

**Здравоохранение в информационном обществе****РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ В ФОРМИРОВАНИИ  
ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ О ВАКЦИНОПРОФИЛАКТИКЕ**

Статья рекомендована к публикации членом редакционного совета Д.С. Черешкиным 01.05.2021.

**Хорева Ольга Борисовна**

*Кандидат экономических наук, доцент  
Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики, кафедра управления  
развитием территорий и регионалистики, доцент  
Москва, Российская Федерация  
ohoreva@hse.ru*

**Тарасенко Елена Анатольевна**

*Кандидат социологических наук  
Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики, кафедра управления и  
экономики здравоохранения, доцент  
Москва, Российская Федерация  
etarasenko@hse.ru*

**Иванова Екатерина Сергеевна**

*Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики, магистерская программа  
«Прикладная статистика с методами сетевого анализа», студентка  
Российская академия народного хозяйства и государственной службы, платформа «Эффективное  
здравоохранение», аналитик  
Москва, Российская Федерация  
esivanova\_8@edu.hse.ru*

**Аннотация**

*В статье представлены результаты исследования факторов влияния информационного поля сети Интернет на формирование общественного мнения в отношении вакцинопрофилактики, включая влияние на ценностные установки и отношение населения к программам иммунизации, оценке уровня противодействия вакцинопрофилактике антипрививочного лобби.*

**Ключевые слова**

*вакцинопрофилактика; формирование общественного мнения; социальные сети; ценностные установки; иммунизация; антипрививочное движение; информационное поле*

**Введение**

В современном информационном обществе происходит существенное изменение медиакommunikации в связи с ростом цифровой экономики, ростом значимости Интернета и развитием социальных медиа, усилением интерактивности, переходом коммуникации из вертикального в горизонтальный формат и дифференцированием потребления информации [1-4]. Медиакommunikация представляет собой непрерывно развивающуюся, многослойную и сверхсложную структуру информационных полей [5]. Информационное поле в условиях цифровой трансформации можно интерпретировать как объединение различных каналов онлайн-коммуникации, включая также социальные медиа и СМИ, информационного окружения и информационных потоков, куда входят совместные действия производителей и распространителей

© Хорева О.Б., Тарасенко Е.А., Иванова Е.С., 2021.

Производство и хостинг журнала «Информационное общество» осуществляется Институтом развития информационного общества.

Данная статья распространяется на условиях международной лицензии Creative Commons «Атрибуция — Некоммерческое использование — На тех же условиях» Всемирная 4.0 (Creative Commons Attribution – NonCommercial – ShareAlike 4.0 International; CC BY-NC-SA 4.0). См. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.ru>  
[https://doi.org/10.52605/16059921\\_2021\\_06\\_50](https://doi.org/10.52605/16059921_2021_06_50)

информации (нюсмейкеров, экспертов, лидеров мнений и представителей референтных групп) и массовых потребителей информации, что оказывает значительное влияние на формирование общественного мнения [6-7]. В этой связи крайне важно исследовать роль информационных полей в сети Интернет в формировании общественного мнения в отношении вакцинопрофилактики.

## 1 Обзор литературы по теме исследования

Медиакоммуникация представляет собой непрерывно развивающуюся, многослойную и сверхсложную структуру информационных полей [5]. Информационное поле в условиях цифровой трансформации можно интерпретировать как объединение различных каналов онлайн-коммуникации, включая также социальные медиа и СМИ, информационного окружения и информационных потоков, куда входят совместные действия производителей и распространителей информации (нюсмейкеров, экспертов, лидеров мнений и блогеров - инфлюенсеров) и массовых потребителей информации, что оказывает значительное влияние на формирование общественного мнения [6-7]. Общественное мнение, по М. Веберу, формируется посредством создаваемых в рамках социума ценностей [8]. Г. Тард акцентирует внимание на способностях средств массовой информации как в активизации общественного мнения, так и в области формирования общественного сознания [9]. По мнению У. Липпмана, значимость управления общественным мнением особенно актуальна в моменты социальных трансформаций и потрясений [10].

Массовая вакцинация является одним из серьезнейших достижений современной системы здравоохранения [11], чье значение будет только увеличиваться в связи с новыми эпидемиологическими вызовами, обусловленными ростом миграции населения, появлением новых инфекций, включая коронавирусную инфекцию COVID-19, и увеличением количества населения с иммунной недостаточностью, включая людей с инвалидностью и людей старшего возраста [12]. В условиях информационного общества эпохи постмодернизма, ставящего под сомнение профессиональные медицинские знания [13], у зарубежных ученых в последние годы все большую озабоченность вызывает растущее воздействие движения против вакцинации на широкую публику в онлайн-среде [14-15], способствующее быстрому распространению дезинформации о вакцинах, усилению негативных настроений и снижению доверия к вакцинопрофилактике [16-17]. Большинство исследований относительно факторов, влияющих на принятие решения о вакцинации, сосредоточено на двух аспектах: возрастающей роли интернета и, особенно таких социальных сетей как Facebook и Twitter в качестве интернет-площадок [18-20], предлагающих обмен медицинским контентом, влияющим на личный выбор относительно вакцинации [21-22], а также на психологическом отношении к вакцинопрофилактике [23-24], формирующем поведенческое намерение [25] в отношении иммунизации.

