

*Л.Н. Духанина, А.А. Максименко*

## Анализ сетевого онко-дискурса трехлетней ретроспективы в домене верхнего уровня RU

<sup>1</sup>Общероссийская общественно-государственная просветительская организация Российское общество «Знание», Государственная Дума Российской Федерации, г. Москва,

<sup>2</sup>Костромское региональное отделение Российского общества социологов, г. Кострома

В настоящей статье дается глубокий анализ тем русскоязычного сегмента социальных медиа, которые связаны с государственной поддержкой противодействия и профилактики онкологических заболеваний. На основе количественного и качественного анализа неструктурированных данных онко-дискурса с ретроспективой с 2016 по 2019 гг. с последующим выделением наиболее резонансных событий, нашедших свое отражение в социальных русскоязычных медиа, выделены основные категории инфоповодов за весь период исследования, а также названы наиболее активные и авторитетные авторы, принимающие участие в распространении темы с учетом геолокации распространения тематических сообщений, анализа источников и площадок распространения тематических публикаций.

**Ключевые слова:** онко-дискурс, государственная поддержка, социальные сети, онкология, социальные медиа, группы взаимопомощи, исследование общественного мнения

### Актуальность проблемы

Онкозаболевания являются второй по частоте причиной смертности в России, ежегодно унося почти 300 тысяч жизней<sup>1</sup>, а связанные с этим ежегодные экономические потери в середине десятых годов XXI века уже достигали \$8,1 млрд<sup>2</sup> (0,24% ВВП). Наиболее значительные потери из-за смертности от рака легких (\$1,2 млрд), рака молочной железы (\$0,64 млрд), рака желудка (\$0,52 млрд) и рака шейки матки (\$0,34 млрд).

Причины возникновения опухолей представлены на рис. 1. В лидирующую тройку факторов входят курение, ожирение и инфекции. Экологические проблемы не вошли даже в десятку причин, обуславливающих появление новообразований.

<sup>1</sup> Правда о российской онкологии: проблемы и возможные решения / под ред.: С. А. Тюлядин, Н. В. Жуков. — М.: Общероссийская общественная организация «Российское общество клинической онкологии», 2018. — 28 с.  
<sup>2</sup> Мишина В. ВВП болен раком: Эксперты оценили экономические потери от онкологических заболеваний // Коммерсант. №137 от 05.08.2019, стр. 5. — Режим доступа: [https://www.kommersant.ru/doc/4052457?fbclid=IwAR28Fb4YBvmg7JfVOe\\_rBShKx\\_Z3kK11MEf3qww6xf0F2f-vSpN\\_eaDX0](https://www.kommersant.ru/doc/4052457?fbclid=IwAR28Fb4YBvmg7JfVOe_rBShKx_Z3kK11MEf3qww6xf0F2f-vSpN_eaDX0)

### КАНЦЕРОГЕННЫЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ

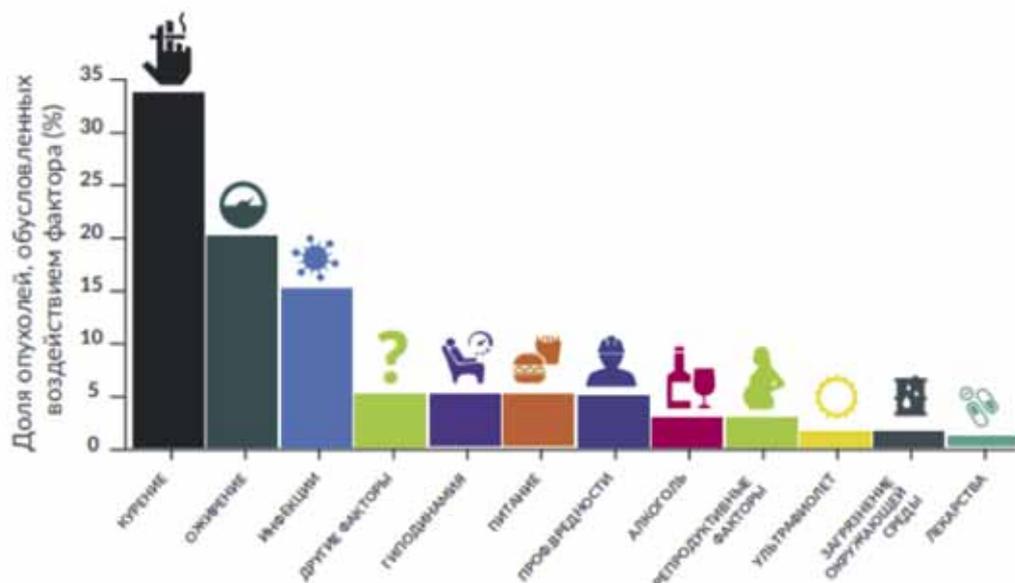


Рис. 1. Причины возникновения онкозаболеваний (2017)

Большинство россиян, согласно данным совместного исследования ВЦИОМ и ассоциации онкологических пациентов «Здравствуй!», находятся во власти стереотипов, несмотря на то, что у подавляющего большинства опрошенных есть родственник или знакомый, которому уже ставили онкологический диагноз. Согласно данным исследования, большинство россиян (56%) считает все виды рака трудноизлечимыми, чуть меньше трети (27%) выделяет отдельные особо тяжелые виды заболевания: рак крови и легкого. При этом более половины респондентов (52%) ничего не знают о таком методе лечения, как иммунотерапия. Все опрошенные продемонстрировали осведомленность по поводу факторов, влияющих на развитие этого заболевания, считая, что риск возникновения и развития онкологических заболеваний повышают плохая экология (67%), курение (36%) и нездоровое питание (36%), а также плохая наследственность (30%)<sup>3</sup>.

