

Информация для цитирования:

Хань Цзясин. Выражение и эволюция общественного мнения в социальной сети Вконтакте в период пандемии COVID-19 / Хань Цзясин, Чэнь Исинь, В. Д. Таказов // Научный диалог. — 2024. — Т. 13. — № 6. — С. 209—228. — DOI: 10.24224/2227-1295-2024-13-6-209-228.

Han Jiaying, Chen Yixin, Takazov, V. D. (2024). Expression and Evolution of Public Opinion in Social Network VKontakte During COVID-19 Pandemic. *Nauchnyi dialog*, 13 (6): 209-228. DOI: 10.24224/2227-1295-2024-13-6-209-228. (In Russ.).



Перечень рецензируемых изданий ВАК при Минобрнауки РФ

Выражение и эволюция общественного мнения в социальной сети Вконтакте в период пандемии COVID-19

Хань Цзясин¹

orcid.org/0000-0003-0421-0147
кандидат филологических наук,
старший преподаватель,
кафедра массовых коммуникаций,
корреспондирующий автор
Jiaying_han@mail.ru

Чэнь Исинь²

orcid.org/0009-0009-8876-3101
аспирант, кафедра массовых коммуникаций
83831184@qq.com

Таказов Валерий Дзантемирович²

доктор филологических наук, профессор,
кафедра массовых коммуникаций,
forum59@mail.ru

¹Синьцзянский университет
(Урумчи, Китай)

²Российский университет дружбы народов
им. Патриса Лумумбы
(Москва, Россия)

Благодарности:

Исследование поддерживается проектом для молодых докторов наук «Тяньчэн таланты» Автономного района Синьцзян Уйгурский (5105240150f); Позитивные результаты программы университетского внутреннего культивирования в области философии и социальных наук за 2024 год (24BPY005)

Expression and Evolution of Public Opinion in Social Network VKontakte During COVID-19 Pandemic

Han Jiaying¹

orcid.org/0000-0003-0421-0147
PhD of Philology, Senior Lecturer,
Department of Mass Communications,
Corresponding author
Jiaying_han@mail.ru

Chen Yixin²

orcid.org/0009-0009-8876-3101
Post-graduate student,
Department of Mass Communications,
83831184@qq.com

Valery D. Takazov²

Doctor of Philology, Professor,
Department of Mass Communications
forum59@mail.ru

¹Xinjiang University
(Urumqi, China)

²Peoples' Friendship University of Russia
named after Patrice Lumumba
(Moscow, Russia)

Acknowledgments:

The research is supported by the Xinjiang Uygur Autonomous Region's "Tianchi Talent" Young Doctoral Project (5105240150f); Progressive results of the university internal cultivation programme in philosophy and social sciences 2024 (24BPY005)

ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

В статье проанализированы комментарии в социальной сети «ВКонтакте» в период пандемии COVID-19 с целью выявления общественного мнения и настроений людей. Построена дискурсивная модель комментариев к официальным материалам о пандемии с помощью программного инструмента качественного анализа данных Nvivo12. Был использован инструментарий естественного языка (Natural Language Toolkit). В результате комплексного анализа процесса эволюции «горячих точек» обсуждения обнаружено, что во время пандемии комментарии в социальной сети «ВКонтакте» в группе «СтопКоронавирус.рф» касались следующих тематических направлений: «политические меры профилактики пандемии», «защита гражданского населения от пандемии», «медицинская профилактика распространения вируса», «пандемия и средства к существованию людей», «достоверность эпидемиологических данных», «тенденции пандемии», «духовная поддержка и воодушевление». Среди них наибольшую озабоченность у пользователей вызвали подтемы о поведении людей в деле предотвращения распространения вируса, правдивости обнародованных правительством данных, о масштабах тестирования, а также о надежности вакцины, онлайн-обучении и стрессе, вызванном пандемией. По мере прогрессирования пандемии частота обсуждения той или иной темы менялась. Негативные настроения в обществе имели тенденцию к росту, затем к снижению и последующему росту, что в целом повторяло тенденции увеличения и спада заболеваемости на территории России.

Ключевые слова:

комментарии в социальных сетях; ВКонтакте; общественное мнение; COVID-19; анализ настроений.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

This article analyzes comments on the social network VKontakte during the COVID-19 pandemic with the aim of uncovering public opinion and sentiments. A discursive model of comments on official materials related to the pandemic was constructed using the qualitative data analysis software tool Nvivo12. The Natural Language Toolkit (NLTK) was employed for this purpose. As a result of a comprehensive analysis of the evolution of "hot spots" of discussion, it was found that during the pandemic, comments in the VKontakte group "StopCoronavirus.rf" addressed several thematic directions: "political measures for pandemic prevention," "protection of the civilian population from the pandemic," "medical prevention of virus spread," "the pandemic and people's livelihoods," "credibility of epidemiological data," "pandemic trends," and "spiritual support and encouragement." Among these, users expressed the greatest concern regarding subtopics related to people's behavior in preventing the virus's spread, the veracity of government-released data, the scale of testing, as well as the reliability of vaccines, online education, and stress caused by the pandemic. As the pandemic progressed, the frequency of discussions on specific topics fluctuated. Negative sentiments within society exhibited a tendency to rise, then decrease, and subsequently rise again, mirroring the overall trends of increasing and decreasing morbidity rates across Russia.

Key words:

social media comments; VKontakte; public opinion; COVID-19; sentiment analysis.



УДК 81'42:004.738.5

DOI: 10.24224/2227-1295-2024-13-6-209-228

Научная специальность ВАК
5.9.8. Теоретическая, прикладная и
сравнительно-сопоставительная лингвистика
5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Выражение и эволюция общественного мнения в социальной сети ВКонтакте в период пандемии COVID-19

© Хань Цзясин, Чэнь Исинь, Таказов В. Д., 2024

1. Введение = Introduction

В связи с охватом цифровыми технологиями всех сфер общественной жизни социальные сети оказались основной коммуникативной площадкой для широких групп населения. В них люди могут выразить свою точку зрения в любое время и в любом месте, принять участие в дискуссиях на интересующую тему, ведь, помимо размещения авторского контента, пользователи имеют возможность (если это предусмотрено настройками приватности той или иной страницы или группы) комментировать сообщения официальных, частных лиц и СМИ. Пользователи Интернета многочисленны и часто принадлежат к разным социальным группам и классам. Их объединяет интерес к теме публикации, возможность высказывать свое мнение и участвовать в дискуссиях в разделе «комментарии» [Фэн Сюдун и др., 2018, с. 23—33], которые также могут способствовать поиску консенсуса пользователями Интернета относительно мнений и эмоций по разным общественно значимым поводам [Гао Ичан и др., 2022, с. 58—66].

