

УДК 19.41

Таскара Б., Велитченко С.Н.

Международный университет информационных технологий, Алматы, Казахстан

МЕТОДЫ ФАКТЧЕКИНГА В ЦИФРОВЫХ СМИ: КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ

***Аннотация.** В эпоху новых медиа и глобального информационного общества вопрос проверки информации становится ключевым. Фейковые новости формируют неправильное мировоззрение у общества и влияют на восприятие информации. Фактчекинг и его роль в формировании новой системы журналистики требуют тщательного методологического подхода. В современный период развития новых медиа необходимо определить, насколько интернет-СМИ являются достоверным источником новостей; как новостные порталы проверяют источники информации; проанализировать важность фактчекинга. Эти концептуальные моменты и определили актуальность данной статьи.*

***Ключевые слова:** фактчекинг, проверка фактов, цифровые медиа, Интернет-СМИ, фейк.*

Введение

Сегодня возможности человечества в накоплении, обработке и распространении информации стали увеличиваться. Становление информационного общества постоянно совершенствующиеся цифровые технологии вызвали множество фундаментальных трансформационных процессов как в социальной системе, так и в медийной среде. На сегодняшний день появляется все больше и больше терминов, которые на самом деле не являются новыми. Обо всех понятиях в современных СМИ можно сказать «хорошо забытое старое», которые лишь поменяли название.

«Новые медиа» (англ. New media) – термин, который в конце XX века стали применять для интерактивных электронных изданий и новых форм коммуникации производителей контента с потребителями для обозначения отличий от традиционных медиа, таких как газеты. Этим термином обозначают процесс развития цифровых, сетевых технологий и коммуникаций. Конвергенция и мультимедийные редакции стали привычными элементами современной журналистики.

Новые медиа имеют три базовые составляющие: цифровой формат, интерактивность и мультимедийность. Интернет-СМИ – это посещаемые относительно большой аудиторией крупные сайты, которые обновляются по несколько раз в сутки и созданные, чтобы предоставлять именно журналистскую продукцию, социально значимую информацию: новости, статьи, интервью и т.д.

Fake news, то есть недостоверные, поддельные новости - это информационный продукт (новость, материал, статья, интервью, иллюстрация, видео), в составе которого частично или полностью отсутствует правдивая информация.

«Фактчекинг» в базис профессиональных понятий журналиста попал достаточно недавно. Однако за этим иноязычным понятием скрывается главная миссия любого «служителя пера» – сообщать и передавать информацию, отражающую реальную действительность. Так зачем тогда такое название, если можно ограничиться выражением «проверка фактов»?

Основная часть

Проблема уходит корнями в определение границ «журналиста». Около 10 лет назад журналистом считался любой работник редакции с профильным или околопрофильным

образованием. Однако модернизация информационного пространства, а именно появление социальных сетей, мессенджеров, изменили этот процесс. Массивный блок в виде «социальных сетей» стал выполнять функцию некоего информационного фильтра новостного потока. «Лидеры мнений» и «блогеры» в наши дни это не только часть этой культуры, но и создатели массовых убеждений. Теперь снимки обычных прохожих, репортажи популярных блогеров стали более ценным продуктом, чем снимок корреспондента редакции. Именно высокая скорость распространения информации привела к тому, что информацию нужно проверять более тщательно. Это обособило процесс проверки фактов и вывело его в отдельное направление – фактчекинг. Главная задача фактчекинга – установление истинных фактических данных, выявление манипуляции и борьба с тезисами популизма. Чтобы проверить достоверность тех или иных личностей, фактчекер использует информацию только из официальных государственных источников, общепризнанных международных организаций, официальные ответы государственных органов и экспертные комментарии, если таковые опираются на первоисточники. Фактчекер не пользуется инсайдерской информацией, прогнозами, гипотезами, предположениями. Редакционная политика фактчекинг-ресурсов предусматривает определенный алгоритм работы с аргументами и доказательной базой, а также имеет критерии оценки высказываний. На основе полученных данных фактчекеры создают рейтинги лжи.