Три четверти россиян патологически боятся рака в разных формах. Причинами онкофобии являются страх боли, недоверие к отечественной медицине, табуированность темы смерти и мифы, связанные с этой болезнью. Онкологический страх (не имеющий сегрегации по полу, возрасту, образованию, доходу) гораздо сильнее других медицинских страхов: сахарного диабета, инфаркта, инсульта, болезни Альцгеймера. Эксперты считают, что противодействовать страхам гораздо сложнее, чем бороться с болезнью<sup>4</sup>.

Тема изучения общественного мнения, касающаяся онкологических проблем россиян, нашла продолжение в совместном исследовании, реализованном Общероссийской просветительской организацией «Российское общество «Знание» и компанией «Крибрум» в августе-октябре 2019 г. Цель исследования заключалась в проведении анализа сетевого онко-дискурса русскоязычного сегмента социальных медиа с акцентом на темы, связанные с государственной поддержкой противодействия и профилактики онкологических заболеваний. В число задач исследования входили: описание сетевого онко-дискурса в социальных медиа; количественный и качественный анализ неструктурированных данных онко-дискурса с ретроспективой с 2016 по 2019 гг. с последующим выделением наиболее резонансных событий, нашедших свое отражение в социальных русскоязычных медиа; выделение основных категорий инфоповодов за

весь период исследования; выявление наиболее активных и авторитетных авторов, участвующих в распространении темы; анализ географии распространения тематических сообщений; анализ источников и площадок распространения тематических публикаций.

В качестве методов исследования применялся контент анализ, метод сопоставления двух и более объектов, выделение в них схожести и различий для классификации и типологизации; описание и преобразование исследовательских данных на основе использования математико-статистического аппарата; исследование преобладающей модальности коммуникаций доминирующих темах дискурса.

Для анализа русскоязычного сегмента социальных медиа и интернет-СМИ были использованы инструменты Платформы «Крибрум»: система многофакторного мониторинга и анализа социальных медиа в режиме реального времени «Крибрум. Объекты».

В ходе исследования произведен анализ динамики онко-дискурса по теме «Государственная поддержка и государственные программы, связанные с онкозаболеваниями» за период с января 2016 года по август 2019 года. Ситуация в социальных медиа напрямую связана с реальными событиями, происходившими в указанный период. Для более точной интерпретации транслируемой в интернет-пространстве повестки представляется уместным рассмотреть наиболее значимые события, имеющие отношение к государственной поддержке и государственным программам, связанным с борьбой с онкозаболеваниями (далее — Программы).

В 2014–2016 годах реализация мероприятий по совершенствованию оказания специализированной медицинской помощи больным онкологическими заболеваниями осуществлялась в рамках государственной программы «Развитие здравоохранения» и региональных программ развития здравоохранения, а в 2017 году программа «Развитие здравоохранения» была пересмотрена и утверждена до 2025 года. Госпрограмма предусматривает мероприятие «Совершенствование системы оказания медицинской помощи больным онкологическими заболеваниями», ориентированное на формирование системы оказания онкологической помощи населению, раннее выявление онкологических заболеваний и проведение специализированного комбинированного лечения.

Основным и самым значимым событием за анализируемый период стало принятие Национальной онкологической программы до 2030 года, разработка которой началась с подачи Президента России после ее упоминания в Послании Федеральному Собранию в 2018 году.

3 Мануйлова А. Раку приписана неизлечимость: россияне знают о факторах риска, но не о методах лечения онкологических заболеваний // Коммерсантъ. — №135. — 01.08.2019. — С. 5. — Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4047658>

4 Цветкова Р. Рак и ужас: Когда онкофобия страшнее онкологии // Коммерсантъ. — 02.06.2018. — Режим доступа: [https://www.kommersant.ru/doc/3644438?from=doc\\_vrez](https://www.kommersant.ru/doc/3644438?from=doc_vrez)

