us,” says Alexander Mitichkin, Chief Physician at the Inozemtsev City Hospital;*
- *Do not disturb (“ne bespokoyte”/“не беспокойте”) us with trifles, call us and come only in emergencies—this is what local physicians have asked British citizens to do;*
- *Some of those who had to fight the virus at home or in hospital face complications, and each patient has their own complications. But there is a certain general principle that concerns (“trevoga”/“тревога”) healthcare professionals, etc.*

A similar study, with advisory support from healthcare professionals, was conducted by linguists from Amman, Jordan. The study was aimed at identifying the most common COVID-19-related words in medical news published by News Rx from January 1 to October 31, 2020, and classifying them into six major glossary categories: acronyms and abbreviation, diseases, COVID-19, biology, medicine, and scientific disciplines (Saed et al., 2022, p. 577–588).

Classification by genres shows that the clear majority of news stories were informative—coverages, announcements, speeches, interviews, reports (on average, 69% in 2019, 86% in 2020, 68% in 2021 for *Vremya* and *Vesti. Don*, see Table 3). Obviously, the basic function of the television news format is precisely informing viewers about socially significant and relevant facts, events and incidents. Presenting information as short messages, reports and interviews serves both to cover more news items in a limited period of time and to make the material easier to perceive. On average, 45% of the *Vremya* reports and 17% of the *Vesti. Don* reports were analytical stories in the form of comments, discussions, press conferences,

investigations, reviews, monitoring, ratings, etc. Among the analyzed TV programs, there were no documentary/feature news pieces (essay, sketch, documentary, etc.). On average, 10% of 2019 and 2020 news reports on medical topics broadcast by *Vesti. Don* on Russia-1 contained advertisement of medical equipment from TV channel partners (Table 3).

Table 3.

Genres of News Reports on *Vremya* and *Vesti. Don*, in %

TV Reports by Genre	<i>Vesti. Don</i>			<i>Vremya</i>		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Informative	68	80	81	70	92	55
Analytical	16	16	19	43	27	64
Documentary / Feature	0	0	0	0	0	0
Advertisement	16	4	0	0	0	0

Analysis of the nature of TV stories proved that more than half of all the news material studied were facts (an average of about 52%). This once again confirms the specificity of any information message—informing the mass recipient about what, where, when and under what circumstances happened or would happen. However, news can be presented in any aspect, as long as this does not contradict its main property, i.e., novelty. For instance, about a third of the news reports were covered in a positive way, with a downward trend in values from 2019 to 2021. Positive news stories were mainly about such topics as pregnancy and birth rates, inventions and innovations, opening and renovation of health facilities/pharmacies, support and awards for healthcare professionals. Another fourth of the federal and regional healthcare news was presented in a problematic (negative) way. For the tone analysis of news items, we applied the method of manual search and logging of selected emotive keywords from the Russian-language LINIS Crowd SENT tonal dictionary. It allows to evaluate the average statistical tone of a message as factual, positive, critical, or problematic. Also, an average of 62% of the TV materials mention or describe in detail a challenging or problematic situation. Among the most frequent topics of problematic news stories there were death rates, COVID-19 pandemic, vaccination against COVID-19, closing and license revocation from health facilities/pharmacies (Table 4).

Table 4.

The Nature of News Reports on *Vremya* (Channel One) and *Vesti. Don* (Channel Russia 1), in %

TV Reports by Nature	<i>Vesti. Don</i>			<i>Vremya</i>		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Factual	47	80	62	13	54	55
Positive	32	0	19	52	31	23
Critical	0	0	9,5	4	12	14
Problematic	21	20	9,5	35	31	32
Challenging or problematic situation						
Present (mentioned or described in detail)	58	76	72	65	42	59
Absent (not mentioned)	42	24	28	35	58	41

In terms of duration, the majority of news items related to healthcare are short, from 1 to 60 seconds and from 61 to 120 seconds. In contrast to regional television, where there are no long news stories at all, there were some reports lasting for 4–5 minutes and 5+ minutes on federal broadcasting channels. As for the locality, 100% of news pieces on *Vesti. Don* were devoted to healthcare in Russia. *Vremya*, on the other hand, demonstrated a sharp increase in the news reports about healthcare and the epidemiological situation abroad in 2020 and 2021 (from 4% in 2019, to 31% in 2020 and 32% in 2021):

- *In China, the Number of People Sickened by a New Type of Coronavirus Has Increased by Half;*
 - *China has Requested a Batch of a Russian Medicine to Help Fight the Coronavirus;*
 - *What Was Speculated About in the U.S. Six Months Ago is Coming True in China;*
 - *In a Matter of days, the Apennine Peninsula Became the Main Focus of Coronavirus in Europe;*
 - *In Europe, Austria Joins the Countries That Lock Down Due to the Pandemic;*
 - *In the U.S., Almost 139 000 New Cases of COVID-19 Infection Were Diagnosed in One Day;*
 - *Asia-Europe Summit Discussed the Global Fight Against COVID-19.*
- The coronavirus pandemic has dramatically changed the media agenda,

bringing health-related topics to the fore. In such circumstances, healthcare professionals were expected to become men of the hour. Nevertheless, the content analysis shows that the share of stories with ordinary doctors as a central figure on federal TV channels in 2019–2021 was decreasing. Namely, in 2019, doctors as a hero appeared in 39% of the analyzed news reports from Channel One, in 2020—in 23% of the reports, and in 2021—only in 18% of the cases. On the other hand, in regional newscasts, doctors have appeared as a central figure more frequently since the beginning of the pandemic: in 42% of the reports in 2019, in 52%—in 2020, and in 57%—in 2021 (Table 5).

Table 5.

Central Figures in News Reports on *Vremya* and *Vesti. Don*, in %

Central Figures in TV Reports	2019		2020		2021	
	<i>Vremya</i>	<i>Vesti. Don</i>	<i>Vremya</i>	<i>Vesti. Don</i>	<i>Vremya</i>	<i>Vesti. Don</i>
Doctor	9	8	6	13	4	12
Nursing staff	0	1	4	9	3	8
Assistants and attendants	0	1	0	0	0	0
Healthcare facility administrators (Chief Physician, Head of Department, Director)	8	8	1	5	5	6
Scientists / Inventors / Manufacturers	4	3	4	1	3	1
Adult patients, customers in pharmacies	5	8	4	15	4	8
Pediatric patients	6	3	1	4	0	5
Russian President, Head of a region or town, Minister, Official	11	6	10	6	10	12
Pharmacist	2	6	0	0	0	6
Non-medics (policemen, seamstresses, teachers, TV hosts, firemen, drivers, passers-by, soccer players, coaches, security guards, military personnel, construction workers) and patients' relatives	2	9	4	4	2	2

Not a person	0	1	8	0	3	0
--------------	---	---	---	---	---	---

An interesting trend is observed in the frequency with which administrators of healthcare institutions—chief physicians, heads of departments, and directors—were becoming the central figures of reports. In 2019, they appeared in 35% of the analyzed news items of *Vremya* and in 42% of the *Vesti. Don* stories. Then in 2020 the frequency of their appearance plummeted to 4% (*Vremya*) and 20% (*Vesti. Don*), and in 2021 it went up again (23%—*Vremya*, 28%—*Vesti. Don*). Compared to medics outside administrative circles, chief physicians and heads of departments tend to be more personified in reports: they give interviews, expert opinions and recommendations. For example, Denis Protsenko, Head Physician of City Clinical Hospital No. 40, located in Kommunarika, became a notable personality in the federal media, a kind of symbol in the fight against coronavirus in Russia.

With the start of vaccination, both federal and regional media broadcasters began to pay more attention to nursing staff. In 2020 and 2021, nurses, midwives, and physician assistants were featured in 15% and 14% of Channel One news items, respectively, while among the stories dated 2019 there were no reports about them at all. Among the *Vesti. Don* broadcasts, the trend is similar: of the analyzed reports dated 2019, there is only one story (5%) with a hero representing nursing staff, while in 2020 and 2021 there are 36% and 38% of them, respectively. Junior medical staff (nursing assistants, caregivers, receptionists, etc.) were mentioned only in one report by *Vesti. Don*, dated 2019, out of all the analyzed scope.

Interestingly, scientists and inventors also appeared in health-related news less often with the outbreak of COVID-19. This is especially noticeable in regional newscasts: the frequency of their appearance drops from 16% in 2019 to 4% and 5% in 2020 and 2021. Starting from March 2020, epidemiologists, virologists, and staff of vaccine development laboratories came into the limelight, whereas in 2019 the focus was on researchers developing new materials and innovative treatments for diabetes, cancer, stroke, and heart attack.

Who, then, is the main hero of news reports on healthcare? In 44% of all analyzed items from Channel One and 38% of reports from *Vesti. Don* there are representatives of the authorities—the President of the Russian Federation, heads of regions and settlements, ministers, officials, as well as executives and employees of Rospotrebnadzor (Federal Service for Surveillance on Consumer Rights Protection and Human Wellbeing). In reports stating a problem, the President and heads of regions are positioned as protectors of the rights of patients and ordinary doctors. They reprimand officials for bureaucratic violations and delays, resulting, for example, in the poor distribution of free medications and disability pensions,¹⁷ or

¹⁷ Solov'eva, V. (2020, December 20, 21:30). Rossiyskaya sistema zdavookhraneniya okazalas' bolee effektivnoy v bor'be s koronavirusom, zayavil prezident na press-konferentsii [Russian healthcare system has proven to be more effective in the fight against coronavirus, the president

the failure to implement a national project,¹⁸ or neglect to pay benefits to doctors for treating patients with COVID-19. Illustrative is, for example, a report of May 24, 2020:

The President personally oversees the situation with payments to doctors who are fighting a life-threatening coronavirus on a daily basis. Vladimir Putin clearly outlined who gets paid and how much, but in many regions, there are problems with paying doctors, nurses, paramedics, and ambulance crews. And the head of state stressed once again this week: there can be no question of calculating how many hours or minutes someone has worked with a patient. Compensations must be provided in full. And I must say that by the end of the week, doctors almost everywhere did receive their money.¹⁹

Patients were also becoming heroes of news reports. Since the onset of the COVID-19 pandemic, the focus of attention shifted markedly from child patients to adults, and especially to the elderly: if in 2019, 26% of the analyzed reports broadcast on Channel One were devoted to pediatric patients, in 2020 there were only 4%. In addition to patients, there stand out pop stars, actors, athletes, and other celebrities²⁰ who called for self-isolation and then for vaccination.

