

УДК 070.1
ББК 76.0

DOI: 10.31862/1819-463X-2021-2-60-65

ИНФОДЕМИЯ В ЗЕРКАЛЕ ЖУРНАЛИСТИКИ

С. В. Иванова

Аннотация. В статье рассматривается влияние COVID-19 на журналистику. Рассматривается, как изменилось медиапотребление в России после введения ограничительных мер в 2020 г., роль официальных источников информации, социальных сетей. На основе статистических данных делается вывод о временном сокращении неравенства в потреблении новостей среди россиян: те, кто обычно игнорирует ежедневный мониторинг новостей, возвращаются в информационное поле. Это можно рассматривать как шанс для традиционных СМИ вернуть лидерство, особенно среди молодого поколения, которое более заинтересовано в получении информации в социальных медиа. Также затрагивается тема кризиса доверия в журналистике, обилия фейковых новостей о COVID-19 и связанной с ними проблемой фактчекинга, который в современной эпохе постправды затруднен, так как изменилось само отношение к понятию «факт».

Ключевые слова: COVID-19, коронавирус, журналистика, инфодемия, фейк-ньюз, социальные сети.

INFODEMIC IN THE MIRROR OF JOURNALISM

S. V. Ivanova

Abstract. The article examines the impact of COVID-19 on journalism: how media consumption has changed in Russia after the introduction of restrictive measures in 2020, the role of official information sources and social networks. Based on statistical data, it is concluded that there is a temporary reduction in inequality in news consumption among Russians: those who usually ignore daily news monitoring return to the information field. This can be seen as a chance for traditional media to regain leadership, especially among the younger generation who are more interested in getting information via social media. It also touches on the crisis of confidence in journalism, the abundance of fake news about COVID-19 and the related problem of fact-

© Иванова С. В., 2021



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

checking, which in the modern era of post-truth is difficult, as the very attitude towards the concept of “fact” has changed.

Keywords: COVID-19, coronavirus, journalism, infodemic, fake news, social media.

Пандемия коронавируса затронула практически все сферы общественной жизни по всему миру. Радикально изменился процесс получения и оценки информации: новости о COVID-19 захватили повестку 2020 г., создавая тем самым чрезмерный объем сообщений о вирусе. Согласно данным системы мониторинга и анализа СМИ Brand Analytics, в марте 2020 г. количество упоминаний о коронавирусе в день значительно превышает пик количества заболевших в день, который пришелся на май 2020 г.¹ Таким образом, эпидемия стала восприниматься как «факт в процессе его превращения в событийную новость» (Витвинчук), как «первый в истории человечества вирус, за которым можно следить онлайн, как за курсом валют» (А. Пивоваров, youtube-канал «Редакция»).

Генеральный директор ВОЗ Тедрос Адханом Гебрейесус назвал подобное явление не просто эпидемией вируса, но инфодемией, с негативными последствиями которой призывает бороться. К таким последствиям относятся фейковые новости, дезинформация, догадки и конспирологические теории, что распространяются со скоростью, опережающей сам вирус. Обеспокоенной аудитории становится сложно отличить данные, основанные на доказательствах, от слухов и неподтвержденных теорий. ЮНЕСКО обратила особое внимание на то, что фейки о COVID-19 более опасны, чем дезинформация в политических или социальных сферах, поскольку напрямую затрагивает жизнь и здоровье

населения. Специально для противодействия дезинформации был создан документ “Disinfodemic: Deciphering COVID-19 disinformation”, который поможет выявить и грамотно опровергнуть неверную информацию. В социальных сетях введены специальные хештеги #ThinkBeforeSharing, #ShareKnowledge, призывающие юзеров критически оценивать прочитанное и увиденное.