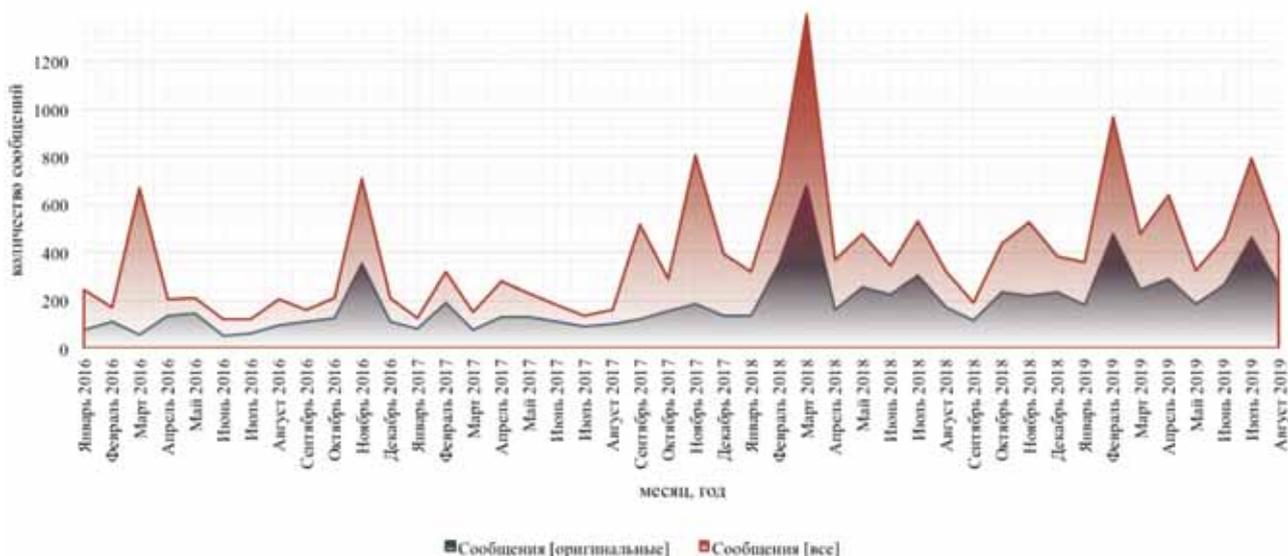


Рис. 2. Динамика развития онко-дискурса

В середине декабря 2017 года Владимир Путин поручил правительству разработать программу развития онкодиспансеров «с учетом необходимости реализации мер по раннему выявлению онкологических заболеваний, предусмотрев ее софинансирование из федерального бюджета».

Национальная стратегия призвана решить следующие ключевые задачи: совершенствование нормативно-правового регулирования онкологической помощи; внедрение скрининговых программ для раннего выявления заболеваний; укрепление трёхуровневой системы оказания медицинской помощи; обеспечение пациентов качественными и доступными лекарственными препаратами; укрепление кадрового потенциала онкологической службы; реализация плана мероприятий по информатизации онкологической службы; создание национальной системы мониторинга состояния онкологической помощи; развитие систем медицинской реабилитации и паллиативной медицинской помощи; укрепление финансового обеспечения онкологической службы; совершенствование первичной профилактики онкологических заболеваний; реализация региональных программ по борьбе с онкологическими заболеваниями. Именно данные задачи нашли наиболее явное отражение в социальных медиа. Большая часть из них стала трендами обсуждения в исследуемый период.

В ходе исследования произведен анализ динамики развития онко-дискурса за период с января 2016 г. по август 2019 г. Отражение динамики представлено на рис. 2, где нижний график — динамика распространения авторского контента, а верхний график — всего массива контента с учетом перепечаток.

В результате выявлено: за анализируемый период пользователи социальных медиа опубликовали 17 337 сообщений, 7 798 из которых являются оригинальным авторским контентом. Среднее количество сообщений распространяемых за один день составляет 13. Максимум был достигнут 1 марта 2018 г., когда в Сети было опубликовано 502 сообщения.

### Классификация основных инфоповодов

При изучении информационного пространства (рис. 3) за весь исследуемый период по теме государственной поддержки программ, выявлено, что и сами программы разделяются по охвату, и соответствующий тематический дискурс можно разделить на три категории:

1. Федеральная повестка (национальный проект, федеральные программы, проекты и т.д.).
2. Региональная повестка (проекты, мероприятия, программы, акции регионального уровня).
3. Муниципальная повестка (акции и мероприятия местного уровня).

Инфоповоды, развивающиеся на протяжении всего периода исследования, можно сегментировать по характеру и направленности мероприятий, проводимых органами власти различного уровня. В публикуемых сообщениях выделяются следующие виды деятельности и процессов:

1. Выделение бюджета на проведение мероприятий (диспансеризаций, скринингов, профилактических процедур и т. д.) и организацию акций, а также на развитие программ, направленных на борьбу, предупреждение, и предотвращение онкологических заболеваний.



Рис. 3. Семантическое поле сетевого онко-дискурса

2. Закупка необходимых препаратов больницами, поликлиниками, специализированными центрами, аптеками.

3. Проведение бесплатных обследований в формате диспансеризации, в которую входит онкоскрининг, направленных на предупреждение, ранее выявление и предотвращение онкологических заболеваний.

4. Закупка требуемого оборудования для диагностики и лечения в больницах, поликлиниках и других медицинских центрах.

5. Строительство центров амбулаторной онкологической помощи.

