

Резюме:

В статията се разглежда проблема за медиите по време на кризата с COVID19. Застъпва се тезата, че в тази криза, която се определя като пандемия и инфодемия, медиите отново остават връзката в обществото и заедно с науката са от важните фактори то да не се разпадне в момент на голямо изпитание. Прогнозира се завръщане към качествената журналистика, която винаги е означавала достоверна информация и компетентен анализ. Тя не произхожда от социалните мрежи, а от традиционните медии и техните кореспонденти и репортери от мястото на събитието. Нито краят на историята и последния човек се задава, нито краят на „ежедневната история“ – журналистиката, е на дневен ред.

Ключови думи: медии, журналистика, covid19, криза, публични комуникации

Summary:

Media Reimmunization and Revaccination of Journalism
Simeon Vasilev

This article addresses the issue of the media in times of the COVID-19 crisis. It is argued that in this crisis, which is defined as a pandemic and infodemic, the media once again remains the link with society, and together with science, they are important factors for society not to fall apart at a time of great hardship. The return to quality journalism is predicted, which has always meant reliable information and competent analysis. It does not come from social networks, but from the traditional media and their correspondents and reporters from the venue. Neither the end of history and the last man are coming along, nor is the end of „everyday history“ – journalism, on the agenda.

Keywords: media, journalism, COVID-19, crisis, public communications

Големите световни кризи се гледат през медиите и после се осмислят от историята. Началото на XXI век ни предложи поне три с голям медиен отзвук – атентатите на 11.09. през 2001 г., финансовата криза от 2008 г., пандемията COVID-19. Особено последната, от края на 2019 и началото на 2020 г. ще остане в историята като най-драматичната в дигиталната епоха на глобализирания свят. Вирусната пандемия променя международния ред, такъв, какъвто го познаваме. Колкото и пресилени да са сравненията с атентатите срещу кулите близнаци от 11 септември и финансовата криза, те изглеждат неизбежни поради много причини. Най-важната сред тях е, че и двете събития се стовариха неочаквано като асиметричен удар. Разликата е, че този път

ударът дойде от непознат за медицината и науката нашественик.

Коронавирусът, който броди като призрак из света, предизвика едновременно пандемия и инфодемия – една специфична информационна болест. „Ние се борим не само с пандемия, а и с инфодемия (But we're not just fighting an epidemic; we're fighting an infodemic). Фалшивите новини се разпространяват много по-бързо от вируса“, каза генералният директор на Световната здравна организация (СЗО) Теодорос Адханом Гебрейезуз в реч на конференцията по сигурността в Мюнхен през февруари [1]. Направи го в средата на февруари 2020 г. Само месец след това инфодемията обхвана цяла Европа. Затвориха се не само реалните граници, а и менталните граници. Тъжен урок за националния егоизъм, който не е изгубил силата си да потиска всякакъв призив за международна солидарност. Всъщност е много дискусивно дали инфодемията е нова информационна болест. Тя преследва човечеството по време на всяка криза. Сега е много по-чувствителна, защото скоростта ѝ е на светлинни години от възможностите на пощенските гълъби или телеграфа.

COVID-19 вкара всичко в карантина – от политиката през икономиката и културата, до образованието и спорта. С две изключение – медиите и социалните мрежи. В съвременните дигитални агори на човечеството се преподават уроци и изнасят лекции, гледат се концерти, слуша се музика, посещават се галерии, прави се бизнес. С цялата критика към медиите и лошото им „аз“ – фалшивите новини, те отново, в критичен момент, остават връзката в обществото и заедно с медицината са от важните фактори същото това общество да не се разпадне в момент на голямо изпитание.

