



Организация
Объединенных Наций
по вопросам образования,
культуры и науки



ЖУРНАЛИСТИКА, ~~"ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ"~~ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

Руководство по академической и профессиональной
подготовке журналистов

Серия ЮНЕСКО по журналистскому образованию



Организация
Объединенных Наций по
вопросам образования,
науки и культуры

ЖУРНАЛИСТИКА, «ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ» И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

**Руководство по академической и профессиональной
подготовке журналистов**

Серия ЮНЕСКО по журналистскому образованию

Издано в 2019 Организацией Объединенных Наций
по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), Франция 75352,
Париж 07 SP, Площадь Фонтенуа, 7;

Перевод на русский язык выполнен Федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего образования «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)».

© UNESCO 2019 / ФГАОУ ВО «ЮУрГУ (НИУ) 2019

English version ISBN: 978-92-3-100281-6

ISBN: 978-92-3-400027-7



Данная публикация представлена в открытом доступе в соответствии с лицензией Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO): <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>. Обращаясь к этому пособию, пользователи принимают на себя обязательства по условиям использования репозитория открытого доступа ЮНЕСКО: <http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>. Оригинальное название книги – «Journalism, "Fake news" & Disinformation». Впервые она была опубликована в 2018 г. Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО). Презентация материалов и все обозначения в этой публикации не подразумевают выражения мнения со стороны ЮНЕСКО относительно правового статуса какой-либо страны, территории, города, района и их властей, а также относительно делимитации их границ или рубежей. Идеи этого издания принадлежат авторам, могут не совпадать с точкой зрения ЮНЕСКО и не связывают данную организацию какими-либо обязательствами.

Редакторы: Шерилин Аиртон и Джули Позетти

Авторы: Джули Позетти, Шерилин Аиртон, Клэр Уордл, Хоссейн Дерахшан, Элис Мэтьюс, Магда Абу-Фадил, Том Трюиннард, Фергус Белл, Алексис Манцарлис

Дополнительное исследование: Том Лоу

Графический дизайн: г-н Клинтон

Дизайн обложки: г-н Клинтон

Иллюстрации: ЮНЕСКО, Первый Драфт и Пойнтер

Полиграфия: ЮНЕСКО

Руководитель проекта: Южно-Уральский государственный университет,
Людмила Шестеркина

Перевод на русский язык: Южно-Уральский государственный университет,
Анна Красавина

Литературный редактор: Елена Хакимова

Напечатано: ЮУрГУ, Россия

Шерилин Аиртон

и Джули Позетти

Журналистика, «фейковые новости» и дезинформация

**Руководство по академической и профессиональной
подготовке журналистов**

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ <i>Гая Бергера</i>	9
ВВЕДЕНИЕ	18
<hr/>	
<i>Шэрилин Аиртон и Джули Позетти</i>	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДАННОГО РУКОВОДСТВА КАК ОБРАЗЦА УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ	34
<hr/>	
<i>Джули Позетти</i>	
МОДУЛЬ 1. Правда, доверие и журналистика: почему это имеет значение	43
<hr/>	
<u><i>Шэрилин Аиртон</i></u>	
<i>Краткое содержание</i>	43
<i>План</i>	46
<i>Цели модуля</i>	53
<i>Результаты учебной деятельности</i>	54
<i>Формат модуля</i>	54
<i>Предлагаемые задания</i>	55
<i>Литература</i>	56
МОДУЛЬ 2. Размышления об «информационном беспорядке»: форматы дезинформации, некорректной информации и утечек	58
<hr/>	
<u><i>Клэр Уордл и Хоссейн Дерахшан</i></u>	
<i>Краткое содержание</i>	58
<i>План</i>	59
<i>Цели модуля</i>	69
<i>Результаты учебной деятельности</i>	69
<i>Формат модуля</i>	69
<i>Предлагаемые задания</i>	72
<i>Материалы</i>	72
<i>Литература</i>	72

МОДУЛЬ 3. Трансформация новостной индустрии: цифровые технологии, социальные платформы и распространение дезинформации и некорректной информации 75

Джули Позетти

<i>Краткое содержание</i>	75
<i>План</i>	77
<i>Цели модуля</i>	89
<i>Результаты учебной деятельности</i>	89
<i>Формат модуля</i>	89
<i>Предлагаемые задания</i>	92
<i>Литература</i>	92

МОДУЛЬ 4. Борьба с некорректной информацией и дезинформацией с помощью медийной и информационной грамотности (МИГ) 95

Магда Абу-Фадиль

<i>Краткое содержание</i>	95
<i>План</i>	97
<i>Цели модуля</i>	102
<i>Результаты учебной деятельности</i>	103
<i>Формат модуля</i>	103
<i>Предлагаемые задания</i>	106
<i>Материалы</i>	106
<i>Литература</i>	106

МОДУЛЬ 5. Фактчекинг 101 109

Алексиос Манцарлис

<i>Краткое содержание</i>	109
<i>План</i>	109
<i>Цели модуля</i>	117
<i>Результаты учебной деятельности</i>	117
<i>Формат модуля</i>	117
<i>Предлагаемые задания</i>	123
<i>Литература</i>	124

**МОДУЛЬ 6. Проверка социальных медиа:
оценка источников и визуального контента** 127

Том Трюиннард и Фергус Белл

План	128
Цели модуля	135
Результаты учебной деятельности	136
Формат модуля	136
Предлагаемые задания	138
Материалы	138
Литература	138

**МОДУЛЬ 7. Борьба с интернет-злоупотреблениями:
когда журналисты и их источники становятся мишенью** 144

Джули Позетти

Краткое содержание	144
План	146
Цели модуля	155
Результаты учебной деятельности	155
Формат модуля	156
Предлагаемые задания	158
Литература	158
Соавторы	160

ПРЕДИСЛОВИЕ

ЮНЕСКО работает над укреплением системы журналистского образования, и эта книга является последним словом в ряду публикаций по проблемам современных информационных ресурсов.

Она часть «глобальной инициативы по повышению качества журналистского образования», которая находится в центре внимания международной программы ЮНЕСКО по развитию коммуникации (МПРК) и направлена на привлечение внимания к преподаванию, практике и исследованию журналистики с глобальной точки зрения, включая обмен передовым международным опытом.

Таким образом, данное руководство призвано служить образцом международной учебной программы, открытой для адаптации и внедрения. Это значимая попытка осмыслить глобальную проблему дезинформации, с которой сталкивается общество в целом и журналистика в частности.

Термин "фейковые новости" не имеет общепринятого значения¹. Это связано с тем, что "новостью" принято называть достоверную информацию в общественных интересах. В этом смысле "фейковые новости" – оксюморон, подрывающий доверие к верифицированной информации, т. е. реальным новостям.

Чтобы лучше понять случаи, связанные с эксплуататорским манипулированием языком и возможностями новостных жанров, руководство рассматривает эти акты мошенничества как то, чем они являются: как особую категорию фальшивой информации в рамках все более разнообразных форм дезинформации, в том числе в таких развлекательных форматах, как визуальные мемы.

В данной публикации термин «дезинформация» обычно используется для обозначения преднамеренных (часто организованных) попыток запутать людей или манипулировать ими путем предоставления им нечестной информации. Это часто осуществляется с помощью параллельных и пересекающихся коммуникационных стратегий и таких тактик, как взлом (хакинг) или компрометация. Термином «некорректная информация» обозначена вводная в заблуждение информация, созданная или распространенная без манипулятивного или злого умысла. И то и другое является проблемой для общества, но

¹ См. Tandoc E., Wei Lim Z., Ling R. Определение «фейковых новостей»: типология научных определений // *Цифровая журналистика*. 2018. Том 6. Выпуск 2: Доверие, достоверность, фейковые новости.

дезинформация особенно опасна, потому что она часто организована, хорошо обеспечена ресурсами и подкреплена автоматизированными технологиями.

Поставщики дезинформации наживаются на уязвимости или «партизанском» потенциале получателей информации, которых они надеются привлечь в качестве её распространителей. Таким образом, они стремятся заставить нас стать проводниками их сообщений, используя нашу склонность делиться информацией по разным причинам. Особая опасность заключается в том, что "фейковые новости" в этом смысле, как правило, бесплатны. Это означает, что люди, которые не могут платить за качественную журналистику или не имеют доступа к независимым новостным медиасредствам, особенно уязвимы как в случае дезинформации, так и в случае некорректной информации.

Распространение дезинформации и некорректной информации стало возможным во многом благодаря сообщениям в социальных сетях, что ставит вопрос о степени регулирования и саморегулирования деятельности компаний, предоставляющих эти услуги. В качестве промежуточных (посреднических) платформ, а не создателей контента эти компании до настоящего времени, как правило, не подвергались строгой регламентации (за исключением области авторского права).

Однако из-за растущего давления на них, а также рисков для свободы слова и самовыражения, создаваемых чрезмерным регулированием, были приняты определенные шаги в сторону саморегулирования². В 2018 году специальный докладчик ООН по вопросу о свободе выражения мнений посвятил свой ежегодный доклад этому вопросу, призвав интернет-компании учиться саморегулированию на опыте новостных медиа и в большей мере соответствовать стандартам ООН в отношении распространения, поиска и получения информации³. В связи с теми мерами, которые в настоящее время достаточно быстро принимают как государства, так и компании, возрастает роль журналистов и новостных медиа, о чем свидетельствует и данная публикация.

² Manjoo F. Что остается на Facebook, а что уходит? Социальная сеть не может ответить // *New York Times*. 2018, 19 июля. <https://www.nytimes.com/2018/07/19/technology/facebook-misinformation.html> [дата обращения: 20.07.2018]; <https://www.rt.com/usa/432604-youtube-invests-reputable-news/> [дата обращения: 15.07.2018]; <https://youtube.googleblog.com/> [дата обращения: 15.07.2018]; <https://sputniknews.com/asia/201807111066253096-whatsapp-seeks-help-fake-news/> [дата обращения: 15.07.2018].

³ Доклад специального докладчика по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их выражения. Совет ООН по правам человека, 6 апреля 2018. A/HRC/38/35. <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G18/096/72/PDF/G1809672.pdf?OpenElement> [дата обращения: 20.07.2018].

Выявление различий

Дезинформация и некорректная информация отличаются от качественной журналистики, соответствующей профессиональным стандартам и этике. В то же время они отличаются от слабой журналистики, ошибки которой – следствие плохого исследования или некачественной проверки. Она включает в себя сенсационное преувеличение ради эффекта и гиперпристрастный отбор фактов в ущерб справедливости.

Но это не означает, что в идеале журналистика исключает разные точки зрения, а нестандартная журналистика окрашена идеологией. Скорее это сигнал, что вся журналистика содержит нарративы и что проблема нестандартной журналистики не в наличии нарративов, а в низком профессионализме. Вот почему слабая журналистика не то же самое, что дезинформация или некорректная информация.

Тем не менее некачественная журналистика иногда позволяет дезинформации и некорректной информации возникать или просачиваться в систему новостей. Но причины и средства защиты от слабой журналистики отличаются от случаев дезинформации и некорректной информации. В то же время очевидно, что сильная журналистика необходима в качестве альтернативы и противоядия от загрязнения информационной среды и эффекта обесценивания новостей в более широком смысле.

Сегодня журналисты не просто наблюдают за лавиной дезинформации и некорректной информации. Они оказываются на её пути⁴.

Это означает что:

- о журналисты рискуют стать объектом манипуляций со стороны субъектов, выходящих за рамки этики общественных отношений и пытающихся ввести журналистов в заблуждение или подкупить их с целью распространения дезинформации⁵;

⁴ Согласно проведенному исследованию, несмотря на угрозу, в одной стране в отделах новостей не хватало систем, бюджета и обученного персонала, способного бороться с дезинформацией. См.: Penplusbytes. *Взгляды СМИ на фейковые новости в Гане*. 2018. <http://penplusbytes.org/publications/4535/> [дата обращения: 06.12.2018].

⁵ Butler P. *Как журналисты могут избежать манипуляций троллей, стремящихся распространять дезинформацию*. 2018. <http://ijnet.org/en/blog/how-journalists-can-avoid-being-manipulated-trolls-seeking-spread-disinformation>. См. также Модуль 3 из этого руководства.

- о журналисты как коммуникаторы, которые служат правде, в том числе «неудобной правде», могут оказаться мишенью для лжи, слухов и мистификаций, направленных на их запугивание и дискредитацию их работы, особенно когда она угрожает разоблачить тех, кто прибегает к использованию дезинформации⁶.

Кроме того, журналистам нужно признать, что пока главная арена дезинформации – социальные медиа, мощные инструменты используются для создания "фейковых новостей", чтобы подавить качественные новостные медиа. Новые строгие законы выставляют «козлами отпущения» новостные институты, как если бы они были инициаторами фальсификаций, или навязывают им правила, которые ограничивают деятельность всех коммуникационных платформ без разбора.

Кроме того, некоторые нормативные акты зачастую недостаточно согласуются с международными принципами, требующими, чтобы ограничения на выражение мнений были необходимыми, соразмерными и законными. Результат их действий, пусть даже не всегда намеренный, состоит в том, чтобы сделать подлинные новостные медиа принадлежностью «министерства правды», обладающего властью подавлять информацию по чисто политическим причинам.

В сегодняшнем контексте дезинформации и некорректной информации большая опасность заключается не в неоправданном регулировании журналистики, а в том, что публика может перестать верить всему контенту, включая журналистику. В этом сценарии люди, скорее всего, будут принимать как заслуживающий доверия любой контент, одобренный их социальными сетями и соответствующий их чувствам, но не действующий разум. Мы уже видим негативные последствия таких установок для общественных представлений о здоровье, науке, межкультурном взаимопонимании и статусе подлинной экспертизы.

Это воздействие на общественность прежде всего касается выборов и самой идеи демократии как права человека. Дезинформация, особенно во время голосования, направлена не на то, чтобы убедить общественность в истинности ложного контента, а на то, чтобы повлиять на формирование повестки дня (на то, что люди считают важным) и ослабить фактор рациональности в выборе людей при голосовании⁷.

⁶ См. Модуль 7

⁷ Lipson D Индонезийские «создателям шумихи» заплатили за распространение пропаганды, поскольку политическая элита ведет войну перед выборами, ABC News. 2018. <http://mobile.abc.net.au/news/2018-08-13/indonesian-buzzers-paid-to-spreadpropaganda-ahead-of-election/9928870?-pfmredirect=sm> [дата обращения: 17.08.18].

Аналогичным образом вопросы миграции, изменения климата и т. д. могут в значительной степени зависеть от неопределенности, обусловленной дезинформацией и некорректной информацией.

Вот почему жесткое противостояние росту "фейковых новостей" является императивом для журналистики и журналистского образования, а также основанием для демонстрации ценности качественных новостных медиа. В этой связи возникает возможность в рамках профессиональной практики подчеркнуть необходимость достоверной информации и обоснованных комментариев в интересах общества⁸.

Что необходимо предпринять журналистике

Для медиа настало время неукоснительно придерживаться профессиональных стандартов и норм этики, избегать публикации непроверенной информации и дистанцироваться от информации, которая может заинтересовать некоторую часть общественности, не отвечая интересам общества в целом.

Поэтому данная публикация является своевременным напоминанием о том, что все новостные структуры и журналисты, независимо от их политических пристрастий, должны избегать некорректного распространения дезинформации и некорректной информации.

Сегодня во многих новостных медиа устранение фильтров, обеспечивающих внутреннюю проверку фактов, в определенной степени привело к тому, что эту функцию теперь берет на себя "пятая власть" – блоггеры и другие внешние акторы, которые указывают на ошибки, допущенные журналистами, хотя и после того, как «фейки» уже распространены.

Это зарождающееся явление можно приветствовать, потому что в нем проявляется усиление интереса общества к достоверной информации.

Журналисты должны доносить информацию о работе независимых групп по проверке фактов до более широкой аудитории. Но нужно понимать, что, когда внешние акторы демонстрируют системный сбой в том или ином новостном выпуске, – это ставит под вопрос состоятельность данного медиа как профессионального источника новостей.