С большой долей вероятности комментарии отражают реальное общественное мнение или же могут влиять на вектор общественного мнения других пользователей в Интернете [Чэнь Чжицзюнь и др., 2020, с. 173—177]. В сочетании с медленной и слабой реакцией российского общества на пандемию коронавируса на ранних ее стадиях и с тем, как недоверчиво российская общественность в ряде случаев относится к официальной информации, можно заключить, что комментирование в социальных сетях не только отражает общественное мнение, но и, вероятно, будет продолжать влиять на отношение населения к власти и ее инициативам.

«ВКонтакте» — одна из крупнейших и наиболее популярных социальных платформ в России. По данным исследования Brand Analytics, она остается лидером в России по количеству авторов и качеству контента по состоянию на 2023 год [ВКонтакте... 2023]. Во «ВКонтакте» также присутствуют официальные страницы федеральных, региональных и муници-



пальных СМИ — это онлайн-аккаунты информационных агентств, телеканалов, газет, журналов и т. д. Эти страницы ведутся регулярно, там размещаются ключевые материалы издания. Государственные структуры также успешно осваивают социальные сети, в том числе «ВКонтакте», и имеют в них свои аккаунты-представительства.

Проект «СтопКоронавирус.рф» был создан при участии Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (РФ) и Международное информационное агентство (МИА) «Россия сегодня». На этом ресурсе в период 2020—2023 годов ежедневно публиковались данные о новой коронавирусной инфекции, предоставленные Правительством РФ, Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека и Министерством здравоохранения РФ. Аккаунты «СтопКоронавирус.рф» были созданы во всех крупнейших социальных сетях, популярных на территории России, в том числе «ВКонтакте». Сообщения в паблике (на публичной странице) обновлялись в режиме реального времени, включали в себя оперативные данные о новых случаях заражения, излечившихся, умерших от коронавируса за сутки, научные мнения и рекомендации экспертов.

Первая вспышка коронавируса произошла в Китае в январе-феврале 2020 года, в начале марта 2020 года ухудшилась эпидемиологическая ситуация в Италии. В тот период появились зараженные в России, но население России скептически относилось к опасности нового вируса. Под ежедневными отчетами об эпидемиологической ситуации в паблике «СтопКоронавирус.рф» появлялись комментарии, содержащие скепсис, недоверие, недовольство вводимыми мерами защиты населения. В свете такого восприятия российское правительство некоторое время проявляло осторожность в принятии жестких мер.

Пандемия оказала значительное влияние на информированность, знание и понимание медицинской информации, а также на типы реакции населения России на действия государственных органов. В этом процессе публикация данных в режиме реального времени имеет решающее значение для восприятия степени риска и мер, принимаемых в ответ на эпидемию.

Общее количество комментариев в паблике «СтопКоронавирус.рф» «ВКонтакте» велико, они содержат множество не относящихся к теме высказываний, поэтому ключевым вопросом при подготовке данной статьи стал вопрос о том, как сформировать рамки исследования. Отметим, что имеющиеся научные публикации посвящены преимущественно анализу комментариев в социальных сетях в различных прикладных контекстах (например, в аспекте распространения слухов в болгарских соцсетях [Петкова, 2024] и мн. др.). Однако в большинстве исследований по данной теме комментарии

рассматриваются как аналитическое целое, ученые не фокусируются на эмоциях пользователей при ответе на исходный пост или на комментариях других пользователей, что снижает эффективность анализа данных.

В данной работе представлен анализ комментариев в социальных сетях, сконцентрированный на содержании публикуемых комментариев, с применением нескольких методов обработки естественного языка. Это необходимо как для выявления ассортимента обсуждаемых тем, так и для изучения эмоциональной составляющей общественного мнения.

Комментарии в социальных сетях выбраны в качестве объекта исследования, потому что они репрезентируют отношение пользователей к общественно значимым актуальным темам. Анализ комментариев в соцсетях позволяет понять запросы и тенденции эмоционального восприятия событий участниками интернет-коммуникации, что может помочь соответствующим ведомствам регулировать и направлять в нужное русло общественное мнение, принимать правильные политические решения. Анализ комментариев в социальных сетях позволяет выявить отношение населения к мерам государственного реагирования на пандемию коронавируса, результаты исследования комментариев позволяют решать проблемы, актуализированные комментаторами, и, как следствие, противостоять негативным установкам граждан [COVID-19 pandemic ..., 2022].

Например, анализ комментариев в Интернете, посвященных вопросам применения ядерной энергии, показывает, что люди обеспокоены проблемами безопасности, утилизации ядерных отходов и стоимости ядерной энергии, а также выражают мнение о необходимости целенаправленного научного образования и пропаганды в этой сфере [Automatic sentiment ..., 2022].

Изучение комментариев в социальных сетях об инцидентах, связанных с утечкой конфиденциальной информации, позволяет выявить отношение пользователей сети к различным типам инцидентов, связанных с утечкой данных, что может служить ориентиром для правительства при совершенствовании законов и нормативных актов в области их защиты.

Анализируя комментарии в социальных медиа, можно определить отношение общественности к качеству ведения там публичных аккаунтов правительственными органами [Ли Яньлин и др., 2021], а также уровень доверия населения публикуемому контенту [Ань Лу и др., 2022].

Что касается сбора отзывов о коммерческих продуктах или брендах, то анализ тем и настроений в комментариях в социальных сетях может помочь понять потребности и отношение людей к продуктам или брендам, а также предоставить важную информацию для стратегической корректировки коммерческих продуктов или даже национальных отраслей.

Например, Шу Тао на основе комментариев в социальных сетях была проведена реконструкция восприятия покупателями рисков, связанных с электромобилями; было установлено, что негативные настроения покупателей в отношении временного риска являются наиболее сильными, а позитивные настроения в отношении социального спроса превышают их негативные настроения. Эта информация может помочь правительству и предприятиям своевременно корректировать стратегии для ускорения устойчивого развития потребительского рынка электромобилей в Китае [Customer Perceived Risk ..., 2022, p. 1637]. На основе комментариев, оставляемых пользователями видеохостингов, можно изучить вовлеченность пользователей [Ni Wenjing et al., 2023], в соответствии с которой видеосайты могут улучшить стратегию работы.

