

Советы по освещению ситуации, связанной с распространением COVID-19

Задача журналистов – предоставить общественности достоверную и понятно изложенную информацию. Во время глобальных кризисов в области здравоохранения, подобных тому, с которым мы сталкиваемся сейчас в связи с распространением коронавируса, эта роль становится еще более важной.

"В подобных ситуациях всегда много непонятого, и ваша задача – постараться выяснить, что происходит", – считает живущий в Шэньчжэне журналист-фрилансер [Майкл Стэндерт](#). Его работы публикуются в Bloomberg, в [The Guardian](#), [Al Jazeera](#) и других медиа. Стэндерт освещает происходящие в Китае события с момента вспышки заболевания в декабре 2019 года.

Для журналистов, особенно во время кризисов, важно придерживаться сложного баланса между необходимостью информировать общественность и опасностью способствовать разжиганию страха. "Вы не должны внушать людям идею, что беспокоиться не о чем", – сказал профессор эпидемиологии Колумбийского университета доктор Стивен Морс. И добавил, что для журналистов также опасно переусердствовать и стать причиной необоснованных страхов или паники.

В условиях государственной цензуры в Китае эта задача становится еще более непростой. Стэндерт признается, что становится все труднее уговорить людей открыто делиться информацией, поскольку граждане Китая опасаются предупреждений или взысканий со стороны правительства. "Ситуация, когда обычные люди не могут без одобрения местных чиновников сказать, что думают, кажется мне безумной и вызывает тревогу", – сказал он.

Несмотря на сложности, такие журналисты, как Стэндерт, продолжают создавать материалы на различные темы, связанные с вирусом, – от здравоохранения до экономики и транспорта. Журналисты всего мира освещают разные аспекты этой проблемы. В помощь им мы собрали эти советы.

1. Ознакомьтесь с ситуацией на местах и включайте в свои работы только проверенные изображения

Как и во время любого всемирного кризиса, в мире циркулирует много разнообразной информации, и не вся она заслуживает доверия. Распространение информации в интернете может обманывать аудиторию – так произошло с фотографией умершего человека в окружении медицинских работников, лежащего на улице в Ухане. The Guardian опубликовала его как "[фото, иллюстрирующее вызванный коронавирусом кризис в Ухане](#)" – но у редакции нет никаких доказательств того, что мужчина действительно умер от этого вируса.

В материалах о кризисе важно использовать фотографии и видео, но нужно очень ответственно к этому подходить. Репортеры должны быть уверены, что визуальный контент, который они используют, точно отображает происходящее. Рассчитанные на сенсацию материалы, как тот, в котором было использовано фото лежащего на улице человека, дают неверное представление о действительности и способствуют распространению страха. "Фотографии, сделанные в Ухане, остаются очень важными. Учитывая общее недоверие к информации, приходящей из Китая, людям действительно нужно увидеть, что там происходит, чтобы поверить в это", – сказала Бетси Джоулс, фотожурналистка-фрилансер из Пекина.

Прежде чем начать фотографировать или писать, ознакомьтесь с местом, пообщайтесь с людьми и постарайтесь понять, что там происходит. Затем передайте это в своих материалах. Избегайте любого контента, который противоречит тому, что на самом деле происходит с людьми.

"Я не думаю, что в журналистских материалах всегда нужно избегать рассказа о страхах и неуверенности, если именно это настроение преобладает на местах, – считает Стэндерт. – Но нужно быть осторожными, особенно если вы не находитесь на месте событий и у вас недостаточно информации, полученной от свидетелей происходящего".

2. Фокусируйтесь на освещении событий, а не на анализе

Аналитические статьи и материалы, выражающие мнение автора, конечно, важны. Но по мнению Джоулс, мы пока не можем по-настоящему понять последствия происходящего.

Не стоит следовать примеру The Wall Street Journal, опубликовавшей авторскую колонку, в которой Китай был назван "[настоящим больным Азией](#)". Этот материал подвергся широкой критике за расизм и спекуляции на тему того, что экономика страны должна обрушиться в результате эпидемии. Сейчас еще слишком рано пытаться предсказать, к каким долгосрочным последствиям для экономики приведет нынешняя ситуация.

Стэндерт предостерегает журналистов против попыток делать предсказания о политических последствиях нынешних событий как для Китая, так и для других стран. "Игра еще не закончена, – сказал он. – И мы не знаем, чем все обернется".

Следует также отметить, что в ответ на статью [Китай выслал](#) трех журналистов The Wall Street Journal, – и это тревожный знак, если мы говорим о свободе печати, несмотря на критическую оценку самой статьи.

