

РАЗДЕЛ 2

ЖУРНАЛИСТИКА: СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА И КЛЮЧЕВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

ЯВЛЕНИЕ ФАКТЧЕКИНГА В СОВРЕМЕННЫХ ЖУРНАЛИСТСКИХ ПРАКТИКАХ

А.В. Белоедова

В статье характеризуется фактчекинг как процедура проверки достоверности полученных фактов в СМИ. Автор обращается к истории становления данного явления, проектам фактчекинга в профессиональной и непрофессиональной журналистике. В статье представлен обзор ресурсов и площадок по фактчекингу, а также описаны принципы фактчекинга, практикуемые конкретными медиаресурсами. Отмечается необходимость формирования медиаграмотности и критического анализа информации со стороны массовой аудитории.

Ключевые слова: фактчекинг, достоверность, фейковая журналистика, шкала истинности, медиаграмотность.

FACT CHECKING IN CONTEMPORARY JOURNALIST PRACTICES

A.V. Beloedova

The paper characterizes fact checking as a procedure of gathered facts validation in mass media. The author refers to the history of the phenomenon, and fact checking projects in the professional and non-professional journalism. The paper observes the resources and platforms for fact checking, and it also describes the principles of fact checking in the practice of certain media resources.

Keywords: fact checking, reliability, fake journalism, scale of validity, media literacy.

Журналистика сегодня получила немало негативных номинаций – журналистика «секонд хэнд» [Короченский 2015: 206], журналистика *постправды* [Мельникова 2017: <http://>], *фейковая* журналистика [Ильченко 2016: 14], журналистика «с пониженной социальной ответственностью» [Яременко 2017: <http://>]. Все эти определения отражают состояние современной информационной среды, в которой все чаще встречаются газетные утки, сплетни, слухи, домыслы, фактоиды, различные виды манипуляций, джинса, фейки, ошибки и опечатки. Всему этому противостоит такое направление профессиональной деятельности журналиста, как фактчекинг.

Фактчекинг (англ. *fact checking*) – проверка, процедура, метод проверки достоверности полученных фактов в СМИ. В основе работы с фактической составляющей журналистского текста лежит знание новостной картины мира и умение быстро находить и проверять нужную информацию. Фактче-

кинг появился в первой половине XX в., а в отдельное направление и профессию сформировался в США в 30-е годы. Сначала фактчекеры проверяли данные в материалах непрофессиональных журналистов, работали с информацией, присланной читателями или экспертами (*users generated content*). Особое внимание при проверке уделялось статистическим данным, цифрам, именам и т.д. Сегодня фактчекинг в авторитетных изданиях – это не только техническая работа с поступающей извне информацией в редакцию, но и проверка материалов штатных журналистов. Согласно исследованию *Columbia Journalism Review*, особое внимание фактчекингу уделяется в немецком журнале *Spiegel* [Лоссан 2015: <http://>]. В данном журнале деятельностью по проверке информации занимается 80 сотрудников, в число которых входят специалисты из разных областей знаний, а также люди, свободно владеющие иностранными языками.

Интернет дал возможность функционированию новых ресурсов. В 2003 г. появился некоммерческий проект Университета Пенсильвании – FactCheck.org (<http://www.factcheck.org/>), который в качестве своей миссии обозначил следующую деятельность: «*We are a nonpartisan, nonprofit “consumer advocate” for voters that aims to reduce the level of deception and confusion in U.S. politics. We monitor the factual accuracy of what is said by major U.S. political players in the form of TV ads, debates, speeches, interviews and news releases*»¹. Цель данного проекта – снизить уровень обмана в политике США путем фактчекинга выступлений политиков.