Apart from them, representatives of non-medical professions appeared in the news: journalists, police officers, seamstresses, teachers, TV hosts, firemen, drivers, soccer players, security guards, military personnel, construction workers, as well as relatives of patients. They were more often in regional news (24% of all stories analyzed) than in federal news (11%).

said at a press conference]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2020-12-20/398799-rossiyskaya_sistema_zdravoohraneniya_okazalas_bolee_effektivnoy_v_borbe_s_koronavirusom_zayavil_prezident_na_press_konferentsii?ysclid=l38vdoi6d3

¹⁸ Shishkin, O. (2021, December 15, 21:12). Prezident potreboval ot chinovnikov delat' bol'she dlya lyudey, vypolnyaya natsional'nye proekty [The President demanded that officials do more for the people by fulfilling national projects]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2021-12-15/418094-prezident_potreboval_ot_chinovnikov_delat_bolshe_dlya_lyudey_vypolnyaya_natsionalnye_proekty?

¹⁹ Eliseev, V. (2020, May 24, 21:21). Na lichnom kontrole prezidenta vypolnenie resheniy o podderzhke lyudey i vyplaty medrabotnikam [The President has personal control over the support to people and payments to medical workers]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2020-05-24/386414-na_lichnom_kontrole_prezidenta_vypolnenie_resheniy_o_podderzhke_lyudey_i_vyplaty_medrabotnikam?ysclid=l38va9vcmt

²⁰ Kleymenov, K. (2020, March 26, 21:31). Izvestnye aktery i sportsmeny priayut soblyudat' rezhim samoizolyatsii [Famous actors and athletes are calling for self-isolation]. *Channel One*. Retrieved May 12, 2022, from https://www.1tv.ru/news/2020-03-26/382686-rossiyan_prizyvayut_soblyudat_rezhim_samoizolyatsii

4. CONCLUSION

Summing up, our content analysis of the federal and regional evening newscasts released in 2019–2021 (on the material of *Vremya*, Channel One, and *Vesti. Don*, Russia-1 channel), allows us to draw the following conclusions and results. We managed to construct the image of healthcare system and healthcare professionals in the Russian TV media agenda characteristic of 2019–2021. We have revealed the frequency and content of news reports related to healthcare: from 2019 to 2021, there was a significant increase in news stories on medical topics on both federal and regional channels. As for 2019, the most frequently covered topics were: 1) opening, renovation, closing of, and license revocation from health care facilities and pharmacies; 2) inventions, innovations, unique medical operations, state-of-the-art medical equipment; 3) medical care and diagnostics; 4) diseases; 5) medications. In 2020 and 2021, however, the thematic focus shifted dramatically to news about the new coronavirus infection COVID-19 and vaccination against it. These results support the research hypothesis. The majority of TV news items (about 70%) were informative and were presented as coverages, announcements, speeches, interviews, and reports. Slightly more than half of all studied news material (about 52%) was factual in nature. About a third of the news stories were positive, with a downward trend from 2019 to 2021. In 62% of the news pieces, a challenge or a problematic situation was mentioned or described in detail. In terms of duration, short news reports on healthcare prevail. Paradoxically, the share of news stories about ordinary doctors on federal television was decreasing. With the launch of COVID-19 vaccination, the number of reports featuring mid-level health professionals went up on both federal and regional media. As the virus was spreading, scientists and inventors appeared in healthcare-related news less often, especially in regional news. Starting from March 2020, epidemiologists, virologists, and staff of vaccine development laboratories have been the most prominent guests on the air. And, of course, patients were in the spotlight of the analyzed stories. The pandemic has markedly shifted the focus from pediatric patients to adults, and especially to the elderly. And yet, in 40% of the cases, the main heroes of reports on healthcare were the authorities—the Russian President, heads of regions and settlements, ministers, officials, as well as executives and employees of Rospotrebnadzor. It was in this part of the statement that the hypothesis of the study was disproved.

We consider the set research tasks fulfilled. Scholars study various aspects of translating the image of healthcare and healthcare professionals through mass media during the COVID-19 pandemic. Scientific works cover all kinds of research areas: analysis of documentaries about COVID-19; discourse analysis of how the image of health professionals is constructed in the media; study of disinformation subculture; exposure of fake news; identification of central media personalities; popular science journalism; visual representation of the COVID-19 pandemic in the news. Originality of our research lies in the application of the comparative content analysis of health-related news reports on federal and regional TV channels.

* * *

1. ВВЕДЕНИЕ

Проблематика имиджа медицинских работников и сферы здравоохранения в целом в период пандемии COVID-19 в средствах массовой коммуникации ранее рассматривалась зарубежными и российскими авторами. Например, интересен опыт Китая, первым столкнувшегося с коронавирусом. Ж. Федтке, М. Ибахрин, Ю. Ванг (Fedtke, Ibahrine, Wang, 2022, р. 287–314), Л. Кан, С. Ма, М. Чен (Kang, Ma, Chen, 2020) анализируют медиаповестку Китая, направленную на контроль паники, сплочение нации перед лицом опасности, героизацию медиков и компенсацию ущерба имиджу страны. Ш. Ся, Х. Хуан, Д. Чжан (Xia, Huang, Zhang, 2022) исследуют использование в государственных СМИ фрейма героизма китайских медиков, а также контрастного фрейма, с помощью которого подчеркиваются плохие результаты Соединенных Штатов в борьбе с COVID-19. Особое внимание уделяется исследованию в терминологии мягкой силы т.н. коронавирусной дипломатии Китая (Kobierecka, Kobierecki, 2021, р. 937–954) — оказанию помощи другим странам на основе опыта первой победившей коронавирус страны. Помимо новостных сюжетов и телепередач, поставленные задачи достигались в Китае с помощью киноиндустрии — в первый год пандемии были сняты две документальные драмы «Герои в опасности» (2020) и «С тобой» (2020). Впрочем, использование кинематографа для создания позитивного имиджа медиков — явление не новое: исследования Д.Л. Пейнтер, А. Кубала, С. Парслоу, а также И. Камбра-Бадии, Э. Мояно, И. Ортега, Дж.-Э. Баньос, М. Сенти показывают, что медицинские драмы транслируют идеалы профессионализма, а медицинских профессионалов изображают высоко квалифицированными и компетентными (Painter, 2020, р. 322–336; Cambra-Badii, 2021), и поэтому могут содействовать созданию гармонии между врачами, пациентами и общественностью (Chen, 2017, р. 138–141).

К обсуждению обоснованности героизации медиков призывает статья британской исследовательницы К.Л. Кокс. Использование языка героизма для восхваления действий медиков в СМИ, пишет она, может иметь негативные последствия: размывание пределов обязанности медиков по лечению пациентов, закреплённой взаимным общественным договором; негативные психологические последствия для самих работников, следующие из подтекста о том, что все медицинские работники должны проявлять героизм (Cox, 2020, р. 510–513).

Интересен с научной точки зрения опыт индийских коллег, специализирующихся в области исследования субкультуры намеренной или непреднамеренной дезинформации на ТВ, осуществивших контент-анализ сайтов по разоблачению фальшивых и фейковых новостей Boom Live и Alt News за шесть месяцев (март–август 2020 г.) во время пандемии COVID-19 с целью выяснить количество опровергнутого или проверенного фактами контента во время пандемии COVID-19 в Индии, связанного с введением общенационального карантина, заявлениями о динамике выздоровлений и повышения

иммунитета, политическими обвинениями, влиянием пандемии на экономику, религиозной поляризацией и пр. (Laskar, Reyaz, 2021, p. 93–116).

М. Линдстрем провел примечательное исследование последствий культуры консенсуса в сочетании с политикой финансовой и частично структурной зависимости СМИ от государства в Швеции в отношении шведской стратегии борьбы с COVID-19 весной 2020 года (Lindström, 2021).