Значение комментариев в социальных сетях нашло свое отражение и в исследованиях таких сфер, как туризм [Zhu Hongzhi et al., 2022] и культура [Чжан Кунь и др., 2021]. В области маркетинга ученые обратили внимание на проблему информационной перегрузки в отзывах о товарах и предложили метод эффективного определения ключевого содержания отзывов [Gu Ин и др., 2022]. Ключ к формированию общественного мнения и принятия управленческих решений лежит в учете эмоций и мнений интернет-пользователей. В последние годы ученые стали обращать внимание на взаимосвязи между комментариями в социальных сетях и искать новые подходы к их анализу [A novel method ..., 2023].

Большинство исследований, посвященных фреймингу СМИ в кризисных ситуациях, основывается на публикуемом контенте, а не на комментариях общественности в Интернете. Выделяют два уровня фрейминга в контексте общеполитических и экономических кризисов. Один из них — эпизодический (индивидуальный) фрейминг, в его рамках уделяется внимание следующим объектам: человеку; единичному событию; частной сфере; тому, как поступать с человеком, испытывающим проблему, о которой идет речь; поиску решений проблемы путем улучшения информации; ответственности человека за проблему. В противоположность эпизодическому уровню фрейминга существует макротематический фрейминг, в его формате выделяется место действия и окружающая среда, фокус сосредоточен на проблеме; на тенденциях; общественной среде и институтах; на том, как справиться с условиями, которые привели к возникновению проблемы; на поиске решений с помощью более эффективной политики; на принятии на себя социальной и институциональной ответственности [Yuengar, 1991].

Исследователь политической коммуникации Р. Энтман определил, что в ситуациях политических скандалов в США фрейминг американских новостных сообщений состоит из четырех основных элементов, а именно:

определение проблемы, моральное осуждение, анализ причинно-следственных связей и одобрение средств защиты [Entman, 2012]. М. Клементе и К. Габбионета выделяют семь основных категорий, которые в совокупности образуют четыре направления освещения проблемы: юридическое, ситуационное, репутационное и поиск виновного [Clemente et al., 2017, p. 287].

Исследователь Э. Пьери проанализировала освещение британскими СМИ вспышки лихорадки Эбола в 2014 году. Согласно проведенному анализу, фреймы освещения вспышки в британских газетах менялись с течением времени, демонстрируя следующую тенденцию в эмоциональном отношении: «локальная вспышка — глобальная вспышка — крупная вспышка — провоцирование ажиотажа и паники». Это означает, что отношение британских газет постепенно менялось от безразличия на начальном этапе, когда журналисты считали, что лихорадка Эбола — это локальная африканская проблема, до «ажитожа и паники» на более позднем этапе. Это вызвало в будущем серьезную критику британской прессы [Pieri, 2019].

Анализируя освещение эпидемии гриппа А(H1N1) 2009 года в сингапурских СМИ, исследователи Сео Тинг Ли и И. Баснят обнаружили, что доминирующим фреймом, использовавшимся сингапурскими СМИ, было «обновление информации и профилактика», причем более половины материалов представляли основную информацию об эпидемии, ее социальных, экономических и политических последствиях. Публикации содержали информацию о количестве зараженных, симптоматике, но не о лечении и медицинских исследованиях этого заболевания. Было выявлено, что 83,5 % материалов были сосредоточены на успокоении общественности; что касается тональности сообщений, то 66,5 % материалов были нейтральными, а 33,5 % — оптимистичными [Lee et al., 2013, p. 119].

Справедливо отметить отечественные исследования, посвященные особенностям распространения информации на примере социальной сети ВКонтакте, фейковизации и т. д. [Губанов и др., 2021; Ефанов, 2023; Кумылганова и др., 2022; Пакшина и др., 2021; Яшина, 2020 и др.]. Однако анализ научных публикаций по теме фреймирования показал, что до сих пор не было проведено ни одного комплексного исследования, посвященного онлайн-комментариям в российских социальных сетях в контексте эпидемий, пандемий и событий в области здравоохранения, произошедших в стране в последние годы, не было представлено фундаментальных исследований на тему того, как онлайн-комментарии в социальных сетях конструируют текстовые фреймы эпидемий.

В данной работе мы построим дискурсивную модель комментариев пользователей в социальной сети «ВКонтакте», с использованием NLTK (Natural Language Toolkit) проанализируем аффективные тенденции, опре-

делим, какие тематические и эмоциональные послылы несут комментарии российских пользователей о пандемии COVID-19, размещенные на специализированном официальном канале «СтопКоронавирус.рф» в сети «ВКонтакте».

2. Материал, методы, обзор = Material, Methods, Review

Исследование проводилось на базе комментариев к сообщениям публичной страницы «СтопКоронавирус.рф» в российской социальной сети «ВКонтакте». После удаления ошибок, дубликатов и не имеющих очевидной связи с темой поста комментариев общая выборка исследования составила 1116 комментариев, опубликованных пользователями в период с марта 2020 по март 2023 года включительно. Было отобрано 948 комментариев (таких, которые набрали не менее 100 пользовательских отметок «Мне нравится»).

Было выявлено четыре ключевые фазы общественного интереса в соответствии с пиками прироста или спада комментирования: период быстрого роста (март 2020 — апрель 2020), период быстрого спада (май 2020 — июль 2020), период спада и колебаний (август 2020 — декабрь 2020) и период стабильного спада (январь 2021 — март 2023). Следует отметить, что количество комментариев и просмотров постов не совсем точно соответствовало количеству суточных данных по заболеваемости коронавирусом в России. В частности, с января по февраль 2022 года, несмотря на то что количество заболевших резко возросло, информация об этом не привлекла значительного внимания общественности. Количество комментариев и просмотров на каждом этапе представлено далее (рис. 1).

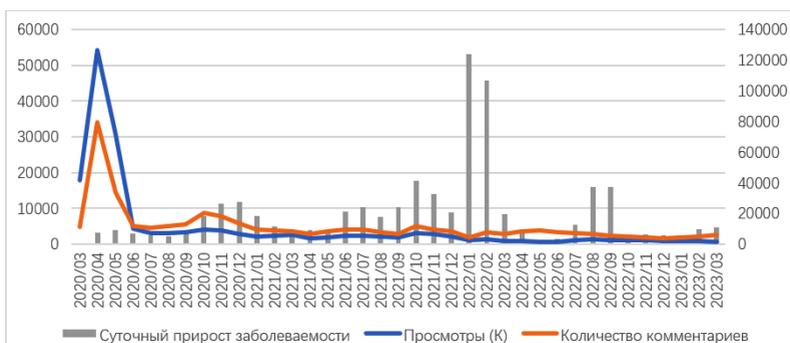


Рис. 1. График комментариев и просмотров сообщений в паблике «СтопКоронавирус.рф» в сравнении с ежедневным приростом заболевших коронавирусом

После отбора комментарии были сначала закодированы в иерархическом сравнительном порядке с помощью программы для качественных исследований NVivo12. В ходе открытого кодирования, или «начального кодирования», на основе 948 комментариев было сгенерировано 23 тематических концепта в соответствии с «построчным кодированием» по методике [Charmaz, 2006]. Среди ведущих концептов — «поставки средств индивидуальной защиты», «разработка вакцины» и т. д. После дополнительного анализа 23 выявленных ключевых направлений путем сравнения и категоризации были сформированы следующие ключевые тематические группы: «политика профилактики эпидемий», «защита гражданского населения от пандемии», «медицинская профилактика распространения вируса», «пандемия и средства к существованию людей», «достоверность эпидемиологических данных», «тенденции пандемии» и «духовная поддержка и воодушевление».

