

ПРИНЦИПЫ ПРОВЕРКИ ИНФОРМАЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

И. А. Королев

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
iakorolev1996@gmail.com;
науч. рук. – В. П. Воробьев, канд. филол. наук, доц.*

На фоне коммерциализации медиарынка процессы проверки информации утрачивают свой методологический статус, все чаще становясь инструментом по достижению бизнес-целей редакций СМИ. В статье сформулированы принципы проверки информации в цифровой журналистике. Данные принципы могут стать методологическим основанием для реализации функционального потенциала процессов верификации и фактчекинга.

Ключевые слова: принципы верификации; принципы фактчекинга; объективность; правдивость; достоверность.

В отличие от традиционных принципов профессиональной этики журналиста, получивших глубокое и всестороннее отражение во множестве этических кодексов, принципы проверки информации (верификации и фактчекинга), а также стандартизация норм и правил проведения данных процедур не нашли столь широкого закрепления в кодексах и редакционных правилах. Так, «в 72 % редакций российских СМИ не выработан алгоритм проверки информации» [1, с. 12]; согласно исследованию автора статьи, в 50 % редакций крупных государственных СМИ Беларуси отсутствуют каким-либо образом формализованные правила проверки информации.

Между тем цифровизация журналистики наряду с коммерциализацией медиарынка все активнее лишает проверку информации ее методологического основания, переводя процессы верификации и фактчекинга в плоскость функциональных практик, способствующих достижению бизнес-целей редакций СМИ на медиарынке.

Как писал Е. П. Прохоров, «принципы строятся на базе знания очень высокого уровня, прежде всего знания общих законов данной сферы социальной практики, составляющих ее концептуальную базу, играющих роль упорядочивающего начала, благодаря чему определяются способы подхода и методы деятельности» [2]. Принципы взаимосвязаны с методами их изучения: «в соответствии с тем или иным принципом бытия определяются и методы его изучения» [3, с. 229]. Таким образом, определение принципов проверки информации сможет стать методологической базой, основанием для соответствующих методов и практик верификации и фактчекинга.

При формулировании принципов, которые могут составить методологический базис методов и практик верификации и фактчекинга, были проанализированы исследования Т. В. Шумиловой «Конфликт принципов журналистики» и Г. В. Чевозеровой «Система онтологических принципов журналистики», а также рассмотрены принципы проверки фактов одной из наиболее авторитетных организаций данной сферы – «Международной фактчекинговой сети Института Poynter» (The International Fact-Checking Network).

В ходе исследования были выделены следующие пять принципов проверки фактов: **принцип объективности, принцип прозрачности, принцип правдивости, принцип достоверности, принцип верности избранной позиции.**

Г. В. Чевозерова считает, что **принцип объективности** «влечет за собой требование использовать объективные методы исследования объектов и отображения результатов познания, обеспечивающие относительную объективность, то есть как можно большую степень соответствия самому предмету познания» [3, с. 231–232]. Значит, журналист при проверке фактов должен пользоваться как можно более объективными (научными) методами и инструментами познания. Такую возможность, в частности, дает использование технического инструментария проверки фактов, благодаря чему минимизируется субъективный фактор.

Принцип объективности может быть дополнен характерным для западной традиции **принципом транспарентности (прозрачности)**, когда редакция стремится сделать свою деятельность максимально ясной и понятной для аудитории. Так, в принципах «Международной фактчекинговой сети Института Poynter» сказано: «мы [члены нашей сети] предоставляем все источники достаточно подробно, чтобы читатели могли воспроизвести нашу работу, за исключением случаев, когда личная безопасность источника может быть скомпрометирована. В таких случаях мы предоставляем максимально подробную информацию» [4]. Прозрачность также касается и методологии проверки информации: «мы [члены нашей сети] объясняем методологию, которую мы используем при отборе фактов для исследования, а также при написании, редактировании, публикации отчетов проверки фактов и (в случае необходимости) исправлении в них ошибок» [4].

