

Фактчекинг: опыт исследования и применения в России

Шляпина Ангелина Антоновна

Студент (магистр)

Южно-Уральский государственный университет, Факультет журналистики, Челябинск,
Россия

E-mail: angelinashlyapina@mail.ru

В статье приведены результаты мониторинга публикаций, касающихся современного состояния и применения фактчекинга в России, а также представлены результаты проведенного опроса, в котором выявляются причины, заставляющие аудиторию самостоятельно проверять факты, какие из источников аудитория считает достоверными и по каким признакам понимает, что перед ней фейк.

Ключевые слова: фактчекинг, фейк, проверка информации, СМИ, медиасреда.

УДК 316.77

Современное состояние информационного пространства можно охарактеризовать понятием «инфодемия». В данных условиях становится все сложнее фильтровать информацию. К тому же, аудитория не всегда обладает компетенциями, позволяющими выявлять фейки. Это, в свою очередь, способствует распространению ложной информации.

Поэтому фактчекинг (процесс, направленный на определение правдивости информации, соответствия ее эмпирической действительности, который противостоит намеренному искажению информации, фейковым новостям), является востребованным средством определения фейковых новостей и фактов, а необходимость обладать навыками фактчекинга является обязательной [3].

В ходе мониторинга опубликованных научных статей, посвященных фактчекингу, было выявлено, что большинство из них описывает процесс появления, тенденции развития и практическое применение фактчекинга в журналистике. При этом «фактчекинговая индустрия» является относительно новым явлением для отечественной журналистики [1]. Авторы выявляют проблемы, возникающие в ходе процесса проверки информации у профессионалов. Чаще всего в проверке нуждаются статистика, числа, цитаты, а также посты в социальных сетях. Ошибки появляются, как правило из-за халатного отношения к работе. [2]. Источниками некорректной информации выступают, как правило, другие СМИ, социальные сети и PR-службы. Чаще всего недостоверная информация встречается в статьях, освещающих общественные проблемы, политику и экономику [3].

Отметим наличие статей, посвященных медиаграмотности как инструменту противостояния дезинформации. Чтобы лучше понять насколько аудитория доверяет информации СМИ, нами был проведен собственный опрос, в котором приняли участие 63 респондента. Отметим, что помимо предложенных вариантов ответов, участники опроса могли предложить свой вариант ответа.

На вопрос: «*Что для вас является достоверным источником информации?*» большая часть респондентов выбрала ответ - официальные сайты организаций/учреждений. Также респонденты отмечали тот факт, что имеют целый комплекс источников, которые помогают им сформировать мнение. Также есть процент ответивших, считающих все источники информации ложными. На вопрос: «*Влияет ли репутация издания на ваше доверие к нему?*» - большинство респондентов ответило, что предпочитает сопоставлять различные точки зрения. Однако, издания с безупречной репутацией все равно являются предпочтительными в качестве источника получения новостей. Далее респонденты привели примеры фейков, с которыми им приходилось встречаться. В основном, это была

намеренно сконструированная ложная информация, мимикрировавшая под новость, реже встречались ошибки с цифрами и в именах/должностях.

Отвечая на вопрос: «*Что может подтолкнуть вас начать проверять информацию?*», практически все респонденты сошлись в едином мнении. К проверке информации подталкивает любой сомнительный факт, отсутствие/ сомнительность источников, расхождение с уже известными фактами, навязывание определенной точки зрения, очевидный «фотошоп», а также неприятный предыдущий опыт столкновения с недостоверной информацией.

Ответы на вопрос: «*Как вы осуществляете проверку информации?*» довольно разнообразны, но, в основном, респонденты готовы к поиску множества разнообразных источников, личного обращения к герою материала, поиску фото и видеоподтверждений, консультированию со специалистами, изучению справочной литературы.

Отметим, что аудитория сегодня не доверяет одному источнику информации. Она способна самостоятельно распознать фейки и предпринять усилия по проверке информации. Немаловажно и то, что аудитория подходит к данной проблеме осознанно, способна критически мыслить, а не слепо доверять транслируемой информации. В перспективе работа может быть продолжена.

Таким образом, с помощью нашего исследования мы постарались внести вклад в современные исследования фактчекинга российскими учеными, а также получить представление об использовании фактчекинга аудиторией в повседневной жизни.

Источники и литература

- 1) 1. Галаган Е.А. Российские медиапроекты по фактчекингу на примере «Проверено.Медиа» // Материалы XXXI научной конференции Амурского государственного университета. – 2022. – С. 204.
- 2) 2. Зуйкина К.Л., Соколова Д.В. Специфика контента российских фейковых новостей в Интернете и на телевидении // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика – 2019. – №4. – С. 8-14.
- 3) 3. Соколова Д.В. Фактчекинг и верификация информации в российских СМИ: результаты опроса // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2018. – №4. – С. 10-14.