В этой связи крайне важно исследовать роль информационных полей в сети Интернет в формировании общественного мнения в отношении вакцинопрофилактики. Базовый исследовательский вопрос заключается в определении и анализе факторов влияния информационных полей в сети Интернет на ценностные установки и отношение населения к программам иммунизации, оценке уровня противодействия вакцинопрофилактике антипрививочного лобби [26]. Это имеет существенное научно-практическое значение, так как позволяет определить основные направления совершенствования программ иммунизации с точки зрения коммуникативного аспекта.

## 2 Результаты исследования

Данные для анализа информационного поля и оценки уровня влияния коммуникативных инициатив на развитие программ иммунизации населения в РФ были собраны еще до начала пандемии Covid-19, в 2018 году. В рамках анализа поисковых систем Яндекс и Google была осуществлена отработка результатов поисковых систем по каждому запросу (до 30 первых сообщений по каждому запросу в каждой поисковой системе). Анализ проводился по 3-м направлениям оценки информационного поля по вопросу иммунизации населения РФ:

- 1) *Освещение тематики по вакцинации населения* (поисковые запросы: стоит ли делать прививки, зачем нужна вакцинация, какие прививки нужно делать, какие прививки нужно делать, когда делать прививки календарь, прививки за и против, последствия и побочные реакции вакцинации, противопоказания к вакцинации, как действует вакцина, эффективность вакцинации, какие бывают вакцины);

- 2) Освещение тематик по анализируемым нозологиям (поисковые запросы: прививка от «нозологией», когда делается прививка от «нозологией»; нозологии – коклюш, дифтерия, столбняк, полиомиелит, гемофильная инфекция, гепатит В);
- 3) Освещение тематик по комбинированным вакцинам (поисковые запросы: комбинированные вакцины это, комбинированные вакцины стоит ли делать).

Определение направлений оценки, а также поисковых запросов было основано на предварительном анализе наиболее популярных словосочетаний в рамках тематики вакцинопрофилактики населения с использованием поисковых систем, предоставляющих статистические данные по популярности поисковых запросов. В качестве вспомогательных аналитических инструментов выступили Сервис подбора слов Яндекса (Wordstat) и Google Trends. Таким образом, сформированные запросы отражают часто используемые людьми слова и словосочетания при поиске информации о вакцинации.

## 2.1 Анализ возможностей и рисков влияния информационного поля

По итогу анализа информационного поля и оценки уровня влияния коммуникационных инициатив на развитие программы иммунизации населения в РФ было выявлено 1 185 релевантных новостных сообщений по утвержденным поисковым запросам и объектам анализа. Превалирование по категории СМИ зафиксировано в отношении «Интернет» - 1 107 новостных сообщений по рассматриваемой тематике, 73 новостных сообщения приходится на «Форумы/ блоги», наименьшее количество релевантных новостных сообщений зафиксировано в рамках «Социальных сетей» - 4 сообщения (см. Рис. 1).

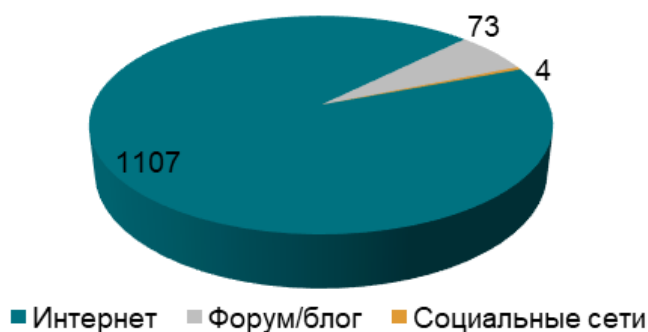


Рис. 1. Совокупное количество сообщений в разрезе категорий СМИ

Рассматриваемое информационное поле в большей степени характеризуется нейтральной тональностью подачи новостных материалов (1 112 новостных сообщений), т. е. отсутствует ярко выраженная положительная или отрицательная характеристика анализируемой тематики (см. Рис. 2).