Прародителем фейка была «газетная утка». Когда желтой прессе не доставало скандалов, интриг и расследований, она «запускала утку». Но, если утки придумывались больше для развлечения и их всегда можно было разоблачить, просто подумав над смыслом материала дольше обычного, то фейковая новость максимально похожа на настоящую. Порой настолько похожа, что даже суперпрофессиональные журналисты, работающие в авторитетных СМИ, не всегда могут разглядеть подделку.

Возможно, самое раннее опубликованное использование фразы «фактчекинг» можно найти в объявлении для TIME в выпуске Colliers 1938 года, в котором упоминается расширение «его исследователей и проверщиков фактов с десяти до двадцати двух».

Первым человеком, который официально занимался проверкой фактов была Нэнси Форд. Она работала в Woman's Home Companion и в начале 1923 года была нанята помощником секретаря, когда Люси и Хадден начали свою новую публикацию. Сначала ее работа заключалась в том, чтобы отмечать и вырезать интересные статьи из газет для авторов журнала, но вскоре задача расширилась до проверки основных дат, имен и фактов в готовых статьях TIME. Форду и ее коллегам - всем женщинам - было предложено бросить вызов персоналу редакторов и писателей, изначально состоящему исключительно из мужчин, что необходимо для работы процесса. «Забавно было то, что вы могли сказать то, что думали, - вспоминала она в интервью по устной истории, проведенном в 1950-х годах, - и не обязательно быть уважительным» [1].

Изначально фейки тоже возникали для развлечения, но с появлением социальных сетей стали полноценным инструментом наращивания подписчиков. Фейкмейкеры не следят всеми происходящими в мире событиями, они придумывают их сами или приукрашивают уже существующую, но скучную новость.

В последнее десятилетие появились целые структуры – так называемые «фермы фейков», которые осознанно производят лживые новости. При том эти структуры напрямую говорят, что это все шутки ради, сразу же понятно, что это неправда. Но пройдя через цепочку репостов, какая-то часть придуманного контента интуитивно переосмысливается и переходит в категорию традиционных новостей.

Термины «fake news», «клиповое мышление» и «постправда» появились в результате эволюции методов и источников передачи и приема информации. Они также являются

своего рода, побочными эффектами новых интернет-медиа. В современном мире все чаще действует правило: большой поток информации равно большое количество фейковых новостей. 2016 год стал годом, в котором большое влияние на общественное мнение общества оказывали фейк-новости [2, с.155]. А 2019 год во всем мире был объявлен «Годом борьбы с фейками в СМИ».

Фактчекинг – это не конституция, не закон, не декларация. Это комбинация из общечеловеческих качеств (ответственность, заинтересованность и равнодушие), совмещенное с отличным знанием медиарынка, новых технологий и сервисов.

Дословный перевод термина «фактчекинг» с английского языка – «проверка фактов». Это та же журналистика, только с более детальным вниманием к полученным данным и неустанным поиском доказательств. Проверка фактов - обязанность и большая проблема в работе современных СМИ. С появлением социальных сетей, мессенджеров, различных онлайн-порталов, работа с информацией усложнилась. Журналисты не успевают проверять источники информации, полагаются на общий источник, а иногда намеренно публикуют «фейковые» новости для ажиотажа и «хайпа». На сегодняшний день проверить информацию и легко, и сложно одновременно: ее поток и скорость распространения растут, так как профессиональная журналистика еще постоянно конкурирует с пользовательским контентом и блогосферой. Исследования в области медиaprостранства позволяют развивать новое особенное поднаправление журналистики «паражурналистику фейковых новостей» [3, с.156].

В данной статье автором за основу взято определение СМИ, содержащееся в Рекомендации Совета Европы. В данном документе предлагаются шесть фундаментальных критериев, которые должны быть соблюдены для включения в данный термин:

- намерение выступать в качестве СМИ;
- цель и основные задачи СМИ;
- редакторский контроль;
- профессиональные стандарты;
- пропаганда и распространение информации;
- общественные ожидания [4].

Таким образом, новое понятие медиа охватывает все типы старых медиа (независимо от национального законодательства о любой регистрации медиа), а также включает «новые медиа» – блоги, сайты социальных сетей, обмен сообщениями по мобильным телефонам и другие относительно новые технологии (соответствует большинству критериев, предложенных СЕ).