Меры самоизоляции населения с целью снижения риска распространения COVID-19 оказали прямое влияние на медиапотребление. Согласно исследованию Global Consumer Media Usage Forecast, по всему миру потребление контента выросло почти на 3%. В России за 2020 г. в среднем получали информацию 53 часа в неделю, в США – 73 часа. Несмотря на то, что традиционные медиа стабильно теряют популярность у молодого населения, в период «первой волны» резко вырос интерес аудитории к телевидению, где центральное место занимали новости о распространении инфекции, о карантинных и предупредительных мерах, транслируемых официальными властями. Уже с марта 2020 г. «Левада-центр» диагностировал рост доверия к телевидению по сравнению с 2018 г., когда рейтинг был обрушен после принятия Пенсионной реформы². «Медиа-скоп» также отмечает рост просмотров новостных передач на 50%³. Далее в августе 2020 г. телевидение предпочитали 69% опрошенных, а доверяли ему только 48%⁴. Эти данные свидетельствуют о том, что

¹ Василий Чёрный. Этот 2020 – как мы прожили год пандемии. 31.12.2020. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-analytics-pandemic/> (дата обращения: 20.01.2021).

² Российский медиаландшафт-2020. 28.04.2020. URL: <https://www.levada.ru/2020/04/28/rossijskij-medialandshaft-2020/> (дата обращения: 20.01.2021).

³ Телеаудитория выросла почти на 30% в первые дни всеобщего карантина. 01.04.2020. URL: <https://mediascope.net/news/1113962/> (дата обращения: 20.01.2021).

⁴ Источники информации. 28.09.2020. URL: <https://www.levada.ru/2020/09/28/ggh/> (дата обращения: 20.01.2021).

возросшее потребление новостей о коронавирусе не привело к значительному росту доверия средств массовой информации. Полученные результаты показывают, что граждане, которые обычно изолируются от информации, снова «включились» в новостное поле. Тем самым неравенство в потреблении медиаконтента среди россиян частично уменьшилось.

В качестве альтернативы официальным СМИ с каждым годом растет интерес к интернет-изданиям и социальным сетям – новости в Интернете узнают 37–39% россиян. По данным центра «Платформа», 57% назвали основным источником информации о COVID-19 социальные сети, 43% – федеральные телеканалы, половина опрошенных начала чаще читать новости в социальных сетях¹.

Цифровые медиа в условиях самоизоляции стали важной частью повседневной жизни: в онлайн перешло обучение, а также заказ продуктов и товаров, общение с близкими. По данным ВЦИОМ, в период пандемии просматривают официальные страницы СМИ в социальных сетях около 60% респондентов, доверяют блогерам около 20%². Новостные агрегаторы, к примеру Яндекс, публикуют постоянно обновляемую статистику заражений коронавирусом, данные о вакцинации по всему миру. Роспотребнадзор создал общедоступный ресурс, на котором регулярно отражается динамика развития пандемии в мире и в России. Помимо размещения официальных рекомендаций на своих сайтах, Минздрав РФ начал осваивать новую популярную соцсеть TikTok, где было показано интервью с министром здравоохранения.

«Медиалогия» выяснила, что чаще всего тема коронавируса затрагивалась в Facebook (38,9%) и ВКонтакте (20,1%). В новостных

лентах этих ресурсов есть вкладки «О коронавирусе», где можно найти актуальные статьи об эпидемии. За 2020 г. посты ВКонтакте упоминали о коронавирусе 53 млн раз, тема карантинных мер и самоизоляции затрагивалась 39 млн³. YouTube (2,2% обсуждений) отслеживает видео, где говорится о коронавирусе и снабжает такие публикации ссылкой на официальную информацию, данные ВОЗ. Instagram (3,5%) и TikTok при поиске по хештегу «коронавирус» также предоставляют официальные аккаунты и ссылки на организации здравоохранения.