3. Следите за заголовками

Этот совет предназначен для редакторов: не вводите читателей в заблуждение заголовками. При большом наплыве информации и быстрых темпах социальных сетей, многие люди получают новости, просто читая заголовки. Конечно, вы хотите, чтобы заголовки привлекали внимание, но не приносите факты в жертву количеству кликов, этого не стоит делать никогда, а тем более – в разгар кризиса.

"Я часто предлагаю заголовки для собственных историй. Для меня важно, чтобы заголовки отражали суть ситуации, а не использовались для раздувания сенсации", – признается Джоулс.

4. Помните – не все цифры отражают точную информацию

Журналисты полагаются на данные, и это важнейшая часть их работы. Но доктор Морс предупреждает, что на данные не всегда можно полагаться.

"Данные об эпидемии или каком-то заболевании всегда будут неточными, – сказал он. – И менее всего они точны в самом начале".

Не пренебрегайте доступными данными, но объясните аудитории ограничения и неясность, связанные с цифрами, которые вы используете.

Морс объяснил, что [инкубационный период](#) нового заболевания оценен примерно в 14 дней, а значит, возможно, что у людей, подхвативших вирус, в течение двух недель нет никаких симптомов. Поэтому количество заболевших с течением времени будет меняться.

5. Поговорите с как можно большим числом людей

Вирусом заражаются люди разных социальных слоев, живущие в разных странах и городах. Опыт тех, кто переживает события в Китае, отличается от того, с чем люди сталкиваются в Сингапуре, что, в свою очередь, не совпадает с тем, что происходит в Италии. Большие различия существуют в пределах одной страны – и даже одного города.

"Не все живущие в условиях карантина люди больны или умирают. Некоторым просто скучно", – говорит Джоулс.

Задача репортеров – отражать различные реалии, в которых живут люди. "Для этого журналистам нужна широкая сеть контактов, которые будут предоставлять им информацию. Даже если все, кто входит в вашу сеть, живут в одном городе, ищите источники из разных социальных слоев", – добавила она.

Стэндерт подчеркнул, что важно говорить с как можно большим числом людей, особенно в странах с сильной цензурой. Он признался, что в Китае становится все труднее находить людей, которые согласились бы правдиво рассказать о ситуации.

"Например, мы знаем, что многие заводы не могут продолжать работать, но компании стараются это скрыть, – рассказал он. – Чтобы понять, что происходит на самом деле, нужно разговаривать и с компаниями, и с рабочими, нужно смотреть на ситуацию с разных сторон".

6. Избегайте расистских высказываний

Из истории мы знаем, что распространение глобальных эпидемий сопровождается [ростом расизма и ксенофобии](#), и COVID-19 в этом смысле не исключение. Несколько дней назад [в Лондоне было совершено нападение](#) на жителя Сингапура китайского происхождения: нападавшие кричали, что не хотят видеть в своем городе "его коронавирус".

Во многих городах США, включая [Сан-Франциско](#), [Лос-Анджелес](#) и [Нью-Йорк](#), владельцы бизнесов в китайских кварталах несут огромные убытки.

Медиа следует быть очень внимательными и не поддерживать стереотипы, чтобы, даже непреднамеренно, не поддерживать распространение расистской интерпретации событий. Азиатская американская ассоциация журналистов опубликовала список [рекомендаций для журналистов](#). Список включает такие советы: публикуя фотографии с изображением людей в масках, добавляйте контекст; избегайте использовать изображения китайских кварталов, если эти фотографии не имеют прямого отношения к тому, о чем говорится в материале, и избегайте использовать любые [географические отсылки](#) в названии вируса.

7. Подумайте о том, как разговаривать с экспертами

Вы можете быть отличным журналистом и автором, но если вы не найдете соответствующие источники информации, хорошей работы вас не получится. Ищите необходимых экспертов и узнайте, что они думают о ситуации.

"Проблема не только в том, чтобы найти хорошего эксперта, - считает доктор Морс. - Нам нужны люди, которые могут дистанцироваться от своих предрассудков или пристрастий - или открыто о них заявить (потому что предрассудки или пристрастия есть у всех)".

Найдя эксперта, узнайте, в каких вопросах этот человек может быть не полностью беспристрастным, и не относитесь к этим людям как к непревзойденным авторитетам. Это не только поможет вам понять их мировоззрение, но и пойдет на пользу вашему материалу.

