

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ВЕРИФИКАЦИИ НОВОСТНОГО КОНТЕНТА РЕДАКЦИЯМИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СМИ БЕЛАРУСИ

И. А. Королев

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
iakorolev1996@gmail.com*

Изложены результаты анкетирования журналистов редакций государственных СМИ Беларуси, посвященного редакционным механизмам верификации контента. Проанализированы как количественные характеристики редакционного процесса: частота обращения журналистов к проверке информации, длительность процессов верификации; так и качественные: факторы, затрудняющие процессы верификации новостного контента, источники информации, типы верифицируемого контента и методы его проверки, а также отношение работников редакций к «фейковым» новостям и взаимодействию с социальными сетями.

Ключевые слова: верификация; проверка информации; новостной контент; «фейковые» новости; социальные медиа; социальные сети.

ANALYSIS OF THE CONDITION OF NEWS CONTENT VERIFICATION BY THE EDITORIAL OFFICES OF STATE MEDIA OF BELARUS

I. A. Korolev

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: I. A. Korolev (iakorolev1996@gmail.com)*

The article presents the results of a survey of journalists of the leading state-owned mass media of the Republic of Belarus on the applied mechanisms of content verification. Analyzed quantitative characteristics of editorial processes: frequency of journalists contacting to verify information, duration of verification processes; and qualitative ones: factors that impede the process of verifying news content, sources of information, types of content and methods for verifying it, as well as the attitude of journalists on fake news and their interaction with social networks.

Keywords: verification; news content; fake news; social media; social networks.

Стремительное развитие медиасферы Беларуси, ее трансформация под влиянием цифровизации и конвергенции СМИ с платформами социальных медиа способствовали значительному увеличению объемов и скорости циркуляции новостного контента, который редакциям СМИ необходимо оперативно и качественно обрабатывать.

В статье будут приведены результаты анализа состояния редакционного процесса верификации новостного контента в государственных СМИ Беларуси, проведенного методом онлайн-анкетирования в марте – мае 2019 года.

В исследовании приняли участие 28 журналистов, из которых 19 работают в печатных и онлайн-СМИ («Сельская газета», «Звезда», «СБ. Беларусь сегодня»), 3 в информационных агентствах («БелТА», «Минск-новости») и 6 – на телевидении («Столичное телевидение»).

В первую очередь, был проведен анализ количественных характеристик механизмов верификации новостного контента, который показал, что журналисты обращаются к верификации информации несколько раз в день, при этом большинство из них (60 %) затрачивают на процедуры проверки информации от 30 до 60 минут в день. Эти данные дают основание утверждать, что сегодня механизмы верификации контента плотно встроены в рабочий процесс сотрудников белорусских СМИ.

Исследование качественных характеристик редакционного процесса верификации контента показало, что основными факторами, затрудняющими процесс проверки информации, респонденты признали нехватку времени (70,4 %), отсутствие информации (44,4 %) и ее закрытость (40,7 %).

Опрос выявил, что наиболее часто используемыми источниками информации для редакций являются государственные организации (в том числе министерства, ведомства и СМИ) – 100 % и спикеры – 50 %, которых можно назвать надежными источниками. Наряду с государственными, респонденты обращались и к частным организациям (в том числе к СМИ) – 39,3 %, однако степень надежности этих источников не уточнялась, поэтому нельзя исключать, что они являлись в достаточной мере авторитетными и достоверными. При этом малое распространение получили менее надежные, а значит, и более трудоемкие в процессе обработки контента источники информации: аудитория социальных сетей (25 %) и блогеры (3,6 %).

Изучение типов верифицируемого контента показало, что сотрудники редакций при проверке информации чаще всего обращаются к верификации фактов/событий/явлений, статистических данных и уточнению ФИО/должностей/регалий. В то же время всего 25 % респондентов отметили в качестве «частых» процессов проверку фотоконтента и лишь 10,7 % признали таковой верификацию видеоконтента.

Примечательным оказался факт, что, невзирая на влияние цифровизации, редакционные сотрудники одним из самых распространенных методов верификации информации признали звонок спикеру, что говорит о высокой значимости традиционных журналистских методов работы и важности для журналистов личного контакта с источником информации. В то же время журналисты часто обращаются к использованию бесплатных сайтов (в т. ч. поисковых систем) и приложений, однако редко прибегают к использованию специализированных сайтов и так называемому «краудсорсингу», которые являются куда более трудоемкими и времязатратными методами верификации информации.

На основе результатов анализа было сделано предположение, что использование сотрудниками государственных СМИ Беларуси в основном проверенных и надежных источников информации, преобладание традиционных типов верифицируемого контента и методов его проверки взаимосвязано с низкой заинтересованностью журналистами проблемой «фейковых» новостей – «сфабрикованных новостных материалов, которые вводят в заблуждение реципиентов» [1, с. 102], «сообщений, стилистически созданных как настоящие новости, но ложных полностью или частично» [2, с. 143], – а также с незначительным влиянием на их работу социальных сетей.