⁸ См. также: Скандинавский Совет министров. 2018. *Борьба с Фальшивками – скандинавский путь*. Копенгаген: Скандинавский Совет министров. <http://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/fighting-fakes-nordic-way> [дата обращения: 06.12.2018].

Медиа должны быть осторожны, чтобы внешние исправления после публикации не стали заменой внутренних процессов контроля качества. Журналистам нужно работать лучше и делать все правильно, иначе общество лишится возможности иметь правдивые СМИ.

Игра в догонялки с помощью внешних наблюдателей – это не та игра, в которой журналистика выиграет.

Журналисты не могут предоставить фактчекинговым организациям выполнение журналистской работы по проверке сомнительных утверждений, предоставленных источниками (независимо от того, сообщается ли о таких утверждениях в средствах массовой информации или они обходят журналистику и появляются непосредственно в социальных сетях).

Журналисты должны уходить от журналистики по типу «он сказал, она сказала» и проверять правдивость сделанных заявлений.

Журналистике также необходимо активно выявлять и раскрывать новые случаи и формы дезинформации. Это крайне важно для СМИ, поскольку такой оперативный ответ на злободневный вопрос дополняет и укрепляет среднесрочные стратегии по развитию медийной и информационной грамотности, позволяющей аудитории различать новости, дезинформацию и некорректную информацию. Дезинформация – горячая тема, и ее широкое освещение усилит служение журналистики обществу.

Поэтому данное руководство является призывом к действию. Ещё это стимул для журналистов участвовать в общественном диалоге о том, как люди в целом принимают решение о доверии и почему некоторые из них делятся непроверенной информацией.

Для школ журналистики и их студентов это также хорошая возможность активного гражданского взаимодействия с аудиторией. Краудсорсинг необходим, например, если медиа выявляют дезинформацию, которая распространяется в социальных сетях или по электронной почте, и сообщают о ней.

Роль ЮНЕСКО

Финансируемый международной программой ЮНЕСКО по развитию коммуникации (IPDC) новый ресурс обеспечивает уникальное и целостное представление о функционировании дезинформации, а также развивает практические навыки в дополнение к теоретическим знаниям и трактовкам⁹. Это является частью работы ЮНЕСКО по поощрению оптимальной деятельности и саморегулирования журналистики в качестве альтернативы рискам вмешательства государства в решение проблем свободы слова.

Данная публикация является продолжением двух предыдущих работ ЮНЕСКО под названием «Преподавание журналистики в интересах устойчивого развития: новые учебные программы»¹⁰ (2015) и «Модель учебной программы для журналистского образования: сборник новых учебных программ» (2013). Они, в свою очередь, продолжают основополагающую работу «Модель учебной программы ЮНЕСКО по журналистике»¹¹, опубликованную в 2007 году на девяти языках.

Другие актуальные работы в рамках публикаций ЮНЕСКО, имеющие отношение к образованию и подготовке журналистов, включают:

- o Курс по безопасности журналистов (2017)¹²;
- o Терроризм и медиа: руководство для журналистов (2017)¹³;
- o Изменение климата в Африке: руководство для журналистов (2013)¹⁴;

⁹ На 61-м заседании Бюро IPDC в 2017 году было принято решение поддержать глобальную инициативу по совершенствованию журналистского образования, выделив специальные средства для разработки новых учебных программ по новым ключевым темам журналистики. Доклад о достигнутом прогрессе был представлен на 62-м совещании бюро IPDC в 2018 году, затем была выделена дополнительная сумма для поддержки этой учебной программы.

¹⁰ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/teaching-journalism-for-sustainable-development/> [дата обращения: 06.12.2018].

¹¹ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/> [дата обращения: 06.12.2018].

¹² <https://en.unesco.org/news/unesco-releases-model-course-safety-journalists> [дата обращения: 06.12.2018].

¹³ <https://en.unesco.org/news/terrorism-and-media-handbook-journalists> [дата обращения: 06.12.2018].

¹⁴ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/climate-change-in-africa-a-guidebook-for-journalists/> [дата обращения: 06.12.2018].

- o Глобальный справочник журналистских расследований (2012)¹⁵;
- o Реальные расследования: руководство для журналистов-исследователей (2009)¹⁶;
- o Как сообщать о конфликтах: современное состояние; курс для журналистов и преподавателей журналистики (2009)¹⁷.

Каждая из этих публикаций доказала свою ценность во многих странах мира, где преподаватели журналистики, студенты и практикующие журналисты улучшили свою профессиональную подготовку. В одних случаях они адаптировали многолетние программы к новым знаниям; в других – интегрировали элементы курсов ЮНЕСКО в существующие учебные программы. Ожидается, что новая публикация будет иметь для читателей такое же значение.

Поскольку ЮНЕСКО является межправительственной организацией, она не принимает чью-либо сторону в геополитике информационных споров. Как известно, о дезинформации существуют различные утверждения. Такие знания могут оказаться полезными при чтении этого текста, а также вдохновить читателей на сбор дополнительных сведений по различным кейсам.

В то же время во избежание релятивизма на страницах данного руководства в качестве оснований для оценок и действий принимаются следующие базовые принципы:

1. Достоверные новости из надежных источников имеют важное значение для развития демократии, науки, здравоохранения и прогресса человечества.
2. Дезинформация не является побочным эффектом информационных процессов, и борьба с ней чрезвычайно важна для новостных медиа.
3. Стремление к совершенствованию профессиональных журналистских навыков приобретает особую значимость в условиях, когда инклюзивная и точная журналистика конкурирует с поддельным контентом.

¹⁵ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/the-global-investigative-journalism-casebook/> [дата обращения: 06.12.2018].

¹⁶ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/conflict-sensitive-reporting-state-of-the-art-a-course-for-journalists-and-journalism-educators/> [дата обращения: 06.12.2018].

¹⁷ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/conflict-sensitive-reporting-state-of-the-art-a-course-for-journalists-and-journalism-educators/> [дата обращения: 06.12.2018].

Есть и другие мощные и жизненно важные составляющие медиаграмотности, особенно актуальные для журналистов и СМИ, освещенные в этой публикации:

- 1) знания и навыки по созданию систем ньюсрумов для обеспечения систематического мониторинга, расследований и отчетности о дезинформации;
- 2) понимание ценности партнерства между медиаорганизациями, школами журналистики, НПО, проверяющими факты сообществами (фактчекерами), интернет-компаниями и регулирующими органами в борьбе с загрязнением информационной среды;
- 3) понимание необходимости вовлечения общественности в вопросы защиты журналистики от подавления дезинформацией в случаях, когда журналистика становится мишенью злоумышленников, организующих кампании дезинформации против журналистов.

В целом эта публикация должна помочь обществу получить более полное представление о том, как реагировать на проблемы дезинформации, в том числе со стороны правительств, международных организаций, правозащитников, интернет-компаний и сторонников медийной и информационной грамотности. Особое внимание в ней уделено тому, что могут сделать сами журналисты и люди, которые их обучают и воспитывают.

Мы надеемся, что это скромное руководство поможет внести существенный вклад в понимание ценностей, которые журналистика предоставляет обществу, а также в достижение целей устойчивого развития, невозможного без доступа общественности к информации и основным свободам.

ЮНЕСКО благодарит редакторов и авторов за то, что они сделали эту публикацию реальностью. Она предназначена для вас, читатели, и мы приветствуем ваши отзывы.

Гай Бергер,

директор Управления ЮНЕСКО по вопросам
свободы слова и развитию средств информации

ВВЕДЕНИЕ

Шэрилин Аиртон и Джули Позетти¹

Это пособие предназначено для того, чтобы ознакомить преподавателей журналистики и студентов-журналистов с вопросами, связанными с "фейковыми новостями", и представить образец учебного плана. Мы также надеемся, что данное руководство будет полезным для практикующих журналистов.

Оно объединяет вклад ведущих международных преподавателей журналистики и исследователей, которые помогают обновлять методы и практику журналистики для решения проблем дезинформации и некорректной информации. Занятия являются комплексными: теоретическими, а в случае онлайн-верификации в высшей степени практическими. Используемые вместе в качестве курса или независимо друг от друга, они могут помочь обновить существующие учебные модули или создать новые. Далее приводится предложение по использованию данного руководства в качестве образца учебной программы.

Прошли дебаты по поводу использования словосочетания "фейковые новости" в названии и тексте данного руководства. "Фейковые новости" сегодня – это гораздо больше, чем наименование для ложной и вводящей в заблуждение информации, замаскированной и распространяемой как новости. Это эмоционально заряженный и воинствующий термин, используемый для подрыва и дискредитации журналистики. По этой причине термины «дезинформация», «некорректная информация» и «информационный беспорядок», предложенные К. Уордл и Х. Дерахшан², являются предпочтительными, но не обязательными³⁴.

¹ Элис Мэтьюс из ABC Australia и Том Лоу из The Ethical Journalism Network внесли свой вклад в исследование, идеи и ресурсы, получившие отражение в данном введении.

² Модуль 2.

³ Аргументы против использования термина "фейковые новости" приводились многими писателями и журналистами, включая Basson A. Если это подделка, это не новости. 2016. <https://www.news24.com/Columnists/AdriaanBasson/lets-stop-talking-about-fake-news-20170706> [дата обращения: 06.12.2018].

⁴ Wardle C. и др. Информационный беспорядок: обязательный глоссарий. Центр Shorenstein Гарвардского университета. 2018. <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorderglossary.pdf?x25702> [дата обращения: 21.07.2018].

Совместная декларация о свободе слова и "фейковых новостях", дезинформации и пропаганде

Это руководство было подготовлено в контексте растущей международной озабоченности по поводу "дезинформационной войны", в которой журналистика и журналисты являются главными мишенями. В начале 2017 года по заказу ЮНЕСКО было опубликовано соответствующее совместное заявление специального докладчика ООН по вопросам свободы мнений и их выражения, представителя ОБСЕ по вопросам свободы средств массовой информации, специального докладчика Организации американских государств по вопросам свободы слова и специального докладчика африканской комиссии по правам человека и народов по вопросу о свободе слова и доступу к информации.

В декларации выражена обеспокоенность в связи с распространением дезинформации и пропаганды, а также нападками на СМИ как источник "фейковых новостей". Докладчики особо отметили воздействие на журналистов и журналистику:

"Мы встревожены случаями, когда государственные органы очерняют, запугивают средства массовой информации и угрожают им, в том числе заявляя, что средства массовой информации являются "оппозицией" или "лгут" и имеют скрытую политическую повестку дня, это увеличивает риск угроз и насилия в отношении журналистов, подрывает общественное доверие к журналистике как общественному наблюдателю и может ввести общественность в заблуждение, размывая границы между дезинформацией и средствами массовой информации, содержащими независимо проверяемые факты"⁵.

Дезинформация – старая история, подпитываемая новыми технологиями

Привлечение информации и манипулирование ею присутствовали в истории задолго до того, как современная журналистика установила стандарты, которые определяют новости как жанр, основанный на определенных правилах целостности. Первый зафиксированный случай дезинформации относится к

⁵ ООН / ОБСЕ/ОАГ / АЧПР Совместная декларация о свободе слова и "фейковых новостях", дезинформации, пропаганде. 2017. <https://www.osce.org/fom/302796?/download=true> [дата обращения 29.03.2017]. См. также: заявление Кае D. на Генеральной Ассамблее ООН 24 октября 2017 г. 2017. <https://www.ohchr.org/en/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=22300&LangID=E> [дата обращения: 20.08.18].

древнеримскому периоду⁶, когда Антоний встретил Клеопатру и его политический враг Октавиан начал клеветническую кампанию против него с «короткими, острыми лозунгами, написанными на монетах в стиле архаичных твитов»⁷. Преступник стал первым римским императором, и «фальшивые новости позволили Октавиану взломать республиканскую систему раз и навсегда»⁸.

Но XXI век стал свидетелем военизации информации в беспрецедентных масштабах. Новые мощные технологии упрощают изготовление контента и манипулирование им, а социальные сети резко усиливают ложь, продаваемую государствами, политиками-популистами и нечестными корпорациями, поскольку она разделяется некритичной общественностью. Платформы стали благодатной почвой для пропаганды⁹, "троллинга"¹⁰ и "армий троллей"¹¹; "марионеточных сетей"¹² и "обманщиков"¹³. Также известно такое явление, как «фабрики троллей», активизирующееся во время выборов¹⁴.

Хотя времена и технологии различны, история может дать нам представление о причинах и последствиях современного феномена информационного беспорядка, и настоящее руководство направлено на решение данной проблемы.

⁶ См. график отдельных проявлений «информационного беспорядка» от эпохи Клеопатры до настоящего времени в опубликованном Международным центром журналистов (ICFJ) руководстве Posetti J., Matthews A. 2018. <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> [дата обращения: 23.07.2018].

⁷ Kaminska I. Урок фейковых новостей из информационных войн Древнего Рима. Financial Times. 2017. <https://www.ft.com/content/aaf2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6> [дата обращения: 28.03.2018].

⁸ Там же.

⁹ См.: Проект Оксфордского интернет-института по вычислительной пропаганде. <http://comprop.oii.ox.ac.uk/> [дата обращения: 20.07.2018].

¹⁰ См. Модуль 7 этого руководства для тематических исследований, демонстрирующих эти угрозы.

¹¹ Rappler.com. Фейковые новости на Филиппинах: препарирование пропагандистской машины. 2018. <https://www.rappler.com/newsbreak/rich-media/199895-fake-news-documentary-philippines-propaganda-machine> [дата обращения: 20.07.2018].

¹² Gent E. Марионеточные аккаунты разоблачены по тому, как они пишут и публикуют. 2017. <https://www.newscientist.com/article/2127107-sock-puppet-accounts-unmasked-by-the-way-they-write-and-post/> [дата обращения: 19.07.2018].

¹³ Le Roux J. Скрытая клевета социальных сетей. 2017. <https://mg.co.za/article/2017-01-27-00-hidden-hand-drives-social-media-smears> [дата обращения: 19.07.2018].

¹⁴ Silverman C. и др. Американские консерваторы сыграли роль в македонском буме фейковых новостей 2016. 2018. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/american-conservatives-fake-news-macedonia-paris-wade-libert> [дата обращения: 20.07.2018].

Для обеспечения детального освещения этого кризиса журналистам и преподавателям журналистики вместе со студентами рекомендуется изучение дезинформации, пропаганды, мистификаций и сатиры как исторических особенностей экологии коммуникаций¹⁵.

Поэтому разработка журналистских стратегий борьбы с дезинформацией должна осуществляться с учетом того, что манипулирование информацией имеет тысячелетнюю историю, а эволюция журналистского профессионализма началась сравнительно недавно¹⁶. По мере того как журналистика развивалась, выполняя нормативную функцию в современном обществе, средства массовой информации могли работать независимо от мира измышлений и скрытых атак, защищенные журналистикой, которая стремится к профессиональным стандартам правдивости, методологии верификации и этике общественных интересов.

Журналистика прошла через ряд этапов в своем стремлении к свободе. Сегодня, когда существуют разные "журналистики", можно увидеть множество нарративов в реальных новостях, это компоненты особой коммуникационной практики, основанной на этике, которая также стремится быть независимой от политических и коммерческих интересов. Но до появления таких стандартов было мало правил относительно полноты информации, вводимой в массовый оборот.

Распространение печатного станка Гутенберга с середины XV века и далее было необходимо для роста профессиональной журналистики, однако технология позволила также усилить пропаганду и мистификации, которые иногда делали медиаинституты виновниками преступлений¹⁷. Радиовещание предоставило дополнительные возможности для пропаганды, мистификаций и обманов, среди прочего в 1938 году была поставлена печально известная драма "Война миров"¹⁸. Подъем международного радиовещания способство-

¹⁵ Posetti J., Matthews A. Краткий справочник по истории "фейковых новостей": учебный модуль для журналистов и преподавателей журналистики Международного журналистского центра. 2018. <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> [дата обращения: 23.07.2018].

¹⁶ См. Модуль 3.

¹⁷ См., например, что говорится в первом крупномасштабном новостном розыгрыше – "Великом лунном розыгрыше" 1835 года. Подробно здесь: Thornton V. Лунная мистификация: дебаты об этике в 1835 г. // New York News papers. 2000. № 15 (2). С. 89–100. http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327728JMME1502_3 [дата обращения: 28.03.2018].