Первым методом фактчекинга можно назвать критический подход. Он заключается в постоянном сомнении, профессиональном недоверии журналиста к спикеру. Журналист должен уметь отсекаать эмоции от фактов, а также понимать, что человек может украсить действительность для самопиара и украшения действительности. По мнению автора статьи, журналиста можно ассоциировать с сапером. Не нужно стремиться выдавать сенсации, лучше их проверить более детально. Например, тут может помочь сервис антиплагиата, который позволит определить, у кого из коллег текст новости уже опубликован. Вряд ли провинциальный казахстанский сайт выпустит новость о политических новшествах в Америке раньше ее авторитетных изданий. Логическая составляющая поможет нам понять, что это действительно фейк.

Вторым методом фактчекинга можно назвать методологический. Журналист обязан собрать некую узкоспециальную базу, т.е. прочитать историческую, художественную или политическую справку. Если это научный материал для проверки фактов нужно пользоваться специальными научными справочниками, изданиями, монографиями, а также

журналами с импакт-фактором. К этому методу можно отнести работу с фотографиями. Например, когда журналист публикует материал реального человека и использует фотографию, похожего на него, или же актера, но при этом указывает данные человека. Здесь можно выявить недостаток узких знаний в этой области. Наиболее грамотная аудитория может распознать этот фейк сразу.

Третьим методом фактчекинга можно выделить «метод маски» или психологический. Чтобы понять - факт это или вымысел, необходимо внедриться в социальную среду человека и разобраться, в каких ситуациях он может солгать, проследить за его физическими и внутренними реакциями на окружающий мир. К этому методу можно отнести работу с социальными сетями спикера: необходимо помнить о хакерских атаках и искажений аккаунта. Так же можно понять, что информация является фейком, если вдруг изменяется вектор и направленность публикаций. Для работы с социальными сетями необходимо полное погружение и особо тщательная проверка.

Важно отметить, что в качестве формата проверки фактов можно использовать только фактическую информацию, а не общие нарративы в обществе, поскольку они могут не соответствовать действительности. Для проверки повествований существует другой формат - развенчание. Развенчание - это формат смысла, устанавливающий журналистику, проверяющий общие нарративы в обществе. Этот формат в основном касается не фактической информации, а скорее концепции мифа. В то же время при проверке фактов и развенчании могут использоваться одни и те же методы работы, существенная разница заключается в объекте исследования. Оба формата работают с утверждениями, которые хорошо известны, сформулированы или воплощены в реальность (прошлое и настоящее). Еще один формат создания журналистики в контенте смысла работает с концепцией будущего. Отслеживание обещаний - это формат понимания журналистики, который систематизирует обещания, данные государственными чиновниками, и контролирует сроки их выполнения. Наконец, четвертый формат похож на развенчание и проверку фактов, но также имеет свои отличительные особенности.

Фактчекинг разделяют на предпроверку и пост-проверку. Перед публикацией из текста убирают фактоиды, неточности, опечатки. Это помогает избежать проблем, например, отстранения от работы, или более серьезных, судебных процессов. Фактчекинг обычно делает сам журналист и редактор, но в некоторых СМИ есть должность штатного фактчекера. Результатом постфактум проверки чаще всего становится еще одна внешняя публикация с подробным описанием неточностей. Это может быть и аналитическая заметка на другом сайте, и опровержение в том же СМИ.

Основу «доказательства» в фактчекинговой структуре составляют:

- тезис/заявление – утверждение, истинность которого надо доказать;
- аргументы и факты – это те истинные (достоверные);
- форма доказательства – способ или метод построения обоснованной логической связи

между анализируемым тезисом и приведенными аргументами.

Различают три основных вида фактчекинга:

Фактчекинг-аналитика – условно «классическая» форма построения материала по фактчекинговому концепту. Такой материал расследует одно заявление, которое может содержать один главный или один-два смежных тезиса, которые не нуждаются в отдельном исследовании, а само исследование требует использования широкой доказательной базы. Размер материала – 400-800 слов (реже – до 1 000 слов).