Аналогичный проект – PolitiFact.com (<http://www.politifact.com/>) был создан в 2007 г. редакторами и репортерами независимой газеты во Флориде *Tampa Bay Times*. Чуть позже на базе этого ресурса появился еще один проект PunditFact, посвященный экспертам по проверке фактов. В 2013 г. ресурс опубликовал свод принципов своей работы «*The Principles of PolitiFact, PunditFact and the Truth-O-Meter*» (PolitiFact.com, 01.11.2013). Рассмотрим его наиболее интересные положения.

Оценка точности и достоверности высказываний осуществляется по шкале «от истины до лжи» («*the Truth-O-Meter*»), где крайняя степень лжи получает самую низкую оценку – «*Pants on Fire*»². PolitiFact проверяет высказывания политиков на всех уровнях, претензии групп, вовлеченных в политическую дискуссию, заявления экспертов, обозревателей, блогеров, политических аналитиков, участников и создателей ток-шоу на политические темы, или публикации в СМИ.

На первом этапе фактчекинга отбираются утверждения для проверки («*choosing claims to check*»). Ежедневно сотрудники PolitiFact и PunditFact занимаются поиском наиболее важных политических заявлений. В радиус

¹ «Мы являемся политически не ангажированным, некоммерческим «защитником интересов избирателей», которые стремятся снизить уровень мошенничества и путаницы в политике США. Мы контролируем актуальность того, что говорят крупнейшие американские политические игроки в телевизионных промо-роликах, дебатах, выступлениях, интервью и пресс-релизах» (перевод авт.).

² Идиоматическое выражение со значением «смехотворная ложь», близко по значению русской идиоме «на воре и шапка горит».

поиска попадают речи политиков, новости, пресс-релизы, рекламные брошюры, теле- и радиопередачи, публикации в социальных сетях. Сотрудники отсеивают мнения и мелкие «ошибки», связанные с неточным выбором языковых средств, они отбирают только те факты и утверждения, увидев которые, обычный человек может задаться вопросом: а правда ли это?

На втором этапе проверяются источники, из которых получены спорные сведения («*transparency and on-the-record sources*»). После проверки на ресурсе публикуется список источников, где каждый из них имеет отметку на шкале «от истины до лжи». Аудитории предоставляется возможность самой выбирать, доверять им или нет.

Собственно шкала «The Truth-O-Meter», целью которой является отражение относительной точности утверждения, состоит из шести отметок.

TRUE (истина, правда) – заявление является точным и достоверным.

MOSTLY TRUE (в основном правдивое) – заявление является точным, но нуждается в уточнении или приведении дополнительной информации.

HALF TRUE (полуправда) – утверждение является частично точным и достоверным, но в нем упущены важные детали или не учтен контекст высказывания.

MOSTLY FALSE (в основном ложь) - утверждение содержит элементы истины, но игнорирует важные факты, которые могут создать другое впечатление о высказывании.

FALSE (неправда) – утверждение является ложным.

PANTS ON FIRE («смехотворная» ложь) - заявление является не просто лживым, но и смехотворным.

В основу шкалы «the Truth-O-Meter» заложены следующие принципы:

1. *Words matter* (значение слова). Редакция уделяет особое внимание форме выражения утверждения. Является ли оно сухой репрезентацией факта или имеет и смягчающие слова и выражения.

2. *Context matters* (учет контекста). Редакция рассматривает полный контекст, в который погружено высказывание, учитывает комментарии, сделанные до и после высказывания, повод, породивший его, и точку зрения человека, которому оно принадлежит.

3. *Burden of proof* (бремя доказывания). Бремя доказывания достоверности высказывания лежит на персоне, которая делает то или иное заявление, поэтому именно они должны нести ответственность за свои слова и представить доказательства, которые их подтверждают.

4. *Statements can be right and wrong* (утверждения могут быть верными и неверными). При оценке заявления, содержащего два и более фактологических утверждения, редакция дает общую оценку достоверности и точности высказывания, учитывая точность и достоверность каждого из них.

5. *Timing* (сроки). Решение о достоверности высказывания принимается с учетом времени, когда оно было сделано и имеющейся на то время информации.