¹⁸ Schwartz A.B. Печально известная радиопередача "Война миров" оказалась великой удачей. 2015. <http://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/#h2FAexeJmuCHJfSt.99> [дата обращения: 28.03.2018].

вал тому, что работа с информацией стала выходить за рамки профессионализма и независимости, хотя абсолютно выдуманные истории и прямые фальсификации, как правило, были скорее исключением, чем правилом в сообщениях различных «игроков».

Показательны в этом плане "первоапрельские" шутки¹⁹, в том числе и журналистские, – люди регулярно на них попадают. Даже сегодня часто новостная сатира, играющая важную роль на службе у ответственной журналистики²⁰, неправильно понимается пользователями социальных сетей, которые распространяют ее так, как если бы это были обычные новости^{21,22}. В некоторых случаях якобы сатирические сайты являются частью более широкой сети, предназначенной для получения прибыли от рекламы в интернете через вовлечение доверчивых потребителей, которые нажимают на ссылки и делятся информацией. Это не только касается "мошеннического" контента, но и влияет на доверие к новостям²³, что является еще одной причиной, по которой журналисты должны делать значительные усилия для обеспечения точности своих репортажей. Это также веский аргумент в пользу того, что обществу нужно формировать у аудитории компетенции в области медийной и информационной грамотности²⁴, с тем чтобы люди имели четкое и критическое представление о развивающихся жанрах и условиях в средствах массовой информации, рекламе, сфере развлечений и социальных сетях.

История учит нас, что силы, стоящие за дезинформацией, не столько рассчитывают убедить журналистов или более широкую аудиторию в истинности ложных утверждений, сколько стремятся поставить под сомнение статус до-

¹⁹ Laskowski A. Как профессор Бостонского университета обманул страну: когда первоапрельская шутка была в Associated Press // BU Today. 2009. <https://www.bu.edu/today/2009/how-a-bu-prof-april-fooled-the-country/> [дата обращения: 04.01.2018].

²⁰ Baum G. The Daily Show: непоследовательная интеграция и переизобретение политической журналистики // Политическая коммуникации. 2005. Т. 22. Выпуск 3. С. 259–276. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492> [дата обращения: 20.07.2018].

²¹ Woolf N. Поскольку Facebook подкармливает поддельные новости, многие воспринимают сатиру как факт // The Guardian. 2016. <https://www.theguardian.com/media/2016/nov/17/facebook-fake-news-satire> [дата обращения: 04.01.2018].

²² Abad-Santos A. Издание The Onion убеждает настоящих китайских коммунистов, что Ким Чен Ын – самый сексуальный мужчина на свете // The Atlantic. 2012. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/11/onion-convinces-actual-chinese-communists-kim-jong-un-actually-sexiest-man-a-live/321126/> [дата обращения: 28.03.2018].

²³ По данной теме см. Модуль 3 данного руководства

²⁴ См. Модуль 4.

стоверной информации, производимой профессиональными медиа. Эта путаница означает, что многие потребители новостей все более и более чувствуют себя вправе отбирать или создавать свои собственные "факты", иногда с помощью политиков, стремящихся защитить себя от законной критики.

Перенесемся в 2018 год – время новых мощных технологических инструментов. Они, наряду с социальными сетями и платформами обмена сообщениями, имеющими ограниченные стандарты контроля качества новостных материалов, позволяют легко подделывать и имитировать легитимные новостные бренды, чтобы мошенничество выглядело как подлинная новость. Все чаще становится возможным производить аудио- и видеоматериалы способами, выходящими за рамки правомерного редактирования новостей, чтобы создать впечатление, что конкретный человек сказал или сделал что-либо в определенном месте, и выдать их за подлинные записи²⁵, распространяя как вирус в среде социальных коммуникаций.

Сегодня социальные медиа подпитываются многими видами контента, начиная с личного и заканчивая политическим. Есть много примеров, когда материалы производятся открыто или тайно правительствами и / или отделами компаний по связям с общественностью по контракту с политическими или коммерческими субъектами контента. В результате бесчисленные блоггеры, инстаграм-«инфлюэнсеры» и звезды YouTube продвигают продукты и политиков, не указывая, что им платят за это. Скрытые платежи получают также комментаторы (часто с ложной идентификацией), которые искажают информацию, занимаются дискредитацией или запугиванием, используя онлайн-фору. При этом журналистика теряет почву и сама становится объектом не только справедливой критики, но и реальной атаки.

Сейчас опасность заключается в развитии "гонки вооружений" национальной и международной дезинформации, которая распространяется через партизанские "новостные" организации и каналы социальных сетей, загрязняя информационную среду, однако всё может повернуться на 180 градусов против самих инициаторов²⁶. В тех случаях, когда кампании по дезинформации разоблачаются, ущерб наносится всем вовлеченным сторонам – как учрежде-

²⁵ Solon O. *Будущее фейковых новостей: не верьте всему, что вы видите, слышите или читаете* // The Guardian. 2017. <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/26/fake-news-obama-video-trump-face2face-doctored-content> [дата обращения: 20.07.2018].

²⁶ Winseck D. Информационные операции "Blowback": коммуникация, пропаганда и наблюдение в глобальной войне с терроризмом // *International Communication Gazette*. 2008. № 70 (6). С. 419–441

ниям-исполнителям, так и их политическим клиентам (см. дела Белл-Поттинджера^{27 28 29 30} и Cambridge Analytica^{31 32}).

Следствием всего этого является то, что цифровая дезинформация в условиях поляризации рискует затмить роль журналистики. Более того, журналистика, основанная на достоверной информации, распространяемой в общественных интересах, – недавнее историческое достижение, которое может быть дискредитировано, когда меры для того, чтобы избежать манипулирования, не принимаются.

Когда журналистика становится вектором дезинформации, это еще больше снижает общественное доверие и способствует распространению циничной точки зрения, что нет никакого различия между нарративами в журналистике, с одной стороны, и нарративами дезинформации, с другой. Вот почему история вокруг спорного использования контента и его различных форм поучительна. Оценка многогранной эволюции "информационного беспорядка" в XXI веке должна способствовать лучшему пониманию причин и следствий беспрецедентной глобальной угрозы, которая варьируется от преследования журналистов санкционированными государством "армиями троллей" до манипулирования выборами, нанесения ущерба общественному здоровью и непризнания рисков изменения климата.

²⁷ Африканская сеть центров журналистских расследований. The Guptas, Bell Pottinger и пропагандистская машина фейковых новостей // TimeLive. 2017. <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/> [дата обращения: 29.03.2018].

²⁸ Кэмерон J. Руководство для чайников: Bell Pottinger – Gupta London agency, создатель WMC // BizNews. 2017. <https://www.biznews.com/global-citizen/2017/08/07/dummys-guide-bell-pottinger-gupta-wmc> [дата обращения: 29.03.2018] и Segal D. Как Bell Pottinger, PR-фирма для деспотов и мошенников, встретила свой конец в Южной Африке // Нью Йорк Таймс. 2018. 4 февраля. <https://www.nytimes.com/2018/02/04/business/bell-pottinger-guptas-zuma-south-africa.html> [дата обращения: 29.03.2018].

²⁹ Haffajee F. Фабрика фейковых новостей Gupta и я // HuffPost Южная Африка. 2017. https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [дата обращения: 04.06.2018].

³⁰ См. Модуль 7

³¹ Lee G. Вопросы и ответы на *Кембридж Аналитика: Голословные заявления, объяснения*. ФактЧек, Channel 4 News. 2018. <https://www.channel4.com/news/factcheck/cambridge-analytica-the-allegations-so-far> [дата обращения: 29.03.2018].

³² Cassidy J. Cambridge Analytica Whistleblower утверждает, что обман раскачал голосование по Brexit // The New Yorker. 2018. <https://www.newyorker.com/news/our-columnists/a-cambridge-analytica-whistleblower-claims-that-cheating-swung-the-brexite-vote> [дата обращения: 29.03.18].

Руководство по противодействию дезинформационному кризису

Как учебная программа, это руководство состоит из двух отдельных частей: первые три модуля формулируют проблему и обозначают ее контекст; следующие четыре сосредоточены на ответах на "информационный беспорядок" и его последствия.

Модуль 1 «Правда, доверие и журналистика: почему это имеет значение»³³ призван стимулировать размышления о более широком значении и последствиях дезинформации и некорректной информации, а также о том, как эти явления подпитывают кризис доверия в журналистике.

Модуль 2 «Размышления об «информационном беспорядке»: форматы дезинформации, некорректной информации и утечек»³⁴ исследует проблему и устанавливает рамки для понимания её масштабов.

В XXI веке в большинстве стран мира хрупкое доверие к СМИ уже снизилось до того, что социальные медиаплатформы вышли на медиаарену, предлагая способы и инструменты для обмена информацией³⁵. Причины этого явления разнообразны и сложны. Мир онлайн 24/7 с его ненасытным спросом на новостной контент во время сокращений ньюсрумов изменил журналистику, как указано в Модуле 3 «Трансформация новостной индустрии: цифровые технологии, социальные платформы и распространение дезинформации и некорректной информации»³⁶. Именно масштабы и навязчивость мошеннических новостей, которыми делятся пользователи в интернете, создали новый кризис в журналистике, имеющий последствия для журналистов, средств массовой информации и общества³⁷.

Итак, как должны реагировать на эти угрозы люди, которые продвигают журналистику, включая преподавателей, практиков и тех, кто задает тон в СМИ? «Борьба с некорректной информацией и дезинформацией с помощью медийной и информационной грамотности»³⁸ является предметом Модуля 4.

³³ См. Модуль 1

³⁴ См. Модуль 2

³⁵ Edelman. Барометр доверия Эдельмана – глобальные результаты. 2017. <https://www.edelman.com/global-results/> [дата обращения: 04.03.2018].

³⁶ См. Модуль 3

³⁷ Viner K. Миссия для журналистики во время кризиса // The Guardian. 2017. <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [дата обращения: 04.03.2018].

³⁸ См. Модуль 4

В конце концов, именно дисциплина верификации отделяет профессиональную журналистику от непрофессиональной³⁹, и на этом сосредоточен Модуль 5 «Фактчекинг 101»⁴⁰.

Модуль 6 «Проверка социальных медиа: оценка источников и визуального контента»⁴¹ практикоориентирован и имеет дело с важными для доказательной журналистики проблемами верификации, созданными цифровыми технологиями и социальными медиа.

В процессе предоставления всем возможности участвовать в новостном процессе социальные сети привели к потере централизованных «привратников»⁴². Журналистика чувствует последствия, но, как и в случае любого технологического сбоя, требуется время, чтобы их оценить, измерить и подготовить ответные меры. Неизбежно наступает период наверстывания упущенного, прежде чем появятся исследования и конкретные примеры оптимальной практики.

Дезинформация является поистине глобальной проблемой, выходящей за пределы политической сферы, и затрагивает все информационные аспекты, включая изменение климата, сферу развлечений и т. д. Однако до сегодняшнего дня многие задокументированные тематические исследования, первоначальные ответы и раннее финансирование исходили из США, где расположены штаб-квартиры глобальных технологических гигантов, а обвинения президента США Дональда Трампа в том, что медийные учреждения и журналисты являются сторонниками "фейковых новостей", вызвали противодействие.

Глобальная картина меняется ежедневно, особенно с учетом ответов отдельных государств, многие из которых рассматривают вопрос о регулировании законодательства для решения этой проблемы. Технологические гиганты также активизировали усилия по устранению дезинформации и некорректной информации на своих платформах.

³⁹ Kovach B., Rosenstiel T. Элементы журналистики: что должны знать журналисты и чего должна ожидать публика. Нью-Йорк: Crown Publishers, 2014.

⁴⁰ См. Модуль 5

⁴¹ См. Модуль 6

⁴² Colón A. Вы – новый привратник новостей. Разговор. 2017. <https://theconversation.com/you-are-the-new-gatekeeper-of-the-news-71862> [дата обращения: 04.03.2018].

В то время как создавалась эта публикация, Европейская комиссия подготовила доклад⁴³, основанный на исследовании⁴⁴ опасений, что дезинформация и некорректная информация вредны для всего общества⁴⁵. Политики и органы государственной власти в отдельных странах – от Австралии до Филиппин, Канады, Франции, Великобритании, Бразилии, Индии и Индонезии – рассматривали вопрос о том, как этому противодействовать⁴⁶.

Что касается законодательства, Германия первая разработала закон, действующий в тех случаях, когда цифровые платформы не удаляют "незаконный контент", включая "фейковые новости" и речи, разжигающие ненависть, в течение 24 часов после обращения⁴⁷. Парламент Малайзии также принял закон «О борьбе с фальшивыми новостями» в апреле 2018 года, но он был отменен уже в августе того же года⁴⁸. Пойнтер составил обновленный список ответных мер, которые принимают государства⁴⁹.

Защитники свободы слова опасаются, что законодательство нанесет ущерб самой демократизации в области информации и мнений, ограничив возможности, предоставленные новыми технологиями.

⁴³ Европейская комиссия. Заключительный доклад группы экспертов высокого уровня по фейковым новостям и дезинформации в интернете. 2018. http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271 [дата обращения: 04.03.2018].

⁴⁴ Европейская комиссия. Следующие шаги против фейковых новостей: комиссия создает экспертную группу высокого уровня и запускает консультации с общественностью. 2017. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [дата обращения: 04.03.2018].

⁴⁵ Ansip A. Ненавистнические речи, популизм и фейковые новости в социальных сетях – к ответу ЕС. 2017. https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism_en [дата обращения: 04.03.2018].

⁴⁶ Malloy D. Как правительства в мире борются с фейковыми новостями. 2017. <http://www.ozy.com/politics-and-power/how-the-worlds-governments-are-fighting-fake-news/80671> [дата обращения: 04.03.2018].

⁴⁷ Федеральное министерство юстиции и защиты прав потребителей. Закон о совершенствовании правоприменения в социальных сетях (Сетевой закон об осуществлении, netzdg). 2017. http://www.bmiv.de/DE/Themen/fokusthemen/netzdg_documents/netzdg_englisch.html [дата обращения: 04.03.2018].

⁴⁸ Малайзия пересматривает закон о "фейковых новостях", используемый, чтобы задуть свободу слова // The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2018/aug/17/malaysia-scrap-fake-news-law-used-to-stifle-free-speech> [дата обращения: 18.08.2018].

⁴⁹ Funke D. Руководство по борьбе с дезинформацией во всем мире (Poynter). 2018. <https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [дата обращения: 13.07.2018].

В некоторых странах законодательство может использоваться, чтобы заставить замолчать критически настроенные СМИ⁵⁰.

Для многих журналистов, твердо верящих в свободу слова и считающих себя незаменимыми сторонниками общественной демократии⁵¹, борьба с "информационным беспорядком" – сложный вопрос.

Есть также личный момент: интернет-атаки на журналистов, особенно женщин, слишком распространены и во многих случаях представляют физическую и психологическую опасность, об этом говорится в Модуле 7 «Борьба с онлайн- злоупотреблениями: когда журналисты и их источники становятся мишенью»⁵².

Дезинформация и некорректная информация выходят за рамки угроз репутации журналистов и их безопасности. Они ставят под сомнение цель и эффективность журналистской работы, а также обуславливают деградацию журналистики в ущерб гражданскому дискурсу. Укрепление стандартов журналистики и повышение ее социальной значимости отвечает интересам всех будущих журналистов и общества в целом. Это руководство должно побудить исследователей, студентов и практиков обсудить вопрос о том, как журналистика может лучше служить открытым обществам и демократиям в новом контексте, потому что, как писал Крэйг Сильверман⁵³:

"действующая пресса и демократия требуют критики, прозрачности и последствий для журналистских ошибок. Они также требуют, чтобы мы могли коллективно отличать их от лжи и обмана. Иначе... реальная информация будет неотличима от подделки, а сфабрикованные фальшивки будут представлены как факт".