На основе анализа 948 комментариев пользователей были определены общие направления обсуждений и в их рамках обозначены ключевые концепты. Было выявлено, что, помимо обсуждения прироста или снижения заболеваемости, комментарии касались суждений людей о возникновении пандемии, а также вопросов политики профилактики роста заболеваемости.

3. Результаты и обсуждение = Results and Discussion

3.1. Анализ фреймов комментариев в условиях ежедневных данных о пандемии новой коронавирусной инфекции. Обзор тематической ориентации комментариев пользователей

Выявлено, что в комментариях к публикациям аккаунта «СтопКоронавирус.рф» чаще всего люди высказывают свои суждения о причинах, ходе и последствиях пандемии (336 реперных точек). Комментарии о мерах правительства в выборке, охваченной исследованием, в основном делились на суждения о суточном приросте или спаде заболеваемости (192 реперных точки) и о тенденциях пандемии (144 реперные точки). Обсуждение этих вопросов в приведенных онлайн-комментариях в основном сводилось к тому, соответствуют ли данные действительности или нет и продолжается ли прирост заболевших. Что касается суждений об эпидемических данных, то комментарии из выборки, попавшей в область исследования, были направлены на разъяснение данных и основ статистики другим пользователям (68 реперных точек), с другой стороны, были сосредоточены на сомнениях в достоверности данных (124 реперные точки).

Вектор обсуждений тенденций пандемии был сосредоточен на сравнении новых данных с приростом в прошлые периоды (49 реперных точек), будущих прогнозах (95 реперных точек).

3.2. Комментарии, обсуждающие государственные меры борьбы с пандемией

Дискуссия вокруг государственных мер борьбы с пандемией сосредоточена на следующих направлениях. Во-первых, это недовольство людей политикой самоизоляции (по их мнению, карантин должен быть обязательным, потому что не все люди соблюдают меры добровольно) — 84 реперных точки. Другая часть комментариев посвящена уровню штрафов за отсутствие масок (42 реперных точки). Мнения пользователей по этому вопросу разделились: часть комментаторов считала, что сумма штрафов завышена или это в принципе лишняя мера контроля; другие выступали за увеличение размера штрафов для тех, кто самовольно не носит маски. На поздних этапах наблюдался высокий интерес к политике в области дистанционного образования: высказывалось мнение, что дистанционное образование оказывает негативное влияние на его качество (83 реперных точки).

В контексте вопроса о мерах правительства по борьбе с пандемией основное внимание в дискуссиях уделялось нехватке материальных и медицинских ресурсов для профилактики пандемии, обсуждались нехватка лекарств и трудности доступа к медицинской помощи (25 реперных точек); с другой стороны, появление российских вакцин и их качество (44 реперные точки), природа вируса, пути его передачи, выживаемость вирусных частиц. Часть комментариев была посвящена дискуссиям о том, будет ли вирус долго сосуществовать с человеком, эффективны ли маски для предотвращения передачи вируса (24 реперных точки).

3.3. Комментарии о влиянии пандемии на повседневную жизнь людей

Вектор обсуждений из 118 комментариев был сосредоточен на влиянии пандемии на повседневную жизнь людей. Значительное внимание привлекли такие темы, как несоблюдение гигиенических мер в общественных местах, отказ людей от ношения масок и перчаток, сборы на природе для приготовления шашлыков (42 реперных точки). Широко обсуждался тот факт, что некоторые люди во время пандемии выезжали за границу и привезли вирус на родину. Также много споров вызвал вопрос о выезде москвичей за пределы города и региона: некоторые считали, что вирус в регионы завезли жители Москвы (76 реперных точек).

На долю комментариев, посвященных вопросам жизнеобеспечения в условиях пандемии, пришлось 85 сообщений. Дискуссии велись вокруг доходов населения, личных планов и разрыва между богатыми и бедными: с одной стороны, люди должны работать, чтобы свести концы с концами, но с другой — они должны учитывать опасность вируса для здоровья.

3.4. Комментарии пользователей на различных этапах пандемии

Как уже отмечалось ранее, в данном исследовании комментарии пользователей разделены на четыре периода. Далее представлены результаты кросс-табуляционного анализа комментариев на различные темы в четырех временных отрезках (табл. 1).

Из таблицы видно, что на первом этапе (март 2020 — апрель 2020) онлайн-комментирование было сосредоточено на обсуждении темы предотвращения распространения вируса, наименее сосредоточено на обсуждении вопросов жизнеобеспечения людей в условиях пандемии. На втором этапе, в период спада заболеваемости (май 2020 — июль 2020), комментарии были сосредоточены на обсуждении данных о её спаде, в этот период наблюдалась наименьшая склонность к обсуждению других тем, не связанных с коронавирусом. В период третьего этапа — это период спада и колебаний заболеваемости (август 2020 — декабрь 2020 года) комментаторы более всего концентрировались на обсуждении вопросов жизнеобеспечения людей в эпидемической ситуации и наименее акцентировались на обсуждении вопросов профилактики распространения вируса. На четвертой стадии — это период устойчивого спада (январь 2021 — март 2023 года) — подписчики публичной страницы «СтопКоронавирус.рф» «ВКонтакте» обсуждали поставку медицинских препаратов, масок, строительство и открытие госпиталей, в этот же период практически не обсуждались меры профилактики: ношение масок, самоизоляция, социальная дистанция и т. д.

С помощью контент-анализа, на основе кодирования и изучения статистики, были исследованы комментарии под ежедневными постами публичной страницы «СтопКоронавирус.рф» в период с марта 2020 по март 2023 года. Было выявлено, что во время пандемии в комментариях в основном обсуждались вопросы противоэпидемической политики, достоверности эпидемиологической статистики, защиты гражданского населения от воздействия вируса, в том числе вопросы о мерах социальной защиты, тенденциях распространения заболевания, наличии необходимой медицинской инфраструктуры, причинах пандемии и другие вопросы, напрямую не связанные с новой коронавирусной инфекцией, но центральное место в обсуждениях занимали вопросы о принятых правительством мерах профилактики распространения вируса, достоверности публично размещаемых официальных данных о количестве заболевших.