Российские авторы А.А. Ефанов, В.О. Банщикова (Ефанов, Банщикова, 2021, с. 16–38), изучая публикации мировых и российских печатных и Интернет-изданий, позиционирующие профессию медика, выявляют дискурсивные особенности построения имиджа медицинского работника. Среди применяемых технологий — сравнение пандемии COVID-19 с войной и употребление соответствующей лексики, с помощью которой врач позиционируется как солдат, призванный «в смутное время» на передовую, фронт и «идущий на смерть»; противопоставление «врач — коронавирус», «врач — пандемия»; тактика называния имен медиков, которая персонализирует и возвышает их в глазах общества; применение ассоциативных рядов (бригады скорой помощи — «гладиаторы в Древнем Риме», «ликвидаторы аварии на ЧАЭС»; «чума XXI века»). «Пространство медиа выступает площадкой личной, интрагрупповой, межгрупповой массовой коммуникации, социального взаимодействия, трансляции символов, ценностей, идей и образцов поведения» (Фролова, Посухова, 2017, с. 185–192). Наши университетские коллеги, А.С. Фролова и О.Ю. Посухова, осуществили концептуальное моделирование системы символического конструирования профессиональной идентичности в медиа-пространстве. Героическую метафоризацию в телевизионных медиа исследует А.В. Таскаева: врач представляется солдатом на войне, супергероем, ангелом-хранителем (Таскаева, 2021, с. 31). Авторы приходят к выводу, что медиадискурс пандемии разрушает социальные установки социальной негативизации медицинских работников, позитивно влияет на профессиональную идентичность и имидж медика и способствует росту престижа профессии (Ефанов, Банщикова, 2021, с. 37). И.В. Шаркова провела анализ трансформации имиджа российского здравоохранения в 2019–2020 гг., показав быстрое смещение фокуса СМИ «с непримиримой критики в сторону отлично справляющейся с COVID-19 отрасли с высококвалифицированным персоналом» (Шаркова, 2020, с. 827–833). В то же время в социальных медиа наблюдается противоречивая тенденция: с одной стороны, высказывается поддержка медикам, а с другой — проявляются черты «инфодемии»: призывы не доверять врачам и идея, что рассчитывать можно только на себя: «Нет достаточного количества тестов, врачи сами не в состоянии разобраться, с каким именно заболеванием имеют дело», «Врачи при поддержке полиции ходят по квартирам саратовцев и делают им прививки, которые в дальнейшем приводят к тяжелым последствиям или смерти» (Архипова, 2020, с. 258–259). Аналогичная тенденция выявлена и в Китае: на материалах эмпирического исследо-

вания Л. Мэн, С. Юй, Ч. Хан и П. Лю доказали, что использование Интернета негативно связано с доверием жителей к врачам, в то время как жители, предпочитающие телевидение, газеты, журналы и радио, демонстрируют более сильное доверие к медицине и медикам (Meng, 2022).

Пандемия коронавируса стала одним из центральных новостных сюжетов всероссийского и регионального телевидения 2020–2021 гг. По мнению председателя Ульяновского отделения Союза журналистов России О.Р. Самарцева, «для журналистики коронавирус дает очень быстрый, а самое главное — неизбежный шанс снова занять свое место медийного лидера»¹. Пандемия коронавируса знаменует собой первый случай, когда мировые средства массовой информации круглосуточно освещают распространение вируса в новые локации. Именно медиа формировали информационную атмосферу о COVID-19, и интенсификация информационного потребления в связи с коронавирусом была сопряжена с более активным обращением не только к традиционным онлайн-средствам (к телевидению, радио, прессе), но и повышением активности использования и[И]нтернет[а]. (Вызовы пандемии..., 2021, с. 374).

В отечественной научной литературе трансформационные тенденции медиаповестки рассмотрены в работах К.В. Дементьевой и С.А. Панюковой. К.В. Дементьева проработала региональные медиа на примере Республики Мордовия, в результате чего приведена классификация информации о коронавирусе в медиа, проанализирована ситуация с фейками, выявлены центральные медиаперсоны, классифицированы источники по надежности размещаемой в них информации (официальная информация государственных органов и должностных лиц; средства массовой информации; социальные медиа). К.В. Дементьева отмечает тенденцию роста количества материалов о коронавирусе и отклика аудитории на них в региональных СМИ с момента появления заболевания, и общую тенденцию спада в мае 2020 г., т.к. удерживать внимание аудитории долгое время на одном уровне пандемия не смогла (Дементьева, 2020, с. 166–175). В статье С.А. Панюковой рассматривается феномен научно-популярной журналистики как эффективная журналистская практика российского медиапространства в условиях пандемии во избежание массового психоза у населения. Это сфера журналистики, где создаются материалы на научные темы для широкой аудитории (иными словами, «научно-популярный контент») Посредством научно-популярной журналистики, с одной стороны, обеспечивается связь ученого сообщества с социумом, сообщается о последних открытиях и разработках, и формируется у аудитории научная картина мира в целом, а с другой — происходит последовательное опровержение недостоверной информации (Панюкова, 2020, с. 151–157).

¹ Старателев, Э. (2020, 11 мая). Олег Самарцев — о шоковом эффекте эпидемии на журналистику: интервью. *73online.ru*. URL: https://73online.ru/r/oleg_samarcev_-_o_shokovom_effekte_epidemii_na_zhurnalistiku-77641 (дата обращения: 15.05.2022).

Ю.А. Грибер, Е.Е. Сухова в своей статье представили результаты контент-анализа цвета визуальных репрезентаций пандемии COVID-19 в новостных публикациях русскоязычных онлайн-СМИ (февраль–август 2020 г., N=1200). Определенный цвет картинки применяется с целью усиления эмоционального тона информационного сообщения и взаимосвязан с тематикой, общей оценкой событий и оценкой перспектив их развития. Авторы пришли к выводу, что при восприятии цветовых образов COVID-19 в различных гендерных и возрастных группах преобладают три базовые эмоции: интерес, страх и отвращение (Грибер, Сухова, 2020, с. 307–328).

Е.В. Мартыненко и Е.С. Стогова из Российского университета дружбы народов (г. Москва, Россия) провели сравнительный контент-анализ публикаций о пандемии COVID-19 двух информационных агентств: русскоязычного РИА «Новости» и англоязычного Reuters. Авторы пришли к следующим выводам: агентство Reuters фокусируется преимущественно на международном и экономическом дискурсе, РИА «Новости» акцентирует внимание в основном на социальных и культурных вопросах; обоим агентствам свойственна эмоциональная подача данных, провокационные заголовки и не характерное для новостных жанров употребление эмоционально окрашенной лексики (Мартыненко, 2021, с. 338–350).

2. ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом данного исследования является образ медицины и медицинских работников. **Предмет** исследования — репрезентация образа медицины и медицинских работников в российской телевизионной медиаповестке в период 2019–2021 гг. **Цель** — выявление и анализ образа медицины и медиков в российской телевизионной медиаповестке до и в период пандемии COVID-19. В ходе исследования были поставлены задачи определения степени разработанности проблематики имиджа медицинских работников и сферы здравоохранения в СМИ в период пандемии COVID-19 на основании анализа научных работ зарубежных и российских ученых; установления частоты появления и содержания новостных сюжетов в медицинской тематике на федеральном и региональном ТВ канале. **Гипотеза** исследования сводится к следующим основным утверждениям: в период с 2019 по 2021 гг. резко возрастает число новостных сюжетов про медицину и медиков, особенно про пандемию COVID-19, наиболее часто встречающимися героями телевизионных новостей в период пандемии COVID-19 в 2020–2021 гг. являются рядовые врачи и средний медицинский персонал. **Научная новизна** проведенного исследования заключается в апробации методики сравнительного контент-анализа новостных сюжетов по теме медицины и здравоохранения на популярном

федеральном и региональном телеканалах. Для реализации поставленной цели и задач научным коллективом Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, Россия, в ходе исследовательского проекта при поддержке РФФИ на тему социального самочувствия профессионального медицинского сообщества в сложной эпидемиологической ситуации (Vyalykh, Nor-Arevyan, Posukhova, Mosienko, Cherevkova, 2021, р. 1–12) был проведен контент-анализ новостных программных выпусков федерального и регионального телевизионного вещания за 2019–2021 гг. (на примере программы «Время», Первый канал², и программы «Вести. Дон», телеканал Россия 1³). Объектом контент-анализа стали вечерние выпуски программы «Время» на Первом канале (21.00, ежедневно) и программы «Вести. Дон» на телеканале Россия 1 (20.40, 20.45, 21.05, понедельник–пятница) за 2019–2021 гг. В качестве объекта контент-анализа были избраны новостные выпуски именно программ «Время» (Первый канал) и «Вести. Дон» (канал Россия 1), т.к. согласно рейтингу популярности федеральных ТВ каналов РФ за 11 месяцев 2020 и 2021 гг., который был составлен компанией ECI Media Management на основании еженедельных отчетов единого измерителя российской телеаудитории Mediascope TV Index, становится очевидно, что два основных телевизионных конкурента, Россия 1 и Первый канал, шесть последних лет подряд занимают первое и второе места соответственно среди федеральных телевещателей (Рис. 1).

Генеральная совокупность вечерних новостных выпусков программы «Время», а именно общее количество выпусков за 3 года, 2019–2021 гг., насчитывает 1096 (7 выпусков в неделю), программы «Вести. Дон» — 784 (5 выпусков в неделю). На первом этапе было проанализировано 109 выпусков, 1290 сюжетов программы «Время» и отобрано в выборочную совокупность 244 сюжета на медицинскую тематику (около 19% от общего числа); 112 выпусков, 925 сюжетов программы «Вести. Дон» и отобрано в выборочную совокупность 152 сюжета про медицину (около 17% соответственно). Выборка — случайная механическая (с определенным заданным шагом). По теме медицины и здравоохранения всего были закодированы и проанализированы почти 30% подходящего материала, а именно: 71 сюжет программы «Время» (23 сюжета в 2019 г. с шагом 2, 26 — в 2020 г. с шагом 5, 22 — в 2021 г. с шагом 4) и около 43%, а именно 65 сюжетов программы «Вести. Дон» (19 сюжетов в 2019 г. с шагом 1, 25 — в 2020 г. с шагом 3, 21 — в 2021 г. с шагом 3).