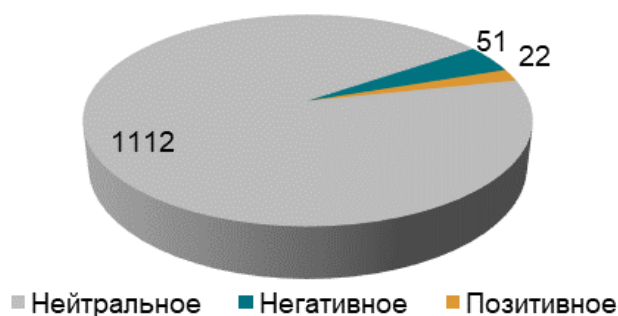


Рис. 2. Тональность совокупного количества сообщений

Подавляющее большинство данных новостных сообщений представляет собой информацию описательного характера относительно сущности анализируемых объектов анализа:

- что представляет собой та или иная нозология,
- история создания соответствующих нозологиям вакцин,
- классификация применяемых вакцин,
- показания к применению,
- график и схемы вакцинации,

- противопоказания,
- возможные побочные эффекты и реакции на вакцины.

Наиболее частыми заявителями рассматриваемой проблематики в рамках информационного пространства выступают «Информационные агентства» - 724 новостных сообщения (см. Рис. 3).



Рис. 3. Заявитель проблематики в рамках совокупного количества сообщений

Следующими по частоте инициирования информационных материалов относительно вопросов вакцинопрофилактики населения РФ являются «Профильные эксперты» - 278 сообщений. Наименьшей активностью размещения новостных сообщений по рассматриваемым объектам анализа с учетом утверждённых поисковых запросов, принимаемых к оценке, характеризуются:

- Детские образовательные учреждения;
- Пациентские организации;
- Бюджетные медицинские организации.

В целом на общий уровень осведомленности населения относительно вопросов вакцинопрофилактики оказывают влияние достоверные заявители, публикующие качественные информационные материалы: 1 119 новостных сообщений приходится на информационные агентства, профильных экспертов, коммерческие медицинские организации, государственные органы, ассоциации, бюджетные медицинские организации.

Выявленное совокупное количество сообщений по итогу анализа информационного поля формирует неоднозначное решение относительно побуждающего действия к принятию решения о прививании: 696 сообщения, что составляет 58,73% от общей совокупности выявленных новостных сообщений (см. Рис. 4).

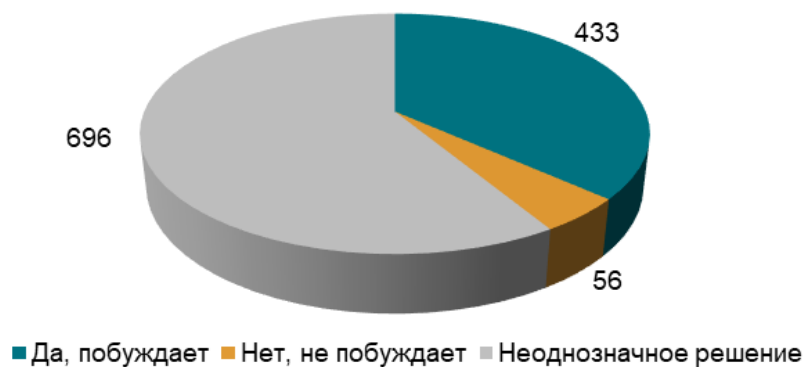


Рис. 4. Совокупное количество сообщений

Большая часть информационных материалов не пропагандирует обязательное вакцинирование, а носит в большей степени ознакомительный характер, предоставляя возможность принятия окончательного решения населению самостоятельно или по итогу

консультирования со специалистами (врачами). Несмотря на относительно небольшое количество сообщений, которые побуждают к решению о прививании на фоне неоднозначных решений (36,54% против 58,73% соответственно), положительным фактом является незначительная доля новостных сообщений, не побуждающих к прививанию (4,73% от общей совокупности выявленных сообщений, 56 сообщений).

В большей степени побуждающее действие относительно принятия положительного решения о вакцинопрофилактике присутствует в рамках новостных сообщений по общим тематикам (без привязки к конкретным нозологиям, 162 новостных сообщения) (см. Рис. 5).

