Як журналісти спекулюють на антивакцинаторській темі



Знову про фейки та маніпуляції на темі вакцин.

За півтора роки нашої роботи нам доводилося спростовувати десятки міфів про щеплення та вакцинацію. Щоразу, як нам пишуть: “а чи правда, що вакцина (що від вакцинації, внаслідок вакцинації і т.д.)”, ми перевіряємо інформацію і пишемо пояснення особисто нашим підписникам. Чому не на широкий загал? Бо на цій темі спекулюють, а рух антивакцинаторів набув неабиякого розмаху.

Ми були шоковані, коли побачили випуск програми «Геометрія Л» від проєкту BIHUS.info, де антивакцинаторам дали трибуну для

виголошення фейків та маніпулятивних заяв.

Фактично, зібрали всі тригери, які автоматом збільшують кількість переглядів. Менш ніж за добу під відео з’явилося понад 700 коментарів, тоді як під попередніми випусками їх близько 400-500. Але «зрада» навіть не в цьому. Наукові спростування так і не прозвучали http://bit.ly/35J6F7K

Але ж є ведучий, думали ми. Денис Бігус – ще той тертий калач, бачив смаленого вовка. І одна справа показувати політичні протиріччя і зовсім інша – давати майданчик для поширення маніпуляцій, які будуть використовувати як аргументи батьки, чиїм дітям потрібно робити щеплення.

Однак програма тривала, з екрану сипалися маніпуляції та оціночні судження, які потім використовуватимуть як факти.

До речі, ось тут наша Alyona Romanyuk спростовувала брехню Сергія Гули про вакцинацію в Японії. Адвокат використовує класичний приклад маніпулювання – змішує частину правди і частину брехні. http://bit.ly/3a6CDye

Ось тут спеціально для нас Nataliia Bushkovska @Nataliia Bushkovska розібрала в деталях передачу, де ніби-то для балансу думок покликали двох батьків: один виступав за вакцинацію, інший – проти. І це нічого, що один з них – айтішник, інший – юрист. Є різниця між балансом думок і поширенням брехні http://bit.ly/2QLpKSf.

А ось тут ще ми спростовували фейк опоблоку про порушення причинно-наслідкових зв’язків щодо медреформи та вакцинації http://bit.ly/2QMDtbN

А ось тут Уляна Супрун розповідає про вакцини та вакцинацію http://bit.ly/2QNc1ui

Також рекомендуємо переглянути відео Артем АлбулКлятий раціоналіст щодо вакцин https://youtu.be/vVcoDMatU5E

Чим програма „Геометрія Л“ шкідлива?

Глядачі «Геометрії Л» навіть якщо додивляться випуск до самого кінця, так і можуть лишитися з переконанням, що вакцинація небезпечна. Ба більше – у тих, хто раніше так не вважав, після «аргументів» гостей студії такий сумнів може закрастися.

Хід із питанням про гомеопатію – хороший. Але! У нас частина суспільства вірить у чудодійну силу гомеопатії. Тому те, що одним людям виглядає нісенітницею, іншим – ще один доказ.

Немає нічого об'єктивного в тому, аби просто дати людям можливість наговорити неправду та маніпуляції. Є різниця між тим, щоб показувати різноманіття думок і поширювати маніпулятивні твердження. Наслідки від поширення побрехеньок та маніпуляцій на майданчику ютуб-каналу Бігус.Інфо будемо спостерігати з наступною хвилею антивакцинаторів.

Оскільки ця тема є гарячою для суспільства і має наслідки для життя і здоров'я українців, після кожної озвученої брехливої тези можна давати спростування. Хоч озвучене, хоч у вигляді екранного тексту. Або наприкінці програми окремим блоком дати людям можливість дізнатися правду. Надіємося, що в майбутньому команда Bihus.Info зробить окремий випуск, де слово дасть фахівцям. Але де гарантія, що ошукані нинішньою програмою люди його подивляться?

Що каже Бігус?

Автор і ведучий Денис Бігус визнає, що формат цієї програми не є журналістикою. На його переконання, цей проєкт не про явище, а саме про людей. Він називає це простою фіксацією реальності. Мовляв, береться група осіб, ставляться уточнюючі питання, щоб розкрити, що вони думають. Підтвердження чи спростування їх твердженням не передбачається.

