

Ключевые цитаты: Влияние пандемии на журналистику

В начале октября материнская организация IJNet, Международный центр журналистов (ICFJ) и [Центр цифровой журналистики при Колумбийском университете](#), опубликовали [предварительные результаты](#) своего англоязычного исследования, направленного на понимание воздействия пандемии на журналистов и редакции. На опрос было получено 1406 ответов от респондентов из 125 стран.

На прошлой неделе ICFJ созвал [виртуальную группу](#) для обсуждения результатов и их последствий. В состав группы вошли генеральный директор и исполнительный редактор Rappler [Мария Ресса](#), профессор Нью-Йоркского университета и критик СМИ [Джей Розен](#), профессор Колумбийского университета и директор Tow Center [Эмили Белл](#) и директор международных исследований ICFJ [д-р Джули Позетти](#).

Физическое и психическое здоровье

Согласно результатам опроса, 70% респондентов отметили негативное психологическое и эмоциональное воздействие от освещения пандемии. Пять основных негативных реакций затронули не менее трети респондентов и включали повышенное беспокойство, выгорание / истощение, проблемы со сном, чувство беспомощности, а также темные и негативные мысли.

«Мы были очень поражены тем, что психологическое и эмоциональное воздействие кризиса COVID-19 было выявлено подавляющим большинством людей, которые отреагировали», - сказала профессор Эмили Белл.

«Чтобы подчеркнуть то, что мы определили как кризис психического здоровья в журналистике, было проведено несколько других исследований с меньшими выборками», - сказал д-р Позетти. «Также 82% наших респондентов описали хотя бы одну негативную психологическую или эмоциональную реакцию на пандемию».

Ресса признала, что психическое здоровье будет проблемой, и предложила групповые и индивидуальные консультации для персонала Rappler после начала пандемии.

Свобода прессы

Согласно предварительному отчету опроса, 20% респондентов подверглись большему преследованию во время пандемии. Четырнадцать процентов респондентов сообщили о прямой цензуре их сообщений, а 14% испытали политическое давление с целью обеспечить позитивное освещение деятельности правительства и выборных должностных лиц.

«Было выявлено множество примеров, которые действительно подчеркнули, каким образом отдельные государства по всему миру использовали COVID-19 в качестве прикрытия, если хотите, чтобы либо расширить свои существующие попытки подавить критическую независимую журналистику, либо ограничить ее, либо чтобы ввести новые воздействия», - сказал д-р Позетти.

Распространение дезинформации

Наиболее частыми источниками дезинформации, по мнению респондентов, были обычные граждане (49%), политические лидеры и выборные должностные лица (46%) и тролли, привлекающие внимание (43%). Восемьдесят процентов респондентов заявили, что сталкиваются с дезинформацией не реже одного раза в неделю, при этом большинство поступает из Facebook (66%), Twitter (27%) и WhatsApp (35%).

Профессор Белл отметил, что при объединении всех источников дезинформации, связанных с правительством, включая политических лидеров, правительственные агентства и правительственные сети троллей, «роль правительства в распространении дезинформации намного превосходит все остальное».

Пока участники дискуссии обсуждали тактику дезинформации, Розен ввел термин «затопление зоны», как его называют в США, или «шланг лжи», как он известен в России. Эти термины описывают тактику, используемую участниками дезинформации в социальных сетях, цель которой состоит в том, чтобы наводнить каналы теориями и ложью, часто противоречивой информацией, с целью создания противоречий и недоверия.

Ресса также обсудила тактику, которую она называет «коварной манипуляцией», особенно с помощью иностранного влияния. В этом случае часть информации просочилась через разные носители до такой степени, что исходный источник больше не привязан, и аудитория не понимает, что ими манипулируют. Она назвала это модификацией поведения, а не рекламой. Чтобы лучше понять, Ресса рекомендует изучить пример [вмешательства России в президентские выборы 2016 года](#).

Ресса считает, что шаги, которые журналисты должны предпринять для решения проблемы распространения дезинформации, - это работать с платформами, проверять факты, создавать собственные технологии, находить новую бизнес-модель для журналистики и создавать устойчивое сообщество.

И Ресса, и Розен призвали создать законный надзорный совет Facebook. «С этим связаны всевозможные проблемы, но это одна из немногих вещей, которые вы можете даже представить себе столь же мощными, как платформа», - сказал Розен. «Вы не можете устранить это, независимо от того, каковы ваши идеологические взгляды на регулирование или сколько пугающих сценариев вы можете придумать. Регулирование должно быть частью общей картины».

Экономические последствия для редакции

Опрос показал, что 17% редакций увидели снижение доходов более чем на 75% во время COVID-19.

«Я думаю, что мы наблюдаем здесь крах рекламного рынка», - сказал профессор Белл.

«Мир, который мы знали, был разрушен, и теперь мы должны его создать», - сказала Ресса. Ей и Рапплеру раньше приходилось пересматривать свою бизнес-модель. В 2019 году они потеряли 49% своих рекламодателей после [11 судебных дел и 8 обвинительных приговоров против нее](#).

«Мы были вынуждены найти другую бизнес-модель, основанную на данных и технологиях», - сказал Ресса. «Те же самые условия отвергают творческое решение, и вот что с нами произошло. Эта бизнес-модель, основанная на данных и технологиях, выросла на 12 000%, и по мере того, как объем рекламы сократился, мы нашли новую бизнес-модель, которая не только была основана на исследованиях, но и могла заменить эту разрушающуюся модель».

Розен отметил, что профессионалы из разных основанных на фактах отраслей, вероятно, поймут, что им нужно зависеть друг от друга, и возникнут новые отношения с публикой.

Розен также предложил перейти к модели членства, а не подписке, чтобы компенсировать упущенный доход. «В членстве вы присоединяетесь к делу, потому что верите в работу и не возражаете, что работа достается людям, которые за нее не платят - на самом деле это плюс», - сказал он.

Он также предложил сместить акцент с денежного богатства торговой точки на ее содружество, которое рассматривает вклад и поддержку со стороны общественности в форме знаний, времени, сетей и распределения.

Ресса считает, что будущее журналистики неразрывно связано с будущим технологий. «Журналисты необходимы, потому что у них есть дисциплина. У нас есть стандарты, этика и мужество», - сказала она.

<https://ijnet.org/en/story/key-quotes-pandemics-effects-journalism>