Закодированные категории и единицы анализа записывались в регистрационные карточки на каждый новостной сюжет. Категориями анализа стали тема, жанр, характер, локальность, продолжительность, герой ТВ материала, наличие проблемы или проблемной ситуации. Единица сче-

² Новости. Первый канал. URL: <https://www.1tv.ru/news/issue/2022-05-12/15:00#1> (дата обращения 12.05.2022).

³ Выпуски программы «Вести. Дон». URL: <https://dontr.ru/programmy/vesti-don/> (дата обращения 10.05.2022).

та — новостной сюжет. Классификация проанализированных документов (ТВ новостных сюжетов): по способу фиксации информации — визуальные и аудиальные; по источнику информации — вторичные; по статусу автора документов — официальные; по характеру персонификации — безличные.

Как россияне смотрели телевизор в 2021 году

Аудитория старше четырех лет во всех городах России, данные учитывают первые 11 месяцев 2020 и 2021 годов соответственно

● 2020 ● 2021

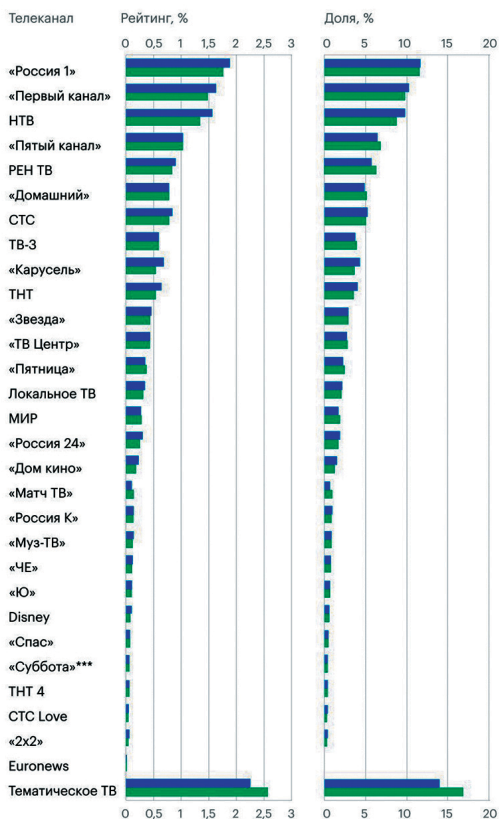


Рис. 1. Показатели аудитории федеральных каналов за первые 11 месяцев 2020 и 2021 гг.⁴

⁴ Источник изображения см.: российский офис компании ECI Media Management на основе измерений Mediascope. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/23/12/2021/61c4633d9a79476fde8b7dce (дата обращения: 19.12.2022).

3. РЕЗУЛЬТАТЫ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ОБРАЗА МЕДИЦИНЫ И МЕДИКОВ В ТЕЛЕВИЗИОННОЙ МЕДИАПОВЕСТКЕ

Так, на федеральном и региональном телевидении в целом можно отметить существенный рост новостных сюжетов на медицинскую тематику в период с 2019 по 2021 гг. («Время» с 6% в 2019 г. до 30% в 2020 г., до 20% в 2021 г., «Вести. Дон» с 6% в 2019 г. до 24% в 2020 г., до 19,5% в 2021 г.). 17. Полученные результаты, касающиеся специфики тематической направленности телевизионных материалов, а именно новостных сюжетов программы «Время» (Первый канал) и программы «Вести. Дон» (канал Россия 1) о медицине и здравоохранении, свидетельствуют, что в 2019 году в наибольшей степени освещались следующие темы: 1) открытие, ремонт, закрытие, лишение лицензии лечебно-профилактических учреждений (ЛПУ) и аптек (53% сюжетов «Вести. Дон» и 35% сюжетов «Время»); 2) изобретения, новации, уникальные медицинские операции, новейшее медицинское оборудование (39% сюжетов «Время» и 37% сюжетов «Вести. Дон»); 3) медицинская помощь и диагностика (30% сюжетов «Время» и 21% сюжетов «Вести. Дон»); 4) заболевания (21% сюжетов «Вести. Дон» и 17% сюжетов «Время»); 5) лекарственные препараты (22% сюжетов «Время» и 16% сюжетов «Вести. Дон»).

Если в 2019 году новостные сюжеты на тему медицины и здравоохранения были в основном посвящены изобретениям, новациям, уникальным операциям, открытию/закрытию, ремонту ЛПУ и аптек, то в 2020 и 2021 гг. тематический ракурс кардинально сменился в сторону новостных сообщений про пандемию новой коронавирусной инфекции COVID-19, различного рода заболевания, вакцинацию от COVID-19 (Табл. 1). Отметим, что темам смертности, медицинской помощи и диагностики, открытию, закрытию, ремонту ЛПУ и аптек чаще были посвящены региональные новостные сюжеты (Табл. 1). В свою очередь, тематика вакцинации от COVID-19 и профилактических мер против COVID-19 в 2020 г. и 2021 г. чаще освещалась на федеральном телевидении (например, новостные сюжеты программы «Время» с заголовками:

- *Посол КНР в России сообщил о разработке в его стране эффективной вакцины против коронавируса от 24.02.2020⁵;*
- *Россия вводит новые меры против распространения коронавируса: решено действовать на опережение от 15.03.2020⁶;*

⁵ Матвеев, П. (2020, 24 февраля, 21:11). Посол КНР в России сообщил о разработке в его стране эффективной вакцины против коронавируса. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2020-02-24/380997-posol_knr_v_rossii_sooobschil_o_razrabotke_v_ego_strane_effektivnoy_vaktsiny_protiv_koronavirusa (дата обращения: 12.05.2022).

⁶ Кибальчик, Е. (2020, 15 марта, 21:07). Россия вводит новые меры против распространения коронавируса: решено действовать на опережение. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2020-03-15/382005-rossiya_vvodit_novye_mery_protiv_rasprostraneniya_koronavirusa_resheho_deystvovat_na_operezhenie (дата обращения: 12.05.2022).

- Президент РФ рассказал о мерах поддержки граждан страны в условиях борьбы с коронавирусом от 25.03.2020⁷;
- Переболевшие коронавирусом помогают врачам в поисках вакцины от 14.05.2020⁸;
- В России начались клинические испытания вакцины от COVID-19 от 3.06.2020⁹;
- 20 добровольцам, которые участвуют в тестировании вакцины от коронавируса, введен второй компонент препарата от 13.07.2020¹⁰;
- Пока не началась массовая вакцинация от коронавируса, особое внимание к тем, кто переболел и у кого появились антитела к инфекции от 2.08.2020¹¹;
- Россия получила предварительные заявки из 20 стран на покупку одного миллиарда доз вакцины от коронавируса от 12.08. 2020¹²;
- Уже в ноябре в гражданский оборот выйдет вторая российская вакцина от коронавируса от 21.10.2020¹³;

⁷ Клейменов, К. (2020, 25 марта, 21:00). Президент РФ рассказал о мерах поддержки граждан страны в условиях борьбы с коронавирусом. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2020-03-25/382614-prezident_rf_rasskazal_o_merakh_podderzhki_grazhdan_strany_v_usloviyah_borby_s_koronavirusom (дата обращения: 12.05.2022).

⁸ Кулько, Д. (2020, 14 мая, 21:18). Переболевшие коронавирусом помогают врачам в поисках вакцины. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2020-05-14/385857-perebolevshie_koronavirusom_pomogayut_vracham_v_poiskah_vaktsiny (дата обращения: 12.05.2022).

⁹ Онищенко, Ю. (2020, 3 июня, 21:10). В России начались клинические испытания вакцины от COVID-19. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2020-06-03/387034-v_rossii_nachalis_klinicheskie_ispytaniya_vaktsiny_ot_covid_19 (дата обращения: 12.05.2022).

¹⁰ Князева, О. (2020, 13 июля, 21:15). 20 добровольцам, которые участвуют в тестировании вакцины от коронавируса, введен второй компонент препарата. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2020-07-13/389372-20_dobrovoltzam_kotorye_uchastvuyut_v_testirovanii_vaktsiny_ot_koronavirusa_vveden_vtoroy_komponent_preparata (дата обращения: 12.05.2022).

¹¹ Кулько, Д. (2020, 2 августа, 21:00). Пока не началась массовая вакцинация от коронавируса, особое внимание к тем, кто переболел и у кого появились антитела к инфекции. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2020-08-02/390603-poka_ne_nachalas_massovaya_vaktsinatsiya_ot_koronavirusa_osoboe_vnimanie_k_tem_kto_perebolel_i_u_kogo_poyavilis_antitela_k_infektsii (дата обращения: 12.05.2022).

¹² Панюшкин, К. (2020, 12 августа, 21:00). Россия получила предварительные заявки из 20 стран на покупку одного миллиарда доз вакцины от коронавируса. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2020-08-12/391245-rossiya_poluchila_predvaritelnye_zayavki_iz_20_stran_na_pokupku_odnogo_milliarda_doz_vaktsiny_ot_koronavirusa (дата обращения: 12.05.2022).

¹³ Юрьева, Н. (2020, 21 октября, 21:11). Уже в ноябре в гражданский оборот выйдет вторая российская вакцина от коронавируса. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2020-10-21/395435-uzhe_v_noyabre_v_grazhdanskiy_oborot_vyydet_vtoraya_rossiyskaya_vaktsina_ot_koronavirusa (дата обращения: 12.05.2022).

- В регионах набирает обороты масштабная вакцинация от коронавируса от 10.12.2020¹⁴;
- Лондон не поделил с Брюсселем вакцину против коронавируса от 29.01.2021¹⁵;
- В Соединенных Штатах возникли новые сложности с вакцинацией от коронавируса от 18.02.2021¹⁶ и пр.