Важно понимать, что, кроме источника полезной информации, социальные сети и мессенджеры становятся основным рупором дезинформации и фейковых новостей. Почти половина конспирологических постов в социальной сети «ВКонтакте» основывалась на популярной «теории чипирования» во время вакцинации и «антиваксовской теории» [1]. Фонд Бруно Кесслера провел исследование сообщений в Twitter, которое показало, что ежедневно в марте 2020 г. появлялось около 46 000 сообщений с дезинформацией о пандемии [2]. Опрос, проведенный Ofcom в Великобритании, показывает, что 46% взрослого населения Соединенного Королевства сообщали, что они сталкивались с вводящей в заблуждение информацией в Интернете, 40% взрослых в Великобритании выбрали ответ «затрудняются понять, что правда, а что нет в отношении вируса». Аналогичным образом исследование, проведенное в Соединенных Штатах, показало, что 64% взрослого населения США столкнулись с большой путаницей в отношении коронавируса и распространения фейковых новостей [3].

В российских источниках информации рабочая группа по стратегическим коммуникациям Европейской комиссии East

¹ Исследование «Платформы»: Пазл доверия. 16.06.2020. URL: <https://pltf.ru/2020/06/16/issledovanie-platformy-pazl-doverija/> (дата обращения: 20.01.2021).

² Сеть как спасение. Самоизоляция стимулирует россиян пользоваться ресурсами Всемирной сети. 07.04.2020. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/set-kak-spasenie> (дата обращения: 20.01.2021).

³ ВКонтакте с помощью системы Brand Analytics определила самые обсуждаемые темы 2020 г. 17.12.2020. URL: https://br-analytics.ru/blog/top_person_vk_2020/ (дата обращения: 20.01.2021).

Stratcom с января 2020 г. обнаружила более 800 случаев дезинформации о пандемии. Если ложные интернет-новости считаются в общем потоке ленты, то к новостям официальных СМИ возникает повышенное внимание, поскольку редакции обязаны проверять тексты. По этой причине фейковые новости на телевидении вызывают негодование, обвинение в пропаганде и общее недоверие официальным источникам. Центр социального проектирования «Платформа» сообщает, что 56% опрошенных не доверяет официальной статистике по распространению коронавируса, из них 68% считают, что информация искажается намеренно, 27% перестали доверять официальной информации в течение кризиса. Всероссийское исследование ВЦИОМ выявило, что большинство опрошенных (74%) из тех, кто сталкивался с недостоверными новостями в СМИ, считают, что такие новости были сфабрикованы специально, а 17% респондентов полагают, что они могли появиться из-за ошибки журналистов.

Фейковые новости появляются как переработанные слухи и сплетни, например, о том, что коронавирус был создан в Уханьском институте и случайно попал в город. Второй вид фейков о коронавирусе возник вследствие неверного представления людей о мерах индивидуальной защиты. Рекомендации носить маски, перчатки, чаще мыть руки представляются слишком простыми и недостаточными, отсюда происходят мифические истории о пользе имбиря и других лекарственных средств в лечении и в предотвращении заражения. Существуют фейки, отрицающие опасность или существование вируса. Содержание слухов сильно привязано к социокультурным характеристикам региона. На Западе популярна теория распространения вируса через 5G, в России популярна версия о возможности заражения через товары с AliExpress. Таким образом, по причине нехватки сведений о COVID-19 легко воспринимались и быстро создавались слухи. Пользователи специально ищут информацию не столько объективную, сколько

соответствующую их картине мира и убеждениям. В эпоху «постправды» аудитория склонна верить информации, которая апеллирует к их эмоциям и личным убеждениям, в отличие от информации, которая считается фактической или объективной. Но возможно ли в сложном сетевом мире, наполненном множеством мнений, отделить факты от фейка?