Този трансграничен вирус-убиец най-силно удари свободното движение на хора, стоки и капитали, събори здравеопазване, борси, пазари, търговия, изпразни театралните зали и порази културата, но не успява да преодолее свободата на информацията. На практика той порази четирите основни свободи, както ги е виждал и очаквал един от най-популярните лидери на XX век – американският президент Франклин Делано Рузвелт. И затова е важно да припомним тази реч от 6 януари 1941 г. за четирите най-важни човешки свободи. Рузвелт я произнася пред Конгреса в момент, в който пандемията на войната е започнала да заразява всички и всичко. „В бъдещите дни, които се стремим да осигурим, ние очакваме с нетърпение свят, основан на четири основни човешки свободи. Първата е свободата на словото и изразяването – навсякъде по света. Втората е свободата на всеки човек да почита Бог по свой собствен начин – навсякъде по света. Третата е свободата от недостиг – която, предадена на световен език, означава икономически споразумения, които ще осигурят на всяка нация здрав живот в мирно време за своите жители – навсякъде по света. Четвъртата е свободата от страх – която, предадена на световен език означава световно съкращаване на оръжията до такава точка и по такъв цялостен начин, че никоя нация да не бъде в позиция да извърши акт на физическа агресия срещу някой съсед – навсякъде по света“ [2]. Рузвелт е бил мечтател. Близо осемдесет години след него тези четири свободи си остават неосъществена мечта.

Разпространението на коронавируса и разпространението на информацията за него бяха като настървени колоездачи в дисциплината „италианско преследване“. Европейската служба за външна дейност (ЕСВД), която е дипломатическата служба на ЕС, изчисли, че около 7% от съобщенията в социалните мрежи за вируса са инфектирани с дезинформация. Тепърва и може би години след нашествието на инфовируса в центъра на Интернет изследователите ще проучват

поведението на медиите в условия на тази безпрецедентна криза. Те със сигурност ще забележат завръщането към класическите медии – печат, радио и телевизия, за сметка на социалните мрежи и техните месинджъри. Точно те станаха главният развъдник на фалшиви новини за COVID-19. Парадоксът е, че независимо от това Световната здравна организация (СЗО) направи голямата си разяснителна кампания точно в социалните мрежи като „Фейсбук“, „Пинтерест“, „Ютуб“ и Twitter, и договори с тях специална рубрика с най-важните съвети за предпазване от заразяване. Google установи, че има 1,4 милиарда търсения с ключова дума „коронавирус“. Пред германския седмичник „Ди Цайт“ един от бащите на интернет Винт Сърф е категоричен за намеренията и резултата. Има нещо драматично и честно в това, което той заявява: „Това определено не е светът, който исках. Тогава бяхме група инженери, които исках да постигнат нещо ново. На никого от нас не му е идвало на ум умишлено да го разруши. Проблемът, който сега срещаме, е, че Интернет е в ръцете на широката общественост. И от опит знаем, че широката общественост включва и хора, които искат да причинят щети. Тази платформа е изложена на рискове – като всичко останало, до което достъпът е свободен“ [3].

Няма парадокс в поне два ключови въпроса. Можем ли да си представим света без социалните мрежи? Можем ли да ги поставим заради инфодемията в карантина? Отговорът е еднозначен – не можем и не трябва. Дигиталното отшелничество е невъзможно. Медийният аскетизъм също. Въпросът е да не влизаме в затвора на цифровата крепост и да научим разликата между медия и журналистика. Такава има и тя не е твърдение, което води до противоречие. От такова не страда съоснователят на Twitter Биз Стоун, който призова големите медии: „Фалшивите новини са безплатни. Истинските новини се намират в платения абонамент. Моля, премахнете платения абонамент по време на #coronavirus“ [4]. Кристофър Исак „Биз“ Стоун всъщност направи едно голямо признание за това къде са истинските новини. „Тревожността на индивида и неверието в държавните институции в постдемократичните общества генерират масови психози, които се разрастват благодарение на социалните медии. В тях човешкият и груповият страх се монетаризират бързо и мащабно по законите на дигиталния капитализъм посредством кликания, лайкания и споделяния на алтернативни факти, полуистини и фалшиви новини“, написа Иво Инджов [5]. Той обаче отбелязва и очевидния факт, че „понякога злоупотребяват и класическите медии – преса, радио и телевизия, включително онези от тях, чието верую е качествената журналистика“. Всъщност кризата отново потвърди старото правило, че твърденията, разпространени в социалните мрежи, трябва да бъдат проверявани от два надеждни източника, единият от които са авторитетните класически медии, ако те, разбира се, не се отклоняват от стандартите на качествената журналистика. Старо правило като призова „мийте си ръцете“ и надежда, че не само класическите медии, а и социалните мрежи ще възприемат много по-сериозно отговорността си в световната информационна имунна система.