Условно можно сгруппировать обсуждаемые вопросы следующим образом.

Политические меры профилактики заболеваемости (212 точек отсчета), медицинская профилактика распространения вируса (93 точки отсче-

Таблица 1

Взаимозависимость тематики и количества комментариев в аккаунте «СтопКоронавирус.рф» в соцсети «ВКонтакте» согласно выделенным периодам (перекрестная таблица геста хи-квадрат) *

Период	Кол-во	Тематическое древо									
		Политические меры профилактики пандемии	Достоверность эпидемиологических данных	Защита гражданского населения от пандемии	Тенденции пандемии	Медицинская профилактика распространения вируса	Пандемия и средства к существованию людей	Духовная поддержка и воодушевление			
03/2020–04/2020	Количество комментариев	67	33	69	36	7	5	15	–2,526	–4,178	–4,113
	Скорректированный остаток	2,741	–2,629	9,182	0,16	–4,002	–4,178	–2,526			
05/2020–07/2020	Количество комментариев	36	78	11	44	12	4	5	–1,264	–3,422	–3,702
	Скорректированный остаток	–1,264	7,978	–3,109	3,422	–1,811	–3,702	–4,113			
08/2020–12/2020	Количество комментариев	85	75	37	58	56	74	82	–3,03	–2,342	7,305
	Скорректированный остаток	–3,03	–3,165	–4,158	–2,342	2,225	7,305	6,396			
01/2021–03/2023	Количество комментариев	24	6	1	6	18	2	2	3,487	–1,109	–1,548
	Скорректированный остаток	3,487	–1,99	–2,584	–1,109	5,519	–1,548	–1,924			
Итого	Количество комментариев	212	192	118	144	93	85	104	22,36%	15,19 %	8,97%
	Процентное соотношение временных интервалов	22,36%	20,25 %	12,45 %	15,19 %	9,81%	8,97%	10,97%			

* Примечание: $\chi^2=284.484$, $p=0.00$.

та), достоверность эпидемиологических данных (192 точки отсчета), тенденции пандемии (144 точки отсчета) образуют тематическое поле «Отчетность» (641 точка отсчета). В рамках этой тематики государство выступало ответственной стороной за принятые политические и медицинские меры профилактики заболеваемости, подсчет зараженных и за общие тенденции распространения новой коронавирусной инфекции.

Другое обширное тематическое направление изученных комментариев — фрейм «Реакция общества». Анализируя референции, зафиксированные в этой группе, можно отметить, что дискуссии велись вокруг мер профилактики (118 референций), повседневной жизни людей во время пандемии (85 референций) и вокруг других вопросов, напрямую не связанных с пандемией (104 референции). В комментариях этого раздела, как правило, подчеркивалась социальная ответственность населения в профилактике пандемии, отмечалось, что люди должны отвечать за свое здоровье и здоровье окружающих, выражалось недовольство вызванными пандемией изменениями в привычном образе жизни.

3.5. Влияние ежедневных отчетов о пандемии коронавируса на эмоциональное состояние пользователей сети

Распределение настроений в комментариях выражено с помощью графика распределения настроений пользователей, подготовленного посредством NLTK (Natural Language Toolkit), данные представлены на рисунках 2—5. На графиках тенденции настроений представлены через числовые узловые значения. Видно, что на всех этапах присутствуют положительные, нейтральные и отрицательные эмоции.

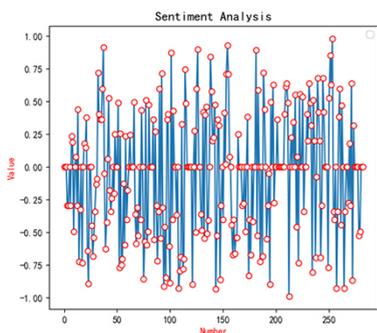


Рис. 2. Период быстрого подъема заболеваемости (март 2020 — апрель 2020)

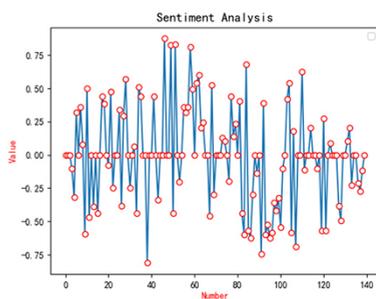


Рис. 3. Период быстрого спада заболеваемости (май 2020 — июль 2020)

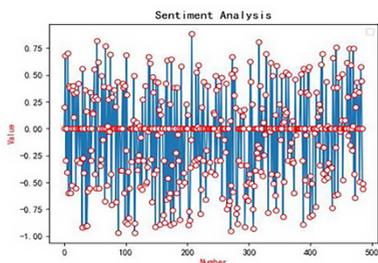


Рис. 4. Период быстрого спада и волатильности (август 2020 — декабрь 2020)

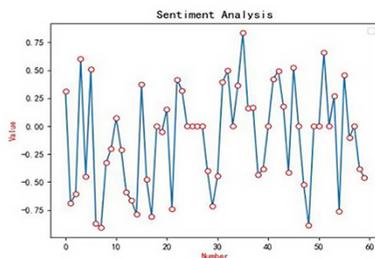


Рис. 5. Период устойчивого спада (январь 2021 — март 2023)

Комплексно анализируя данные (рис. 2 — рис. 5), отметим, что в распределении эмоций наблюдаются стадийные изменения. Их стадийность выражается в том, что на каждом этапе положительная аффективная тенденция меньше отрицательной. Доля отрицательных аффективных тенденций колеблется и составляет 39 %, 33 %, 39 %, 45 % и наиболее высока на четвертой стадии устойчивого спада. Это свидетельствует об общей тенденции роста, затем спада и вновь роста негативных аффектов среди населения, что повторяет этапы развития самой пандемии в России.

В период быстрого нарастания первой волны пандемии в центре общественного обсуждения находились, с одной стороны, вопросы защиты населения от пандемии, а с другой — противоэпидемическая политика, проводимая правительством. Распространение негативных настроений относительно велико, главным образом потому, что люди не уверены в том, что прирост и спад заболеваемости можно эффективно отслеживать.