«Йдеться лише про відбір групи за якимсь критерієм. Бажано «незвичним» і питання, які дозволяють показати – що у цієї групи в житті і в голові. Кожна група, яка має антипатиків (що антивакцинатори, що вакцинатори, що прибічники Порошенка, що виборці Зеленського, що поліцейські) – викликає якийсь обсяг

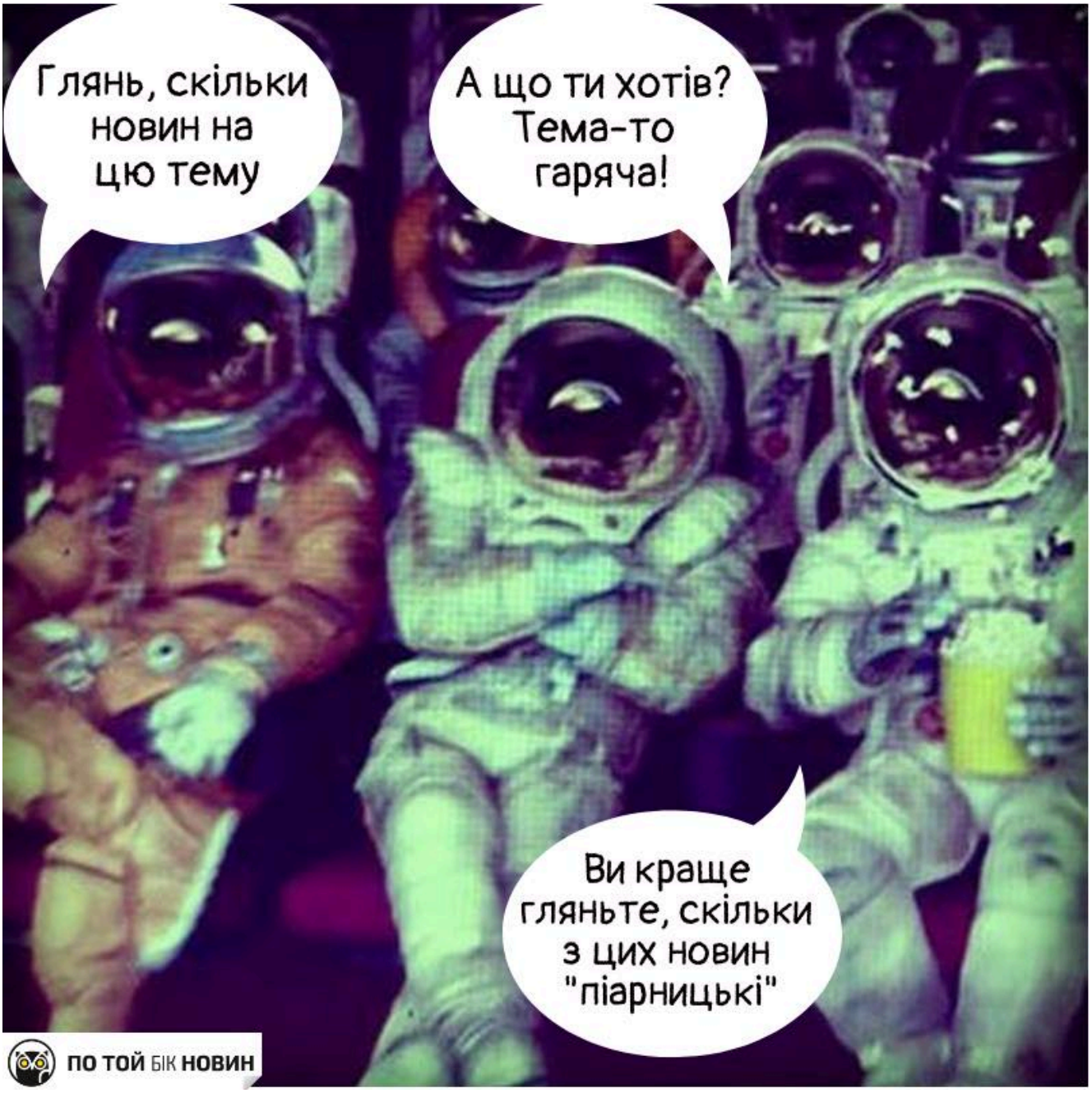
реакцій «обоже, яка маячня». Більше того, інколи таку реакцію вони викликають і в редакції, чо. Але така реальність» http://bit.ly/2taj7QA

У майбутньому Бігус таки планує зібрати у студії популяризаторів науки. Але й від неоднозначних гостей не збирається відмовлятися. Так, наприклад, він сказав, що хоче запросити в програму «прибічників теорії пласкої Землі». Якщо назбирається достатньо таких людей.