Непосредственный процесс оценки достоверности высказывания («*process for Truth-O-Meter rulings*») осуществляется одним автором, который составляет экспертную статью и располагает материал на шкале «от истины до лжи», сопровождая свои выводы доказательствами. Затем этот материал рассматривается группой редакторов, в которую входит не меньше трех человек, выносящих окончательный вердикт. Результат проверки публикуется на сайте, где каждый читатель может обратиться в редакцию, если найдет ошибку. Тогда будет проведена дополнительная проверка, и по ее итогам в опубликованном материале будут сделаны пометки о корректировке и ее причине.

Сегодня подобные проекты охватывают не только политическую сферу, но вообще все сферы, которые попадают в поле внимания журналистов. Примером может служить популярный проект, посвященный фактчекингу, – The Fact Checker (<https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/>), который функционирует при газете Washington Post. Девиз проекта представлен в виде цитаты британского журналиста, издателя и политика Чарльза Скотта, ставшей афоризмом: «*Comment is free, but facts are sacred*» («Комментарии свободны, но факты священны»). Автор проекта Гленн Кесслер (Glenn Kessler).

Довольно известным является еще один фактчек-проект – First Draft (<https://firstdraftnews.com/>) Клэр Вардл. Данный проект уникален тем, что он предоставляет практические и этические рекомендации в отношении поиска, проверки и публикации информации, полученной из социальных сетей («*We provide practical and ethical guidance in how to find, verify and publish content sourced from the social web*»). Среди партнеров проекта значатся более влиятельные и популярные СМИ, интернет-ресурсы, социальные сети. Основными причинами распространения дезинформации проект называет некачественную журналистику, пропаганду, политическое влияние на СМИ, личная выгода журналистики и ее желание развлечь аудиторию. Клэр Вардл призывает профессиональных журналистов объединяться посредством своего ресурса, так как участники First Draft перепроверяют друг друга, тем самым повышая достоверность информации, тиражируемой СМИ.

О фактчекинге задумались не только СМИ. 7 апреля 2017 г. в поисковой системе Google появилась новая функция³, которая поможет проверить пользователю достоверность информации, которая выдается по запросу. Объясняется это тем, что изначальная цель создания Google заключалась в помощи людям находить полезную информацию и качественный контент. Но сегодня пользователь сталкивается с тем, что в Интернете публикуется масса информации, которая не соответствует действительности. Это затрудняет людям процесс разграничения фактов и фикций. Именно поэтому Google предоставил в нескольких странах возможность показывать в новостях тег «Проверка фактов». Эта метка ставится тогда, когда информация проверена редакцией или организациями, проверяющими факты. На присоединение к

³ Fact Check now available in Google Search and News around the world // Google. – 2017. – 07 апреля. – Режим доступа: <https://blog.google/products/search/fact-check-now-available-google-search-and-news-around-world/>

проекту может претендовать любое издание, которое будет алгоритмически определено как авторитетный источник информации. В перечень оценщиков подлинности новостей уже вошли BBC, CNN, The Guardian, The New York Times и ещё 111 компаний.

Социальные сети также прилагают усилия по отсеву из информационной среды фейковых новостей. Facebook, например, не дает пользователям поделиться новостью, если ранее ее достоверность была опровергнута («Facebook не разрешает размещать опровергнутые фейковые новости». Газета.ру. 23.03.2017). Данная функция была запущена в декабре 2016 г. совместно с организациями, занимающимися фактчекингом. Ресурс не просто не позволяет размещать недостоверное сообщение, но отсылает соответствующую информацию на сайты организаций, которые занимались ее проверкой, чтобы пользователь смог узнать причину блокировки.