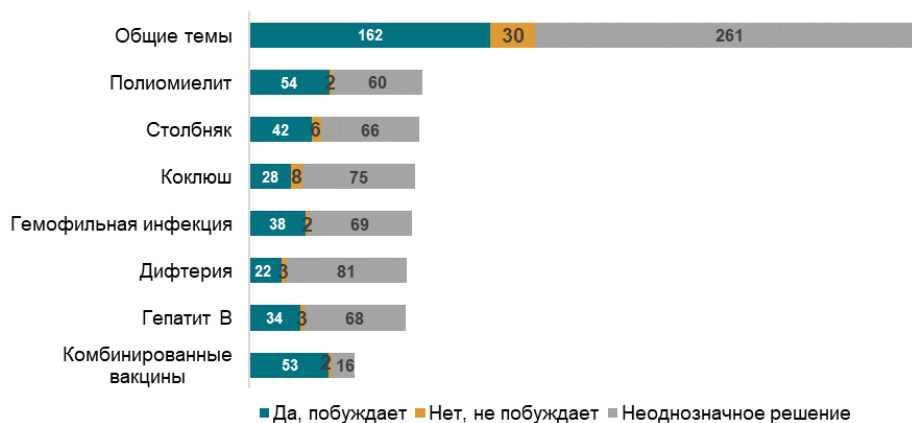


Рис. 5. Совокупное количество сообщений в разрезе побуждающего действия

Наибольшее количество не побуждающих к прививанию новостных сообщений, а также информационных материалов, формирующих неоднозначное решение относительно рассматриваемой проблематике, также зафиксировано в рамках отработки поисковых запросов по общим тематикам без привязки к конкретным нозологиям (30 и 261 новостное сообщение соответственно).

Ключевыми ценностными установками, оказывающими значительное влияние на общий уровень осведомленности населения, являются (см. Рис. 6):

- Защита/ Устойчивость к заболеваниям;
- Создание активного иммунитета;
- Протекание болезней в легкой форме и избежание осложнений;
- Побочные эффекты и осложнения;
- Наличие противопоказаний;
- Предотвращение массовых заболеваний



Рис. 6. Совокупное количество сообщений в разрезе ценностных установок

Низкое влияние на общий уровень осведомленности населения об особенностях вакцинопрофилактики оказывают такие ценностные установки, как:

- Неосведомленность граждан в вопросах вакцинации;
- Отсутствие вакцины в стране;
- Болезненность вакцинации;
- Безответственность врачей;
- Несоблюдение норм проведения вакцинации.

Несмотря на превалирование суммарного количества ценностных установок, формирующих положительное отношение населения к рассматриваемой проблематике, побуждающее действие относительно принятия решения о прививании в большей степени носит неоднозначный характер. Одной из причин является фигурирование на ряду с ценностными установками, побуждающими к вакцинопрофилактике, ценностных установок, оказывающие противоположное влияние – ставят под сомнение необходимость вакцинопрофилактики, в частности, такими причинами являются: побочные эффекты и осложнения, наличие противопоказаний, а также недостаточно высокая эффективность вакцинации.

В разрезе побуждающего действия к принятию решения о прививании стимулирующими относительно необходимости вакцинации являются следующие ценностные установки:

- Защита/ Устойчивость к заболеваниям,
- Создание активного иммунитета,
- Протекание болезней в легкой форме и избежание осложнений;
- Предотвращение массовых заболеваний.

Основными причинами, являющимися стоп-факторами при принятии решения населением о необходимости вакцинопрофилактики, являются:

- Побочные эффекты и осложнения,
- Недостаточно высокая эффективность вакцинации,

- Летальный исход,
- Некачественные вакцины,
- Снижение иммунитета.

Наиболее значимым среди ТОП-10 интернет-ресурсов, отобранных на основе наибольшего количества выявленных новостных сообщений по побуждающему действию к принятию решения о вакцинации, с точки зрения количества просмотров сайта в месяц, является блог-платформа livejournal.com (460 035 395 просмотров в месяц, см. Таблицу 1). В рамках данной блог-платформы выявлено 2 новостных сообщения, однако информационные материалы носят негативный характер в отношении побуждающего действия к принятию решения о прививании («Нет, не побуждает»), в связи с чем целесообразно размещение на данном ресурсе информационных материалов, стимулирующих население к вакцинопрофилактике.

Также интернет-ресурсами, содержащими значительное количество новостных сообщений, являющимися стоп-факторами при принятии решения населением о необходимости вакцинации, являются:

- информационный портал о гомеопатии и прививках - 1796web.com (8 сообщений),
- сайт antivakcina.org (3 сообщения).

Таблица 1. ТОП-10 интернет-ресурсов на основе количества новостных сообщений

Источник	Количество о просмотрах сайта (в месяц)	Количество новостных сообщений по побуждающему действию		
		Да, побуждает	Неоднозначное решение	Нет, не побуждает
livejournal.com	460 035 395			2
kp.ru	158 189 335	5	5	
med.vesti.ru	155 559 794	2	13	
vk.com	104 688 570		1	3
aif.ru	46 811 395	9	6	
7ya.ru	36 183 086	7	10	
azbyka.ru	25 536 678	6		
lifehacker.ru	4 305 870	5	2	
woman.ru	3 062 790	1	7	2
parents.ru	885 928	4	8	
tiensmed.ru	573 720	2	7	
medportal.ru	569 970	7	4	
privivku.ru	502 854	5	9	
miloserdie.ru	350 790		1	2
yaprivit.ru	249 486	8	8	
vseprorebenka.ru	240 090	1	8	
antivakcina.org	142 306		1	3
empiremam.com	125 220			2
diavax.ru	115 740	6	2	
1796web.com	113 280		2	8
privivkainfo.ru	103 740	7	10	
minibanda.ru	94 049			2
articles.shkola-zdorovia.ru	69 330			3
vkapuste.ru	64 230	1	8	

