

Пандемия COVID-19 не первая, которую переживает мир. Многие грабли, когда журналисты, пусть даже нечаянно и неосознанно, способствуют возникновению тревожного настроения, пройдены. Профессиональные заграничные ресурсы рассказывают СМИ, как писать о пандемии; журналисты, специализирующиеся на подобных темах и чрезвычайных ситуациях, дают советы, на что обращать внимание, кому верить, каких ошибок избегать.

Ищите экспертов, которым можно верить

Надежные источники есть:

в специализированных журналах,
в официальных государственных органах (например, Роспотребнадзор),
в медицинских университетах (преподаватели, специализирующиеся на изучении эпидемиологии инфекционных болезней),
в исследовательских лабораториях (сотрудники, занимающиеся исследованиями вирусов),
в больницах (врачи-эпидемиологи).

Вся актуальная и проверенная информация публикуется на сайте [Всемирной организации здравоохранения](#)

Обращайте внимание, чтобы у опубликованных ранее статей был указан автор. Если авторства нет, то не используйте прочитанную информацию.

Используйте данные, но уточняйте их

Есть минимум четыре ресурса, посвященные распространению COVID-19, где

информация обновляется в режиме онлайн.

[Карта от университета Джонса Хопкинса](#)

К карте «прилагается» ресурсный центр по коронавирусу, где информацию публикуют эксперты университета в области здравоохранения и инфекционных заболеваний.

[Карта от Всемирной организацией здравоохранения](#)

На ресурсе отображается ситуация с COVID-19 в Европейском регионе Всемирной организации здравоохранения.

[Карта от Яндекса](#)

Здесь собирается информация из официальных источников. С ресурса можно перейти на раздел Яндекса, посвященный новому виду коронавируса.

[Карта от российских разработчиков-энтузиастов](#)

Волонтеры обновляют данные каждые 15 минут, сообщил «Снобу» автор сайта Иван Минаков. Бонус карты — есть код, чтобы вставить его на свой сайт.

Используйте в материалах статистику, но относитесь к ней критически. И объясните аудитории ограничения и неясность, связанные с цифрами, которые используете.

Инкубационный период нового заболевания составляет примерно 14 дней. Симптомы

проявляются не сразу, значит, количество заболевших постоянно будет меняться.

Когда рассказываете о пандемии, вирусе и заболевании, то старайтесь не путаться в определениях. Из разъяснений Всемирной организации здравоохранения.

Официальные имена:

COVID-19 — инфекционное заболевание, вызванное последним из недавно открытых коронавирусов.

SARS-CoV-2 — тяжелый острый респираторный синдром коронавирус 2 (именно его недавно открыли).

Вирусы и вызываемые ими заболевания часто имеют разные названия. «Имена» вирусов говорят об их генетической структуре, что облегчает разработку диагностических тестов, вакцин и лекарств. Болезни называют так, чтобы можно было обсуждать вопросы профилактики, распространения, трансмиссии, тяжести и лечения заболеваний.

Новую болезнь назвали COVID-19, потому что вызывающий заболевание вирус генетически связан с коронавирусом, ответственным за вспышку атипичной пневмонии в 2003 году. При этом сами вирусы отличаются — вирус атипичной пневмонии более опасен, но менее заразен по сравнению с возбудителем COVID-19.

Эпидемия — это когда инфекционное заболевание человека массово распространяется в какой-либо местности, стране и значительно превышает обычный уровень заболеваемости.

Пандемия — это когда инфекционное заболевание выходит за пределы одной страны и приобретает более крупные масштабы. Заболеваемость COVID-19 охватила сразу несколько стран.

Описывайте события, истории людей, а не свое личное мнение

Распространение заболевания сопровождается ростом расизма и ксенофобии. И COVID-19 — не исключение.

Поэтому медиа следует быть очень внимательными и не поддерживать распространение расистской интерпретации событий. Азиатская американская ассоциация журналистов опубликовала рекомендации для журналистов:

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; избегайте использовать любые географические отсылки в названии вируса.

Вирусом заражаются люди разных социальных слоев, в разных странах и городах. Рассказывайте истории этих людей.