6. Переоснащение и ремонт существующих медицинских центров, деятельность которых связана с лечением и предотвращением онкозаболеваний.

7. Открытие госпитальных школ — учебных заведений, ориентированных на восстановление и реабилитацию перенесших тяжелые заболевания, а также лечение детей (обсуждается не только в контексте онкологических, но и других тяжелых заболеваний).

8. Влияние экологической ситуации на здоровье граждан, в том числе в контексте появления и прогрессирования онкологических заболеваний (в частности, обсуждается влияние функционирования местных предприятий, оказывающих негативное воздействие на окружающую среду).

В течение анализируемого периода с января 2016 г. по август 2019 г. выявлен ряд всплесков активности пользователей, которые можно объяснить реакцией на происходящие события.

1. Март 2016 г. Пик активности был достигнут в связи с распространением сообщения популярного блогера Л. Петрановской, производящей контент на тему психологии. Суть ее публикации заключается в том, что в сфере борьбы с онкологией не хватает квалифицированных спе-

циалистов. Она обращает внимание на то, что дальнейший успех деятельности, направленной на улучшение ситуации, напрямую зависит от наличия соответствующего кадрового потенциала.

2. Ноябрь 2016 г. Пик активности был вызван отказом Министерства здравоохранения Украины принимать программу государственной помощи «Онкология». Данное событие спровоцировало резонанс во всем сегменте русскоязычного интернет-пространства, при этом, в обсуждении приняли участие также и пользователи из России. За данный период времени было опубликовано более 700 сообщений, в распространении которых участвовало 690 авторов.

3. Февраль 2017 г. Рост активности пользователей в данный период объясняется большим количеством тематических мероприятий и акций, организованных различными фондами и другими организациями. К примеру, региональная акция «Рак — не приговор» на Южном Урале, «Школа пациентов», организуемая Новгородским региональным отделением МОД «Движение против рака». Кроме того, в социальных медиа распространялись отдельные тематические инфоповоды, например, «Минздрав Японии подарил Москве оборудование для диагностики рака молочной железы». Также в этот период в инфополе начинает фигурировать тема появления Национальной программы борьбы с онкозаболеваниями.

4. Ноябрь 2017 г. Вновь приобретает актуальность тема отмены национальной программы «Онкология» на Украине. Министр здравоохранения страны вышла с инициативой, которая спровоцировала обсуждение ее предыдущих решений, в том числе отмену национальной программы «Онкология». Как и в предыдущем периоде, в данном периоде в распространение инфоповода был вовлечен значительный сегмент

русскоязычных авторов. При этом масштабы распространения увеличились преимущественно в связи с большим количеством перепечаток, а не за счет оригинального контента.

5. Март 2018 г. Послание Президента России Федеральному собранию, в рамках которого была озвучена инициатива разработки и принятие Национальной онкологической программы до 2030 года.

6. Ноябрь 2018 г. Наблюдается плавный рост в количестве перепечаток (неоригинальный контент). Такой подъем активности был вызван новостью об обнаружении на складе фармацевтической базы в Санкт-Петербурге просроченных лекарств для раковых больных на 300 млн рублей. В сообщении говорилось о том, что просроченное лекарство могло бы быть передано в регионы, где оно было востребовано, однако современное законодательство не предполагает такой возможности. Новостное сообщение было первоначально опубликовано в «Новой Газете» и имело негативную эмоциональную окраску. (<https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/11/15/78590-prosrochennye-zhizni>).

7. Февраль 2019 г. 20 февраля состоялось Послание Президента России Федеральному Собранию, в котором вновь была поднята тема онкологии, и в котором Владимир Путин сделал отсылку к Посланию предыдущего года. Обсуждение государственной поддержки борьбы с он-

козаболеваниями на высшем уровне спровоцировало широкое обсуждение темы в социальных медиа. Определенной узкой тематической линии в публикуемых сообщениях не обнаружено, увеличение объемов достигнуто за счет высокого и всестороннего внимания к теме.

8. Июль 2019 г. Широкое распространение в этот период получила новость о том, что Минздрав РФ предлагает выделять из федерального бюджета дополнительную премию врачам за выявление рака у пациентов, проходящих диспансеризацию или профосмотр. За каждый случай впервые выявленного онкологического заболевания, диагноз которого подтвержден, планируется платить 1 тыс. рублей — 500 рублей ответственному за организацию и проведение профосмотра и диспансеризации и 500 рублей остальному медперсоналу.

### Топ активных авторов

В распространении темы государственной поддержки и государственных программ, связанных с онкологическими заболеваниями, за период исследования с 1 января 2016 г. по 31 августа 2019 г. участвовали 13 046 авторов, среди которых можно выделить наиболее активных по числу опубликованных сообщений (табл. 1).

Кроме того, авторов можно представить по рейтингу (табл. 2).