Источник	Количество просмотров сайта (в месяц)	Количество новостных сообщений по побуждающему действию		
		Да, побуждает	Неоднозначное решение	Нет, не побуждает
vnormu.ru	59 372		1	2
pro-privivku.ru	37 680	2	10	

## 2.2 Дискуссия, рекомендации и перспективы исследований

В результате анализа информационного поля в онлайн-среде с точки зрения возможных рисков и уровня влияния на реализации программ иммунизации населения РФ выявлено, что рассматриваемое информационное поле в большей степени характеризуется нейтральной тональностью подачи новостных материалов (1 112 новостных сообщений), т. е. отсутствует ярко выраженная положительная или отрицательная характеристика анализируемой тематики. В целом на общий уровень осведомленности населения относительно вопросов вакцинопрофилактики оказывают влияние достоверные заявители, публикующие качественные информационные материалы: 1 119 новостных сообщений приходится на информационные агентства, профильных экспертов, коммерческие медицинские организации, государственные органы, ассоциации, бюджетные медицинские организации. Тема снижения уровня иммунизации вследствие отказа от прививки является достаточно острой, особенно в эпоху переизбытка информации и каналов ее распространения.

Наиболее влиятельными интернет-ресурсами с точки зрения количества просмотров сайта в месяц, характеризующихся неоднозначным побуждающим действием, являются следующие сайты: med.vesti.ru, 7ya.ru, parents.ru, privivku.ru, yaprivit.ru, vseprorebenka.ru.

Интернет-ресурсы, которые в большей степени могут оказать влияние на принятие положительного решения населением относительно вакцинопрофилактики, являются: СМИ «АИФ» aif.ru, семейный портал 7ya.ru, а также ряд медицинских сайтов: medportal.ru, yaprivit.ru, privivkainfo.ru.

В результате анализа информационного поля с точки зрения возможных рисков и уровня влияния на реализацию программы иммунизации населения РФ выявлено, что рассматриваемое информационное поле в большей степени характеризуется нейтральной тональностью подачи новостных материалов (1 112 новостных сообщений), т. е. отсутствует ярко выраженная положительная или отрицательная характеристика анализируемой тематики.

В рамках информационной составляющей вакцинопрофилактики необходимо активно задействовать такой канал коммуникации и распространения информации как Интернет. Для снижения влияния антипрививочного лобби на общественное мнение и увеличения охвата иммунизацией необходимо повышать осведомленность населения о необходимости вакцинации с использованием имеющейся доказательной базы об эффективности прививок и их значимости для формирования устойчивого иммунитета против инфекционных заболеваний. В публикациях стоит более точно и детализировано описывать противопоказания, учитывая все возможные группы риска с учетом акцентирования и особого выделения того факта, что для людей, не относящихся к группам риска, данная прививка безопасна. При этом крайне важно, чтобы информация исходила от профессионалов сферы здравоохранения.

Реализация указанных мер возможна путем проведения организаторами общественного здравоохранения следующих работ:

- Образовательные мероприятия для врачей первичного звена с целью развития компетенций по информированию населения по вопросам вакцинопрофилактики с использованием доказательной базы, подтверждающей эффективность программы иммунизации;
- Увеличение времени приема врача для возможности информирования пациента по вопросу вакцинопрофилактики;
- Создание дополнительных источников информирования родителей в онлайн-среде;



- Размещение профильными экспертами в информационном пространстве материалов, направленных на освещение эффективности вакцинопрофилактики.

Также необходимо увеличивать информационные материалы, опровергающие существующие мифы о негативных эффектах вакцинопрофилактики. В частности, к таким мифам относятся: «прививки приводят к инвалидности», «вакцинация — это заговор фармкомпаний с целью получения выгоды», «лучше переболеть и приобрести естественный иммунитет», «вакцины содержат консерванты и компоненты, наносящие вред организму». В качестве способа нивелирования негативного эффекта данных установок целесообразно активизировать прирост информационных материалов, как опровергающих каждый из представленных мифов аргументами со стороны профильных специалистов, так и посредством распространения информации, обособленно от мифов транслирующей пользу и безвредность вакцинопрофилактики.