Замечание об этике и саморегуляции

Профессиональные стандарты этичной и ответственной журналистики являются важной частью стратегии защиты от дезинформации и некорректной информации. Нормы и ценности, определяющие деятельность людей, занима-

⁵⁰ Nossel S. ФАЛЬСИФИЦИРОВАНИЕ НОВОСТЕЙ: Мошеннические новости и борьба за правду. 2017. https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [дата обращения: 04.03.2018].

⁵¹ MacNair B. Журналистика и демократия // Руководство по исследованию журналистики / под ред. K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch. Нью-Йорк, 2009.

⁵² См. Модуль 7

⁵³ Silverman C. Я помог популяризировать термин "фейковые новости", и теперь я съезживаюсь каждый раз, когда я слышу его. BuzzFeed. 2018. <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-cringe> [дата обращения: 04.03.2018].

ющихся журналистикой, развивались на протяжении многих лет, чтобы обеспечить ей уникальную миссию и принцип работы. В свою очередь, они поддерживают достоверную информацию, распространяемую в общественных интересах. Именно эти факторы лежат в основе доверия к журналистике. Как таковые, они представлены в данном руководстве.

В этом контексте стоит процитировать профессора Чарли Беккета из Лондонской школы экономики, который указывает на возможную ценность кризиса «фейковых новостей» для журналистики:

«...фейковые новости – это лучшее, что произошло за последние десятилетия. Это дает качественной журналистике возможность показать, что она имеет ценность, основанную на экспертизе, этике, участии и опыте. Это сигнал к пробуждению, для того чтобы быть более прозрачной, актуальной и повысить ценность жизни людей. Это возможность разработать новую бизнес-модель проверки фактов, разрушения мифов и в целом объединить усилия, чтобы создать лучшую альтернативу фейкам»⁵⁴.

Стремясь быть "правдоискателями", журналисты не всегда могут гарантировать "правду". Тем не менее намерение правильно излагать факты и создавать контент, точно отражающий факты, является основополагающим принципом журналистики. Но как выглядит этическая журналистика в цифровую эпоху?

Этическая журналистика, которая ценит прозрачность и ответственность, является жизненно важной частью арсенала в битве за защиту фактов и правды в эпоху "информационного беспорядка". Журналисты обязаны иметь независимый голос. Это означает, что они не должны действовать ни официально, ни неофициально от имени групп особых интересов и обязаны сообщать публично обо всем, что представляет собой конфликт интересов. Как объяснила профессор Эмили Белл из Центра цифровой журналистики в Колумбийском университете, основные профессиональные журналистские ценности заключаются в следующем:

"Следить за тем, чтобы новости были точными, нести ответственность в случае, если они не точны, быть прозрачными в отношении источника историй и информации, противостоять правилам, группам давления, коммерческим интересам, полиции, если они запугивают, угрожают или цензурят вас. Защищать ваши источники от ареста и раскрытия. Знать, когда у вас есть

⁵⁴ Беккет С. "Фейковые новости": лучшее, что случилось с журналистикой. 2017. <http://blogs.lse.ac.uk/polis/2017/03/11/fake-news-the-best-thing-thats-happened-to-journalism/> [дата обращения: 03.04.2018].

достаточно серьезная причина в общественных интересах нарушить закон, и быть готовыми отправиться в тюрьму, чтобы защитить свою историю и источники. Знать, когда неэтично что-то публиковать. Соблюдать баланс между личными правами на неприкосновенность частной жизни и более широким правом общественных интересов”⁵⁵.

Перед лицом недобросовестной политики, кризиса "информационного беспорядка", проявлений онлайн-ненависти, распространения "контент-маркетинга", рекламы и эгоизма новостные организации и журналисты должны по-прежнему ценить этичную журналистику как центральную опору устойчивой модели журналистской практики – даже во время борьбы с финансовыми проблемами и кризисом доверия. Демократии тоже должны играть определенную роль в защите журналистики, журналистов и их источников там, где это оправдано общественными интересами.

Следование этическим кодексам⁵⁶, предназначенным для поддержки сбора и проверки информации в общественных интересах, – вот что отличает журналистику и, в частности, новостной репортаж от других видов коммуникации. Это имеет особое значение в цифровой век, когда наряду с демократизацией коммуникации существует постоянный поток дезинформации, некорректной информации, лжи и злоупотреблений. В этом контексте этичная журналистика еще более важна как основа для создания моделей журналистики, которые способствуют доверию и ответственности в интересах построения прочных отношений с аудиторией.

Доверие к информации, ответственной и независимой, имеет важное значение для завоевания внимания аудитории и создания публичной сферы, в которой дебаты могут проводиться на основе общих фактов. Информированная аудитория, взаимодействующая с достоверным контентом и делящаяся им, является важным противовесом от распространения дезинформации и некорректной информации.

Для внедрения и реализации этих основных ценностей в изменяющейся медиасреде редакции и медиаинституты принимают и адаптируют кодексы поведения, создавая механизмы для привлечения общественности к решению проблемы. Среди таких механизмов консилиумы по делам печати, редакторские программы для читателей, редакционная политика и внутренние омбудсмены, – всё это составляющие структур саморегулирования.

⁵⁵ Bell E. Лекция Хью Кадлиппа (полный текст) // The Guardian. 2015. <https://www.theguardian.com/media/2015/jan/28/emily-bells-2015-hugh-cudlipp-lecture-full-text> [дата обращения: 04.01.2018]

⁵⁶ См., например, "Журналистский кодекс этики" Объединения австралийских медиа, развлечений и искусств. <https://www.meaa.org/meaa-media/code-of-ethics/> [дата обращения: 03.04.2018].

Эти структуры позволяют выявлять ошибки в контексте профессиональной экспертной оценки, способствуют их общественному признанию и могут требовать их исправления. Также они помогают обеспечить соблюдение профессиональных норм, касающихся стандарта публикации в общественных интересах.

Хотя критики, выступающие за внешнее регулирование деятельности средств массовой информации, часто высмеивают эти структуры как "беззубых тигров", они служат важной цели в условиях кризиса дезинформации, помогая укреплять профессиональную ответственность и прозрачность, доверие общественности к журналистике. Они также способствуют сохранению отличительных особенностей журналистики, привлекающей верификацию для достижения точности и достоверности информации, что отличает её от дезинформации, пропаганды, рекламы и связей с общественностью.

От «журналиста» к журналистике

Время, когда журналистская этика если и не всегда полностью соблюдалась, но всё же была связана с бизнесом, карьерой или профессией, стало историей. Это широко признается в том числе Организацией Объединенных Наций; например, в докладе Генерального секретаря о безопасности журналистов за 2017 год⁵⁷ говорится:

«Термином "журналист" обозначаются журналисты и другие работники СМИ. Журналистика определена в документе ССРР/С/ГС / 34, пункт 34. 44 как деятельность, которая осуществляется широким кругом участников, включая профессиональных штатных репортеров и аналитиков, а также блогеров и других лиц, публикующих материалы в печатных, интернет-СМИ или где-либо еще»⁵⁸.

В том же духе Генеральная конференция ЮНЕСКО упоминает "журналистов, работников средств массовой информации и создателей социальных сетей, которые генерируют значительное количество журналистского контента онлайн и офлайн" (резолюция 39, ноябрь 2017)⁵⁹. В Плане действий ООН по обеспечению безопасности журналистов и предупреждению безнаказанности, одобренном Координационным советом руководителей ООН в 2012 году, отмечается: "защита журналистов не должна ограничиваться только теми,

⁵⁷ <https://digitallibrary.un.org/record/1304392?ln=en> [дата обращения: 16.06.2018].

⁵⁸ См. также документы ООН A/HRC/20/17, параграфы 3-5, A/HRC/20/22, поправка 1, параграф 26, A/HRC/24/23, параграф 9, A/HRC/27/35, параграф 9, A/69/268, параграф 4, и A/HRC/16/44 и поправка 1, параграф 47.

⁵⁹ Отчеты Генеральной конференции. 39-я сессия. Париж, 30 октября – 14 ноября 2017 г. <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [дата обращения: 07.02.2018].

кто официально признан журналистом, но должна распространяться на работников медиасообществ и гражданских журналистов, а также других лиц, которые могут использовать новые средства массовой информации в целях воздействия на свою аудиторию”⁶⁰.

В этом свете журналистику можно рассматривать как деятельность, руководствующуюся этическими стандартами достоверной информации, распространяемой в общественных интересах.

Журналистикой могут заниматься не только профессиональные журналисты, но все создатели профессионального, справедливого, точного, независимого контента, соответствующего общественным интересам. Значение имеет не столько формальный или заявленный статус, сколько характер информации.

В основе журналистики лежит свобода слова, на которую имеет право каждый человек. Кроме того, журналистика – специализированная деятельность, она придерживается специальных стандартов, выделяющих её среди других форм выражения (поэзия, связи с общественностью, реклама, дезинформация и т. д.). Эти стандарты тесно связаны с этикой профессиональной журналистской практики.

Действительно ли прозрачность является новой объективностью?

Объективность может означать многое, её не всегда просто отделить от субъективности, и это спорная тема в профессиональной журналистике. К объективности можно стремиться, но она редко достижима и не всегда желательна, особенно перед лицом жестокости или бесчеловечности (например, заявления осужденных за совершение военных преступлений не вызвали бы такого же доверия, как свидетельства тех, кто стал их жертвой, хотя и последние должны подвергаться проверке). Справедливость, независимость, точность, контекстуальность, прозрачность, защита конфиденциальных источников и проницательность⁶¹ создают доверие, достоверность и уверенность.

В 2009 году исследователь Гарвардского университета д-р Дэвид Вайнбергер заявил, что “прозрачность – это новая объективность”⁶². В том же году

⁶⁰ План действий ООН по обеспечению безопасности журналистов и предупреждению безнаказанности. 1CI-12/CONF.202/6 https://en.unesco.org/sites/default/files/un-plan-on-safety-journalists_en.pdf [дата обращения: 11.03.2017].

⁶¹ См. “Основные принципы” в следующей главе.

⁶² Weinberger D. Прозрачность является новой объективностью. 2009. <http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/> [дата обращения: 28.03.2018].

бывший директор отдела глобальных новостей Би-би-си Ричард Самбрук объяснил, что прозрачность, а не объективность обеспечивает доверие к "новой медиаэпохе":

"...новости сегодня по-прежнему должны быть точными и справедливыми, но также важно, чтобы читатели, слушатели и зрители видели, как создаются новости, откуда поступает информация и как она работает. Процесс рождения новостей так же важен, как и сама их доставка"⁶³.

Точки расхождения

Указанные выше основные компоненты профессиональной журналистской практики не означают, что существует только одна форма журналистики. Её цели могут быть достигнуты в различных журналистских историях, каждая из которых реализует свои нарративы, основанные на различных ценностях и точках зрения на справедливость, значимых фактах и т. д. Например, средства массовой информации могут по-разному воспринимать ту или иную новость (некоторые даже могут проигнорировать её), не выходя из «информационного бизнеса» в сферу дезинформации и некорректной информации (см. следующую главу «Использование данного руководства как образца учебной программы» и Модули 1, 2 и 3).

Однако именно тогда, когда контент отходит от журналистских принципов как таковых и особенно когда он всё еще представляет собой новость, мы имеем дело уже не с журналистикой, а с особой формой дезинформации.

⁶³ Bunz M. Как социальная сеть изменяет журналистику. 2009. <https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-media-convention-2009-journalism-blogs> [дата обращения: 28.03.2018].

В этой вводной главе освещен круг вопросов, поднятых в ходе обсуждения проблемы "фейковых новостей", с целью обеспечить контекст для изучения нижеследующих учебных модулей.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДАННОГО РУКОВОДСТВА КАК ОБРАЗЦА УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

Джули Позетти

Данный курс использует эвристическую педагогическую модель¹, это означает, что пользователям предлагается привнести в процесс обучения собственный опыт. Занятия не должны быть директивными; скорее, они могут и должны быть адаптированы к конкретным национальным, культурным, институциональным и отраслевым контекстам преподавания и обучения. Руководство разрабатывалось с расчетом на интерес и актуальность во всем мире, но всегда есть ограничения. Авторы настоятельно рекомендуют преподавателям и всем интересующимся использовать в тематических исследованиях, примерах и источниках опыт, накопленный в своих регионах и на собственных языках.

Принимая во внимание вышеизложенное, отметим, что данное руководство может использоваться:

- o как комплексный курс / предмет, введенный в существующую образовательную вузовскую программу в области журналистики, коммуникаций, цифровых медиа или медиаисследований. Он также может быть предложен в качестве элективной дисциплины в рамках курса по политологии и социологии при изучении проблем СМИ и коммуникаций;
- o как ресурс для дополнения существующего курса / дисциплины (например, история СМИ; этика СМИ; поиск и проверка новостей; критика СМИ; практика цифровых СМИ; социальная журналистика). Многие из тематических исследований, лекционных материалов и предлагаемой литературы может быть включено в существующие курсы / дисциплины в качестве средства обновления контента для борьбы с быстро развивающимся кризисом дезинформации;

¹ Banda F. Преподавание журналистики в интересах устойчивого развития: новые учебные программы (ЮНЕСКО, Париж). 2015. <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf> [дата обращения: 28.03.2018].

- o как самостоятельная дисциплина или комплексный курс, предлагаемый журналистам, правозащитникам и другим практикующим специалистам новостными организациями, отраслевыми органами или агентствами по развитию средств массовой информации;
- o как учебное пособие: преподаватели журналистики, возможно, пожелают адаптировать эти модули для своих целей, опираясь на списки рекомендуемой литературы и тематических исследований и включая данные материалы в набор ресурсов, предназначенных для журналистов;
- o как источник вдохновения для серии сообщений в блогах, размещенных отраслевыми организациями, средствами массовой информации или агентствами по развитию средств массовой информации в рамках обмена знаниями;
- o как ресурс для практикующих журналистов с целью интеллектуального обогащения и профессионального развития. Например, многие из рассмотренных методов могут быть применены для самостоятельного обучения. Некоторые тематические исследования могли бы послужить источником вдохновения при решении более сложных задач – при создании репортажей с использованием местных историй в более сложном контексте (например, ложная история, которая обманула местных журналистов, может быть рассмотрена в контексте мистификаций на международном уровне с акцентом на последних событиях в вирусном распространении дезинформации и некорректной информации через социальные медиа);
- o как библиотека ресурсов и инструментов, которая будет расширяться по мере роста исследований и развития практики в этой новой области.

Основные принципы

Благодаря прозрачности процессов и четкому применению этических стандартов, основная задача журналистики сегодня – вносить ясность и укреплять доверие к проверенному контенту. Следующие семь принципов, которые в той или иной степени касаются этики, должны служить базой для этого курса, определяя характер упражнений и обсуждений, а также лежать в основе оценивания².

Точность: журналисты не всегда могут гарантировать правду, но точность и правильность изложения фактов остаются основным принципом журналистики.

Независимость: журналисты должны быть независимыми. Это означает, что они не будут действовать формально или неформально от имени групп особых интересов и заявлять о чем-то, что может вызвать конфликт интересов.

Честность: честно сообщать информацию о событиях, не скрывая ее источники, – значит просеивать её, взвешивать и оценивать непредвзято и пронизательно. Предоставление контекста и представление ряда конкурирующих точек зрения укрепляют доверие к сообщениям и уверенность в их истинности.

Конфиденциальность: одним из основополагающих принципов журналистских расследований является защита конфиденциальных источников (за самыми редкими исключениями). Это необходимо для поддержания доверия к источникам информации, включая осведомителей, и в некоторых случаях для обеспечения безопасности этих источников³.

Гуманность: то, что журналисты публикуют или транслируют, может быть болезненным (например, унижение, испытанное коррумпированным

² Примечание: пять из этих семи принципов опираются на "Пять основных принципов журналистики" Сети этичной журналистики: <http://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism> [дата обращения: 22.04.2018]. Однако здесь предпочтение отдается честности, а не беспристрастности, поскольку беспристрастность часто противопоставляется объективности и неправильно понимается как требование равного взвешивания всех источников и фактов. Это проблематичная концепция по тем же причинам, по которым объективность сейчас оспаривается в журналистике.