Многие журналисты также полагаются на прогнозы, предсказывающие, как будут развиваться события. Но, как напомнила во время недавнего [вебинара](#), организованного Центром медицинской журналистики ([Center for Health Journalism](#) (CHJ)), журналистка и стипендиатка программы Джона Найта [доктор Сима Ясмин](#), прогнозы всегда основываются на предположениях. Всегда спрашивайте, какие предположения легли в основу прогнозов.

8. Не пренебрегайте историями, которые не выглядят захватывающе

Такие истории, как распространение COVID-19, влияют на ситуацию во всем мире и дают журналистам возможность создавать привлекающие всеобщее внимание статьи, расследования и другие материалы. Однако, как сказала во время вебинара CHJ медицинский репортер Los Angeles Times Эмили Баумгартнер, не каждый материал, который вы пишете, будет достоин Пулитцеровской премии. Например, может так случиться, что придется написать большую статью о мытье рук - и в этом нет ничего плохого.

Постарайтесь, чтобы ваша работа давала ответы на важные для аудитории вопросы. Используйте [Google Trends](#), чтобы понять, какую информацию ищут люди, и создавайте контент, к которому они смогут обратиться за ответами на интересующие их вопросы.

9. Не работайте на износ

Скорее всего, во времена кризисов редакторы будут чаще обращаться к вам за материалами. Очень важно научиться иногда говорить "нет" - это принесет пользу и вам, и вашей работе. Стэндерд советует сделать 24-часовой перерыв в работе и не подходить все это время к компьютеру - это поможет отдохнуть и набраться сил для поиска новых точек зрения на ситуацию. "Чтобы огонь хорошо горел, необходимо уложить поленья так, чтобы между ними было достаточно пространства", - добавил он.

Остановитесь и подумайте - какие из запланированных историй не приведут вас к состоянию цейтнота. Джоулс советует выбрать меньше историй и рассказать их лучше. И хотя социальные медиа - очень полезный инструмент, позволяющий связываться с людьми в других частях страны, особенно во времена, когда приходится ограничивать поездки и посещение многочисленных собраний, - иногда это может принести больше вреда, чем пользы.

"Проводите в твиттере меньше времени, – добавила она. – Долгое сидение в социальных сетях способствует росту беспокойства".

10. Когда кризис пройдет, не прекращайте освещать эту тему

В конце концов кризисная ситуация пройдет, но это не значит, что нужно забыть об этой теме. "Как во время, так и после эпидемий происходит много такого, о чем журналистам стоит рассказать", – считает доктор Ямин.

Она советует оценить, как политики и чиновники из сферы здравоохранения справились со своими задачами во время кризиса; рассказать об уроках, которые нужно извлечь из этой ситуации; узнать, не относятся ли к людям, пережившим болезнь, как будто в этом была их вина, и исследовать, что это значит для людей – снова вернуться к "нормальной жизни".

Доктор Ямин освещала кризис с лихорадкой Эбола в 2014-2016 годах. Многие ее статьи могут стать примером для других журналистов: например, опубликованная на сайте PBS NewsHour статья "Почему люди, пережившие Эболу, страдают от новых симптомов" ([Why Ebola survivors struggle with new symptoms](#)) и "Женщина в Африке пережила Эболу, но погибла вследствие беременности" ([A Woman Survives Ebola but Not Pregnancy in Africa](#)), опубликованная в Scientific American.

Дополнительные ссылки:

- Комитет по защите журналистов (Committee to Protect Journalists) – "Советы по безопасности: освещение эпидемии коронавируса" ([CPJ Safety Advisory: Covering the coronavirus outbreak](#));
- Всемирная организация здоровья (World Health Organization) – обновления в режиме реального времени, ситуация с эпидемией коронавируса ([Live updates on coronavirus disease \(COVID-19\)](#));
- Scientific American – "Ответственное освещение ситуации с распространением коронавируса" ([How to Report on the COVID-19 Outbreak Responsibly](#));
- Poynter – советы по освещению эпидемии коронавируса ([AP Stylebook tips on the coronavirus](#));
- Open Notebook – "Советы: эффективное освещение ситуации с распространением коронавируса без распространения мизинформации" ([Tipsheet: Covering the Coronavirus Epidemic Effectively without Spreading Misinformation](#)).

<https://ijnet.org/ru/story/%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%82%D1%8B-%D0%BF%D0%BE-%D0%BE%D1%81%D0%B2%D0%B5%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8E-%D1%81%D0%B8%D1%82%D1%83%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8-%D1%81%D0%B2%D1%8F%D0%B7%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B9-%D1%81-%D1%80%D0%B0%D1%81%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%D0%BC-covid-19>

Источник фотографии – [CDC](#), лицензия CC сайта [Unsplash](#).