Таблица 1. ТОП-10 авторов по количеству сообщений

№	Автор	Ссылка	Количество сообщений
1.	news.yandex.ru	<a href="https://news.yandex.ru/">https://news.yandex.ru/</a>	106
2.	bezformata.ru	<a href="http://ulianovsk.bezformata.ru/">http://ulianovsk.bezformata.ru/</a>	80
3.	sputnik.ru	<a href="https://news.sputnik.ru/">https://news.sputnik.ru/</a>	69
4.	medvestnik.ru	<a href="https://medvestnik.ru/">https://medvestnik.ru/</a>	45
5.	Аргументы и факты	<a href="https://krsk.aif.ru/">https://krsk.aif.ru/</a>	37
6.	Евгений Сокольский	<a href="http://mirtesen.ru/">http://mirtesen.ru/</a>	26
7.	Благотворительный фонд "Потерь нет"	<a href="https://vk.com/poter_net">https://vk.com/poter_net</a>	24
8.	ИТАР-ТАСС	<a href="https://tass.ru/">https://tass.ru/</a>	22
9.	Движение против рака	<a href="https://www.facebook.com/DvizenieProtivRaka">https://www.facebook.com/DvizenieProtivRaka</a>	19
10.	Медицинская Россия	<a href="https://vk.com/medrussia03">https://vk.com/medrussia03</a>	19

Таблица 2. ТОП 10 авторов по рейтингу

№	Автор	Ссылка	Рейтинг автора
1.	Президент России	<a href="https://twitter.com/KremlinRussia">https://twitter.com/KremlinRussia</a>	3 390 948
2.	РИА Новости	<a href="https://twitter.com/rianru">https://twitter.com/rianru</a>	2 795 747
3.	ВЕСТИ.ru	<a href="https://twitter.com/rianru">https://twitter.com/rianru</a>	1 908 919
4.	НТВ	<a href="https://twitter.com/ntvru">https://twitter.com/ntvru</a>	1 660 069
5.	eminofficial	<a href="https://www.instagram.com/eminofficial/">https://www.instagram.com/eminofficial/</a>	1 546 592
6.	Телеканал Дождь	<a href="https://www.facebook.com/tvrain/">https://www.facebook.com/tvrain/</a>	1 135 047
7.	Ведомости	<a href="https://twitter.com/Vedomosti">https://twitter.com/Vedomosti</a>	760 607
8.	mossobyaniin	<a href="https://www.instagram.com/mossobyaniin/">https://www.instagram.com/mossobyaniin/</a>	644 483
9.	Правительство России	<a href="https://twitter.com/Pravitelstvo_RF">https://twitter.com/Pravitelstvo_RF</a>	605 818
10.	Аргументы и Факты	<a href="https://www.facebook.com/aif.ru/">https://www.facebook.com/aif.ru/</a>	546 265

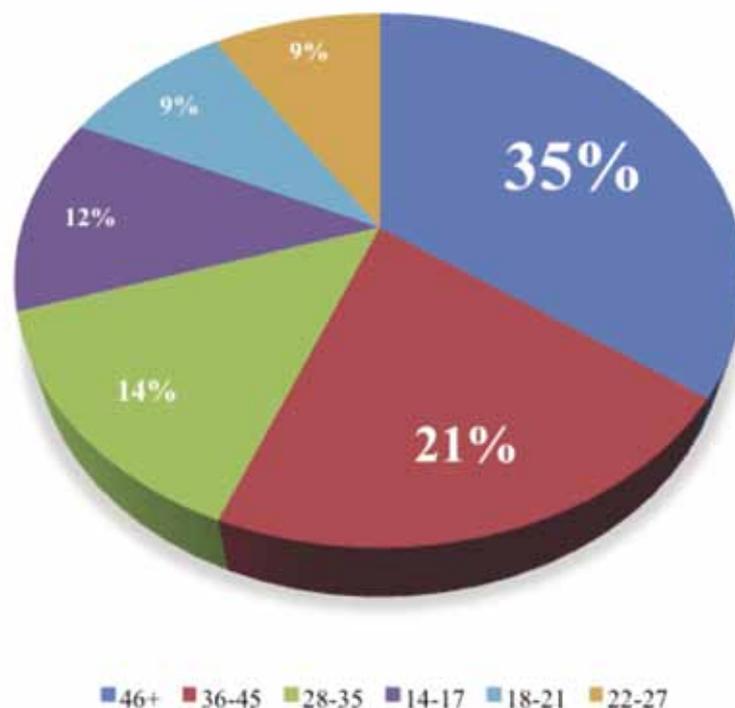


Рис. 4. Распределение авторов по возрастным группам

Таблица 3. Целевая аудитория пользователей Сети, интересующихся исследуемой темой

