

Роль журналистики решений в освещении пандемии, вызванной COVID-19

Журналисты всего мира прикладывают много сил, чтобы предоставлять читателям исчерпывающую и актуальную информацию о глобальной пандемии, вызванной вирусом COVID-19. Большая часть этого контента посвящена реалиям происходящего – рассказам о том, что происходит во всем мире, чего можно ожидать, а также новым рекомендациям местных и национальных правительств.

Шеф-редактор [Сети журналистики решений](#) Линда Шоу в разговоре с IJNet сказала, что в ситуации, когда информация и новости о пандемии постоянно меняются, журналистика решений становится полезным и важным инструментом.

Один из отличных примеров такого подхода – [эта публикация CNN](#), посвященная созданным в Южной Корее центрам тестирования на вирус, в которых людям не нужно выходить из своих автомобилей, – такое решение позволило свести к минимуму риск заражения для медицинских работников. Этот материал, основанный на заслуживающих доверия доказательствах, рассказывает об ответах на социальные проблемы.

"Такие материалы очень важны, – сказала Шоу. – Кроме всего прочего, они могут служить задаче подотчетности властных структур – мы узнаем о практических решениях, которые работают в других местах, и задаем себе вопрос: "Почему это не делается и здесь, в нашем сообществе? Почему мы этого не делаем?"

Сеть журналистики решений [поддерживает журналистов](#), использующих методы журналистики решений в освещении пандемии. Чтобы помочь журналистам обмениваться идеями и дать им возможность получать отзывы о применении этого метода при освещении пандемии, сеть запустила [канал на платформе Slack](#). Кроме того, эта организация в апреле [проведет вебинар](#) по журналистике решений. На сайте [Solutions Story Tracker](#) они также собирают [идеи для материалов в жанре журналистики решений и статьи, эффективно использующие этот подход](#).

По мнению Шоу, хотя пандемия носит глобальный характер, истории о том, как на эту ситуацию реагируют на локальном уровне, важны для понимания того, что происходит в разных сообществах.

Один из примеров местных усилий по борьбе с пандемией – статья "[Коронавирус: в Филадельфии лидеры местных сообществ решают проблему отсутствия информации на других языках, кроме английского](#)", опубликованная на сайте Kensington Voice – выходящего на двух языках гиперлокального издания из Филадельфии. Статья была опубликована в рамках совместного журналистского проекта [Broke in Philly](#), выпускающего ориентированные на поиск решений материалы о бедности и экономической мобильности в городе.

В статье рассказывается о действиях лидеров испаноязычных сообществ города, направленных на исправление ситуации с недостаточным количеством посвященного пандемии новостного контента на испанском и других языках, на которых говорят большие сообщества проживающих в городе людей: например, на китайском и вьетнамском. Эта информация жизненно важна для почти 25% жителей города, говорящих на других языках, кроме английского.

Усилия по решению этой проблемы в Филадельфии получили резонанс на национальном уровне. Как Хулио Рикардо Варела [написал](#) в Latino Rebels (а позже этой же теме [посвятила материал](#) NBC News), Центр по контролю и профилактике заболеваний и Белый дом плохо справляются с распространением информации об основных рекомендациях на испанском языке. А ведь на этом языке говорят более 40 миллионов человек в Соединенных Штатах – что же говорить о других языках.

Журналистика решений не сводится к освещению событий с позитивной точки зрения. Журналистам, изучающим возможные решения проблем, следует использовать самые строгие стандарты для их анализа. Шоу считает, что журналист должен открыто рассказывать, что известно, а что нет, а также информировать об изменениях, возникающих по мере развития ситуации.

"Конечная цель – рассказать об идеях и уроках, извлеченных после того, как эти идеи были воплощены в жизнь", – сказала она.

Шоу отметила, что важно различать материалы в жанре журналистики решений и контент, рассказывающий о быстрых ответах на ситуацию или позитивных историях.

Например, CNN опубликовал материал о продуктовых магазинах, которые ввели в расписание часы, когда они [обслуживают только](#)

[пожилых людей](#). Это нельзя назвать журналистикой решений, поскольку, по крайней мере сейчас, нет доказательств того, что такие меры действительно помогают сдерживать распространение вируса или защищать пожилых людей. Точно так же [истории](#) про то, как жители Италии и Испании поют со своих балконов или аплодируют медикам – хотя эти истории очень поднимают настроение, – нельзя отнести к журналистике решений, потому что они не описывают систематическую реакцию на проблему.

Шоу подчеркнула, что это не значит, что о таких новостях не стоит рассказывать, чтобы лучше понять, как ваше сообщество реагирует на кризис. "Есть много причин рассказывать такие истории – даже до того, как вы получите доказательства их эффективности, – вне зависимости от того, можно это считать журналистикой решений или нет", – сказала она.

Тем, для кого журналистика решений – новое понятие, или тем, кто не знает, с чего начать, когда речь идет об освещении событий пандемии, Шоу предлагает вспомнить о четырех основных элементах журналистики решений:

1. Сосредоточьтесь на том, что делается для решения какой-то социальной проблемы.
2. Изучите, как это решение воплощается в жизнь и как оно работает.
3. Ознакомьтесь с доказательствами (и их количественными и качественными характеристиками) того, насколько эти действия эффективны.
4. Объясните, какие недостатки и ограничения есть у этого решения проблемы.

Полностью обучающие материалы, посвященные журналистике решений, можно найти в [списке инструментов](#), составленном Сетью журналистики решений.

Источник верхней фотографии – [Alex Motoc](#), лицензия CC сайта [Unsplash](#).

<https://ijnet.org/ru/story/%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C-%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8-%D1%80%D0%B5%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D0%B2-%D0%BE%D1%81%D0%B2%D0%B5%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B8-%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D0%B8-%D0%B2%D1%8B%D0%B7%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B9-covid-19>