Нав’язані інформаційні приводи

Розкажемо трохи цікавого:)

Є таке поняття „інформаційний привід“ – щось важливе або значуще, що трапляється у суспільстві. Практично усі повідомлення в медіа можна поділити на два типи: тематичні (коли медіа цілеспрямовано висвітлює одну і ту ж тему з різних боків, в ретроспективі і тд) і новинні (ті, які щойно трапилися і про них треба обов’язково сказати, інакше – вони втратять свою актуальність).



Наприклад, ви дивитеся (краще – не треба) новинний випуск на одному із телеканалів, який вражає. Сюжет про дівчинку із дитбудинку і про життя у дитбудинках – це тематичний сюжет. Його можна показати сьогодні, завтра чи через тиждень – він цікавий і не втрачає своєї актуальності на відміну від іншої теми: якогось народного обранця застали за непристойною перепискою прямо таки на робочому місці. Це новинний сюжет, через два дні ця переписка буде уже мало кому цікава, бо виникне інший інформаційний привід. Тому новини – як гарячі пиріжки – поки теплі, доти смачні.

Одразу зазначимо, що інформаційні приводи є щодня. Так само як

щодня медіа приділяють увагу висвітленню тих чи інших подій. Це важливо, адже ми з вами повинні знати, що відбувається в світі. Для того, щоб ми мали достовірну інформацію, у журналістів є спеціальні стандарти, як висвітлювати теми. Наприклад, беземоційність, збалансованість, розмежування фактів та суджень, точність та правдивість інформації (насправді, тут багато дискусій ведеться, адже ще є стандарт оперативності, в гонитві за яким страждають навіть поважні медіа). Так от, якісні ЗМІ завжди стараються працювати відповідно до цих стандартів (так, помилки трапляються у всіх і це нормально. Важливо, щоб ЗМІ вміли їх визнавати і відповідно реагувати).

Але повернемося до тем, які висвітлюють медіа. Тут є цікава особливість. От згадайте будь-яку важливу тему або таку, що була на слуху певний час. Звісно, позови Портнова проти Порошенка або Ініціювання Росією обговорення мовного закону в ООН – мають значення і викликають резонанс. Є конкретний інформаційний привід. Його висвітлили, а далі починається найцікаваше. Кожен політик або експерт, які себе поважають, починають висловлюватися на цю тему. Давати контраверсійні позиції. Ці історії підхоплюють медіа і транслюють як новини. Частина цих повідомлень політиків або експертів – відверто піарницькі. Але журналісти не завжди відрізняють піарницьке походження теми. Особливо, коли потрібно поставити багато новин на сайт.

Взагалі тема може і виїденого яйця не коштувати, але завдяки вагомому спікеру можна запустити кілька інформаційних приводів, спровокувати обговорення, розігнати важливість через соціальні мережі і медіа про це напишуть. @Центр контент-аналізу провів цікаве дослідження, яке каже, що фактчекінг і стандарти ВВС ще не допомагають уникнути маніпуляцій. Журналісти і редактори мусять робити те, чого вони дуже не люблять робити: замислюватися про мотивації ньюзмейкерів.
Загалом, Організація дослідила, як „якісні“ медіа реагують на відверто піарні теми, коли ньюзмейкери роблять видимість

активних дій, а журналісти цілком об’єктивно висвітлюють їх.

Висновки дослідження такі:
– коли достатньо вагомий ньюзмейкер запускає певну тему, йому достатньо генерувати якомога більше інфоприводів, а також провокувати своїх опонентів на відповіді – і порядок денний медіа, навіть якісних, буде зазнавати впливу;
– у більшості випадків видання самі не роблять висновків про те, що тему запущено для піару, і не пишуть про це в редакційному тексті;
– а от якщо хтось із учасників дискусії говорить про те, що тема – нікчемна, запущена лише для піару, то це твердження зазвичай поширюється добре;
– якісні або майже якісні медіа майже ніколи не нагадують про піарну природу теми в бекграундах повідомлень (це останні абзаци в новині, де лінки на попередні новини з цієї теми).

Нам з вами треба пам’ятати, що ми відповідаємо за ту інформацію, яку сприймаємо і яку поширюємо. Давайте щоразу ставити собі запитання:
– навіщо ініціатор новини зробив певну дію, про яку ми можемо тепер говорити?
– Чи не варто цю тему проігнорувати як таку, що не матиме жодних наслідків?

Читайте весь текст дослідження тут: http://bit.ly/37QgG5c