После того как пандемия вошла в период быстрого спада и были введены меры по профилактике и контролю заболеваемости, тема причин пандемии стала самой обсуждаемой в комментариях. В это время доля негативных эмоций снижается до 33 %. К периоду спада и колебаний относится политика профилактики и борьбы с пандемией, связанная с неудобствами в жизни людей, такими как нехватка защитных средств, социальная изоляция и др., в это время негативные настроения вновь возвращаются к исходной точке в 39 %. Следует отметить, что на данном этапе появляется большее количество сообщений, содержащих воодушевляющий и ободряющий посылы.

Таким образом, несмотря на то, что статистика ежедневного прироста заболевших вступила в период устойчивого снижения, воздействие политики профилактики и борьбы с пандемией не прекратилось и негативные настроения населения не ослабли. В частности, велись дискуссии о каче-

стве жизни в условиях ограничений, уровне онлайн-образования, в этой связи доля негативных настроений вновь возросла до 45 %.

Анализируя тематическую динамику и динамику изменения настроений пользователей, можно сделать вывод, что эволюция общественного мнения в данной выборке соответствует волнам пандемии и адекватности мер реагирования государства на уровень заболеваемости.

4. Заключение = Conclusions

В данной работе были изучены интернет-комментарии пользователей социальной сети «ВКонтакте» к постам аккаунта «Стопкоронавирус.рф» в 2020—2023 годы. На основе контент-анализа интернет-комментариев было выявлено 27 элементов (свободных узлов), из которых было выделено 8 тем. Так был сформирован фрейм сетевых комментариев. На уровне фреймов рамки интернет-комментариев в данных о ежедневном приросте заболевших в большей степени соответствуют «тематическим рамкам» Айенгара, то есть фокусируются на анализе проблемы, временных тенденциях, общественной среде и институтах, а также общественной и институциональной ответственности, нежели «эпизодическим рамкам», которые фокусируются на частностях (отдельных людях, частных вопросах и т. д.). С точки зрения тенденций фреймирования комментарии с самого начала носят устойчиво критический характер. На первом этапе комментарии более критичны к поведению других граждан, например, наблюдается критика несоблюдения карантина населением; на втором этапе комментирующие начинают критично относиться к достоверности официальных данных; на третьем этапе — концентрируются на стрессах жизни, вызванных пандемией, и критике населения, не соблюдающей меры профилактики. На четвертом — склонны к критике вакцин и онлайн-образования.

С точки зрения глубинного содержания комментарии в большей степени сосредоточены на моральных оценках и причинно-следственном анализе и в меньшей — на том, как исправить ситуацию или на конкретных рекомендациях. Что касается тематики сообщений, комментарии в основном сосредоточены на обсуждении медицинских, социальных и экономических последствий пандемии. Распределение эмоциональных установок позволяет выявить основные эмоциональные послылы пользователей относительно как самой пандемийной ситуации, так и мер, принимаемых государством для защиты населения в кризисных условиях. Отслеживание эмоций также позволяет выявить этапы наибольшего эмоционального накала, установить характер связи эмоциональных реакций пользователей с ключевыми темами, определить, каким образом люди реагируют различные правительственные меры.



Предложенный в данной работе метод изучения общественного мнения на основе больших данных позволяет точно представить очаги дискуссий, распределение эмоций и настроений, а также определить закономерности их возникновения, результаты имеют большое значение для управления общественным мнением в чрезвычайных ситуациях.

Вместе с тем изучение поставленных вопросов может быть дополнено и расширено в дальнейшем. Проблемной областью данного исследования является то, что данные получены только с платформы «ВКонтакте», анализируются комментарии, представленные в текстовом формате, но для более широкой проверки предложенной в данной работе методологической схемы необходимо дополнительно исследовать комментарии других платформ социальных сетей и иные формы представления обратной связи (графические, аудио- и видеответы, смайлы, «лайки» и т. д.).

Заявленный вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.	Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.
---	---

Источники и принятые сокращения

1. «ВКонтакте» сохранила лидерство среди соцсетей в России [Электронный ресурс] // РИА новости. 2023. — Режим доступа : <https://ria.ru/20230614/vkontakte-1877949245.html> (дата обращения 18.05.2023).

Литература

1. *Ань Лу.* Измерение доверия нетизенов к политическим микроблогам в контексте чрезвычайных ситуаций в области общественного здравоохранения / Ань Лу, Сюй Маньтин // Анализ данных и открытие знаний. — 2022. — № 6 (1). — С. 55—68. (安璐, 徐曼婷. 突发公共卫生事件情境下网民对政务微博信任度的测度/安璐, 徐曼婷//现代图书情报技术. — 2022. — № 6 (1). — 55—68页.)

2. *Гао Ичан.* Исследование эффекта эхо-камеры при общении с общественным мнением в социальных сетях / Гао Ичан, Сунь Инпин, Лю Фэнмин // Теория и практика разведки. — 2022. — № 45 (4). — С. 58—66. (高艺畅, 孙英苹, 刘凤鸣, 社交网络舆情传播的回音室效应研究/高艺畅, 孙英苹, 刘凤鸣//情报理论与实践. — 2022. — № 45 (4). — 58—66页.)

3. *Гу Ин.* Исследование метода автоматического обобщения отзывов о товарах, объединяющего кластеризацию тем и модель семантического графа / Гу Ин, Ли Хэ, Чжу Линьлинь // Библиотечное дело и интеллект. — 2022. — № 66 (13). — С. 118—126. (谷莹, 李贺, 祝琳琳. 融合主题聚类 and 语义图模型的产品评论自动摘要方法研究/谷莹, 李贺, 祝琳琳//图书情报工作. — 2022. — № 66 (13). — 118—126页.)

4. *Губанов Д. А.* Особенности потребления и распространения информации на тему COVID-19 на примере социальной сети ВКонтакте / Д. А. Губанов, И. В. Козицин, А. Г. Чхартишвили // Управление развитием крупномасштабных систем (MLSD'2021) : Труды Четыр-



надцатой международной конференции, Москва, 27—29 сентября 2021 года / Под общей редакцией С. Н. Васильева, А. Д. Цвиркуна. — Москва : Институт проблем управления им. В. А. Трапезникова РАН, 2021. — С. 1952—1959. — ISBN 978-5-91450-256-7.

5. *Ефанов А. А.* Фейковизация и постправдизация информационной повестки дня в контексте первой «волны» пандемии коронавируса (COVID-19) / А. А. Ефанов // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия : История, филология. — 2023. — Т. 22. — № 6. — С. 161—170. — DOI: <https://doi.org/10.25205/1818-7919-2023-22-6-161-170>.