Для нивелирования негативного воздействия ценностных установок (побочные эффекты и осложнения, наличие противопоказаний, летальный исход, недостаточно высокая эффективность вакцинации, безответственность врачей, отсутствие учета индивидуальных особенностей ребенка, несоблюдение норм проведения вакцинации), а также активизации принятия населением решения о необходимости вакцинирования целесообразно транслировать сообщения с ценностными установками, стимулирующими к вакцинированию. Такими ценностными установками являются:

- Защита/ Устойчивость к заболеваниям;
- Создание активного иммунитета,
- Протекание болезней в легкой форме и избегание осложнений,
- Соответствие НКПП,
- Предотвращение массовых заболеваний,
- Соответствие вакцин стандартам качества,
- Снижение психологической нагрузки на ребенка.

Размещение материалов для активизации населения к принятию положительного решения относительно необходимости вакцинопрофилактики целесообразно осуществлять в наиболее просматриваемых онлайн-ресурсах:

- |                   |                               |
|-------------------|-------------------------------|
| - livejournal.com | - miloserdie.ru               |
| - kp.ru           | - yaprivit.ru                 |
| - med.vesti.ru    | - vseprorebenka.ru            |
| - vk.com          | - antivakcina.org             |
| - aif.ru          | - empiremam.com               |
| - 7ya.ru          | - diavax.ru                   |
| - azbyka.ru       | - 1796web.com                 |
| - lifehacker.ru   | - privivkainfo.ru             |
| - woman.ru        | - minibanda.ru                |
| - parents.ru      | - articles.shkola-zdorovia.ru |
| - tiensmed.ru     | - vkapuste.ru                 |
| - medportal.ru    | - vnormu.ru                   |
| - privivku.ru     | - pro-privivku.ru             |

Дальнейшие перспективы исследований влияния информационного поля на формирование общественного мнения относительно вакцинопрофилактики видятся следующие:

- изучение роли информационного поля на формирование общественного мнения относительно вакцинации против Covid-19;
- анализа информационного поля с точки зрения возможных рисков распространения дезинформации относительно профилактики Covid-19;
- исследование влияния социальных медиа на готовность различных групп населения к вакцинации против Covid-19.

## Литература

1. Кристальный Б.В., Орлов С.В. Человек в информационном обществе // Информационное общество. 2012 № 6. С. 35-49.
2. Вершинская О.Н., Ершова Т.В. Информационное общество в России как проблема социально-политического выбора и общественной инициативы // Мир России. Социология. Этнология. 2003. Т. 12. № 1. С. 101-108.
3. Войскунский А.Е. Социальная перцепция в социальных сетях // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2014. № 2. С. 90-104.
4. Хохлов Ю.Е., Шапошник С.Б., Ершова Т.В. Методика оценки уровня развития цифровой экономики как инструмента управления процессами цифровой трансформации // Управление развитием крупномасштабных систем (MLSD 2018). Материалы одиннадцатой международной конференции. В 2-х томах. Под общей редакцией С.Н. Васильева, А.Д. Цвикуна. 2018. С.198-200.
5. Болотов А.В. Информационное поле и его типы в медиакommunikации: лингвистический аспект // Вестник ТГПУ. 2015. 9 (162). С. 28-33.
6. Козлов В. Теория информационного поля и информационный подход к анализу систем // Прикладная информатика. 2010. № 3 (27). С. 113-128.
7. Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях: Монография. М.: МИФИ. 2003. 388 С.
8. Weber, M. (1998). Preliminary report on a proposed survey for a sociology of the press. *History of the Human Science*, 11, 111-120.
9. Гард Г. Общественное мнение и толпа: Пер. с фр. / Под ред. П. С. Когана. Изд. 2-е. М.: ЛЕНАНД, 2015.
10. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман. М. : Изд-во Фонда «Общественное мнение», 2004.
11. Каплина С.П., Харит С.М., Скрипченко Н.В. Вакцинопрофилактика в России в современных условиях // Российский вестник перинатологии и педиатрии. 2018. 63 (1) С. 5-13.
12. Социология пандемии. Проект коронаФОМ / Рук. авт. колл. А.А.Ослон. М.: Институт Фонда Общественное Мнение (инФОМ), 2021. 319 С.
13. Kata A. A postmodern Pandora's box: Anti-vaccination misinformation on the Internet // *Vaccine*. 2010. 28(7). 1709-16 DOI: 10.1016/j.vaccine.2009.12.022
14. Das M., Singh D., Sharma S. Media news on vaccines and vaccination: The content profile, sentiment and trend of the online mass media during 2015-2020 in India // *Clinical Epidemiology and Global Health* 2021 10:100691. DOI: 10.1016/j.cegh.2020.100691
15. Haeder S. Joining the herd? U.S. public opinion and vaccination requirements across educational settings during the COVID-19 pandemic // *Vaccine*. 2021. Pp. 1-11 (in press)
16. Determann D., Bekker-Crob E., French J. Future pandemics and vaccination: Public opinion and attitudes across three European countries // *Vaccine* 2016. 34. Pp. 803-808.
17. Puri N., Coomes E., Haghbayan H., & Gunaratne K. Social media and vaccine hesitancy: new updates for the era of COVID-19 and globalized infectious diseases // *Human Vaccines & Immunotherapeutics*. 2020. 16:11, 2586-2593, DOI:10.1080/21645515.2020.1780846
18. Kim H., Han J., Seo Y. Effects of Facebook Comments on Attitude Toward Vaccines: The Roles of Perceived Distributions of Public Opinion and Perceived Vaccine Efficacy // *Journal of Health Communication*. 2020. Pp. 159-169.
19. D'Andrea E., Ducange P., Bechini A., Renda A., Marcelloni F. Monitoring the public opinion about the vaccination topic from tweets analysis // *Expert Systems With Applications*. 2019. 116 Pp. 209-226.
20. Featherstone J., Ruiz J., Barnett G., Millam J. Exploring childhood vaccination themes and public opinions on Twitter: A semantic network analysis // *Telematics and Informatics* 2020. 54. 101474 <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101474>
21. Prior L. Belief, knowledge, and expertise: the emergence of the lay expert in medical sociology. // *Sociology of Health & Illness*. 2003; 25; 44-57. pmid:14498929
22. Amin AB, Bednarczyk RA, Ray CE, Melchiori KJ, Graham J, Huntsinger JR, et al. Association of moral values with vaccine hesitancy // *Nature Human Behaviour*. 2017; 1, 873-880. pmid:31024188