Параметр	Значения параметра
Пол	Мужской: 39% Женский: 61%
Возраст	14-17 лет: 12% 18-21 год: 9%; 22-27 лет: 9% 28-35 лет: 14% 36-45 лет: 21% 46+ : 35%
Образование	Высшее — 60% Не указано — 40%
Ключевые ценности	Здоровье — 70% Работа и образование — 50% Дружба и социальное окружение — 45% Удовольствия и развлечения — 35% Семья — 35% Безопасность — 35% Комфорт — 35% Признание — 30% Саморазвитие — 20% Творчество — 15% Достаток — 10% Внешность — 5% Любовь и отношения — 5%
Ключевые интересы	Политика — 60% Люди — 55% Религия — 50% Юмор — 40% Кино — 40% Материальные вещи — 35% Музыка — 30% Книги — 30% Образование — 25% Внешний вид — 25% Эзотерика — 20% Диеты — 20% Психология — 15% Наука — 15% Работа — 15% Искусство — 15% Секс — 5%
Другие особенности группы	Интерес к благотворительным фондам — 15% Интерес к благотворительным акциям и волонтерству, помощь людям и животным — 50% Забота об окружающей среде — 35%

### Целевая аудитория онко-дискурса

В обсуждении темы принимало участие 13 046 авторов: 61% женщин и 39% мужчин, наиболее активно участвовали пользователи в возрасте старше 46 лет (35%). Наименее активным сегментом аудитории были возрастные группы 22–27 лет и 28–35 лет, на них пришлось по 9% (рис. 4).

Более детальный портрет целевой аудитории онко-дискурса представлен в табл. 3.

Аудитория в равной степени представлена врачами, интересующимися темой онкологии по профессиональным или личным причинам, и людьми, страдающими онкологическими заболеваниями, а также их родственниками.

Ключевыми ценностями группы, определяющими поведение пользователей в социальных сетях, являются: здоровье; работа и образование; дружба и социальное окружение. Пользователи активно обсуждают эти темы в социальных сетях, публикуют соответствующий контент, подписаны на группы и сообщества, посвященные здоровью, заболеваниям, медицинским учреждениям. Неудовлетворенные потребности целевой аудитории: любовь и отношения; внешность; материальное благополучие.

У многих пользователей разрушается «иллюзия бессмертности», они испытывают сложные эмоциональные расстройства, что приводит к попытке эмоционального дистанцирования от близких и значимых людей и развитию депрессии.

Основными интересами целевой аудитории являются политика, частная жизнь людей, популярных в социальных медиа и религия. Интерес к политике проявляется в обсуждении и публикации контента, связанного с изменениями в законодательстве в сфере здравоохранения, что может быть важно для пользователей по причине их вовлеченности и заинтересованности в проблеме. Интерес к религии может быть связан с возрастными особенностями выборки и наличием проблем со здоровьем, способных привести к летальному исходу. Интерес к людям, популярным в социальных медиа, может быть вызван желанием наполнить жизнь недостающими эмоциями и впечатлениями.

Кроме того, участие в благотворительных акциях и интерес к экологическим проблемам позволяет пользователям ощутить удовлетворение и чувство самореализованности от причастности к решению глобальных проблем, значимых для целевой аудитории. Потребность в помощи и поддержке может сублимироваться в занятии волонтерством и благотворительностью.

Таблица 4. География распределения сообщений

Регион	Кол-во сообщений
Центральная Россия	3562
Москва и область	2728
Северо-Запад	2098
Приволжье	1802
Сибирь	1440
Южный округ	1228
Санкт-Петербург и область	1150
Урал	838
Дальний Восток	761
Краснодарский край	472
Татарстан	366
Новосибирская область	343
Северный Кавказ	321
Башкортостан	320
Свердловская область	315
Красноярский край	305
Челябинская область	295
Крым	290
Коми	265
Воронежская область	232
Вологодская область	219
Ульяновская область	195

Регион	Кол-во сообщений
Астраханская область	194
Самарская область	190
Калужская область	189
Саратовская область	187
Иркутская область	186
Хабаровский край	182
Пермский край	173
Нижегородская область	162
Ростовская область	153
Тульская область	151
Камчатский край	150
Ставропольский край	143
Тыва	136
Томская область	133
Мурманская область	128
Калининградская область	125
Новгородская область	125
Карелия	122
Приморский край	119
Тюменская область	101
Ярославская область	100

В тематическом информационном поле отмечается ряд персон, которые наиболее часто фигурируют в онко-дискурсе, среди них: В. Путин — Президент Российской Федерации (846 сообщений); У. Супрун — бывший и. о. министра здравоохранения Украины (841 сообщение); Л. Петрановская — популярный блогер, производящая контент на тему психологии (728 сообщений); В. Скворцова — экс-министр здравоохранения Российской Федерации (56 сообщений); Ю. Ромейко — председатель благотворительного фонда «Спаси жизнь» (54 сообщения); А. Каприн — генеральный директор ФГБУ «НМИЦ радиологии» Минздрава России (25 сообщений).

### География сообщений

Наибольшее количество публикаций по теме относится к Центральной России (Москве и Московской области), Северо-Западу страны, Приволжью, Сибири и Южному округу (табл. 4).

### Источники и площадки распространения

Информационные материалы, сообщения пользователей Сети и прочие публикации, тематически попадающие в инфополе изучаемой темы, распределены по следующим источникам (рис. 5).

Как видно из рис. 5, наиболее часто публикации по исследуемой теме размещены в социальных сетях. Кроме того, популярными источниками распространения стали интернет-СМИ и блоги. Прочие источники представлены в незначительном объеме.