Сегодня отношение к фактам изменяется: они перестали быть тем, о чем не спорят, с их помощью уже практически невозможно повлиять на изменение точки зрения. В связи с этим в нашей стране становится наиболее актуальной позиция философа Х. Арндт, которая заявляла о публичной очевидности фактов и о наложении самой же публикой негласного табу на всеобщее обсуждение этих фактов, поскольку их констатация связана с политическими опасностями. Тем самым с настоящими фактами обращаются, как с сакральными тайнами, их обсуждения стараются избежать, превратив в мнения, «нейтрализовав», чтобы не подрывать идеологические клише. Сейчас в отношении вакцинации от COVID-19 мы можем наблюдать противостояние официальной позиции, где практикуется частичное замалчивание специфики тестирования препаратов, и конспирологических теорий против любых вакцинаций. В СМИ сомнения в безопасности вакцины аккуратно подаются как мнения, с которыми можно спорить, а необходимость сделать прививку – как бесспорный факт. Тем самым выстраивается вертикаль официальной информации с правом на истину, что обеспечит неприкосновенность пропаганде. Таким образом, политическая сфера напрямую влияет на то, что мы считаем фактами, а «с точки зрения политики истина деспотична» [4]. Сейчас формируется новая медиарациональность, которая характеризуется не дефицитом правды, а тем, что не стало лжи, возможности отличать и отграничивать ложь. Отсюда можно прийти к заключению, что в современном положении факт имеет мало общего с истиной.

В связке с фактами идут ценности, как утверждает Х. Патнем, фактов не существует

без ценностей [5]. Проверка любого утверждения связана не столько с процедурой фактчекинга (выделение частей текста и их последовательное подтверждение предложением за предложением), сколько с проверкой текста как единого контекста (включение отдельных сообщений в целую повестку). Например, можно проиграть войну, выиграв все сражения, как Наполеон. Это холистический подход, который не может быть формализован. В связи с этим надеяться на глобальную помощь автоматизированных технологий по проверке фактов и на избавление от фейк-ньюз не стоит.

Таким образом, перед журналистикой особенно остро стоит аксиологический вопрос при проверке сообщений, ведь без ценностей, обоснований, интерпретаций факты ни о чем не говорят. Получается, что факт по социальному весу равен фейку, а значит, аудитория в ситуации коронавирусного кризиса еще больше дезориентирована. «Левада-центр» отмечает, что растет количество тех, кто не доверяет ни социальным «новым медиа», ни официальным: в январе 2020 г. – 13%, в августе 2020 г. – 16% опрошенных. Предполагая, что «любой контент социальной коммуникации в каком-то смысле фейкоподобен», исследователь Тульчинский предлагает сместить акцент с поиска критериев истины информации на феномен «ответственности за высказанное» [6]. Своеобразная модернизация греческой парресии в рамках журналистики.

В итоге приходим к следующим выводам:

1. Кризис коронавирусной инфекции, ограничительные меры и режим самоизоляции могут стать и становятся для СМИ

шансом заполучить ту аудиторию, которая обычно отказывается от новостей общей повестки дня и получает сведения из субъективно составленной ленты социальных сетей. Прежде всего здесь подразумевается молодое поколение.

2. В этой связи сокращается неравенство в медиапотреблении среди граждан России.

3. Фейковые новости в медиaprостранстве появляются из слухов и сплетен, которые были обусловлены непониманием природы происхождения и распространения вируса, сомнениями в мерах предосторожности, а также социокультурными аспектами региона.

4. Современные философские и социально-политические концепции изучают феномен постправды, который неразрывно связан с фейковыми новостями. Мы живем в сложном обществе, где границы между фактом и фейком размыты.

5. Онтологический статус факта изменился, он стал ненадежным аргументом, с ним можно теперь поспорить. Поэтому в процедуре фактчекинга важно рассмотрение ценностей, которые стоят за этими фактами. Необходим холистический подход к обработке информации.

6. Сегодня для журналистики открывается возможность приобрести и удержать доверие аудитории, давать грамотную информацию о здравоохранении и безопасности, избегать фейков и грамотно опровергать их, журналисту очень важно стать парресиастом, готовым на высказывание и ответственным за него.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Platonov K., Svetlov K.* Conspiracy Theories Dissemination on SNS Vkontakte: COVID-19 Case. 07.01.2021. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-67238-6_23 (дата обращения: 23.01.2021).
2. *Hollowood M.* From miraculous cures to paranoid conspiracies, our investigation reveals how misinformation about coronavirus is going viral at a disturbing rate. // *Tortoisemedias*. 23.03.2020. URL: <https://www.tortoisemedias.com/2020/03/23/the-infodemic-fake-news-coronavirus/> (дата обращения: 22.01.2021).
3. *Salman N., Rubina B.* The Covid-19 'infodemic': a new front for information professionals. 13.07.2020. DOI: <https://doi.org/10.1111/hir.12311>.