³ Posetti J. Защита журналистских источников в цифровую эпоху (ЮНЕСКО). 2017. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [дата обращения: 28.03.2018].

политиком, когда-то разоблаченным качественным журналистским расследованием), но влияние журналистики на жизнь других должно быть осмысленным. Руководящим принципом здесь является общественный интерес⁴. Гуманность также предполагает рассмотрение проблем, с которыми сталкиваются группы людей в трудных жизненных обстоятельствах, это не обязательно означает, например, принятие ориентированного на социальную справедливость стиля журналистики.

Ответственность: является верным признаком профессионализма и этичности журналистики⁵. Это оперативное, заметное и искреннее исправление ошибок; внимательное отношение к проблемам аудитории⁶ и реагирование на них. Такие особенности могут быть зафиксированы в редакционных манифестах новостных организаций и органов самоуправления, привлекая журналистику к ответственности на основе добровольных профессиональных кодексов поведения.

Прозрачность: укрепляет ответственность и помогает в развитии и поддержании доверия к журналистике⁷.

В этом контексте, наряду с независимостью журналистики, важны вопросы свободы СМИ и плюрализма. Необходим плюрализм институтов и разнообразие персонала, источников, исследовательских материалов для того, чтобы журналистика в целом вносила свой вклад в демократию и устойчивость открытых обществ. Партиципаторные медиа, такие как радио сообществ и социальные сети, также важны для обеспечения того, чтобы голоса недостаточно представленных или находящихся в неблагоприятном положении групп не оставались в стороне от процесса подготовки новостей. Плюрализм означает признание обоснованности ряда нарративов в рамках этичной журналистской

⁴ О новой этической модели, применяющей эмпатию в цифровую эпоху, см.: Shelton A. G., Pearson M., Sugath S. Внимательная журналистика и новостная этика в цифровую эпоху: буддистский подход. Routledge, Лондон, 2017. <https://www.crcpress.com/Mindful-Journalism-and-News-Ethics-in-the-Digital-Era-A-Buddhist-Approach/Gunaratne-Pearson-Senarath/p/book/9781138306066> [дата обращения: 04.01.2018].

⁵ См.: <http://ethicaljournalismnetwork.org/what-we-do/accountable-journalism> [дата обращения: 22.04.2018].

⁶ Locker K., Kang A. Сфокусированное слушание может помочь решить проблему доверия журналистики (изд. в Американском институте прессы). 2018. <https://www.americanpressinstitute.org/publications/focused-listening-trust/> [дата обращения: 28.03.2018].

⁷ Aronson-Rath R. Прозрачность – противоядие от фейковых новостей // NiemanLab. 2017. Декабрь. <http://www.niemanlab.org/2017/12/transparency-is-the-antidote-to-fake-news/> [дата обращения: 15.06.2018].

практики при выявлении дезинформации, пропаганды и других видов контента, которые выходят за рамки профессиональных стандартов (см. Модули 1, 2 и 3).

Вопросы для рассмотрения

Любая дискуссия об этической журналистской практике в мире, где дезинформация, некорректная информация и пропаганда являются вирусными, могла бы начаться с рассмотрения следующих вопросов:

- o Что такое журналистика в цифровую эпоху? (Вопрос, который смещает обсуждение с того, кто такой журналист, к более тонкому пониманию современной журналистики.)
- o Что отличает журналистику от других форм создания и публикации контента (включая рекламу, маркетинг, связи с общественностью, дезинформацию и некорректную информацию)?
- o Чьим интересам должен служить практикующий журналист?
- o Должны ли специалисты в области журналистики нести ответственность за контент, который они производят / публикуют? Если да, то почему и кто именно? Если нет, то почему?
- o Какие этические обязательства перед своими источниками, субъектами и аудиторией должны иметь журналисты?
- o Какие новые этические дилеммы должны быть рассмотрены журналистами в контексте "информационного беспорядка"?

Критерии оценки

Главная цель этой работы – углубить способность к критическому мышлению и развить навыки, позволяющие студентам-журналистам, профессиональным журналистам и другим лицам защищать свои позиции. В качестве ключевых критериев оценки должны выступать стандарты точности и верификации, а также соблюдение основных этических требований, глубина исследований и критический анализ.

Предлагаемые критерии оценки теоретических заданий:

- точность и верификация (например, были ли точно представлены цитируемые источники; были ли применены соответствующие методы верификации);
- глубина исследования (например, в какой степени учащийся стремился найти убедительные, значимые данные / источники для поддержки своих аргументов / выводов);

- качество аргументов и анализа (насколько оригинальны и сложны аргументы и анализ);
- грамотность (орфография, грамматика, пунктуация, структура);
- насколько эффективно эссе / отчет демонстрирует результаты модульного обучения.

Предлагаемые критерии оценки практических / журналистских заданий:

- точность и верификация (например, были ли точно представлены и надлежащим образом идентифицированы цитируемые источники; были ли применены соответствующие методы верификации);
- глубина исследования (например, в какой степени участник стремился найти убедительные, значимые данные / источники для поддержки своих аргументов / выводов);
- критический анализ (например, насколько вдумчиво участник опрашивает аудиторию по ключевым вопросам);
- оригинальность;
- сила повествования (например, каково влияние истории / продукта на читателей /зрителей /слушателей);
- продакшен (например, уровень аудио / видеомонтажа и мультимедийных элементов);
- грамотность (орфография, грамматика, пунктуация, структура);
- приверженность основным этическим ценностям, выраженным в профессиональных кодексах.

Способ подачи

Эти модули предназначены для онлайн- и для офлайн-обучения. При освоении курса участникам может быть полезна как общая онлайн-среда (например, учебная платформа Moodle или группы в Facebook), так и непосредственное общение.

Большинство уроков проводится по модели, включающей две части: теоретическое обучение (например, лекции или семинары) и практические занятия (например, рабочие группы, сформированные для проверки знаний). Как правило, теоретическая составляющая занимает 60–90 минут, и 90 минут – 2 часа отводятся для воркшопа или консультаций.

Эти сессии могут быть расширены, сокращены и / или распределены по разным дням в зависимости от организации преподавания / обучения в соответствующем учреждении. Каждый модуль имеет свое назначение.

Там, где это возможно, преподавателям рекомендуется привлекать отраслевых практиков и экспертов к интерактивным лекциям и форумам и обеспечить включение в учебную программу текущих тематических исследований, вопросов и дискуссий.

Кроме того, разработчики курсов приветствуют использование на уроках локальных / региональных, лингвистических и культурно значимых материалов и примеров.

Материалы и ресурсы

Преподавателям и участникам потребуется подключение к интернету, а также доступ к академическим базам данных и / или Google Scholar.

Основным сайтом для дополнительных учебных ресурсов, связанных с практическим применением общих результатов обучения, является First Draft News⁸.

Пожалуйста, обратите внимание: содержание и ресурсы, представленные в этом руководстве, должны быть надлежащим образом учтены авторами и редакторами учебных программ.

Педагогический подход

Этот специализированный курс продолжает серию типовых учебных программ по журналистскому образованию ЮНЕСКО⁹, начиная с 2007 года. Педагогиче-

⁸ <https://firstdraftnews.com/> [дата обращения: 28.03.2018].

⁹ Типовые учебные программы ЮНЕСКО по журналистике. 2007. <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209E.pdf> [дата обращения: 28.03.2018]. См. также типовые учебные программы ЮНЕСКО по журналистике: Сборник новых учебных программ. 2013. <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002211/221199E.pdf> [дата обращения: 28.03.2018] и Преподавание журналистики в интересах устойчивого развития: новые учебные программы. 2015. <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf> [дата обращения: 28.03.2018].

ский подход также опирается на учебную программу ЮНЕСКО по медиаграмотности и информационной грамотности¹⁰ и типовой курс по безопасности журналистов¹¹. В рамках курса осуществляется следующее:

- o проблемный подход,
- o проблемный подход в обучении (PBL),
- o научный подход,
- o тематическое исследование,
- o совместное обучение,
- o текстовый анализ,
- o контекстуальный анализ,
- o переводы,
- o моделирование,
- o производство.


Кроме того, преподавателям, работающим по данной учебной программе, рекомендуется изучить концепцию журналистского "обучения на основе проектов"¹² – это подход, который развивает результаты обучения посредством применения и тестирования навыков в ходе производства журналистского контента. Учащиеся также должны быть осведомлены о потенциале оперативных и вирусных мер противодействия дезинформации и иметь возможность применять этот метод на практике¹³.

¹⁰ Wilson C., Grizzle A., Tuazon R., Akyempong K., Cheung C. Учебный план по медиаграмотности и информационной грамотности для учителей. Париж: ЮНЕСКО, 2011. <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf> [дата обращения: 28.03.2018].

¹¹ Курс по безопасности журналистов: руководство для преподавателей журналистики в арабских государствах. ЮНЕСКО. 2017. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002482/248297e.pdf> [дата обращения: 28.03.2018].

¹² Rosetti J., McHugh S. Преобразование традиционной печатной журналистики в успешный формат подкаста: этнографическое исследование падения Фиби. Рецензируемый документ конференции, представленный на конференции Международной ассоциации исследователей средств массовой информации и коммуникаций в Картахене, Колумбия, 18.07.2017.

¹³ Интересным примером является этот клип с хэштегом «наши истории»: <https://www.facebook.com/hashtagoursa/videos/679504652440492/> [дата обращения: 15.06.2018].

A woman with long, dark, wavy hair is seen from behind, sitting and reading a newspaper. She is wearing a patterned top. The room is dimly lit, with a desk and a computer monitor visible in the background. The text is overlaid on the top half of the image.

**Правда, доверие
и журналистика:
почему это имеет значение**

Шерилин Аиртон

МОДУЛЬ 1

МОДУЛЬ 1

Правда, доверие и журналистика: почему это имеет значение

Шерилин Аиртон



Краткое содержание

Во многих точках мира доверие к средствам массовой информации и журналистике было хрупким и ослабело задолго до появления социальных медиа¹⁴. Эта тенденция неотделима от снижения доверия к медиаинститутам, что является характерной чертой многих обществ. Тем не менее сам объем и масштаб дезинформации и некорректной информации, замаскированных под новости, распространяемые через социальные сети, привел к процессам, которые угрожают дальнейшим репутационным ущербом журналистике. Это имеет последствия для журналистов, средств массовой информации, граждан и открытых обществ¹⁵.

Каждый может публиковать высокоскоростную информацию, бесплатную для всех, в социальных сетях и интернете. В результате граждане изо всех сил пытаются различить, что истинно, а что ложно. Правят цинизм и недоверие. Экстремистские взгляды, теории заговора и популизм процветают, и когда-то незыблемые истины и институты ставятся под сомнение. Ньюсрумы сражаются за право выполнять свою историческую роль привратников¹⁶, чей продукт может помочь установить истину. В то же время рост рынков "стратегических коммуникаций" и "информационных операций", включая активную дезинформацию и некорректную информацию, стал основным фактором информационной экосистемы¹⁷.

¹⁴ Edelman. Барометр Доверия Эдельмана – глобальные результаты. 2017. <https://www.edelman.com/global-results/> [дата обращения: 04.03.2018].

¹⁵ Viner K. Миссия журналистики во время кризиса // The Guardian. 2017. <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [дата обращения: 04.03.2018].

¹⁶ Singer J. Видимость, произведенная пользователями: вторичный контроль на входе в общее медиапространство // New Media & Society. 2013. № 16 (1). С. 55–73. <https://pdfs.semanticscholar.org/0d59/6a002c26a74cd45e15fbc20e64173cf2f912.pdf> [дата обращения: 03.04.2018].

¹⁷ См., например, описанные случаи Gu L., Kropotov V., Yarochkin F. Машина фейковых новостей о том, как пропагандисты злоупотребляют интернетом и манипулируют общественностью. https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf [дата обращения: 16.06.2018]. Другое исследование, опубликованное Институтом данных социальных исследований: Медиа манипуляция и дезинформация онлайн. Нью-Йорк, 2017. <https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/> [дата обращения: 15.06.2018].

Поскольку масштабы и последствия "информационного беспорядка" для общества начали материализовываться, то даже архитекторы социальных сетей обеспокоены. Менеджер по продуктам гражданского вовлечения Facebook Самид Чакрабарти говорит: "Если есть одна фундаментальная истина о влиянии социальных сетей на демократию, то она заключается в том, что оно усиливает человеческие намерения – как хорошие, так и плохие. В лучшем случае это позволяет нам выразить себя и принять меры. В худшем – позволяет людям распространять дезинформацию и разъедать демократию"¹⁸.

Стало ясно, что для решения этой проблемы необходимо принимать меры. Одним из соблазнов является попытка решить вопрос с помощью регулирования на законодательном уровне, и многие страны выбирают этот путь¹⁹, но сторонники свободы слова предупреждают, что это может нанести ущерб открытости и партиципаторности, которые обеспечиваются новыми технологиями²⁰. В частности, если к власти придут лидеры с авторитарными взглядами, они найдут под рукой мощное и готовое легальное оружие для определения того, что является "фальшивкой", а что не имеет отношения к критическому освещению их деятельности.

Другой вариант связан с предложениями гражданского общества и компаний, инициативы которых направлены на то, чтобы сделать аудиторию более мудрой и предоставить ей инструменты для интерпретации и оценки полученной информации. От Южной Африки²¹ до Мексики²² примеров достаточно. Растет число организаций, занимающихся проверкой фактов (как указано в настоящем руководстве).

¹⁸ Chakrabarti S. Трудные вопросы: как социальные медиа влияют на демократию // Facebook Newsroom. 2018. <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/> [дата обращения: 04.03.2018].

¹⁹ Funke D. Руководство по борьбе с дезинформацией во всем мире. 2018. Poynter <https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [дата обращения: 22.05.2018].

²⁰ Nossel S. Фальшивые новости: мошеннические новости и борьба за правду // ПЕН-клуб Америка. 2017. https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [дата обращения: 04.03.2018]

²¹ #KnowNews – это расширение для веб-браузера, разработанное неправительственной организацией Южной Африки Media Monitoring Africa, стремящейся помочь аудитории определить, содержит ли сайт, который она просматривает, достоверные новости. <https://chrome.google.com/webstore/search/KnowNews> [дата обращения: 15.06.2018].

²² См. веб-сайт <https://verificado.mx/>, который презентует коалицию из 60 СМИ, представителей гражданского общества и университетов, специализирующихся на проверке оспариваемого контента во время мексиканских выборов 2018 г. [дата обращения: 15.06.2018]; <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-19906-media-collaboration-and-citizen-input-fueled-verificado-2018-fact-checking-mexican-tele> [дата обращения: 04/07.2018].

В этом контексте журналисты и студенты факультетов журналистики должны знать о таких инициативах и о взаимодополняющих ролях, которые они могут играть. Об этом тоже говорится в данном руководстве.

Для журналистов, которые давно считают себя незаменимыми защитниками демократических и открытых обществ, проблема дезинформации и некорректной информации важнее, чем репутационные риски. "Информационный беспорядок" ставит под сомнение цели и эффективность журналистской деятельности. Подчеркивается принципиальная важность независимости журналистики и необходимость высоких профессиональных стандартов. Это не означает, что журналистика свободна от доминирующей идеологии, предвзятости, порожденной полем, этнической принадлежностью, языковой группой, классом и т. д. или бэкграундом тех, кто производит контент.

Также нельзя игнорировать системные вопросы влияния институциональных контекстов собственности, бизнес-моделей, интересов аудитории, новостной "сети" предсказуемо бюрократических и PR-источников и др. Нужно осознавать важность редакционной этики, которая служит маяком для освещения новостей и рефлексии журналистов над мировоззренческими и контекстуальными проблемами. Это означает, что журналистика – не "взгляд из ниоткуда", но практика, которая нуждается в прозрачности, чтобы общественность верила тому, что существует соответствие между широкими стандартами верификации и общественными интересами, независимо от круга охватываемых вопросов и связанных с ними перспектив²³.

На этом занятии преподаватели должны поощрять участников к критическому рассмотрению того, как журналистика может служить обществу и демократии; как «информационный беспорядок» влияет на демократию и открытые общества; как журналистика может стать лучше и в процессе функционирования восстановить доверие к своим методам и стандартам, которые действительно выделяются в отношении генерации достоверной информации в общественных интересах.