6. *Кумылганова И. А.* Особенности формирования повестки дня в социальных сетях России и Китая в период пандемии COVID-19 / И. А. Кумылганова, Ма Кэ // Меди@льманах. — 2022. — № 2 (109). — С. 50—60.

7. *Ли Яньлин.* Участие общественности в коммуникации крупных внезапных событий в области общественного здравоохранения в социальных сетях / Ли Яньлин, Тань Тин, Сунь Лун // Вестник Сянганского университета. — 2021. — № 45 (1). — С. 22—30. (李燕凌, 谭婷, 孙龙. 社交媒体中公众参与重大突发性公共卫生事件的沟通/李燕凌, 谭婷, 孙龙//湘潭大学学报(哲学社会科学版). — 2021. — № 45 (1). — С. 22—30页.)

8. *Пакишина И. А.* Коммуникативные практики освещения пандемии коронавируса в традиционных и новых СМИ региона / И. А. Пакишина, Е. Н. Маскаева // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. — 2021. — № 3 (844). — С. 214—229.

9. *Петкова Д.* Слухи и теории заговора в болгарских социальных медиа в период пандемии COVID-19 / Д. Петкова // Научный диалог. — 2024. — Т. 13. — № 1. — С. 177—203. — DOI: [10.24224/2227-1295-2024-13-1-177-203](https://doi.org/10.24224/2227-1295-2024-13-1-177-203).

10. *Фэн Сяодун.* Модель влияния на основе интересов и эмпирическое исследование поведения публичных комментариев в правительственных микроблогах / Фэн Сяодун, Чжан Хуэйпин // Электронное правительство. — 2018. — № 11. — С. 23—33. (冯小东, 张会平. 兴趣驱动的政务微博公众评论行为影响模型及实证研究/冯小东, 张会平//电子政务. — 2018. — № 11. — 23-33页.)

11. *Чжан Кунь.* Исследование коммуникации национального бренда в оригинальном контенте зарубежных пользователей социальных сетей — в качестве примера возьмем комментарии Ли Цзыци в Twitter и YouTube / Чжан Кунь, Чжан Цзинцзин // Журналистика и писательство. — 2021. — № 2. — С. 67—76. (张昆, 张晶晶. 海外社交媒体用户原创内容中的国家品牌传播研究——以Twitter和YouTube上对李子柒的评论为例/张昆, 张晶晶//新闻与写作. — 2021. — № 2. — 67—76页.)

12. *Чэнь Чжицюнь.* Исследование анализа склонности к комментариям в микроблогах на основе BERT и двунаправленной LSTM / Чэнь Чжицюнь, Цзюй Тин // Теория и практика разведки. — 2020. — № 43 (8). — С. 173—177. (谌志群, 鞠婷. 基于BERT和双向LSTM的微博评论倾向性分析研究/谌志群,鞠婷//情报理论与实践. — 2020. — № 43(8). — 173-177页.)

13. *Яшина А. Р.* Социальная сеть «ВКонтакте» как информационный канал в период пандемии коронавирусной инфекции / А. Р. Яшина // Медиаисследования. — 2020. — № 7. — С. 518—523.

14. *A novel method detecting controversial interaction in the multiplex social comment network / Li Zihan, Zhang Jian, Xuan Qi, Qiu Xiang, Min Yong // Frontiers in Physics.* — 2023. — № 10. — Pp. 1107338. — DOI: [10.3389/fphy.2022.1107338](https://doi.org/10.3389/fphy.2022.1107338).

15. *Automatic sentiment analysis of public opinion on nuclear energy / Xu Hong, Tang Tao, Zhang Baorui, Liu Yuechan // Kerntechnik.* — 2022. — Vol. 87. — № 2. — Pp. 167—175. — DOI: [10.1515/kern-2021-0034](https://doi.org/10.1515/kern-2021-0034).



16. *Charmaz K.* Constructing Grounded Theory : A Practical Guide through Qualitative Analysis / K. Charmaz. — London ; Thousand Oaks ; New Delhi : Sage Publications, 2006. — 50 p.
17. *Clemente M.* How Does the Media Frame Corporate Scandals? The Case of German Newspapers and the Volkswagen Diesel Scandal / M. Clemente, C. Gabbioneta // *Journal of Management Inquiry.* — 2017. — Vol 26. — № 3. — Pp. 287—302. — DOI: 10.1177/1056492616689304.
18. *COVID-19 pandemic : Identifying key issues using social media and natural language processing / O. Oyeboode, C. Ndulue, D. Mulchandani, B. Suruliraj, A. Adib, F. A. Orji, E. Milios, S. Matwin, R. Orji // Journal of Healthcare Informatics Research.* — 2022. — Vol. 6. — № 2. — Pp. 174—207.
19. *Customer Perceived Risk Measurement with NLP Method in Electric Vehicles Consumption Market : Empirical Study from China / Shu Tao, Wang Zhiyi, Lin Ling, Jia Huadong, Zhou Jixian // Energies.* — 2022. — Vol. 15. — № 5. — P. 1637. — DOI: 10.3390/en15051637.
20. *Entman R. M.* Scandal and Silence : Media Responses to Presidential Misconduct / R. M. Entman. — Cambridge : Polity Press, 2012. — 269 p.
21. *Iyengar S.* Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues / S. Iyengar. — Chicago : University of Chicago Press, 1991. — 11 p.
22. *Lee, S. T.* From Press Release to News : Mapping the Framing of the 2009 H1N1 A Influenza Pandemic / S. T. Lee, I. Basnyat // *Health Communication.* — 2013. — № 28(2). — Pp. 119—132.
23. *Ni Wenjing.* Time-synchronic comments on video streaming website reveal core structures of audience engagement in movie viewing / Ni Wenjing, Ch. Coupé // *Frontiers in Psychology.* — 2023. — № 13. — 1040755. — DOI: 10.3389/fpsyg.2022.1040755.
24. *Pieri E.* Media Framing and the Threat of Global Pandemics : The Ebola Crisis in UK Media and Policy Response / E. Pieri // *Sociological Research Online.* — 2019. — Vol. 24. — № 1. — Pp. 73—92. — DOI: 10.1177/1360780418811966.
25. *Zhu Hongzhi.* How does government microblog affect tourism market value? The perspective of signaling theory / Zhu Hongzhi, Wang Fang // *Information Processing & Management.* — 2022. — Vol. 59. — № 4. — Pp. 102991. — DOI: 10.1016/j.ipm.2022.102991.

*Статья поступила в редакцию 09.04.2024,
одобрена после рецензирования 28.07.2024,
подготовлена к публикации 30.07.2024.*

Material resources

“VKontakte” has retained its leadership among social networks in Russia. (2023). *RIA Novosti*. Available at: <https://ria.ru/20230614/vkontakte-1877949245.html> (accessed 18.05.2023). (In Russ.).