4. *Арендт Х.* Между прошлым и будущим. Восемь упражнений в политической мысли / пер. с англ. и нем. Д. Аронсона. М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2014. 416 с.
5. *Патнем Х.* Разум, истина и история / пер. с англ. Т. А. Дмитриева, М. В. Лебедева. М.: Практикс, 2002. 296 с.
6. *Тулчинский Г. Л.* Публичный дискурс в условиях коронавирусной пандемии: возвращение парресии // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11, № 2. С. 14–29.
7. *Завалишин А. Ю., Костюрина Н. Ю.* Вирусная информация: проблема достоверности в условиях пандемии // Проблемы и перспективы социально-экономического развития России в XXI веке: сб. ст. по материалам Всерос. науч. заоч. конф. 2020. Вып. 1. С. 90–99.
8. *Васильева А. В.* Первая конференция по инфодемиологии ВОЗ: мультидисциплинарное сотрудничество в противодействии дезинформации в период пандемии COVID-19 // Обозрение психиатрии и медицинской психологии. 2020. № 3. С. 93–95.

REFERENCES

1. Platonov K., Svetlov K. Conspiracy Theories Dissemination on SNS Vkontakte: COVID-19 Case. 07.01.2021. Available at: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-67238-6_23 (accessed: 23.01.2021).
2. Hollowood M. From miraculous cures to paranoid conspiracies, our investigation reveals how misinformation about coronavirus is going viral at a disturbing rate. In: Tortoisemedia. 23.03.2020. Available at: <https://www.tortoisemedia.com/2020/03/23/the-infodemic-fake-news-coronavirus/> (accessed: 22.01.2021).
3. Salman N., Rubina B. The Covid-19 'infodemic': a new front for information professionals. 13.07.2020. DOI: <https://doi.org/10.1111/hir.12311>.
4. Arendt H. *Mezhdú proshlym i budushchim. Vosem uprazhneniy v politicheskoy mysli*. Transl. from English and German by D. Aronson. Moscow: Izd-vo In-ta Gaydara, 2014. 416 p.
5. Putnam H. *Razum, istina i istoriya*. Transl. from English by T. A. Dmitriev, M. V. Lebedev. Moscow: Praktis, 2002. 296 p.
6. Tulchinskiy G. L. Publichnyy diskurs v usloviyakh koronavirusnoy pandemii: vozvrashchenie parresii. *Obshchestvo. Kommunikatsiya. Obrazovanie*. 2020, Vol. 11, No. 2, pp. 14–29.
7. Zavalishin A. Yu., Kostyurina N. Yu. Virusnaya informatsiya: problema dostovernosti v usloviyakh pandemii. In: *Problemy i perspektivy sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya Rossii v XXI veke. Proceedings of All-Russian scientific correspondence conference*. 2020. Iss. 1. Pp. 90–99.
8. Vasilyeva A. V. Pervaya konferentsiya po infodemiologii VOZ: multidistsiplinarnoe sotrudnichestvo v protivodeystvii dezinformatsii v period pandemii COVID-19. *Obzrenie psikhologii i meditsinskoy psikhologii*. 2020, No. 3, pp. 93–95.

Иванова Светлана Вячеславовна, аспирант кафедры журналистики Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования, Московский педагогический государственный университет
e-mail: iwanowasve@yandex.ru

Ivanova Svetlana V., PhD Post-graduate Student, Department of Journalism, Institute of Journalism, Communications and Media Education, Moscow Pedagogical State University
e-mail: iwanowasve@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 10.02.2021
The article was received on 10.02.2021