Речь идет не о слепом доверии к журналистам, а о признании их самобытности, о желании соответствовать стандартам информации, верифицируемой в интересах общества, и стремлении оценивать их должным образом. Это подразумевает признание ценности скептицизма, в отличие от цинизма, и веру в способность представителей общественности отличать тех, кто маскируется под журналистов, от тех, кто искренне стремится заниматься журналистикой (и кто демонстрирует необходимую прозрачность, проявляет ответственность

²³ См. Rosen J. Взгляд из ниоткуда: вопросы и ответы // PressThink. 2010. <http://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/> [дата обращения: 15.06.2018].

и отличается хорошей репутацией). Для журналистов и студентов факультетов журналистики это означает понимание изменяющейся информационной среды и того, как реагировать на вызовы.



План

Чтобы понять последствия "информационного беспорядка" для журналистов и общества, которому они служат, важно, чтобы участники рассмотрели глубокие изменения журналистики и традиционных средств массовой информации на структурном, культурном и нормативном уровне, последовавшие за быстрым прогрессом в области цифровых технологий и персональных устройств с поддержкой интернета.

Наиболее важной является взаимосвязь между проблемами доверия к журналистике и взаимодействием с социальными сетями²⁴.

Обвинять социальные сети во всех бедах журналистики было бы неправильно. Доверие напрямую связано с журналистским потенциалом, а также с уменьшением доверия к правительствам, бизнесу и другим институтам во многих точках мира²⁵.

Структурные изменения в способе сбора и распространения новостей и крах основной бизнес-модели старых новостных компаний лишили новостную индустрию журналистского потенциала в ньюсрумах, что повлияло на глубину, широту и качество освещения новостей. Сокращение финансирования отделов новостей в государственных средствах массовой информации и продолжающийся государственный контроль в большей части этого сектора также ослабили новости²⁶.

Цифровая трансформация принесла не только новые способы повествования и большее вовлечение аудитории в новостной процесс, но и серьезные проблемы для уже ослабленных производителей новостей. Цифровые новостные организации в большинстве своем еще не развили журналистские мышцы, чтобы остановить деградацию журналистики²⁷.

В демократизированной, более разнообразной информационной экосистеме предотвращение пагубных последствий дезинформации и некорректной ин-

²⁴ См. Модуль 3

²⁵ Edelman. 2017.

²⁶ См. Модуль 3

²⁷ Greenspon E. Разбитое зеркало: новости, демократия и доверие в цифровую эпоху // Форум по вопросам государственной политики. Канада, 2017. <https://shatteredmirror.ca/download-report/> [дата обращения: 04.03.2018].

формации является проблемой не только для тех, кто инвестирует в журналистику, но и для всего общества²⁸.

Доцифровая журналистская практика и методы включали профессиональные стандарты и уровни централизованных проверок и контроля для обеспечения точности, качества и честности новостей. Работа полевых репортеров поддерживалась командой отдела новостей, которая проверяла контент, прежде чем он публиковался. Эта "привратническая" модель привила журналистам чувство профессионализма²⁹.

Благодаря освещению общественных вопросов, расследованиям, комментариям и анализу журналисты получили эффективные инструменты привлечения к ответственности политиков и должностных лиц. Они помогали гражданам делать выбор в отношении того, как ими управляют. Безусловно, некоторые средства массовой информации не соответствовали идеалам и стандартам журналистики. Но, как правило, их бизнес был сосредоточен на реальных новостях, отобранных и представленных в конкретном занимательном нарративе, далеком тем не менее от выдуманных фактов, созданных для политических, коммерческих или развлекательных целей.

На культурном уровне расширение прав и возможностей других субъектов наблюдать, записывать, комментировать и публиковать новости в социальных сетях заставило журналистику не только использовать централизованную модель, но и перейти к публичным дебатам³⁰. Социальные медиаплатформы сейчас ключевая инфраструктура для публичного и политического дискурса. Некоторые утверждают, что это привело демократии и открытые общества к "дефициту демократии"³¹.

Настаивая на том, что они не являются издателями новостей, технологические компании и социальные платформы уклонялись от нормативных обязательств, которые выполняют журналисты и издатели³². Новые медиасубъекты не нанимают журналистов для производства новостей, но курирование и редактирование контента уводит их всё дальше от роли "простых проводников" или посредников.

²⁸ Ansip A. Ненавистнические речи, популизм и фейковые новости в социальных сетях – к ответу ЕС. 2017. <https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism> [дата обращения: 04.03.2018].

²⁹ Kovach B., Rosenstiel T. Размытость: как узнать, что правда в век информационной перегрузки. Нью-Йорк, 2010. Pp.171–184.

³⁰ Nossel S. Фальшивые новости: мошеннические новости и борьба за правду // ПЕН-клуб Америка. 2017. https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [дата обращения: 04.03.2018].

³¹ Howard P. 2017. Там же.

³² Howard P. 2017. Там же. См. также Модуль 3.

Драйверами дезинформации и некорректной информации, или “мусора”, как называют их Оксфордский институт вычислительной науки, являются платформы социальных сетей и алгоритмы поисковых систем. Используя информацию о пользовательских связях, они обеспечивают дезинформации и некорректной информации структуру и легитимность³³.

Таким образом, намеренно вводящий в заблуждение контент, распространяемый на этих платформах, подрывает понимание гражданами реальности³⁴ и доверие, информированный диалог, общее чувство реальности, взаимное согласие и участие³⁵. Есть и другие проявления, наличие которых позволяет обвинять социальные медиа в подрыве демократии:

- создание эхо-камер, поляризация и гиперпристрастность;
- преобразование популярности в легитимность;
- манипуляция со стороны популистских лидеров, правительств и сторонних субъектов;
- поощрение сбора персональных данных и целевых микро-сообщений / тенева реклама³⁶;
- разрушение общественной сферы.³⁷

Так не должно быть. Социальные медиа могут быть основной платформой для привлечения общества к журналистике, проведения дебатов, продвижения гражданских ценностей. Они могут принимать участие в демократическом укреплении прав человека, развитии культурного разнообразия, науки, знаний и в рациональном принятии решений. С этой целью журналистика – на любой платформе – должна, например, сообщать широкой общественности о сложных вопросах, не теряя научной точности и не упрощая контекст, который может ввести общественность в заблуждение. Особенно в области передового медицинского лечения (например, клонирование) и новых научных достижений (например, искусственный интеллект) перед журналистами стоит задача

³³ Pariser E. Фильтры-пузыри: что интернет скрывает от вас. Лондон, 2011.

³⁴ Европейская комиссия. Следующие шаги против фейковых новостей: комиссия создает экспертную группу высокого уровня и запускает общественные консультации. 2017. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [дата обращения: 13.06.2018].

³⁵ Deb A., Donohue S., Glaisyer T. Являются ли социальные медиа угрозой демократии? 2017. <https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf> [дата обращения: 04.03.2018].

³⁶ Cadwalladr C., Graham-Harrison E. Как Cambridge Analytica превратила «лайки» Facebook в прибыльный политический инструмент // The Guardian. 2018. <https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/2017/facebook-cambridge-analytica-kogan-data-algorithm> [дата обращения: 04.03.2018].

³⁷ Deb A., Donohue S., Glaisyer T. 2017. Там же.

проверить точность, избежать сенсационности, усвоить и сбалансировать различные мнения или выводы авторитетных экспертов, проявить осторожность при освещении будущих последствий.

Есть много способов, которыми журналистика может ответить непосредственно на дезинформацию и некорректную информацию. К ним относится сопротивление манипулированию, вплоть до расследования и прямого разоблачения дезинформационных кампаний. Но они должны сопровождаться серьезными усилиями по улучшению журналистики в целом (см. ниже).

Социальные реакции на "информационный беспорядок" и вызовы, создаваемые платформами социальных сетей, разнообразны и происходят на нескольких уровнях. Решения принимаются, причем некоторые – быстро. Много делается в США, где находятся головные офисы компаний соцсетей, а также штаб-квартира Google. Некоторые развивающиеся технологические инициативы по борьбе с дезинформацией включают:

- обязательство проектировать поисковые выдачи и новостные ленты с указанием того, что компания (не бесспорно) считает мошенническими новостями^{38 39 40};
- борьбу с кликбейтом⁴¹;
- предоставление технических решений для проверки цифрового контента и изображений⁴²;
- финансирование поддерживающих журналистику инициатив, которые находятся на стыке журналистики, технологий и научных исследований⁴³;

³⁸ Ling J. Эрик Шмидт говорит, что Google News будет "убирать" российскую пропаганду из ленты // Motherboard Vice.com. 2017. https://motherboard.vice.com/en_us/article/pa39vv/eric-schmidt-says-google-news-will-delist-rt-sputnik-russia-fake-news?utm_campaign=buffer&utm_content=buffer41cba&utm_medium=social&utm_source=facebook.com+Motherboard; https://www.rt.com/news/411081-google-russia-answer-rt/ [дата обращения: 04.03.2018].

³⁹ Mosseri A. Помощь в обеспечении новостей на Facebook из надежных источников // Facebook. 2018. <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/> [дата обращения: 04.03.2018].

⁴⁰ Stamos A. Аутентичность имеет значение: почему IRA нет на Facebook // Facebook. 2018. <https://newsroom.fb.com/news/2018/04/authenticity-matters/> [дата обращения: 04.03.2018].

⁴¹ Love J., Cooke C. Google, Facebook переходят к ограничению рекламы на поддельных новостных сайтах. Агентство Рейтер. 2017. <https://www.reuters.com/article/us-alphabet-advertising/google-facebook-move-to-restrict-ads-on-fake-news-sites-idUSKBN1392MM> [дата обращения: 15.06.2018].

⁴² См. Модуль 6. Пример: <http://www.truly.media/> [дата обращения: 15.06.2018].

⁴³ См. модуль 5.

- разработку и использование технических стандартов или сигналов доверия с целью помочь потребителям (и алгоритмам) идентифицировать новости, исходящие от надежных поставщиков⁴⁴.

На момент написания данного руководства в начале 2018 года одной из наиболее значимых инициатив в области технических стандартов для новостных организаций был консорциум The Trust Project, который сотрудничает с крупными поисковыми системами, платформами социальных сетей и более чем 70 медиакомпаниями по всему миру. Его миссия состоит в том, чтобы с помощью присвоения знака доверия облегчить для общественности идентификацию новостей, которые “точные, ответственные и этично произведены”. Он создал восемь первоначальных технических стандартов⁴⁵, которым должен соответствовать поставщик новостей, чтобы быть легко идентифицируемым в онлайн-среде и считаться надежным. Индикаторы доверия The Trust Project следующие⁴⁶.

Лучшие практики:

- Каковы стандарты?
- Кто финансирует новостное медиа?
- Какова миссия новостного медиа?
- Каковы обязательства медиа в отношении этики, различных мнений, точности, внесения исправлений и других стандартов?
- **Экспертные данные об авторе / репортере:** кто автор? Подробности о журналистах, включая их опыт и другие истории, над которыми они работали.
- **Вид работы:** что это? Определения, чтобы отличить мнение, анализ и рекламный (или спонсируемый / "нативный") контент от новостей.
- **Цитаты и ссылки:** для расследований или более подробных историй доступ к источникам, стоящим за фактами и утверждениями.
- **Методы:** для подробных историй информация о том, почему журналисты рассказывают эту историю и как протекал процесс ее создания (это работает на прозрачность).

⁴⁴ Тростовый проект – целостные новости. 2017. <https://thetrustproject.org/?nr=0> [дата обращения: 04.03.2018].

⁴⁵ Тростовый проект. 2017. Там же.

⁴⁶ Тростовый проект. 2017. Там же.

- **Местное производство:** когда история имеет местное происхождение или проходит экспертизу. Были ли репортажи сделаны на месте с глубоким пониманием локальной ситуации или в сообществах?
- **Различные голоса:** обязательства ньюсрумов вводить различные точки зрения. Читатели / зрители / слушатели замечают, когда определенные голоса, этнические группы или политические убеждения отсутствуют.
- **Практическая обратная связь:** усилия ньюсрумов по привлечению общественности к установлению приоритетов освещения, содействие процессу отчетности, обеспечение точности. Читатели / зрители / слушатели хотят участвовать в событиях и предоставлять отзывы, которые могут изменить или расширить историю.

Доверие к журналистской работе также помогает увеличить разнообразие и количество, улучшить качество источников, доступных журналистам, с последствиями для аудитории.

Ответы правительств, гражданского общества и педагогов включают в себя уделение большего внимания медийной и информационной грамотности, более подробно рассмотренной в одном из последующих модулей⁴⁷.

Эти вопросы обсуждались в 2017 году на Всемирном форуме редакторов, президент которого Марсело Реч предложил редакторам во всем мире придерживаться следующих пяти принципов⁴⁸.

В мире гиперинформации независимость, точность, профессиональная этика, прозрачность и плюрализм являются **ценностями**, которые будут поддерживать **отношения доверия** с общественностью.

- Журналистика следующего уровня **отличается** тщательной **проверкой** материалов, циркулирующих в социальных сетях. Она признает социальные медиа как источник информации для дальнейшей проверки фактов и как платформу для использования профессионального контента.
- **Миссия** журналистики на этом уровне состоит в том, чтобы **служить обществу**, предоставляя высококачественную проверенную

⁴⁷ См. Модуль 4.

⁴⁸ Ireton C. Всемирный форум редакторов просит редакторов принять 5 принципов для укрепления доверия. 2016. <https://blog.wan-ifra.org/2016/06/14/world-editors-forum-asks-editors-to-embrace-5-principles-to-build-trust> [дата обращения: 15.06.2018].

информацию и создавая новостные бренды, которые производят качественный контент.

- **Требование** журналистики следующего уровня состоит в том, что она **выходит за рамки основных фактов** и поощряет анализ, контекстуальные и расследовательские сообщения и информированное выражение мнения, переходя от предоставления новостей к знаниям, которые расширяют возможности.
- Журналистика следующего уровня должна опираться на доверие и руководящие **принципы социальной значимости, законного интереса и правдивости.**

Журналисты и редакции больше внимания уделяют улучшению качества работы:

- ответственной, этичной журналистской практике и отчетности, основанной на фактических данных⁴⁹;
- проверке фактов и ответам на вызов дезинформации и некорректной информации⁵⁰;
- проверке данных, источников, цифровых изображений⁵¹;
- взаимодействию с сообществами, в которых работают журналисты, и обеспечению соответствия новостной повестки потребностям общества⁵².

Во время голосования в Великобритании за выход из Европейского союза и на выборах в США 2016 года имели место расхождения между многими основными СМИ и их аудиториями. Сила коммуникации в социальных сетях заключается в прямом вовлечении. Преподаватели должны изучать, каким образом средства массовой информации могут улучшать обслуживание своей аудитории и тем самым укреплять доверительные отношения с более широкой общественностью.

⁴⁹ Wales J. Что мы подразумеваем под доказательной журналистикой? // Wikitribune. 2017. <https://medium.com/wikitribune/what-do-we-mean-by-evidence-based-journalism-3fd7113102d3> [дата обращения: 04.03.2018].

⁵⁰ См. Модуль 5.

⁵¹ Bell F. 2018. В век журналистики верификация данных становится все более сложной. Например, в случае обширных массивов данных вполне вероятно, что существует не только неточная информация, но и преднамеренно спланированная дезинформация, включенная в записи. См. также Модуль 6 этого курса

⁵² Batsell J. Журналистика вовлечения: связь с аудиторией с цифровыми возможностями. Нью-Йорк: Издательство Колумбийского университета, 2015.