23. Germani F, Biller-Andorno N The anti-vaccination infodemic on social media: A behavioral analysis. // PLoS ONE 2021. 16(3): e0247642.<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247642>
24. Hornsey MU, Harris EA, Fielding KS. The psychological roots of anti-vaccination attitudes: A 24-nation investigation. // Health Psychology. 2018. 37(4). Pp. 307-315.  
<https://doi.org/10.1037/hea0000586>
25. Ajzen I. The Theory of Planned Behavior // Organizational Behavior And Human Decision Process 1991 50 Pp. 179-211.
26. Tafuri S, Gallone MS, Cappelli MG, Martinelli D, Prato R, Germinario G. Addressing the anti-vaccination movement and the role of HCWs. // Vaccine. 2014 Aug 27;32(38):4860-5.

# THE IMPACT OF INFORMATION FIELD ON THE DEVELOPMENT OF PUBLIC OPINION ON VACCINATION

**Khoreva, Olga Borisovna**

*Candidate of economic sciences, associate professor*

*National Research University Higher School of Economics, Department for territorial development management and regional studies, associate professor*

*Moscow, Russian Federation*

*ohoreva@hse.ru*

**Tarassenko, Elena Anatolyevna**

*Candidate of sociological sciences*

*National Research University Higher School of Economics, Department of healthcare administration and economics, associate professor*

*Moscow, Russian Federation*

*etarasenko@hse.ru*

**Ivanova, Ekaterina Sergeevna**

*National Research University Higher School of Economics, Faculty of social science, master's program student*

*RANERA, "Viable Healthcare" platform, analyst*

*Moscow, Russian Federation*

*esivanova\_8@edu.hse.ru*

## Abstract

*The paper presents results of the research of the impact of information field on the development of public opinion on vaccination, including the impact on values and attitudes of the population towards immunization programs, assessment the level of opposition to vaccination by the anti-vaccination movement.*

## Keywords

*vaccination, public opinion, social media; value attitudes; anti-vaccination movement; immunization*

## References

1. Kristal'nyi B.V., Orlov S.V. Chelovek v informatsionnom obshchestve // Informatsionnoe obshchestvo. 2012 № 6. S. 35-49.
2. Vershinskaya O.N., Ershova T.V. Informatsionnoe obshchestvo v Rossii kak problema sotsial'no-politicheskogo vybora i obshchestvennoi initsiativy // Mir Rossii. Sotsiologiya. Etnologiya. 2003. T. 12. № 1. S. 101-108.
3. Voiskunskii A.E. Sotsial'naya pertsepsiya v sotsial'nykh setyakh // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14. Psikhologiya. 2014. № 2. S. 90-104.
4. Khokhlov Yu.E., Shaposhnik S.B., Ershova T.V. Metodika otsenki urovnya razvitiya tsifrovoi ekonomiki kak instrumenta upravleniya protsessami tsifrovoi transformatsii // Upravlenie razvitiem krupnomasshtabnykh sistem (MLSD 2018). Materialy odinnadtsatoi mezhdunarodnoi konferentsii. V 2-kh tomakh. Pod obshchei redaktsiei S.N. Vasil'eva, A.D. Tsvikuna. 2018. S.198-200.
5. Bolotov A.V. Informatsionnoe pole i ego tipy v mediakommunikatsii: lingvisticheskii aspekt // Vestnik TGPU. 2015. 9 (162). S. 28-33.
6. Kozlov V. Teoriya informatsionnogo polya i informatsionnyi podkhod k analizu sistem // Prikladnaya informatika. 2010. № 3 (27). S. 113-128.
7. Manoilo A.V. Gosudarstvennaya informatsionnaya politika v osobykh usloviyakh: Monografiya. M.: MIFI. 2003. 388 S.