Среди самых активно используемых платформ (рис. 6) для обсуждения государственной поддержки и государственных программ, связанных с онко-заболеваниями, стали социальная сеть В Контакте (51% сообщений за весь исследуемый период). На втором месте — социальная сеть Facebook (27% сообщений), на третьем месте — микроблоги Twitter (8% сообщений). По 5% сообщений приходится на Instagram и Одноклассники. По 1% сообщений приходится на Livejournal и Яндекс.Новости.

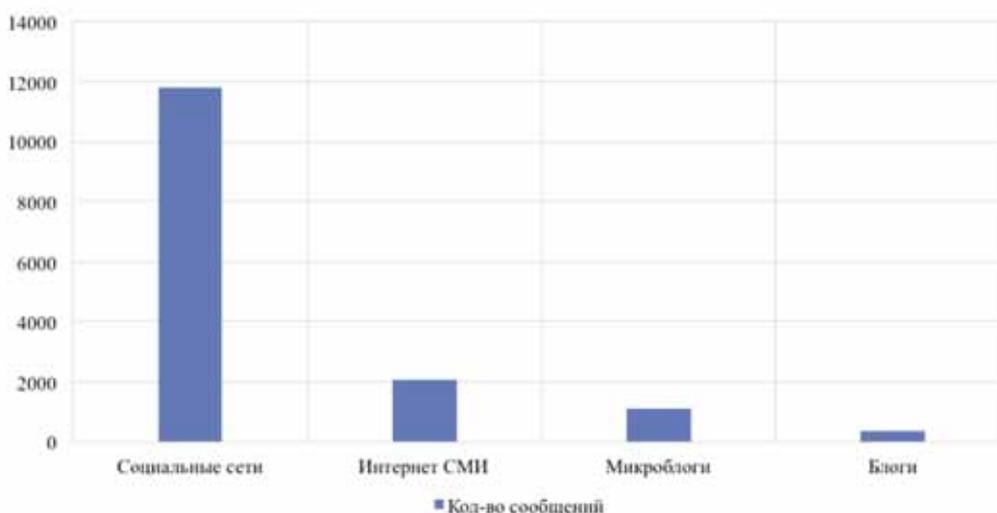


Рис. 5. Распределение источников по категориям

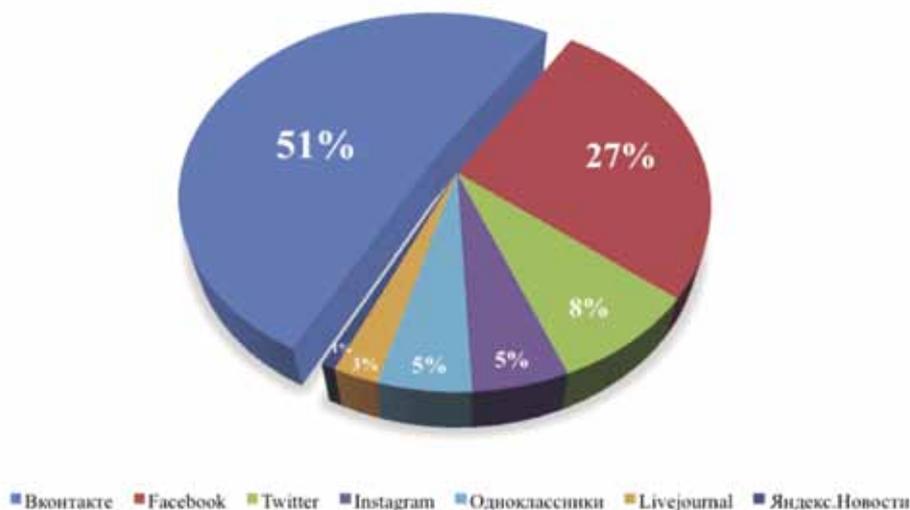


Рис. 6. Распределение источников по платформам

## Выводы

В результате анализа информационного поля в социальных медиа по теме государственной поддержки и государственных программ, связанных с онкологическими заболеваниями, можно сделать следующие выводы.

Наблюдается постепенный рост объема информации, распространяемой по теме, о чем свидетельствует рост числа сообщений за три отдельно проанализированных периода (за равный промежуток времени): 1-ый период — 4 822 сообщения; 2-ой период — 6 469 сообщений; 3-ий период — 6 046 сообщений. Это свидетельствует не только о сохранении уровня интереса к теме аудитории социальных медиа, но и некотором его увеличении.

Отдельной тенденцией является рост уровня вовлеченности аудитории социальных медиа в обсуждение проблем государственной поддержки и государственных программ, связанных с онкологическими заболеваниями: наблюдается увеличение числа авторов, участвующих в дискуссии.

Динамика развития дискурса неравномерна, в значительной степени зависит от происходящих событий. В течение всего исследуемого периода наблюдаются скачки активности, наиболее серьезный из которых произошел в марте 2018 г., когда количество распространенных сообщений достигло 1216.