Хорошую основу для обсуждения обеспечивают шесть вещей, которые новости могут сделать для демократии⁵³:

- 1) информация – предоставляйте справедливую и полную информацию, чтобы граждане могли сделать правильный политический выбор;
- 2) расследование – исследуйте источники, связанные с властью, особенно государственной;
- 3) анализ – последовательно обеспечивайте основания для интерпретации, чтобы помогать гражданам постигать сложный мир;
- 4) социальная эмпатия: расскажите людям о других людях в их обществе и мире, чтобы они смогли оценить точки зрения и жизнь других людей, особенно тех, кто менее преуспел, чем они сами;
- 5) публичный форум: обеспечивайте пространство для диалога между гражданами на основе плюралистических и междисциплинарных подходов к проблемам, чтобы такая площадка была общим носителем мнений различных общественных групп;
- 6) мобилизация: дайте возможность аудитории (где требуется) сориентироваться в политических программах и перспективах, мобилизуйте людей на поддержку этих программ, не ставя при этом под угрозу стандарты верификации и общественные интересы.

Цели модуля

- Поощрять учащихся критически относиться к журналистике и социальным медиа.
- Поощрять учащихся к оценке своего места в экосистеме "информационного беспорядка".
- Помочь учащимся критически осмыслить влияние "информационного беспорядка" на общество.

⁵³ Shudson M. Зачем демократии нужна нелюбимая пресса. Государственное устройство. Глава вторая «Шесть или семь вещей, которые новости могут сделать для демократии». 2008. https://books.google.co.uk/KEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBIUQ6AEIKTAAid=hmYGM9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahU-v=onpage&q&f=false [дата обращения: 04.03.2018].



Результаты учебной деятельности

После изучения модуля учащиеся должны:

- 1) иметь углубленное критическое понимание того, как журналистика может лучше служить демократии и открытым обществам в значительно расширившейся среде средств массовой информации, а также рисков "информационного беспорядка" для демократии;
- 2) понимать факторы, которые стимулируют, поддерживают и восстанавливают доверие к журналистике;
- 3) уметь объяснить, почему журналистика имеет значение.



Формат модуля

Информация, содержащаяся в плане этого модуля, может послужить основой для 30-минутной лекции в сочетании с 30-минутной консультацией или дискуссией о том, почему журналистика имеет значение и как она служит общественности. 90 минут можно выделить на выполнение практического упражнения – обсуждение следующих вопросов: как можно убедить скептиков, не доверяющих журналистике, в том, что не вся информация одинаково ненадежна; что может сделать средство массовой информации, чтобы доказать достоверность своего контента в среде социальных сетей, где вся информация выглядит одинаково?

План и результаты учебной деятельности

А. Теория

План модуля	Часы	Результаты учебной деятельности
Лекция и интерактивная дискуссия о правде и доверии	30 минут	1, 2
Обсуждение вопросов о том, почему журналистика имеет значение и как она служит общественности	30 минут	1, 2, 3

В. Практика

План модуля	Часы	Результаты учебной деятельности
Практическое упражнение	90 минут	3



Предлагаемые задания

Задание состоит из трех частей и требует от учащихся работы в парах или небольших группах.

- Попросите учащихся, работающих в небольших группах или парах, взять интервью у потребителя новостей и определить наиболее надежные источники местных или национальных новостей и гражданской информации. Используя модель Шадсона *«Шесть или семь вещей, которые новости могут сделать для демократии»* в качестве образца, они должны изучить одну публикацию или тематическую историю в каком-либо медиа, чтобы проанализировать, насколько эффективно оно служит своему сообществу с помощью журналистики.
- При выполнении этой части задания целесообразно использовать метод контент-анализа. Затем учащиеся должны определить, какие из восьми показателей доверия, предложенные Trust Project, могут быть идентифицированы. В-третьих, учитывая полученные результаты, учащиеся должны сделать новостной репортаж или редакционный комментарий, объяснив, почему журналистика имеет значение; форма представления – короткое видео, аудиоматериал или письменное высказывание.



Литература

- Deb A., Donohue S., Glaisyer T. Являются ли социальные медиа угрозой для демократии? 2017. <https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf>.
- Edelman. Барометр доверия Эдельмана – глобальные результаты. 2017. <https://www.edelman.com/global-results/>.
- Howard P. Социальные медиа убивают демократию? 2017. <https://www.oii.ox.ac.uk/videos/is-social-media-killing-democracy-computational-propaganda-algorithms-automation-and-public-life/>.
- Nossel S. Фальшивые новости: мошеннические новости и борьба за правду. 2017. https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf.
- Shudson M. Шесть или семь вещей, которые новости могут сделать для демократий // Зачем демократии нужна нелюбимая пресса. Государственное устройство. 2008. https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMe9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAh-WELsAKHc0vBIU_Q6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false.
- Viner K. Миссия журналистики в период кризиса // The Guardian. 2017. <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis>.

**Размышления
об «информационном беспорядке»:
форматы дезинформации,
некорректной информации и утечек**

Клэр Уордл и Хоссейн Деракхшан

**Fake News; L
die Fake News
(Pluraletan
Bedeutung**

МОДУЛЬ 2

МОДУЛЬ 2

Размышления об «информационном беспорядке»: форматы дезинформации, некорректной информации и утечек

Клэр Уордл и Хоссейн Дерахшан

Краткое содержание



Термин "фейковые новости" и даже "фейковые средства массовой информации" использовался во многих случаях для описания сообщений, с которыми заявитель не согласен. Карта Google Trends показывает, что люди начали активно искать этот термин во второй половине 2016 года⁵⁴. В этом модуле учащиеся узнают: а) почему этот термин неадекватен для объяснения масштабов информационного загрязнения и б) почему он стал настолько проблематичным, что мы должны избежать его использования.

К сожалению, это словосочетание уязвимо по своей сути для политизации и использования в качестве оружия против новостной индустрии как способ дискредитировать информацию, которая не нравится людям, находящимся у власти. Вместо этого рекомендуется использовать термины «дезинформация» и «некорректная информация». Данный модуль будет исследовать различные типы «информационного беспорядка».

Это касается сатиры и пародии, заголовков с «наживкой» и вводящих в заблуждение визуальных эффектов и статистики, подлинного контента вне контекста (так называемый «самозванный» контент, когда имя журналиста или логотип ньюсрума используются людьми, не имеющими к ним отношения), а также манипулирующего и сфабрикованного контента. Из всего вышесказанного следует, что этот кризис гораздо сложнее, чем предполагает термин "фейковые новости".

Если мы задумываемся о решении проблем, связанных с этими типами информации, загрязняющей наши социальные медиапотoki, с целью остановить их проникновение в традиционные медиа, нам стоит делать это тщательнее.

Мы также должны думать о людях, которые создают этот тип контента, и об их мотивации. Какие типы контента производятся и как они принимаются аудиторией?

⁵⁴ Карта Google Trend. Термин «фейковые новости». <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=fake%20news> [дата обращения: 04.06.2018].

И когда аудитория решает поделиться этими сообщениями, что её мотивирует?

В этом вопросе есть ряд аспектов, многие дискуссии не учитывают эту сложность. К концу данного модуля учащиеся должны владеть терминологией и знать определения для обсуждения проблем, связанных с "информационным беспорядком".



План

В данном руководстве обычно используются термины "дезинформация" и "некорректная информация" в противопоставлении достоверной информации в интересах общества, являющейся продуктом подлинной журналистики.

В значительной части дискурса о "фейковых новостях" содержатся два понятия: дезинформация и некорректная информация. Однако может быть полезно предположить, что некорректная информация – это ложная информация, но человек, который ее распространяет, верит, что она истинна. Дезинформация – ложная информация, и человек, который ее распространяет, знает, что она ложна. Это преднамеренная ложь, которая указывает на то, что люди активно дезинформируются злонамеренными субъектами⁵⁵.

Третью категорию можно было бы назвать утечкой информации; это информация, основанная на реальности, но используемая для причинения вреда человеку, организации или стране. Примером может служить отчет, в котором неоправданно с точки зрения общественных интересов раскрывается сексуальная ориентация человека. Важно отличать истинные сообщения от ложных, однако есть и такие, которые истинны (или содержат долю истины), но создаются или распространяются "агентами" с намерением нанести вред, а не служить общественным интересам. Такая утечка, как и истинная информация, связанная с вторжением в частную жизнь человека без достаточных оснований, идет вразрез со стандартами и этикой журналистики.

Несмотря на вышеуказанные различия, последствия для информационной среды и общества могут быть схожими (например, нарушение целостности демократического процесса, снижение уровня защиты).

⁵⁵ Обзор подходов к определению данных понятий представлен в исследовании Карловой и Фишера. 2012.



Рисунок 1. "Информационный беспорядок"

В некоторых случаях эти разновидности комбинируются (они, например, публикуются на разных платформах или образуют последовательность) в рамках более широкой информационной стратегии конкретных субъектов. Тем не менее полезно иметь в виду указанные различия, потому что причины, методы и средства правовой защиты могут соответственно варьироваться.

Президентские выборы во Франции 2017 года предоставили примеры, которые иллюстрируют все три типа "информационного беспорядка".

1. Примеры дезинформации

Одной из попыток обмана во время французской избирательной кампании было создание изощренной дублирующей версии бельгийской газеты *Le Soir*⁵⁶ с ложной статьей, утверждающей, что кандидат в президенты Эммануэль Макрон финансировался Саудовской Аравией.

Другим примером является распространение в интернете документов, в которых ложно утверждалось, что он открыл офшорный банковский счет на Багамах⁵⁷.

И наконец, дезинформация распространялась через "Твиттер-рейды", в которых не связанные между собой люди одновременно публиковали в твитах одинаковые хэштеги и сообщения для распространения слухов о личной жизни кандидата.

2. Примеры некорректной информации

Теракт на Елисейских Полях в Париже 20 апреля 2017 года стал причиной появления большого количества некорректной информации⁵⁸, как это происходит практически во всех экстренных ситуациях. Отдельные лица в социальных сетях невольно опубликовали ряд слухов, в том числе новость о том, что был убит второй полицейский.

Люди, распространяющие подобный тип контента, редко делают это, чтобы причинить вред. Скорее, они захвачены моментом, пытаются быть полезными, но не могут адекватно проверить и верифицировать информацию, которой делятся.

3. Примеры утечки информации

Яркий пример утечки информации произошел 7 мая, когда незадолго до голосования в публичной области появились электронные письма Эммануэля Макрона. Документы были признаны подлинными. Однако эта утечка за несколько минут до

⁵⁶ CrossCheck. Финансировалась ли президентская кампания Макрона Саудовской Аравией? 2017. <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/macrons-campaign-french-presidency-financed-saudi-arabia/> [дата обращения: 04.03.2018].

⁵⁷ CrossCheck. Эммануэль Макрон открыл офшорный счет? 2017. <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/emmanuel-macron-open-offshore-account/> [дата обращения: 04.03.2018].

⁵⁸ Одним из примеров был слух о том, что мусульмане в Великобритании праздновали нападение. Это опроверг проект CrossCheck: CrossCheck, 22 апреля 2017 года, Праздновали ли лондонские мусульмане террористическую атаку на Елисейских полях. <https://firstdraftnews.com/checked-french/london-muslims-celebrate-terrorist-attack-champs-elysees/> [дата обращения: 04.03.2018].

стандартного избирательного запрета на любое освещение непосредственно перед голосованием была призвана нанести максимальный вред кампании Макрона.

Термин «пропаганда» не является синонимом дезинформации, хотя дезинформация может служить интересам пропаганды. Однако пропаганда, как правило, более манипулятивна, чем дезинформация, потому что обычно она основана на эмоциональном, а не информационном обмене сообщениями⁵⁹.

Этот модуль будет сконцентрирован на изучении некорректной информации и особенно дезинформации, также мы рассмотрим примеры других типов информационного беспорядка.

Категории дезинформации, некорректной информации и утечки информации, описанные выше, не следует противопоставлять различным подлинным новостным повествованиям.

Например, журналист может написать «Хотя и не в Лиге Берни Мадоба, но мошенничество в этом новом деле сильно ударило по мелким инвесторам». Другой автор мог бы с полным правом написать: «Предполагаемое мошенничество в этом новом случае сильно ударило по мелким инвесторам, но не в Лиге Берни Мадоба».

Вторая формулировка предоставляет больше возможностей для минимизации сравнения. Вопрос о различии акцентов в этих примерах сам по себе не сводится к вопросу неискоренимости дезинформации или некорректной информации в смыслах, описанных выше. Это могут быть два законных способа интерпретации одной и той же ситуации.

Дело в том, что нарратив присутствует в новостях, а также в дезинформации, некорректной информации и утечке. Повествование встроено в факты, которые в новостях выбраны в качестве значимых (или взяты из контекста токсичной коммуникации).

Новостной репортаж о преступлении не является дезинформацией, если родственники, например, сочтут уместным упомянуть о предполагаемой расе или национальности преступника и жертвы. Эти сведения позволяют предположить, что грабитель является мигрантом и мужчиной, а жертва – женщина, гражданка страны. Однако именно журналист, рассказывая историю, сознательно или бессознательно определяет, является ли это существенным, с учетом идеологии, причинно-следственных связей, перспектив повествования.

⁵⁹ Neale, S. (1977). Пропаганда // 1977. № 18-3. С. 9–40.

Это одна из причин, по которой “проверка фактов” может сопровождаться “распаковкой повествования” – изучением структур смысла, в рамках которых факты и не факты мобилизуются для конкретных целей. Нарративы в рамках легитимной журналистики могут различаться, и их существование не означает, что журналистика теряет свои отличительные особенности по сравнению с нарративами в других формах коммуникации, таких как семь рассмотренных ниже.

1. Сатира и пародия

Включение сатиры в типологию дезинформации и некорректной информации может показаться странным. Сатира и пародия могут рассматриваться как форма искусства. Однако в мире, где люди все чаще получают информацию через свои социальные каналы, возникает путаница, когда аудитория не понимает, что сайт является сатирическим. Приведем пример из The Khabaristan Times, сатирической колонки и сайта, которые были частью новостного сайта Pakistan Today⁶⁰. В январе 2017 года сайт был заблокирован в Пакистане и поэтому прекратил публикации⁶¹.

2. Ложная взаимосвязь

Если заголовки, визуальные элементы или подписи не поддерживают содержание, это случай ложной связи. Наиболее распространенным примером такого типа является кликбейт. С ростом конкуренции за внимание аудитории редакторам все чаще приходится писать заголовки, чтобы привлечь клики, даже если люди, прочитав статью, почувствуют себя обманутыми. Яркий пример можно найти на веб-сайте Political Insider⁶².

Это также может произойти, когда используются визуальные эффекты или подписи, особенно на таких сайтах, как Facebook, чтобы создать определенное впечатление, которое не подкрепляется текстом. Но когда люди просматривают каналы в своих социальных аккаунтах, не переходя к статьям (что часто случается), вводящие в заблуждение визуальные эффекты и подписи могут быть особенно обманчивыми.

⁶⁰ Пакистан сегодня. Антропологи вступают в контакт с отдаленным, отрезанным от цивилизации племенем благодаря Рахил Шарифу. 2018. <https://www.pakistantoday.com.pk/2017/01/11/anthropologists-make-contact-with-remote-cut-off-tribe-still-thanking-raheel-sharif/> [дата обращения 04.06.2018].

⁶¹ Среди ресурсов для консультаций есть также источник, созданный соредакторами этой книги Джули Позетти и Элис Мэтьюз.

⁶² The Political Insider. Впервые избиратель ждал 92 года, чтобы встретиться с Трампом... то, что произошло дальше, УДИВИТЕЛЬНО! 2015. <https://thepoliticalinsider.com/first-time-voter-waited-92-years-to-meet-trump-what-happened-next-is-amazing/> [дата обращения: 04.06.2018].

3. Вводящий в заблуждение контент

Этот тип контента связан с сегментированием проблемы и предполагает взгляд на человека под определенным углом зрения – через обрезку фотографий либо выборочное использование цитат или статистики. Это называется теорией фрейминга⁶³. Некоторые примеры были приведены на Rappler.com.⁶⁴

Визуальные эффекты являются особенно мощным средством распространения вводящей в заблуждение информации, поскольку наш мозг менее склонен их критиковать⁶⁵. "Нативная" или платная реклама, имитирующая редакционное содержание, также попадает в эту категорию, когда она гарантированно идентифицируется как спонсируемая⁶⁶.