По мнению Т. В. Шумиловой, «принцип правдивости – следование истине факта. В зависимости от сложности объекта представление максимально необходимого количества фактов» [5, с. 163]. Перекладывая данный принцип на процессы верификации и фактчекинга можно уточнить, что проверка фактов должна производиться не выборочно, а комплексно, затрагивая все аспекты и грани изучаемого объекта.

«Принцип достоверности информации – проверка истинности фактов и доказательство их обоснованности с помощью практических, логических, экспериментальных и иных способов» [5, с. 163]. В данном случае категория истины / истинности является в большей мере аксиологическим ориентиром, к которому журналист стремится в своей повседневной практике. В то же время достоверность подразумевает доказательную базу, что является необходимым условием проверки фактов, особенно в тех случаях, когда установить полную достоверность не представляется возможным. Например, при проверке политических заявлений журналист не всегда имеет полный доступ ко всем источникам, ввиду чего оценка достоверности может быть относительна (в частности, Американским проектом по фактчекингу PolitiFact была разработана шкала The Truth-O-Meter, «целью которой является отражение относительной точности утверждения» [6, с. 49]).

Раскрыть **принцип достоверности** в области проверки информации позволяют такие методы, как звонок спикеру (официальному источнику); поиск первоисточника; подтверждение данных минимум из двух независимых (не аффилированных) источников; оценка степени заинтересованности источника информации в ее содержании; сопоставление информации с личными наблюдениями и с уже известными ранее сведениями; сопоставление информации с дополнительными данными (архивы, документы).

Завершающий принцип – **принцип верности избранной позиции** «предполагает, во-первых, последовательное отстаивание своей социальной позиции, не допуская отклонений по каким-то конъюнктурным мотивам», а также «накладывает обязательства особо строгого доказательства своей правоты» [5, с. 163]. Выведенный Т. В. Шумиловой принцип находит отражение и в принципах «фактчекинговой сети Института Poynter»: «мы [члены нашей сети] прозрачны в отношении своих источников финансирования. Если они принимают финансирование от других организаций, они гарантируют, что спонсоры не имеют влияния на выводы, к которым они пришли в своих отчетах» [4].

Из выведенных принципов также проистекают ментальные установки журналистов, в частности «скептическая настроенность журналиста к получаемой информации», работа над «поиском достоверных источников», развитие «сети надежных источников», «постоянный поиск новых инструментов верификации, общение с коллегами» [7, с. 22].

Данные принципы могут стать базой для дальнейшей стандартизации методов, практик и инструментов проверки информации в журналистике с целью повышения их эффективности.

Библиографические ссылки

1. Соколова Д. В. Фактчекинг и верификация информации в российских СМИ: результаты опроса // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. М. : МГУ. 2018. № 4. С. 3–25.
2. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики : учебник Hi-edu.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook714/01/topicsw.htm> (дата обращения: 23.04.2021).
3. Чевозерова Г. В. Система онтологических принципов журналистики // Вестник ВГУ. Сер. Филология. Журналистика. Воронеж : ВГУ. 2014. № 1. С. 229–234.
4. The commitments of the code of principles // Poynter.org [Electronic resource]. URL: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles> (date of access: 23.04.2021).
5. Шумилина Т. В. Конфликт принципов журналистики // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. М. : МГУ. 2011. № 1. С. 155–167.
6. Белоедова А. В. Явление фактчекинга в современных журналистских практиках // Дискурсология и медиакритика средств массовой информации : сб. науч. работ Междунар. науч.-практ. конф., НИУ «БелГУ», 4–7 октября 2017 г. Белгород : ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017. С. 47–53.
7. Silverman C., Tsubaki R. Verification Handbook: Necessary tools for breaking news // Journalism.co.uk. 2014 [Electronic resource]. URL: <http://www.journalism.co.uk/news/verification-handbook-necessary-tools-for-breakingnews/s2/a555728> (date of access: 23.04.2021).