В виду роста дезинформации журналисты все чаще говорят о необходимости повышения медиаграмотности аудитории СМИ. Под медиаграмотностью понимается опыт ориентирования в медиополе: *«Грамотный человек не тонет в потоке информации, а находит, оценивает и использует данные, чтобы эффективно решать ту или иную проблему»* («IT-гиганты свели сеть к котикам». Газета.ру. 31.01.2017). Первый и основной критерий наличия информационной грамотности – критическое мышление. О медиаграмотности беспокоятся и представители самой аудитории, создавая различные проекты, правда, вопрос об их объективности и «научности» подхода к анализу и оценке медиапродуктов и СМИ остается открытым. Например, портал для родителей «Научи хорошему» (www.whatisgood.ru) действует под девизом *«За возрождение нравственности в СМИ»*, выпуская видеобзоры с оценкой этой самой нравственности в популярных телешоу, мультфильмах, фильмах, музыке, журналах, компьютерных играх, сериалах и т.д. Автор обзоров готов представить свое «экспертное» мнение буквально по любому медиапродукту. Вместе с тем язык этих материалов и эмоциональный посыл аудитории вызывает скорее удивление, так как чуть не во всем авторам видится пропаганда растления, сексуальной распушенности, педофилии, ср.: *«Журнал Maxim – инструмент вовлечения девушек в занятие проституцией»* (Научи хорошему. 09.07.2015).

Есть и еще один сайт – «Газета о газетах» (www.gazetaogazetah.ru), который появился относительно недавно, в октябре 2016 г. Его цель – разоблачение лжи СМИ, однако разоблачать их предлагается каждому желающему. Создатели проекта со страниц сайта призывают: *«Каждый твой разоблачительный пост – это шаг на пути к победе ПРАВДЫ над ЛОЖЬЮ, честной и объективной журналистики над продажной «жёлтой прессой»*. На основе критики медиааудитории составляется рейтинг «Недоверия» (<http://gazetaogazetah.ru/rating/>) проекта. Любопытно, что возглавляют этот рейтинг такие СМИ, как «ЭХО Москвы» (самый высокий показатель недоверия), радио «Свобода», «Новая газета», портал «Медуза» и т.п.

Более системный и объективный подход к оценке информации и повышению медиаграмотности аудитории предлагают сами СМИ. Например, интересный алгоритм разработан порталом «Медуза» («Как (и где) читать новости». 09.08.2016). Во-первых, читателю предлагают обратить внимание *на подачу новости* – это заголовок и первый абзац, они должны совпадать по смыслу. Если в заголовке что-то представлено как факт, а в первом абзаце – как предположение или возможность того, что это будет сделано, есть повод усомниться в достоверности источника и сообщаемой информации. Следующий этап – это оценка *интонации* подаваемого материала, так как, по справедливому мнению «Медузы», достоверные новости написаны незэмоционально, без использования агрессивной лексики. Еще одним показателем надежности информации являются *источники*, которые демонстрируются в материале. Хорошим ориентиром для читателя являются ссылки на официальные материалы (законы, пресс-релизы), качественные федеральные СМИ («Ведомости», РБК.ru, «Коммерсант») и новостные агентства («Интерфакс», ТАСС, «РИА Новости»). Ссылки же на анонимные источники должны насторожить, особенно тогда, когда на основе них написан материал в издании, которое нельзя отнести к качественным. Стоит обратить внимание и на *цитатный материал*, используемый в публикации. Чьи слова приводит журналист: участника ли событий или человека, который не имеет никакого отношения к сути новости. Портал «Медуза» считает, что поводом усомниться в информации является и тот случай, когда *о каком-либо событии сообщает только одно СМИ*. Стоит оговориться, что большое значение в этом случае имеет репутация издания.

