

*Е.М. Понякинова (Россия, Тольятти)
Научный руководитель М.В. Орлова*

ФАКТЧЕКИНГ И ВЕРИФИКАЦИЯ ИНФОРМАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-СМИ

В связи с переходом большинства изданий на интернет-платформу становятся еще более востребованы фактчекинг и верификация, поскольку журналистам необходимо оперативно доносить информацию до аудитории, при этом сохраняя ее объективность. Автором тезисов рассматриваются факторы, затрудняющие проверку информации, и формулируются рекомендации относительно достоверного изложения полученных сведений. Также автор описывает трансформацию фактчекинга в интернет-СМИ и способы его использования при создании сетевого журналистского текста. Автор приводит аргументы, подтверждающие необходимость проверки информации журналистами, которые работают в сетевых СМИ.

***Ключевые слова:** фактчекинг, верификация, сетевые СМИ, интернет-СМИ, журналист, журналистика, информация, массовая информация.*

С развитием интернет-СМИ повышается актуальность проверки информации и тщательного подхода к публикации контента. Фактчекинг и верификация всегда были основными инструментами при создании журналистских материалов. Но с изменением темпа жизни, оперативным размещением информации в социальных сетях все острее обозначается проблема фактической достоверности публикуемой информации. Из-за потребления некачественного контента у аудитории складывается недоверительное отношение к СМИ и – как следствие – снижается интерес к потреблению массовой информации. В связи с этим, несмотря на современные цифровые перемены, фактчекинг и верификация остаются необходимыми компонентами в работе журналиста. В данный период наблюдается трансформация способов проверки данных и увеличение числа их вариаций. Новые способы проверки информации, которые сегодня характерны для интернет-СМИ, остаются не полностью изученными, что подтверждает актуальность данного исследования.

Прежде чем приступить к поиску эффективных методов проверки информации в интернет-СМИ, обратимся к обозначенной терминологии. Под фактчекингом понимают процесс проверки фактических данных, встречающихся в тексте и не являющихся вымышленными, для определения их достоверности. «Фактчекинг направлен на определение правдивости информации, соответствия ее эмпирической действительности»[1]. Термин «верификация» означает подтверждение истинности утверждений при помощи тщательной проверки. «Верификация информации стала обозначаться «процессом, являющимся неотъемлемой частью производства и распространения новостного контента

и требующим профессионального определения точности источника информации и ее содержания»[1].

Термин «фактчекинг» вошел в нашу жизнь именно благодаря традиционным средствам массовой информации и Интернету, тогда как термин «верификация» используется во многих сферах деятельности, таких как философия, банковская система, система качества и другие [1]. Обычно процесс проверки информации у журналиста занимает от нескольких минут до получаса, вне зависимости от его опыта работы [1]. Но существует ряд факторов, затрудняющих проверку данных. Среди них нехватка времени (погоня за сенсацией, желание опередить конкурентов и т.д.), закрытость источников (специалисты не желают делиться информацией с журналистами), халатность и невнимательность самого журналиста, замалчивание информации источниками. Чаще всего проверке подвергаются такие данные, как статистика, цитаты, цифры, имена и фамилии, фото, видео, посты в социальных сетях, должности спикеров[1].

С распространением блогинга, социальных сетей журналист все еще остается «достоверным источником», который не имеет права «распускать слухи». Поэтому и журналистская профессия, и методы фактчекинга по-прежнему востребованы обществом.

Методы фактчекинга:

1) Журналисту необходимо работать с первоисточником. Обращаясь за информацией в другие СМИ или получая информацию от приближенного к источнику человека, журналист рискует исказить факты.

2) Обращение к трем (не менее) независимым источникам. Журналисту необходимо рассматривать несколько точек зрения. Это повысит объективность сообщаемой информации.

3) Разговор с экспертом. Экспертное мнение может помочь в интерпретации фактов и их отражении.

4) Не каждая сенсация достоверна. В погоне за эксклюзивной новостью у журналиста не всегда получается убедиться в достоверности собранной информации, что приводит к необъективной интерпретации.

В трансформирующейся системе СМИ исследователи отмечают появление дополнительных способов проверки информации, характерных непосредственно для интернет-СМИ.

5) Умение распознавать фейки. Существуют ресурсы, которые преднамеренно и непреднамеренно создают фейковые (ложные) новости. Непреднамеренные фейки – это опечатки и неточности, связанные с невнимательностью журналиста, их несложно отметить в тексте [1]. Преднамеренные фейки – это манипулятивные источники, которые умышленно создают ложный контент [1].

6) Осторожность в использовании социальных сетей. Журналисту необходимо проверять подлинность аккаунта, а также фото и видео на предмет их отношения к месту действия, времени создания. Помимо контента, жур-

налистам следует проверять и сам источник (кто опубликовал новость, когда опубликовал, фейковая она или нет) [1].

Применение на практике обозначенных методов проверки достоверности информации могут позволить интернет-СМИ включить в контент такой информационный элемент, как дейтлайн (dateline – англ.) [2]. Ряд сетевых СМИ уже рассматривают его как обязательный компонент новостного текста. *«В нем кратко сообщается, где и когда происходит событие, а также добавляется имя агентства. К примеру, «Москва, 15 января (Reuters)». Дейтлайны не только позволяют идентифицировать, когда и где произошло событие, но и какое конкретно агентство сообщило новость»* [2]. Этот элемент текста является своего рода доказательством достоверности публикуемой информации, что повышает доверие к изданию.

Таким образом, в условиях развития интернет-СМИ необходимость проверки информации становится еще более актуальной. Отдавая приоритет оперативности, журналист зачастую забывает о качестве публикуемого контента. Фактчекинг и верификация информации способствуют объективности публикуемых материалов. Если журналист будет применять все описанные методы работы по проверке фактов, это положительно скажется на привлечении аудитории, повысит интерес и доверие к СМИ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Соколова, Д. В. Фактчекинг и верификация информации в российских СМИ: результаты опроса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vestnik.journ.msu.ru/books/2018/4/faktcheking-i-verifikatsiya-informatsii-v-rossiyskikh-smi-rezultaty-oprosa1/> (дата обращения: 14.04.2019).

2. Дьякова, Т. В. Основные принципы и структура новостных сообщений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <file:///C:/Documents%20and%20Settings/User/Мои%20документы/osnovnye-printsipy-i-struktura-novostnyh-soobscheniy.pdf> (дата обращения: 14.04.2019).

*Т. О. Попова (Россия, Самара)
Научный руководитель Н. А. Захарченко*

СОЦИАЛЬНЫЙ МЕДИАПРОЕКТ «ПРОФИ»: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В статье находят отражение основные принципы социальной журналистики, реализуемой на современном этапе в популярной форме медиапроекта. В частности, автор предлагает свой социальный проект, направленный на профориентацию воспитанников детских социальных приютов.

Ключевые слова: журналистика, социальный медиапроект, профориентация, детский социальный приют.