Със сигурност бъдещите изследвания трябва да анализират от разстоянието на времето и емоциите ролята на медиите и изобщо на публичните комуникации. Бяха ли медиите коректния информационен източник или сееха вируса на паниката, който зарази действията на институции, държави и съюзи? Бяха ли безкористни в тази криза или естествената им природа е да са раздвоени между бизнеса и обществената отговорност? Това са все въпроси, които ще получат отговорите си след време, ако

изобщо се получат. Голяма доза скептицизъм идва от факта, че все още не са дадени всички отговори на въпросите за „часа на терориста“ от 11 септември 2001 г. или за финансовата криза от 2008 г., или за която и да е криза, съпътствала човечеството. Нито пък държавите са се избавили от рефлексите на информационното противоборство. САЩ издадоха нови ограничения за китайските държавни медии на своя територия, а Китай отне акредитациите на журналисти на „Ню Йорк Таймс“, „Уолстрийт джърнъл“ и „Вашингтон пост“. Причината – обидни коментари за избухването на COVID-19. Липсата на отговори винаги е била хранителната почва за вируса на съмнението и всевъзможните теории на конспирацията, които и този път изобилстваха и с доказателства от художествени романи като „Очите на мрака“ (The Eyes of Darkness) на американския писател фантаст Дийн Кунц, писан през 1981 г., или от анимационния сериал „Семейство Симпсън“ от 1993 г., или в най-голямото от 250 години насам Слънчево затъмнение на 26 декември 2019 г.

По отношение на теориите на конспирацията проф. Георгий Почепцов отбеляза нещо важно: „Друг фактор, който трябва да се признае, е реалната липса на недвусмислено тълкуване на събития и явления, и то не само в главите на обикновените хора, а и на учените. Тази принципно нееднозначна среда може да не представлява опасност за нормата, но, когато се натрупва напрежение около нея, възниква необходимост от по-недвусмислено тълкуване, което по-добре съответства на приоритетите на масовото съзнание, което не харесва много двусмислието“ [6]. Недвусмислени отговори със съответните доказателства дава само науката, но на нея ѝ трябва време. Мненията са за политиката, фактите за науката, а журналистиката с претенции трябва да разграничава фактите от мненията. Вирусът е основно предизвикателство за журналистите, защото те трябва като психолози да правят разлика между страхове и емоции. След като науката трудно достига до фактите и излъчва многобройни мнения, за журналистите е трудно да се ориентират в тях. Главният редактор на германския вестник „Билд“ излезе с изявление, че прави разлика между страх и загриженост, след като вестникът сложи заглавие: „Страх от коронавируса в Германия“. Очевидно е, че и в тикирети с постоянно обновяващи се новини има потенциал за паника. Много изследователи сравниха този подход с т.нар. „журналистика на конните надбягвания“ и изразиха мнение, че адекватното информироване трябва да избягва излишната драматизация, особено когато става дума за изображения.

Добър пример е историята с ибупрофена. Френският министър на здравеопазването Оливие Веран съобщи, че употребата на противовъзпалителни лекарства като ибупрофен може да се превърне във фактор, който да утежни инфекцията. Само часове след това Европейската агенция по лекарствата (ЕМА) заяви, че няма научни доказателства, които да доказват това и поиска да се премахне невярната информация в социалните мрежи. Изводите са поне два – кризата с вируса ще дисциплинира публичните комуникации изобщо, а медиите ще бъдат принудени да се завърнат към златните правила на журналистиката, основана на данните (data journalism), при това на проверените данни, а не на ненадеждните данни. Разкриването и коректното разпространяване на истината е свещен закон в журналистиката, в масовата и в публичната комуникации, отбелязва проф. Любомир Стойков. „Обществото и отделният човек имат потребността от достоверност, за да могат да са адекватни в своята ориентация към фактите и явленията; за да взимат правилни и навременни решения; за да бъдат свободни и независими в своето съществуване“ [7].