8. Weber, M. (1998). Preliminary report on a proposed survey for a sociology of the press. *History of the Human Science*, 11, 111-120.
9. Tard G. *Obshchestvennoe mnenie i tolpa: Per. s fr. / Pod red. P. S. Kogana. Izd. 2-e. M.: LENAND, 2015.*
10. Lippman U. *Obshchestvennoe mnenie / U. Lippman. M. : Izd-vo Fonda «Obshchestvennoe mnenie», 2004.*
11. Kaplina S.P., Kharit S.M., Skripchenko N.V. *Vaksinoprofilaktika v Rossii v sovremennykh usloviyakh // Rossiiskii vestnik perinatologii i pediatrii. 2018. 63 (1) S. 5-13.*
12. *Sotsiologiya pandemii. Proekt koronaFOM / Ruk. avt. koll. A.A.Oslon. M.: Institut Fonda Obshchestvennoe Mnenie (inFOM), 2021. 319 S.*
13. Kata A. *A postmodern Pandora's box: Anti-vaccination misinformation on the Internet // Vaccine. 2010. 28(7). 1709-16 DOI: 10.1016/j.vaccine.2009.12.022*
14. Das M., Singh D., Sharma S. *Media news on vaccines and vaccination: The content profile, sentiment and trend of the online mass media during 2015–2020 in India // Clinical Epidemiology and Global Health 2021 10:100691. DOI: 10.1016/j.cegh.2020.100691*
15. Haeder S. *Joining the herd? U.S. public opinion and vaccination requirements across educational settings during the COVID-19 pandemic // Vaccine. 2021. Pp. 1-11 (in press)*
16. Determann D., Bekker-Crob E., French J. *Future pandemics and vaccination: Public opinion and attitudes across three European countries // Vaccine 2016. 34. Pp. 803-808.*
17. Puri N., Coomes E., Haghbayan H., & Gunaratne K. *Social media and vaccine hesitancy: new updates for the era of COVID-19 and globalized infectious diseases // Human Vaccines & Immunotherapeutics. 2020. 16:11, 2586-2593, DOI:10.1080/21645515.2020.1780846*
18. Kim H., Han J., Seo Y. *Effects of Facebook Comments on Attitude Toward Vaccines: The Roles of Perceived Distributions of Public Opinion and Perceived Vaccine Efficacy // Journal of Health Communication. 2020. Pp. 159-169.*
19. D'Andrea E., Ducange P., Bechini A., Renda A., Marcelloni F. *Monitoring the public opinion about the vaccination topic from tweets analysis // Expert Systems With Applications. 2019. 116 Pp. 209-226.*
20. Featherstone J., Ruiz J., Barnett G., Millam J. *Exploring childhood vaccination themes and public opinions on Twitter: A semantic network analysis // Telematics and Informatics 2020. 54. 101474 <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101474>*
21. Prior L. *Belief, knowledge, and expertise: the emergence of the lay expert in medical sociology. // Sociology of Health & Illness. 2003; 25; 44–57. pmid:14498929*
22. Amin AB, Bednarczyk RA, Ray CE, Melchiori KJ, Graham J, Huntsinger JR, et al. *Association of moral values with vaccine hesitancy // Nature Human Behaviour. 2017; 1, 873–880. pmid:31024188*
23. Germani F, Biller-Andorno N *The anti-vaccination infodemic on social media: A behavioral analysis. // PLoS ONE 2021. 16(3): e0247642. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247642>*
24. Hornsey MU, Harris EA, Fielding KS. *The psychological roots of anti-vaccination attitudes: A 24-nation investigation. // Health Psychology. 2018. 37(4). Pp. 307–315. <https://doi.org/10.1037/hea0000586>*
25. Ajzen I. *The Theory of Planned Behavior // Organizational Behavior And Human Decision Process 1991 50 Pp. 179-211.*
26. Tafuri S, Gallone MS, Cappelli MG, Martinelli D, Prato R, Germinario G. *Addressing the anti-vaccination movement and the role of HCWs. // Vaccine. 2014 Aug 27; 32 (38): 4860-5.*