В отличие от европейских и американских журналистов и пользователей, считающих «фейковые» новости одной из главных проблем информационного пространства [3; 4], 66,6 % сотрудников государственных СМИ Беларуси оценили значимость данной проблемы всего на 1-2 балла из 5, то есть как незначительную. Вдобавок к этому 50 % респондентов ответили, что крайне редко сталкиваются с «фейковыми» новостями. А несколько раз в неделю с «фейками» сталкиваются всего 21,9 % журналистов, что во многом говорит об их низкой активности в белорусском медиапространстве.

Отметим, что среди возможных факторов, влияющих на столь малую озабоченность журналистами проблемой «фейковых» новостей, можно выделить преобладание в белорусском медиапространстве новостей регионального уровня, спекулятивный потенциал которых априори невелик, а также в основном «импортный» характер появляющихся в отечественном медиаполе ложных сообщений.

Помимо довольно инертного использования журналистами социальных сетей как источника информации, результаты анкетирования показали, что сегодня сотрудники государственных СМИ Беларуси в целом используют в своей практике социальные сети лишь отчасти. А влияние социальных сетей на свою ежедневную работу респонденты в подавля-

ющем большинстве оценили как нейтральное или положительное. Особенно контрастно данные результаты выглядят на фоне европейского исследования 2017 года *Global social journalism study*, в ходе которого 57 % журналистов отчасти или полностью согласились с тем, что социальные сети в значительной мере «подрывают» традиционные журналистские ценности, в частности объективность журналистики [5].

Резюмируя, отметим, что вопреки некоторой инертности, присущей процессам адаптации редакционных механизмов белорусских СМИ к актуальным условиям функционирования медиасферы, проведенное исследование свидетельствует о трансформации к современным реалиям медиасистемы как отдельных журналистских практик и технологий, так и редакционных процессов в целом.

В то же время практика работы сотрудников СМИ с новостным контентом оказалась менее конвергентной, чем европейская и российская: белорусские редакционные сотрудники опираются в основном на надежные источники информации, используют традиционные методы ее проверки, акцентируют внимание на проверке контента, представленного в текстовом виде. Кроме того, для работников государственных СМИ Беларуси характерна низкая заинтересованность проблемой «фейковых» новостей, что можно объяснить региональным характером отечественной прессы, а также незначительное влияние на их работу социальных сетей, которое при этом оценивается как положительное.

Опираясь на зарубежный опыт, можно предположить, что по мере усиления процессов конвергенции редакций СМИ Беларуси с платформами соцмедиа, столь положительные оценки влияния последних на работу журналистов, а также низкая заинтересованность сотрудников СМИ проблемой «фейковых» новостей, рискуют измениться. Поэтому одна из приоритетных задач последующих исследований в области редакционных механизмов верификации информации – выработка предложений по увеличению скорости и повышению качества обработки редакциями новостного контента с целью гармонизация процесса конвергенции СМИ Беларуси с платформами социальных медиа.

Библиографические ссылки

1. Брусенская Л. А., Куликова Э. Г. «Фейк» как элемент манипулирования общественным сознанием // *Гуманитарные и социальные науки*. 2018. № 5. С. 101–112.
2. Суходолов А. П., Бычкова А. М. «Фейковые новости» как феномен современного медиапространства // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2017. Т. 6, № 2. С. 143–169.

3. Степанов В. А. Исследование: Фейковые новости в соцсетях популярнее их опровержений // TJournal. 2014 [Электронный ресурс]. URL: <http://tjournal.ru/p/rumours-shared> (дата обращения: 20.03.2019).
4. Фирма Mozilla запустила кампанию по борьбе с фейковыми новостями // РИАновости. 2017 [Электронный ресурс] URL: <https://ria.ru/20170809/1500099738.html> (дата обращения: 20.03.2019).
5. 2017 Global social journalism study // Cision. 2017 [Electronic resource]. URL: <https://clck.ru/Fm86A> (date of access: 20.03.2019).

МЕДИАТИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА И КОНВЕРГЕНЦИЯ СМИ КАК ВЗАИМОСВЯЗАННЫЕ ТРЕНДЫ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА

Е. В. Красовская

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
el.krasovskaya@yandex.ru*

Медиатизация общества является актуальным, но мало изученным вопросом в науке о журналистике. В статье выявляется взаимосвязь процессов медиатизации общества и конвергенции СМИ. Обозначаются проблемы традиционных СМИ, обусловленные развитием информационно-коммуникационных технологий и изменениями в медиапотреблении аудитории. Указываются возможные варианты модернизации региональных газет. Практические рекомендации, изложенные в статье, могут быть использованы в деятельности редакций СМИ.

Ключевые слова: медиатизация; конвергенция; региональные газеты; социокультурное пространство.

THE SOCIETY MEDIATIZATION AND THE MEDIA CONVERGENCE AS INTERRELATED TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE MODERN SOCIO CULTURAL SPACE

E. V. Krasovskaya

*Belarusian State University,
9, Kalvarijskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: E. V. Krasovskaya (el.krasovskaya@yandex.ru)*

The society mediatization is a topical issue nowadays. But it is not investigated in a science of journalism. The interrelation of the processes of