Наиболее активными авторами-распространителями информации о государственной поддержке и государственных программах, связанных с онкологией, являются новостные агентства, порталы и агрегаторы. Кроме того, среди активных распространителей фигурируют страницы движений и фондов в социальных сетях. Их деятельность направлена на сбор средств, помощь и т. д. больным раком людям. Распространителями тематических сообщений также являются авторитетные источники, в том числе аккаунты представителей власти, а также авторитетные издания СМИ и новостные агентства. Это свидетельствует о широком уровне вовлеченности в проблему представителей различных социальных групп, что, в свою очередь, определяет уровень значимости и важности темы в онкодискурсе социальных медиа.

С точки зрения географического распределения тематических публикаций, основная масса приходится на Центральную Россию, а также на Северо-Западный регион страны. Тем не менее, в совокупности распределение по остальным регионам можно считать равномерным, что отражает схожий уровень интереса к теме и степень готовности обсуждать проблему в интернет-пространстве. Женщин, интересующихся

исследуемой темой — 61%, наиболее активно участвовали в обсуждении Сети пользователи в возрасте старше 46 лет.

Основным источником распространения стали социальные сети — половина всех публикаций за исследуемый период была оставлена именно на данных платформах. Этот факт определяет основной канал коммуникации, а значит, дает представление о выборе наиболее эффективного взаимодействия с пользователями социальных медиа и дальнейшей передаче информации.

«Поворотной» точкой в дискурсе можно считать Послание Президента России Федеральному Собранию в марте 2018 года, в котором было объявлено о необходимости принятия Национальной онкологической программы. После данного события обсуждение государственных программ и государственной поддержки в области онкологических заболеваний стало разворачиваться более активно, чем ранее, количество вовлеченных в тему пользователей и объем распространяемой ими информации значительно вырос. В настоящее время дискурс в социальных медиа сегментируется фактически по разделам, обозначенным в Национальной стратегии.

В дискурсе практически отсутствуют какие-либо упоминания отдельных фармацевтических компаний. Несмотря на то, что предполагалось их активное участие в реализации Национальной онкологической программы, отражение этого в социальных медиа не наблюдается. Пользователи обращают внимание на участие фарминдустрии только в контексте прочих новостей.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Правда о российской онкологии: проблемы и возможные решения / под ред.: С. А. Тюляндина, Н. В. Жуков. — М. : Общероссийская общественная организация «Российское общество клинической онкологии», 2018. — 28 с.
2. Состояние онкологической помощи населению России в 2017 году / под ред. А. Д. Каприна, В. В. Старинского, Г. В. Петровой. — М. : МНИОИ им. П. А. Герцена, 2018. — 236 с.
3. Михеев А.Е., Горбунов П.А. Интернет и сохранение здоровья // Врач и информационные технологии. — 2012. — № 1. — С. 6–16.
4. Погонцева Е. Плох тот врач, кто не онлайн // Медвестник. Портал российского врача. — URL <https://medvestnik.ru/content/articles/Ploh-tot-vrach-kto-ne-onlain.html> (дата обращения: 12.09.2018).
5. Ковальчук Л. Врачебная нетайна: Как выглядят инстаграммы медиков. — URL: <https://birdinflight.com/ru/vdohnovenie/resursy/20171127-instagramy-vrachey.html> (дата обращения: 12.10.2018).
6. Жарова М. Медицинская культура российского общества // RELGA: научно-культурологический журнал. — 2012. — № 17. — URL: <http://www.relga.ru/Environment/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=3367&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 12.10.2018).

7. Зубкова О.С. Специфика функционирования медицинской метафоры и медицинской метафоры-термина в индивидуальном лексиконе // Вопросы когнитивной лингвистики. — 2006. — № 3. — С. 84–89.
8. Павленко Е.В. Киберпространство медицины: Интернет как враг и союзник врача и пациента // Социология медицины. — 2013. — № 1 (22). — С. 42–46.
9. Пивоварчик Т. А. Сетевой медицинский дискурс: коммуникативные практики тематических интернет-сообществ // Вестник воронежского государственного университета. — 2018. — №4. — Серия: Филология. Журналистика. — С. 148–156.

Поступила в редакцию 09.01.2020 г.

*L.N. Dukhanina, A.A. Maksimenko*

**Analysis of the network oncological discourse of a three-year retrospective in the top-level domain RU**

<sup>1</sup>All-Russian public-educational organization Russian society «Znanie», State Duma of the Russian Federation, Moscow,

<sup>2</sup>Kostroma Regional Branch of the Russian Society of Sociologists, Kostroma

The article analyzes the topics of the Russian-language segment of social media related to state support for countering and preventing cancer. Based on a quantitative and qualitative analysis of unstructured oncodiscourse data with a retrospective from 2016 to 2019, followed by highlighting the most resonant events that were reflected in social Russian-language media, the main categories of information pipelines for the entire study period, as well as the most active and authoritative authors involved in disseminating topics taking into account the geolocation of the distribution of thematic messages, analysis of sources and platforms for the distribution of thematic publications

Key words: onco-discourse, governmental support, social networks, oncology, social media, self-help groups, public opinion research