Таблица 1.

Тематическая направленность новостных сюжетов программы «Время» (Первый канал) и программы «Вести. Дон» (канал Россия 1), в %

Тема ТВ материала	2020		2021	
	Время	Вести. Дон	Время	Вести. Дон
Пандемия COVID-19	69	64	50	57
Заболевания	42	72	50	52
Меры профилактики COVID-19	35	8	23	0
Вакцинация	27	8	77	19
Поддержка медиков, конкурсы, праздники, награждение медиков	19	0	9	10
Смертность	15	28	9	19
Медицинская помощь и диагностика	15	20	5	32
Лечебные учреждения / аптеки (открытие, ремонт, закрытие, лишение лицензии)	8	16	5	29

В то же время новостными телепрограммами в 2019–2021 гг. практически не освещались факты, события по темам профессиональной подготовки медицинских кадров, цифровизации в сфере медицины и здравоохранения, здоровья и здорового образа жизни. За исследуемый период контент-ана-

¹⁴ Брайнин, К. (2020, 10 декабря, 21:12). В регионах набирает обороты масштабная вакцинация от коронавируса. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2020-12-10/398279-v_regionah_nabiraet_oboroty_masshtabnaya_vaktsinatsiya_ot_koronavirusa (дата обращения: 12.05.2022).

¹⁵ Сиразиев, Т. (2021, 29 января, 21:20). Лондон не поделил с Брюсселем вакцину против коронавируса. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2021-01-29/400759-london_ne_podelil_s_bryusselem_vaktsinu_protiv_koronavirusa (дата обращения: 12.05.2022).

¹⁶ Андреева, Е. (2021, 18 февраля, 21:11). В Соединенных Штатах возникли новые сложности с вакцинацией от коронавируса. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2021-02-18/401874-v_soedinennyh_shtatah_voznikli_novye_slozhnosti_s_vaktsinatsiy_ot_koronavirusa (дата обращения: 12.05.2022).

лиз позволил зафиксировать уменьшение и последующее сведение к нулю интерпретации в ТВ-новостях таких тем в области медицины и здравоохранения, как лекарственные препараты, а также беременность, роды, рождаемость (Табл. 2).

Таблица 2.

Наименее популярные темы новостных сюжетов программы «Время» (Первый канал) и программы «Вести. Дон» (канал Россия 1), в %

Тема ТВ материала	Вести. Дон			Время		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Здоровье / ЗОЖ	0	12	10	9	0	0
Лекарственные препараты	16	4	0	22	12	0
Беременность / Роды / Рождаемость	11	4	5	9	0	0
Цифровизация в сфере медицины	0	0	0	4	0	5
Подготовка медицинских кадров	0	0	0	4	0	0

Контент-анализ текстовых транскриптов новостных сюжетов программы «Время» (Первый канал) на медицинскую тематику за 2019–2021 гг. показал, что из всех избранных для поиска словосочетаний и производных от них, а именно «социальное самочувствие медицинских работников», «профессиональная деформация медицинских работников», «кризис профессиональной идентичности медицинских работников», «профессиональное выгорание медицинских работников», «удовлетворенность медицинских работников условиями труда, профессиональным положением», «беспокойство, тревожность медицинских работников», чаще в российских медиа встречались слова и словосочетания о тревоге и беспокойстве медицинских работников. Так, в 2019 г. из 23 сюжетов программы «Время» обеспокоенность медиков прозвучала единожды, в 2020 г. в 5 сюжетах из 131, в 2021 г. в 1 сюжете из 90 медики озвучили тревожность и озабоченность по тем или иным вопросам, связанным с пандемией:

- Тревогу главного санитарного врача понять можно;
- Первыми тревогу забили итальянские врачи;
- Мы уже видели с вами и появляющиеся очереди из скорой помощи, и это нас тревожит – говорит А. Митичкин, главврач городской клинической больницы им. Ф.И. Иноземцева;

- Не беспокойте нас по мелочам, звоните и приходите лишь в крайнем случае — с такой просьбой к британцам обратились врачи поликлиник;
- Часть тех, кому пришлось бороться с вирусом дома или в больницы палате, сталкиваются с осложнениями, причем у каждого пациента они свои. Но есть некий общий принцип, который вызывает тревогу у медиков и др.

Аналогичное исследование провели ученые-лингвисты из Аммана (Иордания) при консультативной поддержке медиков с целью выявления наиболее часто встречающихся слов, связанных с COVID-19, в контексте медицинских новостей, опубликованных в News Rx с 1 января по 31 октября 2020 года и классификации их в шесть основных категорий глоссария: сокращения и аббревиатуры, болезни, COVID-19, биология, медицина и научные дисциплины (Saed, Hussein, Haider, Al-Salman, Odeh, 2022, p. 577–588).

Анализ результатов по жанрам ТВ материала подчеркивает, что явное большинство новостных сюжетов было представлено в информационном жанре и создавалось в виде репортажей, сообщений, выступлений, интервью, отчетов (в среднем 69% в 2019 г., 86% в 2020 г., 68% в 2021 г. сюжетов программы «Время» и программы «Вести. Дон», см. табл. 3). Очевидно, что базовой функцией новостного телевизионного формата является именно информирование зрителей о социально-значимых и актуальных фактах, событиях, происшествиях. Такая форма подачи информации в виде коротких сообщений, репортажей, интервью служит как увеличению количества телевизионного материала в ограниченный промежуток времени, так и облегчению ее восприятия зрителями. В среднем 45% новостных сюжетов программы «Время» и 17% сюжетов программы «Вести. Дон» представлены в аналитическом жанре в виде комментариев, дискуссии, пресс-конференции, расследования, рецензии, мониторинга, рейтинга и пр. Новостные сюжеты проанализированных телепрограмм не показаны в документально-художественном жанре (очерк, зарисовка, документальный фильм и др.). В среднем за 2019 г. и 2020 г. в 10% новостных сюжетов на медицинскую тематику в программе «Вести. Дон» на телеканале Россия 1 встроена рекламная информация о медицинском оборудовании от партнеров ТВ канала (Табл. 3).

Таблица 3.

**Жанр новостных сюжетов программы «Время» (Первый канал)
и программы «Вести. Дон» (канал Россия 1), в %**

Жанр ТВ материала	Вести. Дон			Время		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Информационный	68	80	81	70	92	92
Аналитический	16	16	19	43	27	27
Документально-художественный	0	0	0	0	0	0
Реклама	16	4	0	0	0	0

Анализ данных о характере ТВ сюжетов подтверждает, что фактически было представлено более половины всего исследуемого новостного материала (в среднем около 52%), что еще раз подтверждает специфику любого информационного сообщения, заключающегося в информировании массового реципиента о том, что, где, когда и при каких обстоятельствах произошло или произойдет. Однако новость может быть презентована в любом аспекте, если это не противоречит ее основному свойству, т.е. новизне. Так, около трети новостных сюжетов были освещены в позитивном ключе, с тенденций к уменьшению значений от 2019 г. к 2021 г. Новостные программы представляли в позитивном аспекте преимущественно темы беременности и рождаемости, изобретений и новаций, открытия и ремонта ЛПУ/аптек, поддержки и награждения медицинских работников. Еще четвертая часть федеральных и региональных новостей из области медицины и здравоохранения поданы зрителю в проблемном (негативном) поле. При анализе тональности новостного сюжета авторами использовался метод заданных вручную правил поиска и фиксации избранных эмоциональных ключевых слов из русскоязычного тонального словаря LINIS Crowd SENT, позволяющих среднестатистически оценить материал по шкале: фактографический, позитивный, критический, проблемный. Также в среднем в 62% ТВ материалов упоминается, либо подробно описывается та или иная проблема, проблемная ситуация. В области новостных сюжетов проблемного характера чаще фигурируют темы заболеваемости, пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-19, вакцинации от COVID-19, закрытия и лишения лицензий ЛПУ/аптек (Табл. 4).

Таблица 4.

**Характер новостных сюжетов программы «Время» (Первый канал)
и программы «Вести. Дон» (канал Россия 1), в %**

Характер ТВ материала	Вести. Дон			Время		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Фактографический	47	80	62	13	54	55
Позитивный	32	0	19	52	31	23
Критический	0	0	9,5	4	12	14
Проблемный	21	20	9,5	35	31	32
Наличие проблемы, проблемной ситуации						
Присутствует (упоминается, подробно описывается)	58	76	72	65	42	59
Отсутствует (не упоминается)	42	24	28	35	58	41

По продолжительности доминируют короткие новостные сюжеты про медицину, от 1 до 60 секунд и от 61 до 120 секунд. В федеральном телевидении отмечены длительные новостные материалы от 4 до 5 минут и более 5 минут, при их полном отсутствии на региональном телевидении. Локальность новостного материала представлена следующим образом: 100% новостных сюжетов программы «Вести. Дон» посвящены российской системе медицины и здравоохранения. В программе «Время» заметен резкий рост новостных сюжетов про медицину и эпидемиологическую ситуацию за рубежом в 2020 и 2021 гг. (4% в 2019 г., 31% в 2020 г., 32% в 2021 г.):

- В Китае число заболевших новым типом коронавируса увеличилось в полтора раза;
- Китай запросил партию российского препарата, который может помочь в борьбе с коронавирусом;
- В Китае сбывается то, о чем еще полгода назад рассуждали в Америке;
- За считанные дни Апеннинский полуостров превратился в главный очаг коронавируса в Европе;
- В Европе к странам, которые решили ввести карантин в связи с пандемией, добавилась Австрия;
- В США за сутки выявили почти 139 тысяч новых случаев заражения COVID-19;
- На саммите Форума «Азия — Европа» обсудили борьбу с COVID-19 в глобальном плане.