Фактчекинг-блиц – сокращенный вариант фактчек-аналитики. Используется, когда исследование заявления или тезиса не требует глубокого анализа и может быть

осуществлено с помощью 2-3 статистических выкладок или на основании 1-2 документов. Размер материала – 150-250 слов.

Фактчекинг-суперблиц – это компиляция элементов фактчек-аналитики и фактчек-блица. Применяется, когда:

– одно заявление содержит несколько коротких тезисов, каждый из которых требует отдельного, но не широкого исследования, может быть осуществлено с помощью 2-5 статистических позиций или на основе 1-3 документов;

– в случаях, если объектом исследования является пространное интервью лица, речь, отчет и каждый пункт-тезис требуют отдельного, но не глубокого исследования [5, с.155].

Факт – то, что действительно произошло или происходит. Но факт может быть подтвержден или опровергнут. В журналистской деятельности, сам факт лежит в основе любого материала, особенно расследования. С помощью них журналист (особенно фактчекер) может указать на связь конкретной ситуации с масштабной общественной проблемой, определить варианты развития событий. Факт в журналистике можно определить как достоверное отражение фрагмента реальности. Для журналиста/фактчекера объективное освещение событий означает правдивое воспроизведение фактов.

Фактчекинг в современной форме является вариантом журналистского расследования, потому что, по сути, имеет похожие общие структурные элементы, а именно:

- объект расследования или исследования;
- доказательную базу;
- ссылки на компетентные источники;
- комментарии экспертов;
- логический вывод.

Фактчекинг позволяет формировать и соблюдать культуру контента. Наша аудитория сможет «потреблять» качественную информацию, именно благодаря фактчекингу. Фейковые новости и наказания за них в свою очередь требуют принятия мер на законодательном уровне. Именно общая работа фактчекеров, журналистов и пиарщиков позволит сделать контент немного лучше. По словам одного из ведущих исследователей фактчекинга, кафедры ТРИТ Института массмедиа РГГУ Максима Корнева, «фактчекинг – ответственность, заинтересованность и равнодушие проверяющего (фактчекера), понимание медиаландшафта плюс знание технологий и сервисов» [6].

Заключение

Мир, в котором мы живем, наполнен всевозможными сообщениями. К счастью, некоторые люди хотят помочь нам получить немного больше знаний об истине. Существуют веб-сайты, такие как Snopes и Politifact, которые помогают подтвердить, что является правдой, и отфильтровать, что является ложным. Эти веб-сайты помогают нам продвигаться к более честному обществу, призывая тех, кто делает явно ложные заявления.

Фактчекинг в качестве метода работы журналиста предполагает ручной способ проверки достоверности информации. Данная компетенция диктует необходимость, поскольку велико распространение фейковых новостей. Любой современный журналист, который претендует на создание качественного контента, обязан пользоваться этой компетенцией. Фактчекинг составляет одну из частей медийно-информационной грамотности, поскольку является одним из навыков, который необходим современному журналисту.

Фактчекинг составляет одну из частей медийно-информационной грамотности, поскольку является одним из навыков, который необходим современному журналисту. Журналисты уже ввели в обиход наиболее удачные способы фактчекинга, например, определение достоверности источника. Для того, чтобы освоить компетенцию фактчекинга

на должном уровне необходимо внимательно изучить качество новости, проанализировать авторов, уровень грамотности, а также иметь развитое критическое мышление.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вот как первые специалисты по проверке фактов могли выполнять свою работу до появления Интернета [Электронный ресурс] URL: <http://time.com/4858683/fact-checking-history> (дата обращения: 11.11.2020)
2. Суходолов А.П., Бычкова А.М. «Фейковые новости» как феномен современного медиaproстранства: понятия, виды, назначения, меры противодействия/ А.П. Суходолов, А.М. Бычкова//Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т. 6. – № 2. – С.155-156.
3. Новые руководящие принципы в сфере СМИ [Электронный ресурс] URL: <https://www.coe.int/ru/web/portal/-/new-guidelines-on-media-pluralism-and-transparency-of-media-ownership>. (дата обращения: 11.11.2020)
4. Фактчекинг: 5 надежных способов проверить информацию [Электронный ресурс] URL: <http://mediatoolbox.ru/factchecking> (дата обращения: 11.11.2020)