References

- An Lu, Xu Manting. (2022). Measuring the trust of netizens in political microblogs in the context of public health emergencies. *Data analysis and knowledge Discovery*, 6 (1): 55—68. (In Chin).
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications. 50 p.



- Chen Zhijun, Ju Ting. (2020). A study of the analysis of the propensity to comment on microblogs based on BERT and bidirectional LSTM. *Theory and practice of intelligence, 43 (8)*: 173—177. (In Chin).
- Clemente, M., Gabbioneta, C. (2017). How Does the Media Frame Corporate Scandals? The Case of German Newspapers and the Volkswagen Diesel Scandal. *Journal of Management Inquiry, 26 (3)*: 287—302. DOI: 10.1177/1056492616689304.
- Efanov, A. A. (2023). Fakovization and post-pravdization of the information agenda in the context of the first “wave” of the coronavirus pandemic (COVID-19). *Bulletin of Novosibirsk State University. Series: History, philology, 22 (6)*: 161—170. DOI: <https://doi.org/10.25205/1818-7919-2023-22-6-161-170>. (In Russ.).
- Entman, R. M. (2012). *Scandal and Silence: Media Responses to Presidential Misconduct*. Cambridge: Polity Press. 269 p.
- Feng Xiaodong, Zhang Huiping. (2018). An interest-based influence model and an empirical study of the behavior of public comments in government microblogs. *Electronic Government, 11*: 23—33. (In Chin.).
- Gao Yichang, Sun Yingping, Liu Fengming. (2022). Investigation of the echo chamber effect when communicating with public opinion on social networks. *Theory and practice of intelligence, 45 (4)*: 58—66. (In Chin.).
- Gu Ying, Li He, Zhu Linlin. (2022). Research on Automatic Summarization Method of Product Reviews Based on Topic Clustering and Semantic Graph Model. *Library science and intelligence, 66 (13)*: 118—126. (In Chin).
- Gubanov, D. A. (2021). Features of consumption and dissemination of information on COVID-19 on the example of the Vkontakte social network. In: *Management of large-scale systems development (MLSD'2021): Proceedings of the Fourteenth International Conference, Moscow, September 27—29, 2021*. Moscow: V. A. Trapeznikov Institute of Management Problems of the Russian Academy of Sciences. 1952—1959. ISBN 978-5-91450-256-7. (In Russ.).
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press. 11 p.
- Kumylganova, I. A., Ma Kai. (2022). Features of the formation of the agenda in social networks of Russia and China during the COVID-19 pandemic. *Medi@lmanakh, 2 (109)*: 50—60. (In Russ.).
- Lee, S. T., Basnyat, I. (2013). From press release to news: mapping the framing of the 2009 H1N1 A influenza pandemic. *Health Communication, 28(2)*: 119—132.
- Li Yanling, Tan Ting, Sun Long. (2021). Public participation in the communication of major sudden events in the field of public health in social networks. *Bulletin of Xiangtan University, 45 (1)*: 22—30. (In Chin).
- Li Zihan, Zhang Jian, Xuan Qi, Qiu Xiang, Min Yong. (2023). A novel method detecting controversial interaction in the multiplex social comment network. *Frontiers in Physics, 10*: 1107338. DOI:10.3389/fphy.2022.1107338.
- Ni Wenjing, Coupé, Ch. (2023). Time-synchronic comments on video streaming website reveal core structures of audience engagement in movie viewing. *Frontiers in Psychology, 13*: 1040755. DOI: 10.3389/fpsyg.2022.1040755.
- Oyebode, O., Ndulue, C., Mulchandani, D., Suruliraj, B., Adib, A., Orji, F. A., Milios, E., Matwin, S., Orji, R. (2022). COVID-19 pandemic: Identifying key issues using social media and natural language processing. *Journal of Healthcare Informatics Research, 6 (2)*: 174—207.



- Pakhshina, I. A., Maskayeva, E. N. (2021). Communicative practices of coverage of the coronavirus pandemic in traditional and new media of the region. *Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Social sciences*, 3 (844): 214—229. (In Russ.).
- Petkova, D. (2024). Rumors and Conspiracy Theories in Bulgarian Social Media During COVID-19 Pandemic. *Nauchnyi dialog*, 13 (1): 177-203. DOI: 10.24224/2227-1295-2024-13-1-177-203. (In Russ.).
- Pieri, E. (2019). Media Framing and the Threat of Global Pandemics: The Ebola Crisis in UK Media and Policy Response. *Sociological Research Online*, 24 (1): 73—92. DOI: 10.1177/1360780418811966.
- Shu Tao, Wang Zhiyi, Lin Ling, Jia Huading, Zhou Jixian. (2022). Customer Perceived Risk Measurement with NLP Method in Electric Vehicles Consumption Market: Empirical Study from China. *Energies*, 15 (5): 1637. DOI: 10.3390/en15051637.
- Xu Hong, Tang Tao, Zhang Baorui, Liu Yuechan. (2022). Automatic sentiment analysis of public opinion on nuclear energy. *Kerntechnik*, 87 (2): 167—175. DOI: 10.1515/kern-2021-0034.
- Yashina, A. R. (2020). ‘VKontakte’ social network as an information channel during the pandemic of coronavirus infection. *Media research*, 7: 518—523. (In Russ.).
- Zhang Kun, Zhang Jingjing. (2021). A study of the communication of a national brand in the original content of foreign users of social networks — as an example, take the comments of Li Ziqi on Twitter and YouTube. *Journalism and Writing*, 2: 67—76. (In Chin.).
- Zhu Hongzhi, Wang Fang. (2022). How does government microblog affect tourism market value? The perspective of signaling theory. *Information Processing & Management*, 59 (4): P. 102991. DOI: 10.1016/j.ipm.2022.102991.

*The article was submitted 09.04.2024;
approved after reviewing 28.07.2024;
accepted for publication 30.07.2024.*



ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ. ФОЛЬКЛОРИСТИКА LITERARY STUDIES. FOLKLORE



Алена Геннадьевна Барова, канд. филол. наук (Казань)
Анна Васильевна Фролова, канд. филол. наук (Воронеж, Санкт-Петербург)
Ирина Геннадьевна Прудюс, канд. филол. наук (Красноярск)
Людмила Владимировна Трофимова, канд. филол. наук (Казань)
Майя Геннадиевна Меркулова, д-р филол. наук (Москва)
Ольга Юрьевна Осьмухина, д-р филол. наук (Саранск)