Пандемия коронавируса кардинально изменила медиаповестку в России и во всем мире, сделав медицинскую тематику одной из основных. И ключевыми героями теленовостей в этих условиях, ожидаемо, должны стать сами медики. Однако проведенный контент-анализ телевизионных новостей показывает, что доля сюжетов на медицинскую тематику, героем которых является рядовой врач, в период 2019–2021 гг. на федеральных телеканалах снижается: так, в 2019 г. герой-врач появляется в 39% проанализированных сюжетов «Первого канала», в 2020 г. — в 23% сюжетов, в 2021 г. — только в 18% сюжетов. А вот в региональных выпусках новостей герои врачи с началом пандемии стали появляться чаще: в 42% сюжетов в 2019 г., в 52% — в 2020 г. и в 57% — в 2021 г. (Табл. 5).

Таблица 5.

Герои новостных сюжетов программы «Время» (Первый канал)
и программы «Вести. Дон» (канал Россия 1), в %

Герой ТВ материала	2019		2020		2021	
	Время	Вести. Дон	Время	Вести. Дон	Время	Вести. Дон
Врач	9	8	6	13	4	12
Средний мед. персонал	0	1	4	9	3	8
Младший мед. персонал	0	1	0	0	0	0
Работники администрации мед. учреждения (главврач, зав. отделением, директор)	8	8	1	5	5	6
Ученые / Изобретатели / Производители	4	3	4	1	3	1
Взрослые пациенты, покупатели в аптеках	5	8	4	15	4	8
Пациенты-дети	6	3	1	4	0	5
Президент РФ, глава региона или населенного пункта, министр, чиновник	11	6	10	6	10	12
Фармацевт	2	6	0	0	0	6

Люди немедицинских профессий (полицейские, швеи, учителя, телеведущий, пожарный, водитель, прохожие, футболисты, тренеры, охранники, военные, строители), а также родственники пациента	2	9	4	4	2	2
Герой — не человек	0	1	8	0	3	0

Интересная тенденция наблюдается в изменении частоты появления в сюжетах героев-работников администрации медицинских учреждений — главных врачей, заведующих отделениями, директоров. В 2019 г. они появлялись в 35% проанализированных сюжетов программы «Время» и 42% сюжетов «Вести. Дон». Затем в 2020 г. частота их появления резко снижается до 4% («Время») и 20% («Вести. Дон»), а в 2021 г. снова растет (23% — «Время», 28% — «Вести. Дон»). В сравнении с медиками, не занимающими никаких административных должностей, главные врачи и заведующие отделениями, как правило, более персонифицированы в сюжетах, дают интервью, экспертные оценки и рекомендации. Важной медийной фигурой федеральных СМИ, своеобразным символом борьбы с эпидемией коронавируса в России стал Денис Николаевич Проценко, главный врач Городской клинической больницы № 40 в Коммунарке.

С началом вакцинации в эфире и федеральных, и региональных СМИ чаще появляются представители среднего медперсонала: в 2020 и 2021 гг. в 15% и 14% сюжетов «Первого» соответственно героями выступают медсестры, медбратья, акушеры и фельдшеры, тогда как в проанализированных сюжетах 2019 г. они не встречаются вообще. В эфире «Вести. Дон» наблюдаются аналогичные тенденции: среди проанализированных сюжетов 2019 г. зафиксирован только 1 сюжет (5%) с участием героя-представителя среднего медперсонала, тогда как в 2020 и 2021 гг. их уже 36% и 38% соответственно. Младший медицинский персонал (санитары, сиделки, медрегистраторы и др.) представлены были только в одном из всех проанализированных сюжетов: в 2019 г. в эфире «Вести. Дон».

Любопытно, что реже в сюжетах на медицинскую тематику с началом пандемии появляются и герои, являющиеся учеными и изобретателями. И особенно заметно это в региональных выпусках новостей: частота их появления с 16% сюжетов в 2019 г. снижается до 4% и 5% в 2020 и 2021 гг. С марта 2020 г. в эфире появляются прежде всего эпидемиологи, вирусологи, работники центров, разрабатывавших вакцины от коронавируса, тогда как в 2019 г. в центре внимания были исследователи, занимающиеся разработкой новых

материалов и инновационных методов лечения сахарного диабета, онкологических заболеваний, инсульта и инфаркта.

Кто же тогда является главным героем сюжетов на медицинскую тематику? В 44% всех подвергнутых анализу сюжетов «Первого» и 38% сюжетов «Вести. Дон» появляются представители органов власти — Президент РФ, главы регионов или населенных пунктов, министры, чиновники, руководители и служащие Роспотребнадзора. В сюжетах, носящих проблемный характер, Президент и главы регионов позиционируются как защитники прав пациентов и рядовых медиков, восстанавливающие справедливость в условиях произвола чиновников и администрации учреждений, например, при распределении бесплатных лекарств и пенсий по инвалидности¹⁷, выполнении национальных проектов¹⁸, а также выплатах медикам за работу с ковид-пациентами. Например, показателен сюжет от 24 мая 2020 г.: *Президент лично контролирует ситуацию с выплатами врачам, которые ежедневно борются с опасным для жизни коронавирусом. Владимир Путин четко обозначил, кому сколько платить, но во многих регионах возникли проблемы с выплатой денег врачам, медсестрам, санитарам и бригадам скорой помощи. И глава государства на этой неделе еще раз подчеркнул: не может быть и речи о том, чтобы высчитать, кто сколько часов или минут проработал с больным. Помощь должна быть оказана в полном объеме. И надо сказать, что к концу недели врачи почти везде получили свои деньги*¹⁹.

Также героями проанализированных сюжетов являются пациенты. С началом пандемии фокус внимания заметно смещается с пациентов детей на взрослых, и особенно — на людей пожилых: в 2019 г. пациенты-дети были героями 26% сюжетов «Первого», а в 2020 г. — лишь 4%. Среди пациентов особо выделяются звезды эстрады, актеры, спортсмены и другие известные люди²⁰, которые призывали к соблюдению самоизоляции, а затем — к вакцинации.

¹⁷ Соловьева, В. (2020, 20 декабря, 21:30). Российская система здравоохранения оказалась более эффективной в борьбе с коронавирусом, заявил президент на пресс-конференции. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2020-12-20/398799-rossiyskaya_sistema_zdravoohraneniya_okazalas_bolee_effektivnoy_v_borbe_s_koronavirusom_zayavil_prezident_na_press_konferentsii?ysclid=l38vdoi6d3 (дата обращения: 12.05.2022).

¹⁸ Шишкин, О. (2021, 15 декабря, 21:12). Президент потребовал от чиновников делать больше для людей, выполняя национальные проекты. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2021-12-15/418094-prezident_potreboval_ot_chinovnikov_delat_bolshe_dlya_lyudey_vypolnyaya_natsionalnye_proekty?ysclid=l38va9vcmt (дата обращения: 12.05.2022).

¹⁹ Елисеев, В. (2020, 24 мая, 21:21). На личном контроле президента выполнение решений о поддержке людей и выплаты медработникам. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2020-05-24/386414-na_lichnom_kontrole_prezidenta_vypolnenie_resheniy_o_podderzhke_lyudey_i_vplaty_medrabotnikam?ysclid=l38va9vcmt (дата обращения: 12.05.2022).

²⁰ Клейменов, К. (2020, 26 марта, 21:31). Известные актеры и спортсмены призывают соблюдать режим самоизоляции. *Первый канал*. URL: https://www.1tv.ru/news/2020-03-26/382686-rossiyan_prizyvayut_soblyudat_rezhim_samoizolyatsii (дата обращения: 12.05.2022).

Кроме того, героями проанализированных сюжетов выступили представители немедицинских профессий: журналисты, полицейские, швеи, учителя, телеведущие, пожарные, водители, футболисты, охранники, военные, строители, а также родственники пациентов. Чаще они появлялись в региональных новостях (24% всех проанализированных выпусков), нежели в федеральных (11%).

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, результаты проведенного в 2022 году контент-анализа новостных вечерних выпусков федерального и регионального телевизионного вещания за 2019–2021 гг. (на примере программы «Время» (Первый канал) и программы «Вести. Дон» (телеканал Россия 1)) позволяют сконструировать образ медицины и медицинских работников в российской телевизионной медиасреды в период 2019–2021 гг., выявить частоту появления и содержание ТВ сюжетов на тему медицины и здравоохранения: на федеральном и региональном телевидении отмечается значительный рост новостных сюжетов на медицинскую тематику в период с 2019 по 2021 гг., в 2019 году больше всего освещались темы: 1) открытие, ремонт, закрытие, лишение лицензии ЛПУ и аптек; 2) изобретения, новации, уникальные медицинские операции, новейшее медицинское оборудование; 3) медицинская помощь и диагностика; 4) заболевания; 5) лекарственные препараты. В 2020 и 2021 гг. тематический ракурс кардинально сменился в сторону новостных сообщений про пандемию новой коронавирусной инфекции COVID-19 и вакцинацию от COVID-19. Эти результаты подтверждают гипотезу исследования. Большинство сюжетов (около 70%) было представлено в информационном жанре и создавалось в виде репортажей, сообщений, выступлений, интервью, отчетов. Чуть более половины всего исследуемого новостного материала (около 52%) носили фактический характер. Около трети новостных сюжетов были освещены в позитивном ключе, с тенденцией к уменьшению значений от 2019 г. к 2021 г. В 62% ТВ материалов упоминается, либо подробно описывается та или иная проблема, проблемная ситуация. По продолжительности доминируют короткие новостные сюжеты про медицину. Проведенный контент-анализ телевизионных новостей показывает, что в период 2019–2021 гг. на федеральном телеканале парадоксально снижается доля сюжетов, героем которых является рядовой врач. С началом вакцинации в эфире и федеральных, и региональных СМИ чаще появляются представители среднего медицинского персонала. Реже с началом пандемии в сюжетах появляются герои — ученые, изобретатели, особенно в региональных новостях. С марта 2020 г. в эфире появляются прежде всего эпидемиологи, вирусологи, работники центров, разрабатывавших

вакцины от коронавируса. Также героями проанализированных сюжетов конечно являются пациенты. С началом пандемии COVID-19 фокус внимания заметно смещается с пациентов детей на взрослых, и особенно — на людей пожилых. И все же главными героями сюжетов на медицинскую тематику в 40% случаев стали представители органов власти — Президент РФ, главы регионов или населенных пунктов, министры, чиновники, руководители и служащие Роспотребнадзора. Именно в этой части утверждения гипотеза исследования была опровергнута.