REFERENCES

1. Here's How the First Fact-Checkers Were Able to Do Their Jobs Before the Internet [Electronic resource] URL: <http://time.com/4858683/fact-checking-history> (accessed: 11.11.2020)
2. Sukhodolov A.P., Bychkova A.M. «*Feykovyye novosti*» kak fenomen sovremennogo mediaprostranstva: ponyatiya, vidy, naznacheniya, mery protivodeystviya [«Fake News» as a phenomenon of modern media: concepts, types, destination, countermeasures] / A.P. Sukhodolov, A.M. Bychkova// Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki. - 2017. -T. 6, № 2. - С.155-156
3. *Novyye rukovodyashchiye printsipy v sfere SMI* [New media guidelines] [Electronic resource] URL: <https://www.coe.int/ru/web/portal/-/new-guidelines-on-media-pluralism-and-transparency-of-media-ownership>. (accessed: 11.11.2020)
4. *Faktcheking: 5 nadezhnykh sposobov proverit' informatsiyu* [Fact sheets: 5 reliable ways to verify information] [Electronic resource] URL: <http://mediatoolbox.ru/factchecking> (accessed: 11.11.2020)

Таскара Б., Велитченко С.Н.

Цифрлық БАҚ-та фактілерді тексеру әдістері: коммуникациялық аспекті

Аңдатпа. Жаңа медиа мен ғаламдық ақпараттық қоғам дәуірінде ақпаратты тексеру мәселе өзекті болып табылады. Қоғамда жалған жаңалықтар шынайы емес дүниетаным тудырып, ақпаратты қабылдауға әсер етеді. Журналистиканың жаңа жүйесін қалыптастырудағы фактілерді мұқият тексеру және оның рөлі әдістемелік тәсілді қажет етеді. Жаңа медианың дамуының қазіргі кезеңінде Интернет-медианың сенімді жаңалық көзі болып табылатындығын айқындау керек; жаңалық порталдары ақпарат көздерін тексеру әрекетін және фактчекингтің маңыздылығын талдау. Бұл тұжырымдамалық түйіндер осы мақаланың мазмұндылығын анықтады.

Түйінді сөздер: фактчекинг, фактчекинг, сандық медиа, интернет-медиа, фейк, фейк жаңалықтар

B.M. Taskara, S.N. Velitchenko

Fact checking methods in digital media: a communicative aspect

Abstract. In the era of new media and the global information society, the issue of information verification becomes key. Fake news creates a wrong worldview in society and affects the perception of information. Fact checking and its role in shaping a new system of journalism requires a careful methodological approach. In the modern period of development of new media, it is necessary to determine to what extent Internet media are a reliable source of news; how news portals check sources of information; analyze the importance of fact-checking. These conceptual points have determined the relevance of this article.

Key words: fact-checking, fact checking, digital media, Internet-media, fake, fake news

Авторлар туралы мәлімет:

Тасқара Балнур, Халықаралық ақпараттық технологиялар университетінің 1 курс магистранты

Велитченко С.Н. – филология ғылымдарының кандидаты, Жоғары аттестаттау комиссиясының доценті, Ресей Жаратылыстану ғылымдары академиясының профессоры, Халықаралық ақпараттық технологиялар университетінің Медиакоммуникация және Қазақстан тарихы кафедрасының доценті

Сведения об авторах:

Тасқара Балнур, магистрант 1 курса Международного университета информационных технологий

Велитченко С.Н. – кандидат филологических наук, доцент ВАК, профессор Российской академии естествознания, ассоциированный профессор кафедры Медиакоммуникаций и истории Казахстана Международного университета информационных технологий

About authors:

Balnur M. Taskara, 1year master's student at the International University of Information Technologies

S.N. Velitchenko – Candidate of Philology, Associate Professor of the Higher Attestation Commission, Professor of the Russian Academy of Natural Sciences, Associate Professor of the Department of Media Communications and History of Kazakhstan at the International University of Information Technologies