Повечето медии в Европа временно изоставиха бизнеса и поставиха в центъра социалната отговорност. Не всички, разбира се, защото това е невъзможно. Медията е предприятие, което изобщо не е лишено от амбицията за печалба. Много от тях сложиха най-важните си материали за платените абонати и се оправдаваха с безплатните си бюлетени, които изпращат два пъти дневно или безплатните бързи тикери с последните новини за вируса. Такъв беше случаят с авторитетния швейцарски вестник „Нойе Цурхер Цайтунг“. Германското списание „Шпигел“ предложи дигиталното си съдържание за един месец безплатно като допълнително даде достъп за актуалното си дигитално издание „Corona-Spezial“ с 49 въпроса и отговора за развитието на пандемията. Вестник „Франкфуртер Алгемайне Цайтунг“ намали цената за платения си абонамент с 65% за четири месеца под мотото „Доверете се на един най-сигурните информационни източници“. Други, повечето американски издания като „Атлантик“, Филадельфия Инкуайър, Ню Йорк Таймс, Уолстрийт джърнъл, Блумбърг новини, пушнаха всичките си материали за коронавируса свободно, без абонамент. „Това е криза в общественото здравеопазване. Когато разполагаме с информация, която е важна за хората, не съм сигурен колко етично би било да го задържаме, ако не извадят кредитната си карта“, каза главният редактор на американското списание „Адвеек“ Джефри Голдбърг [8]. Авторитетното списание за медии, журналистика, комуникация и маркетинг „Медиенвохе“ (Medienwoche) отбеляза, че независимо дали редакцията пуска всички статии за коронавируса свободно, или само тези със сервизен характер, стратегията трябва да бъде разпознаваема за потребителя. Това не е така при швейцарските издателства. Обясненията като тези на „Швебише Цайтунг“ (Schwäbische Zeitung) в Германия или „Малък вестник“ (Kleine Zeitung) в Австрия, където отговорните редактори разкриват как работи стратегията им за абонаменти и плащания по време на пандемията, са полезни. Такава прозрачност осигурява разбиране и създава доверие“ [9]. Австрия даде добър пример. Канцлерство създаде „дигитален кризисен екип“ за борба с фалшивите новини, свързани с вируса, като към него приобщиха и австрийските медии.

На този медиен фон направи изключително впечатление фактът, че повечето научни списания оставиха своите публикации с отворен достъп по темата за коронавируса. Така науката даде пример на журналистиката.

И въпреки раздвоението още в пика на кризата се забеляза завръщането към качествената журналистика, която винаги е означавала достоверна информация и компетентен анализ. Тя не произхожда от социалните мрежи, а от класическите медии и техните кореспонденти и репортери от мястото на събитието – от Ухан в Китай през Ломбардия в Италия до Банско в България. Клишето „светът няма да е същият“ след новия и непредсказуем коронавирус отново доби смисъл и значение. И със сигурност не изглежда само като банален израз, с който бихме прогнозирали, че и медиите няма да са същите. Те са и ще бъдат част от социокултурната еволюция на човечеството. Те ще са актьор във вечната тема за рамките, в които съдържанието е ограничено до решаването на спешни кризи или до изчакване на времето, в което се излиза от стереотипите на статуквото и бавно преминава в неизбежността на реалността. Надеждата е, че предстои „реимунизация“ на медиите от фалшиви новини и реваксинация на журналистиката срещу пропаганда и цензура. Надеждата е те да не се оставят на вирусната инфекция и да не бъдат ограничени от локалните измерения на политически интереси, които винаги имат за алиби някакъв трудноуловим глобален

конфликт.

Тази голяма криза е една голяма възможност, защото обществото ще продължава да разчита на медиите и журналистиката за причините и последиците от тази криза, в която има безброй сюжети за края на историята, който никога не идва, за герои и подлещи, за възходи и падения на държави и лидери. Нито краят на историята и последния човек се задава, нито краят на „ежедневната история“ – журналистиката, е на дневен ред.

Бележки:

- [1] Ghebreyesus, Tedros Adhanom. „But we’re not just fighting an epidemic; we’re fighting an infodemic“. In: World Health Organization: Munich Security Conference, 15.02.2020. [cited 18.03.2020]. Available from: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/munich-security-conference>
- [2] Roosevelt, Franklin Delano. The Four Freedoms speech. In: History, 06.01.1941 [cited 18.03.2020]. Available from: <https://www.history.com/this-day-in-history/franklin-d-roosevelt-speaks-of-four-freedoms>
- [3] Cerf, Vinton. Das ist bestimmt nicht die Welt, die ich wollte. In: Die Zeit, 26.01.2020 [cited 18.03.2020]. Available from: <https://www.zeit.de/digital/internet/2020-01/vinton-cerf-internet-netzwerke-informatiker-usa/komplettansicht>
- [4] Stone, Biz. Fake news is free. Real news is behind paywalls. Take down the paywalls during #coronavirus please. In: Twitter, 16.03.2020 [cited 18.03.2020]. Available from: <https://twitter.com/biz/status/1239325014429581312>
- [5] Инджов, Иво. Инфодемията прогони другите значими теми от медийния дневен ред. В: Dnevnik.bg, 16.03.2020 [cited 18.03.2020]. Available from: https://www.dnevnik.bg/analizi/2020/03/16/4041430_infodemiiata_progoni_drugite_znachimi_temi_ot
- [6] Почепцов, Георгий. Конспирология на марше: от старых страхов до сегодняшнего коронавируса. В: Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 17.03.2020 [cited 19.03.2020]. Available from: <https://www.newmedia21.eu/analizi/konspirologiya-na-marshe-ot-staryh-strahov-do-segodnyashnego-koronavirusa>
- [7] Стойков, Любомир. Опровержението във връзките с обществеността. В: Медии и обществени комуникации. Изд. УНСС; Алма комуникация. 2016, №27 [cited 18.03.2020]. Available from: <http://www.media-journal.info/index.php?p=item&aid=302>
- [8] Jerde, Sara. Major Publishers Take Down Paywalls for Coronavirus. In: Adweek, 12.03.2020 [cited 18.03.2020]. Available from: <https://www.adweek.com/digital/major-publishers-take-down-paywalls-for-coronavirus-coverage>
- [9] Lüthi, Nick. Paywall und Pandemie: Medien zwischen Geschäft und gesellschaftlicher Verantwortung. In: Medienwoche, 17.03.2020 [cited 18.03.2020]. Available from: <https://medienwoche.ch/2020/03/17/paywall-und-pandemie-medien-zwischen-geschaef-und-gesellschaftlicher-verantwortung>

Библиография:

Инджов, Иво. Инфодемията прогони другите значими теми от медийния дневен ред. В: Dnevnik.bg, 16.03.2020. Available from: https://www.dnevnik.bg/analizi/2020/03/16/4041430_i

[nfodemiiata_progoni_drugite](#)

[_znachimi_temi_ot](#)

Почепцов, Георгий. Конспирология на марше: от старых страхов до сегодняшнего коронавируса. В: Newmedia21.eu.

Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 17.03.2020.

Available from: <https://www.newmedia21.eu/analizi/konspirologiya-na-marshe-ot-staryh-straho-v-do-segodnyashnego-koronavirusa>

Стойков, Любомир. Опровержението във връзките с обществеността. В: Медии и обществени комуникации. Изд. УНСС; Алма комуникация. 2016, №27. Available from: <http://www.media-journal.info/index.php?p=item&aid=302>

Cerf, Vinton. Das ist bestimmt nicht die Welt, die ich wollte. [интервю] Meike Laaff. неизв.: In: Die Zeit, 26.01.2020.

Ghebreyesus, Tedros Adhanom. "But we're not just fighting an epidemic; we're fighting an infodemic." In: World Health Organization: Munich Security Conference, 15.02.2020. Available from: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/munich-security-conference>

Jerde, Sara. Major Publishers Take Down Paywalls for Coronavirus. In: Adweek, 12.03.2020. Available from: <https://www.adweek.com/digital/major-publishers-take-down-paywalls-for-coronavirus-coverage>

Lüthi, Nick. Paywall und Pandemie: Medien zwischen Geschäft und gesellschaftlicher Verantwortung. In: Medienwoche, 17.03.2020. Available from: <https://medienwoche.ch/2020/03/17/paywall-und-pandemie-medien-zwischen-geschaeft-und-gesellschaftlicher-verantwortung>

Roosevelt, Franklin Delano. The Four Freedoms speech. In: History, 06.01.1941. <https://www.history.com/this-day-in-history/franklin-d-roosevelt-speaks-of-four-freedoms>

Stone, Biz. Fake news is free. Real news is behind paywalls. Take down the paywalls during #coronavirus please. In: Twitter, 16.03.2020. Available from: <https://twitter.com/biz/status/123932501442>

Източник: www.media-journal.info