Поставленные авторами задачи в ходе исследования выполнены. Проблематика трансляции образа медицинских работников и сферы здравоохранения посредством СМИ в период пандемии COVID-19 представлена в зарубежной и российской научной литературе следующими исследовательскими направлениями: анализ индустрии документального кино про COVID-19, дискурс-анализ построения имиджа медицинского работника в медиа, изучение субкультуры дезинформации, разоблачение фальшивых и фейковых новостей, выявление центральных медиаперсон, научно-популярная журналистика, визуальная репрезентация пандемии COVID-19 в новостях. Оригинальность проведенного авторами исследования заключается в применении методики сравнительного контент-анализа новостей по теме медицины и здравоохранения на федеральном и региональном телеканалах.

REFERENCES

1. Arkhipova, A.S., Radchenko, D.A., Kozlova, I.V., Peigin, B.S., Gavrilova, M.V., & Petrov, N.V. (2020). Puti rossiyskoy infodemii: Ot WhatsApp do Sledstvennogo komiteta [Specifics of infodemic in Russia: From WhatsApp to the Investigative Committee]. *Monitoring Obshchestvennogo Mneniya: Ekonomicheskie i Sotsial'nye Peremeny*, (6), 231–265. (In Russ.) <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1778>, <https://elibrary.ru/gwigpr>
2. Cambra-Badii, I., Moyano, E., Ortega, I., Baños, J.-E., & Sentí, M. (2021). TV medical dramas: Health sciences students' viewing habits and potential for teaching issues related to bioethics and professionalism. *BMC Medical Education*, 21 (1), Article 509. <https://doi.org/10.1186/s12909-021-02947-7>
3. Chen, W., & Qian, H. (2017). Using films and television shows with a medical theme as a medium to accelerate the spread of medical humanities. *BioScience Trends*, 11 (2), 138–141. <https://doi.org/10.5582/bst.2017.01099>
4. Cox, C.L. (2020). Healthcare heroes: Problems with media focus on heroism from healthcare workers during the COVID-19 pandemic. *Journal of Medical Ethics*, 46 (8), 510–513. <https://doi.org/10.1136/medethics-2020-106398>
5. Dementieva, K.V. (2020). Mediakommunikatsii regiona v usloviyakh rasprostraneniya koronavirusa: osobennosti mediapovestki i vovlechenosti auditorii [Media communications of the region in the conditions of the spread of coronavirus: features of media coverage and audience engagement]

of the region in the context of the spread of coronavirus: Features of the media agenda and audience involvement]. *Gumanitarnyy Vektor*, 15 (5), 166–175. (In Russ.) <https://doi.org/10.21209/1996-7853-2020-15-5-166-175>, <https://elibrary.ru/zvcjuw>

6. Fedtke, J., Ibahrine, M., & Wang, Y. (2022). Heroes in harm's way: COVID-19 narratives of China as a form of soft power. *Asian Studies*, 10 (1), 287–314. <https://doi.org/10.4312/as.2022.10.1.287-314>

7. Frolova, A.S., & Posukhova, O.Yu. (2017). Kontseptual'noe modelirovanie sistemy simvolicheskogo konstruirovaniya professional'noy identichnosti v mediaprostranstve [Conceptual modeling of the system of professional identity symbolic construction in the media space]. *Media Education—Mediaobrazovanie*, (3), 185–192. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zenblf>

8. Griber, Yu.A., & Sukhova, E.E. (2020). Tsvet kak instrument upravleniya emotsiyami v publikatsiyakh o pandemii COVID-19 v russkoyazychnykh onlayn-SMI [Color as a tool to manage emotions in the Russian online media publications about COVID-19 pandemic]. *Monitoring Obshchestvennogo Mneniya: Ekonomicheskie i Sotsial'nye Peremeny*, (6), 307–328. (In Russ.) <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1745>, <https://elibrary.ru/rvabme>

9. Kang, L., Ma, S., Chen, M., Yang, J., Wang, Y., Li, R., Yao, L., Bai, H., Cai, Z., Yang, B.X., Hu, S., Zhang, K., Wang, G., Ma, C., & Liu, Z. (2020). Impact on mental health and perceptions of psychological care among medical and nursing staff in Wuhan during the 2019 novel coronavirus disease outbreak: A cross-sectional study. *Brain, Behavior, and Immunity*, 87, 11–17. <https://doi.org/10.1016/j.bbi.2020.03.028>

10. Kobierecka, A., & Kobierecki, M.M. (2021). Coronavirus diplomacy: Chinese medical assistance and its diplomatic implications. *International Politics*, 58 (6), 937–954. <https://doi.org/10.1057/s41311-020-00273-1>

11. Laskar, K.A., Reyaz, M. (2021). Mapping the fake news infodemic amidst the COVID-19 pandemic: A study of Indian fact-checking websites. *Journal of Arab and Muslim Media Research*, 14 (1), 93–116. https://doi.org/10.1386/jammr_00026_1

12. Levashov, V.K., Osipov, G.V., Ryazantsev, S.V., & Rostovskaya, T.K. (Eds.). (2021). *Vyzovy pandemii i strategicheskaya povestka dnya dlya obshchestva i gosudarstva: sotsial'no-politicheskoe polozhenie i demograficheskaya situatsiya v 2021 godu* [Pandemic challenges and the strategic agenda for society and the state: Socio-political situation and demographic situation in 2021] [Monograph]. Moscow: FCTAS RAS. (In Russ.) <https://doi.org/10.19181/monogr.978-5-89697-384-3.2021>

13. Lindström, M. (2021). The new totalitarians: The Swedish COVID-19 strategy and the implications of consensus culture and media policy for public health. *SSM—Population Health*, (14), Article 100788. <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2021.100788>

14. Martynenko, E.V., & Stogova, E.S. (2021). Koronavirus v povestke dnya informatsionnykh agentstv RIA «Novosti» i Reuters [Coronavirus on the agenda of RIA Novosti and Reuters news agencies]. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 10 (2), 338–350. (In Russ.) [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021.10\(2\).338-350](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021.10(2).338-350), <https://elibrary.ru/edvccj>

15. Meng, L., Yu, X., Han, C., & Liu, P. (2022). Does internet use aggravate public distrust of doctors? Evidence from China. *Sustainability (Switzerland)*, 14 (7), Article 3959. <https://doi.org/10.3390/su14073959>
16. Painter, D. L., Kubala, A., & Parsloe, S. (2020). Playing doctor on TV: Physician portrayals and interactions on medical drama, comedy, and reality shows. *Atlantic Journal of Communication*, 28 (5), 322–336. <https://doi.org/10.1080/15456870.2020.1691002>
17. Paniukova, S.A. (2020). Osveshchenie pandemii koronavirusa v kontekste nauchno-populyarnoy zhurnalistiki [Coverage of the coronavirus pandemic in the context of scientific-popular journalism]. *Znak: Problemnoe Pole Mediaobrazovaniya*, (4), 151–157. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rtlvuj>
18. Saed, H., Hussein, R.F., Haider, A.S., Al-Salman, S., & Odeh, I.M. (2022). Establishing a COVID-19 lemmatized word list for journalists and ESP learners. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 11 (3), 577–588. <https://doi.org/10.17509/ijal.v11i13.37103>
19. Sharkova, I.V. (2020). Transformatsiya imidzha rossiyskogo zdravookhraneniya v period pandemii COVID-19 v informatsionnom pole [The Russian healthcare image transformation during the pandemic COVID-19 in the info field]. *Problemy Sotsial'noi Gigieny i Istorii Meditsiny*, 28 (S), 827–833. (In Russ.) <https://doi.org/10.32687/0869-866X-2020-28-s1-827-833>, <https://elibrary.ru/oifpgn>
20. Taskaeva, A.V. (2021). Osobennosti geroizatsii meditsinskikh rabotnikov v mass-mediynom diskurse v period pandemii [Peculiarities of heroization of health care workers in the mass media discourse during a pandemic]. *Filologiya i Chelovek*, (2), 19–35. (In Russ.) [https://doi.org/10.14258/filichel\(2021\)2-02](https://doi.org/10.14258/filichel(2021)2-02), <https://elibrary.ru/nqlcmi>
21. Vyalykh, N.A., Nor-Areyan, O.A., Posukhova, O.Yu., Mosienko, O.S., Cherevkova, A.I. (2021). Methodological matrix for sociological study of social well-being of the professional medical community during a complex epidemiological situation. *Turismo: Estudos & Práticas (UERN)*, (01), 1–12. (In Russ.) Retrieved May 10, 2022, from <http://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/875>
22. Xia, S., Huang, H., & Zhang, D. (2022). Framing as an information control strategy in times of crisis. *Journal of East Asian Studies*, 22 (2), 255–279. <https://doi.org/10.1017/jea.2022.5>
23. Yefanov, A.A., & Banshchikova, V.O. (2021). Tekhnologiya konstruirovaniya professional'nogo imidzha meditsinskogo rabotnika: mediadiskurs COVID-19 [Technology for professional image construction of a medical worker: COVID-19 media discourse]. *Tekhnologii v Infosfere*, 2 (3), 16–38. (In Russ.) <https://doi.org/10.48417/technolag.2021.03.03>, <https://elibrary.ru/oruacf>