Следующим маркером недостоверности информации в журналистском тексте может считаться *однобокая подача события*. Журналисты «Медузы» призывают читателей обращать внимание на то, представлены ли в тексте все стороны конфликта, дали ли высказаться второй стороне или хотя бы предприняли попытку обратиться к ней за комментарием. Добросовестный новостник в самом материале делает оговорку, что на новость пока не отреагировали. Дополнительным способом проверить достоверность сообщаемой информации может быть ее *поиск в других СМИ*, как минимум, в трех. Материал «Медузы» «Как (и где) читать новости» - это своеобразное руководство для читателя, которое поможет ему сориентироваться в обилии новостных СМИ. Главная рекомендация звучит так: *«Когда читаете новость в любом издании, всегда сомневайтесь в написанном. Сомнение – лучший способ не быть одураченным»* (Медуза. 09.08.2016).

Повышение медиаграмотности аудитории некоторые СМИ ставят своей приоритетной задачей. В этом плане интересен белгородский проект «Понимание медиа» от молодежного журнала «ОнОнас», который был оформлен и выпущен в виде специального выпуска (№ 09 (33). 2016). На 94 страницах журналисты попытались объяснить аудитории, что такое медиа и какова специфика их функционирования.

Обсуждение способов фактчекинга предлагается в публикации «Tips from Dutch youth publisher on checking content» <«Советы от издателя для юных голландцев по проверке информации» (WAN-IFRA, 27.02.2017 г.)>, опубликованный на сайте известной организации WAN-IFRA (WAN-IFRA - The World Association of Newspapers and News Publishers, официальный сайт: <http://www.wan-ifra.org/>), в котором представлены алгоритмы проверки информации, опубликованной в СМИ, отдельно для подростков и отдельно для детей, в возрасте от 7 до 12 лет.

Таким образом, можно отметить, что современные принципы фактчекинга базируются на профессионально-этических принципах журналистики, таких как достоверность, объективность, беспристрастность, точность, которые являются необходимым условием высокопрофессиональной деятельности журналиста. Соблюдение этих принципов выступает залогом доверия аудитории и фактором, формирующим репутацию издания. В то же время принципы фактчекинга из чисто журналистской практики переходят и в сферу новых медиа – разрабатываются стандарты качества проверки информации для поисковых систем и социальных сетей. Фактчекеру необходимо знание новостной картины мира и умение не просто находить нужную информацию, а обладать навыком ее верификации.

Литература

1. The Principles of PolitiFact, PunditFact and the Truth-O-Meter // PolitiFact.com. – 2013. - November 1st. – Режим доступа: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/> (Дата обращения: 09.08.2017).
2. Tips from Dutch youth publisher on checking content // WAN-IFRA. – 2017. - 27 февраля. – Режим доступа: <http://www.wan-ifra.org/articles/2017/02/27/tips-from-dutch-youth-publisher-on-checking-content> (Дата обращения: 23.08.2017).
3. Ильченко С. Н. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2016. – Т. 22. № 3 (153).
4. Как (и где) читать новости // портал «Медуза». – 2016. – 09 августа. – Режим доступа: <https://meduza.io/cards/kak-i-gde-chitat-novosti> (Дата обращения: 12.08.2017).
5. Короченский А. П. Мировая журналистика: история, теория, практика : сборник науч. и публицистич. работ. Белгород: ИД «Белгород», 2015.
6. Лоссан А. Weeeeeeeeeee или нашествие зомби: зачем врут журналисты // Republic – 2015. – 15 апреля. – Режим доступа: <https://republic.ru/posts/50477> (Дата обращения: 09.08.2017).
7. Мельникова Я. Эпоха сетевой недостоверности как бесконечная эксплуатация эмоций // Mediakritika.by. – 2017. – 04 апреля. – Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/4617/epoha-setevoy-nedostovernosti-kak-beskonechnaya-ekspluataciya-emociy> (Дата обращения: 23.07.2017).
8. Понимание медиа // ОНОНАС. Специальный выпуск. 2016. № 09 (33).
9. Яременко Н. Аттракцион кривых зеркал // Завтра. – 2017. – 19 июля. – Режим доступа: http://zavtra.ru/blogs/attrakcion_krivih_zerkal (Дата обращения: 19.08.2017).