Люди страдают от большого стресса из-за болезни. Важно проявлять доброту к тем, кто желает дать интервью, проявляя сочувствие, предлагая защитные материалы — маски или дезинфицирующие средства, — помогая им связаться с организациями, оказывающими помощь, если это необходимо. Проявление доброты помогает людям раскрыться и закладывает основу для взаимного доверия и хорошего материала

Из «9 уроков китайских журналистов по освещению COVID-19»

Рекомендации для журналистов

1. Всегда относитесь к героям с достоинством и уважением

2. Четко представьтесь, назовите ваше издание и назовите повод для разговора

3. Вы можете сказать, что очень сочувствуете постигшему их горю, но

4. Не задавайте вначале трудные вопросы

5. Всегда будьте точны

6. Избегайте клише

7. Не забывайте, что материал окажет воздействие на аудиторию

8. Дайте людям возможность высказаться о том, что их волнует и что вселяет надежду

9. Узнайте, как люди помогают пострадавшим, отыщите факты проявления доброты и расскажите о них

10. Постоянно задавайте себе вопросы

На какие темы писать во время пандемии и всеобщего карантина

Чтобы понять, какая информация для аудитории актуальна, используйте Google Trends. Создавайте контент, ориентируясь на запросы людей, отвечайте на интересующие их вопросы.

На сайте IJNet — международной сети журналистов — собрали несколько примеров материалов, которые освещают COVID-19 со всех сторон. Посмотреть материалы можно по ссылке, мы приводим подборку тем по этим материалам.

Поможет ли закрытие учебных заведений остановить распространение коронавируса?

Как распространение заболевания влияет на бизнес в городе/регионе?

Как будет работать общественный транспорт и как будет защищать от вирусов своих пассажиров.

Как новый коронавирус скажется на туризме и планах на отдых?

Как распространение заболевания повлияет на работу спортивных секций и учреждений культуры?

Как церковь будет защищать прихожан от нового вида коронавируса?

Так как многие предприятия и организации переводят своих работников на удаленную работу, людям нужно рассказывать обо всех рисках удаленки:

Как заставить себя работать дома, не отвлекаясь на домашние дела?

Как организовать удаленную работу и контролировать сотрудников?

Как будет оплачиваться удаленная работа?

Какую работу можно, а какую нельзя переводить на удаленный режим?

Какие права и обязанности есть у удаленных работников?

Как ужиться?

Аспект, который обязательно нужно освещать, — как ужиться с семьей во время карантина, когда выходить из дома запрещено. Одно дело встречаться с членами семьи только по утрам, вечерам и выходным, другое — находиться в четырех стенах круглосуточно неделями.

Чем занять себя и семью?

Людам интересно будет знать, чем они могут занять себя дома, кроме просмотра телевизора и сидения в социальных сетях. Расскажите про разные творческие хобби. Или начните делать вместе зарядку по утрам. Семьи с детьми-школьниками могут, например, изучать предметы (иностранные языки, математику, физику, историю и т. д.) по видеоурокам на YouTube.

Как ругаться, чтобы не развестись?

Вполне вероятно, что через несколько дней постоянного совместного времяпровождения, члены семьи начнут раздражать друг друга, а ссоры станут обычным явлением. Подскажите, как справляться с раздражением.

Чем питаться?

Помогите вашей аудитории составить меню на время карантина, делайте ставки на простые и бюджетные блюда. Подключите специалистов.

Не манипулируйте иллюстрациями

The Guardian опубликовала фотографию умершего человека в окружении медицинских работников, лежащего на улице в Ухане и подписала его как «фото, иллюстрирующее вызванный коронавирусом кризис в Ухане». Но у редакции нет доказательств того, что мужчина действительно умер от 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.

Не публикуйте фейки

2 марта в соцсетях и мессенджерах массово распространялась фейковая информация о якобы уже 20 000 заболевших москвичей.

Часто целью дезинформации является разжигание «растерянности, паники и страха», а главное — блокирование качественной информации на фоне пандемии коронавируса.

Роскомнадзор выявил случаи распространения ложной информации, связанной с коронавирусной инфекцией. Поэтому ведомство перешло на круглосуточный мониторинг СМИ, социальных сетей, видеохостингов, телепрограмм и при выявлении фейков сделает «больно» тем, кто их распускает. «Больно» — это вплоть до полного и немедленного ограничения доступа к соответствующим информационным ресурсам и лишения лицензий.

Также вступивший в силу год назад закон «О фейках» позволяет штрафовать.

За впервые выявленное нарушение штрафы составляют:

для граждан от 30 тыс. до 100 тыс. рублей;
для должностных лиц — от 60 тыс. до 200 тыс. рублей;
для юридических лиц — от 200 тыс. до 500 тыс. рублей.

За повторное нарушение суммы штрафов возрастают:

для граждан — от 100 тыс. до 300 тыс. рублей;
для должностных лиц — от 300 тыс. до 600 тыс. рублей;
для юридических лиц — от 500 тыс. до 1 млн рублей.

Чтобы избежать наказания, лучше сверить информацию с тем, что публикует о новом виде коронавируса ВОЗ. На сайте есть список из 12 мифов и ложных представлений о заболевании COVID-19.

Источник: [Сделано.медиа](#)