ЛИТЕРАТУРА

1. Архипова, А.С., Радченко, Д.А., Козлова, И.В., Пейгин, Б.С., Гаврилова, М.В., Петров, Н.В. (2020). Пути российской инфодемии: от WhatsApp до Следственного комитета. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, (6), 231–265. URL: <https://elibrary.ru/GWIGPR>, URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1778>

2. Грибер, Ю.А., Сухова, Е.Е. (2020). Цвет как инструмент управления эмоциями в публикациях о пандемии COVID-19 в русскоязычных онлайн-СМИ. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены, (6), 307–328. URL: <https://elibrary.ru/RVABME>, URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1745>
3. Дементьева, К.В. (2020). Медиакоммуникации региона в условиях распространения коронавируса: особенности медиаповестки и вовлеченности аудитории. *Гуманитарный вектор*, 15 (5), 166–175. URL: <https://elibrary.ru/ZVCJUW>, URL: <https://doi.org/10.21209/1996-7853-2020-15-5-166-175>
4. Ефанов, А.А., Банщикова, В.О. (2021). Технология конструирования профессионального имиджа медицинского работника: медиадискурс COVID-19. *Технологии в инфосфере*, 2 (3), 16–38. URL: <https://elibrary.ru/ORUACF>, URL: <https://doi.org/10.48417/technolang.2021.03.03>
5. Левашов, В.К. [и др.] (2021). *Вызовы пандемии и стратегическая повестка дня для общества и государства: социально-политическое положение и демографическая ситуация в 2021 году*. Москва: ФНИСЦ РАН. URL: <https://doi.org/10.19181/monogr.978-5-89697-384-3.2021>
6. Мартыненко, Е.В., Стогова, Е.С. (2021). Коронавирус в повестке дня информационных агентств РИА «Новости» и Reuters. *Вопросы теории и практики журналистики*, 10 (2), 338–350. URL: <https://elibrary.ru/EDVCCJ>, URL: [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021.10\(2\).338-350](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021.10(2).338-350)
7. Панюкова, С.А. (2020). Освещение пандемии коронавируса в контексте научно-популярной журналистики. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, (4), 151–157. URL: <https://elibrary.ru/RTLUVJ>
8. Таскаева, А.В. (2021). Особенности героизации медицинских работников в масс-медийном дискурсе в период пандемии. *Филология и человек*, (2), 19–35. URL: <https://elibrary.ru/NQLCMI>, URL: [https://doi.org/10.14258/filichel\(2021\)2-02](https://doi.org/10.14258/filichel(2021)2-02)
9. Фролова, А.С., Посухова, О.Ю. (2017). Концептуальное моделирование системы символического конструирования профессиональной идентичности в медиапространстве. *Медиаобразование*, (3), 185–192. URL: <https://elibrary.ru/ZENBLF>
10. Шаркова, И.В. (2020). Трансформация имиджа российского здравоохранения в период пандемии COVID-19 в информационном поле. *Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины*, 28 (S), 827–833. URL: <https://elibrary.ru/OIFPGN>, URL: <https://doi.org/10.32687/0869-866X-2020-28-s1-827-833>
11. Cambra-Badii, I., Moyano, E., Ortega, I., Baños, J.-E., & Sentí, M. (2021). TV medical dramas: Health sciences students' viewing habits and potential for teaching issues related to bioethics and professionalism. *BMC Medical Education*, 21 (1), Article 509. URL: <https://doi.org/10.1186/s12909-021-02947-7>
12. Chen, W., Qian, H. (2017). Using films and television shows with a medical theme as a medium to accelerate the spread of medical humanities. *BioScience Trends*, 11 (2), 138–141. URL: <https://doi.org/10.5582/bst.2017.01099>
13. Cox, C.L. (2020). Healthcare heroes: Problems with media focus on heroism from healthcare workers during the COVID-19 pandemic. *Journal of Medical Ethics*, 46 (8), 510–513. URL: <https://doi.org/10.1136/medethics-2020-106398>

14. Fedtke, J., Ibahrine, M., Wang, Y. (2022). Heroes in harm's way: COVID-19 narratives of China as a form of soft power. *Asian Studies*, 10 (1), 287–314. URL: <https://doi.org/10.4312/as.2022.10.1.287-314>
15. Kang, L., Ma, S., Chen, M., et al. (2020). Impact on mental health and perceptions of psychological care among medical and nursing staff in Wuhan during the 2019 novel coronavirus disease outbreak: A cross-sectional study. *Brain, Behavior, and Immunity*, 87, 11–17. URL: <https://doi.org/10.1016/j.bbi.2020.03.028>
16. Kobierecka, A., Kobierecki, M.M. (2021). Coronavirus diplomacy: Chinese medical assistance and its diplomatic implications. *International Politics*, 58 (6), 937–954. URL: <https://doi.org/10.1057/s41311-020-00273-1>
17. Laskar, K.A., Reyaz, M. (2021). Mapping the fake news infodemic amidst the covid-19 pandemic: A study of indian fact-checking websites. *Journal of Arab and Muslim Media Research*, 14 (1), 93–116. URL: https://doi.org/10.1386/jammr_00026_1
18. Lindström, M. (2021). The new totalitarians: The swedish COVID-19 strategy and the implications of consensus culture and media policy for public health. *SSM—Population Health*, (14), Article 100788. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2021.100788>
19. Meng, L., Yu, X., Han, C., & Liu, P. (2022). Does internet use aggravate public distrust of doctors? evidence from china. *Sustainability (Switzerland)*, 14 (7), Article 3959. URL: <https://doi.org/10.3390/su14073959>
20. Painter, D. L., Kubala, A., & Parsloe, S. (2020). Playing doctor on TV: Physician portrayals and interactions on medical drama, comedy, and reality shows. *Atlantic Journal of Communication*, 28 (5), 322–336. URL: <https://doi.org/10.1080/15456870.2020.1691002>
21. Saed, H., Hussein, R.F., Haider, A.S., Al-Salman, S., Odeh, I.M. (2022). Establishing a COVID-19 lemmatized word list for journalists and ESP learners. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 11 (3), 577–588. URL: <https://doi.org/10.17509/ijal.v11i3.37103>
22. Vyalykh, N.A., Nor-Arevyan, O.A., Posukhova, O.Y., Mosienko, O.S., Cherevkova, A.I. (2021). Methodological matrix for sociological study of social well-being of the professional medical community during a complex epidemiological situation. *Turismo: Estudos & Práticas (UERJ)*, (01: Caderno Suplementar 01), 1–12. <http://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/875> (10.05.2022).
23. Xia, S., Huang, H., & Zhang, D. (2022). Framing as an Information Control Strategy in Times of Crisis. *Journal of East Asian Studies*, 22 (2), 255–279. URL: <https://doi.org/10.1017/jea.2022.5>

Authors' contributions

Oxana Nor-Arevyan defined the key concepts and carried out general supervision;

All authors were engaged in collecting data, analyzing the content of the evening TV news broadcasts, and writing of the article.

Oxana Nor-Arevyan and Olga Mosienko corrected the paper after the reviewer's comments.

All authors participated in the implementation of the Russian Foundation for Basic Research grant and the discussion of the research results.

Авторский вклад

О.А. Нор-Аревян — концептуализация проблемы исследования и общее руководство;

О.А. Нор-Аревян, О.С. Мосиенко, А.И. Черевкова — сбор данных и контент-анализ новостных вечерних выпусков телевизионного вещания, написание статьи.

О.А. Нор-Аревян, О.С. Мосиенко — редактирование по замечаниям рецензента.

Все авторы статьи участвовали в реализации гранта РФФИ и обсуждении полученных исследовательских результатов.

ABOUT THE AUTHORS

OXANA A. NOR-AREVYAN

Cand.Sci. (Sociology), Assistant Professor,
Assistant Professor at the Department
of Applied Conflictology and Mediation,
Southern Federal University,
105/42, B. Sadovaya, Rostov-on-Don 344006, Russia

ResearcherID: C-2117-2018

ORCID: 0000-0002-0426-3743

e-mail: noroks@yandex.ru

OLGA S. MOSIENKO

Cand.Sci. (Sociology),
Assistant Professor at the Department of Theoretical Sociology
and Methodology of Regional Studies,
Southern Federal University,
105/42, B. Sadovaya, Rostov-on-Don 344006, Russia

ResearcherID: GLN-3425-2022

ORCID: 0000-0001-9043-1135

e-mail: mosienko.olga@mail.ru

ALENA I. CHEREVKOVA

Lecturer at the Department of Applied Conflictology and Mediation,
Southern Federal University,
105/42, B. Sadovaya, Rostov-on-Don 344006, Russia

ResearcherID: GLN-4112-2022

ORCID: 0000-0003-0662-2268

e-mail: yaitskova_a@mail.ru