4. Ложный контекст

Одна из причин, по которой термин "фейковые новости" бесполезен, заключается в том, что подлинный контент часто вырывается из первоначального контекста и распространяется повторно. Например, изображение из Вьетнама, снятое в 2007 году, было представлено семь лет спустя под видом фотографии из Непала после землетрясения в 2015 г.⁶⁷

5. Самозванный контент

Есть реальные проблемы, связанные с тем, что некоторые статьи подписываются именами журналистов, не являющихся их авторами, либо в видео или изображениях включаются логотипы организаций, которые их не создавали.

Например, в преддверии выборов в Кении в 2017 году BBC Africa выяснила, что кто-то создал видео с отфотошопленным логотипом BBC, разметив его на

⁶³ Entman R., Matthes J., Pellicano L. Природа, источники и эффекты кадрирования новостей // Руководство по исследованию журналистики / под ред. К. Wahl-Jorgensen, Т. Hanitzsch. Нью-Йорк, 2009. С.196–211. <https://centreforjournalism.co.uk/sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf> [дата обращения: 03.04.2018].

⁶⁴ Punongbayan J. Действительно ли наступили перемены? Вводящие в заблуждение графики и как их обнаружить // Rappler.com. 2017. <https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot> [дата обращения: 04.06.2018].

⁶⁵ См. статью Ханны Гай в списке обязательной литературы этого модуля.

⁶⁶ См. Модуль 3.

⁶⁷ Pham N. Навязчивые "фото жертв непальского землетрясения" из Вьетнама. BBC. 2018. <http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-32579598https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot> [дата обращения 04.06.2018].

WhatsApp⁶⁸. Компании пришлось в соцсетях обратиться к людям, предупредив их о фальшивке.

6. Манипулятивный контент

Манипулятивный контент – это когда подлинным контентом манипулируют в целях обмана. Пример из Южной Африки – манипулятивные изображения главного редактора HuffPost Фериал Хаффаджи: она сидит на коленях бизнесмена Йохана Руперта, как будто между ними личные отношения⁶⁹.

7. Сфабрикованный контент

Этот тип контента может быть представлен в текстовом формате. Примеры – полностью сфабрикованный "новостной сайт" WTOE5 News и новостной сайт-самозванец, опубликовавший фантазийную статью, о том, что Папа Римский поддержал кандидатуру Дональда Трампа на пост президента.

Формат может быть и визуальным, как это было в преддверии президентских выборов в США. Тогда в социальных сетях появилась графика с ложным сообщением о том, что люди могут голосовать за Хиллари Клинтон через SMS⁷⁰.

Общественности в целом и журналистам в частности необходимо выявлять такие элементы "информационного беспорядка", как агент, сообщения и интерпретаторы.

Агент, создающий сфабрикованный контент, может отличаться от агента, «продюсирующего» этот контент, а также от «агента, его распространяющего. Существует потребность в глубоком понимании того, кто эти агенты и каковы их мотивы.

Также должны быть осмыслены различные типы сообщений, распространяемых агентами, чтобы мы могли оценить масштаб каждого и начать работать с ними. (Дебаты до сих пор велись в основном вокруг сайтов, распространяющих сфабрикованные текстовые новостные сообщения, но визуальный контент также широко представлен, и его гораздо сложнее идентифицировать и развенчать.)

⁶⁸ BBC. Выборы в Кении: поддельные CNN и циркуляция новостей BBC. 2017. <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-40762796> [дата обращения: 04.06.2018].

⁶⁹ Haffajee F. Ferial Haffajee: фабрика фейковых новостей Гупты и я // HuffPost Южная Африка. 2017. https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [дата обращения: 04.06.2018].

⁷⁰ Haltiwanger J. Тролли Трампа говорят сторонникам Хиллари Клинтон, что они могут голосовать с помощью текста // Elite Daily. 2016. <https://www.elitedaily.com/news/politics/trump-trolls-hillary-clinton-voting-text-message/1680338> [дата обращения: 23.03.2018].

Наконец, наряду с элементами, необходимо рассмотреть три фазы «информационного беспорядка»: создание, производство и дистрибуцию (рис. 2), потому что агент, который определяет содержание, часто отделен от производителей и распространителей.



Рисунок 2. Три элемента «информационного беспорядка»

Например, мотивы инициатора, разворачивающего спонсируемую государством кампанию дезинформации, очень отличаются от мотивов низкооплачиваемых "троллей", которым поручено развивать темы кампании в конкретных сообщениях.

Как только сообщение размещено, оно может быть многократно воспроизведено и распространено различными участниками, каждый из которых имеет собственную мотивацию. Например, сообщения в социальных сетях распространяются несколькими сообществами, это приводит к тому, что пост подхватывают средства массовой информации (работающие без достаточного контроля) и другие сообщества. Только анализируя таким образом "информационный беспорядок", мы начинаем понимать его нюансы⁷¹.

	Актеры: правительства, отделы спецопераций, политические партии, предприниматели, PR- фирмы, люди, медиа	Реализация возможностей программного обеспечения
Создание содержания: истории, комментарии, "лайки", видео, мемы	Часто со скрытым, украденным, ложным ID	Интерактивные интерфейсы
Распространение контента: «поделиться» и «дать ссылку»	Использование ботов	Боты
"Редактура" контента: изменять / исправлять, модерировать и курировать	Хакинг и гейминг	Алгоритмы

Таблица. Структура токсичности: как может быть повреждена целостность информации

Источник: Berger G. 2017.

https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf [дата обращения: 22.04.2018].

⁷¹ Источник: Berger G. 2017. https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf [дата обращения: 22.04.2018].

Пример сайта, опубликовавшего вирусную историю о том, что Папа Римский поддержал кандидата в президенты США Дональда Трампа, является одним из самых известных⁷². Этот пример полезен при размышлении о различных фазах "информационного беспорядка" (см. рисунок 3).



Рисунок 3. Фазы «информационного беспорядка»

⁷² WTOE 5 News. Папа Римский Франциск шокирует мир, одобряя Дональда Трампа на пост президента, публикует заявление. 2016. <https://web.archive.org/web/20161115024211/http://wtoe5news.com/us-election/pope-francis-shocks-world-endorse-donald-trump-for-president-releases-statement/> [дата обращения: 04.06.2018].

Цели модуля

- Стать более взыскательным потребителем информации, найденной в интернете, зная о широком спектре дезинформации и некорректной информации.
- Критически думать о людях (часто анонимах или мошенниках), создающих эти типы информации, учитывать форматы, которые она принимает, знать, как она интерпретируется и распространяется.
- Иметь возможность рассмотреть трудности, возникающие при решении проблем дезинформации и некорректной информации.
- Четко представлять, как «информационный беспорядок» влияет на демократии и открытые общества (предмет предыдущего модуля).



Результаты учебной деятельности

К концу этого курса учащиеся смогут:

- 1) оценивать то, как эта тема формировалась и обсуждалась политиками, средствами массовой информации и учеными;
- 2) понимать, как вред и ложь связаны с «информационным беспорядком»;
- 3) разбираться в типах дезинформации и некорректной информации и применять эту типологию к различным примерам;
- 4) критически думать о примерах дезинформации, разбираясь в том, кто ее инициировал и / или создал, как выглядело сообщение и как оно могло быть интерпретировано аудиторией;
- 5) объяснять, почему так важно тщательно осмысливать эту проблему.



Формат модуля

Теоретическая лекция и практический семинар

Слайды для этого модуля⁷³ предназначены для проведения продолжительного интерактивного семинара.

⁷³ Слайды доступны для загрузки: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf

Однако в рамках этой учебной программы приведенный выше текст предлагается в качестве основы для теоретической лекции. Практические упражнения на слайдах предназначены для 90-минутного урока. Педагоги должны работать со слайдами, обсуждая дискуссионные вопросы и организуя выполнение упражнений.

Упражнение 1. Взгляните на рисунок 4, который объясняет семь типов дезинформации и некорректной информации. Разбейте аудиторию на пары или небольшие группы и попросите привести примеры, соответствующие этим категориям.

Упражнение 2. Изучите диаграммы Венна (рис. 4), которые объясняют различия между дезинформацией, некорректной информацией и утечкой. Согласны ли вы с этим? Чего не хватает? Есть ли что-нибудь, что вы могли бы оспорить?

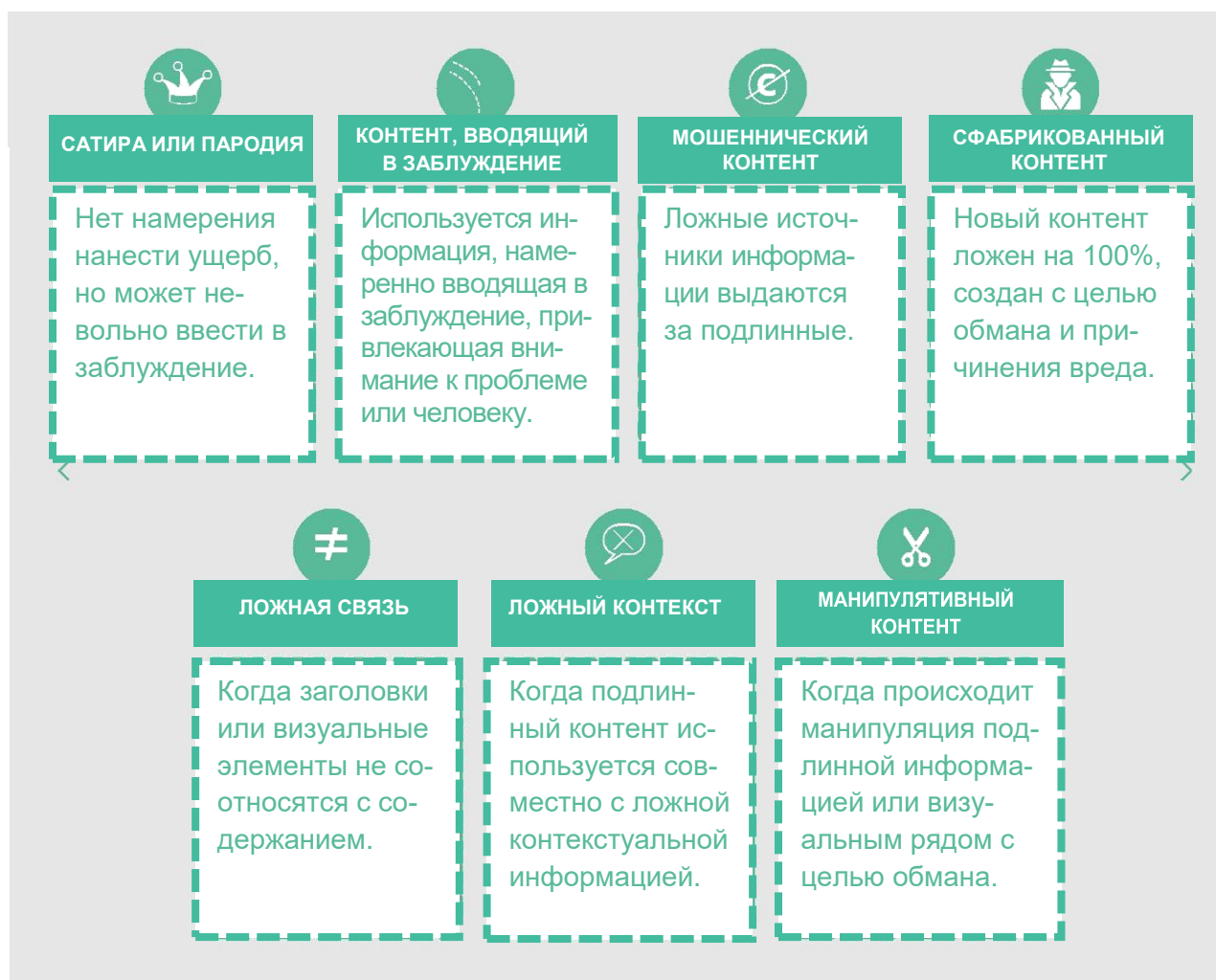


Рисунок 4: Семь категорий «информационного беспорядка» – *firstdraftnews.org*

План и результаты учебной деятельности

Теория

Лекция	Количество часов	Результаты учебной деятельности
Презентация и обсуждение в аудитории: обмен знаниями о недавних случаях дезинформации и некорректной информации	90 минут	1

В. Практика

Лекция	Количество часов	Результаты учебной деятельности
Упражнение 1. Посмотрите на рис. 4, где описаны типы дезинформации и некорректной информации, в парах или небольших группах найдите примеры, которые соответствуют этим категориям.	45 минут	2
Упражнение 2. Изучите рис. 1, который объясняет различия между дезинформацией, некорректной информацией и утечкой. Согласны ли вы с этим? Чего не хватает? Есть ли что-нибудь, что вы могли бы оспорить?	45 минут	3



Предлагаемые задания

Создайте раскадровку⁷⁴ для пояснительного видео, которое социальная сеть может запустить в верхней части новостной ленты, чтобы обучить своих пользователей тому, за чем они должны следить, когда потребляют информацию на сайте.

Учащиеся могут привести примеры дезинформации и некорректной информации, с которыми они столкнулись в ходе изучения этого модуля, чтобы подчеркнуть риски простых "лайков", репостов и комментариев к сообщениям, когда читатель не знает, являются они правдивыми или нет. Простой в использовании инструмент для создания раскадровки можно найти здесь: <http://www.storyboardthat.com/>.



Материалы

Слайды: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf.



Литература

Berger G. Фейковые новости и будущее профессиональной и этичной журналистики. Презентация на конференции, организованной рабочей группой по проблемам экстремизма в цифровой Европе Европейского парламента 6 сентября 2017 года. 2017. https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf.

Busby M., Khan I., Watling E. Виды дезинформации во время выборов в Великобритании // First Draft News. 2017. <https://firstdraftnews.com/misinfo-types-uk-election/>.

Guy N. Почему мы должны понимать дезинформацию через визуальные эффекты // First Draft News. 2017. <https://firstdraftnews.com/understanding-visual-misinfo/>.

⁷⁴ Примечание: раскадровка – это творческий процесс планирования, используемый в рекламе, кино, документалистике и журналистике, который представляет собой кадровое графическое представление потока текстового, видео- или аудиоконтента.

Karlova N.A., Fisher K.E. “Пожалуйста, RT”: Модель социальной диффузии дезинформации и некорректной информации для понимания информационного поведения человека. Слушания ISIC 2012 (Токио). 2012. https://www.hastac.org/sites/default/files/documents/karlova_12_isic_misdis_model.pdf.

Silverman C. Вот как делаются ваши гиперпартизанские политические новости // BuzzFeed News. 2017. <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-the-hyperpartisan-sausage-is-made?>.

Wardle C., Derakhshan H. Информационный беспорядок: междисциплинарные рамки для исследований и политических разработок. Совет Европы. 2017. <https://firstdraftnews.com/resource/coe-report/>.

Wardle C., Derakhshan H. Год спустя мы все еще не признаем сложности информационного беспорядка онлайн // First Draft News. 2017. https://firstdraftnews.org/coe_infodisorder/.

Zuckerman E. Перестаньте говорить: «фальшивые новости», это не помогает. Мое сердце в Аккре. 2017. <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>.

**Трансформация новостной
индустрии: цифровые технологии,
социальные платформы
и распространение дезинформации
и некорректной информации**

Джули Позетти

МОДУЛЬ 3

МОДУЛЬ 3

Трансформация новостной индустрии: цифровые технологии, социальные платформы и распространение дезинформации и некорректной информации

Джули Позетти



Краткое содержание

Цифровой век был описан как «золотая эра для журналистики»⁷⁵. Действительно, она позволила обратиться к значимым и тайным данным, что привело к новому слову в журналистском расследовании⁷⁶, новым моделям трансграничных совместных репортажей и открыло доступ к сокровищам знаний и различным источникам, который обеспечивается одним кликом мыши.

Это также создало беспрецедентные проблемы и структурные изменения в индустрии новостей. Журналистика оказалась «под огнем»⁷⁷, перед лицом виртуального «идеального шторма» конвергентного давления, которое питает «информационный беспорядок»⁷⁸. С этим связаны следующие процессы:

- усиление вычислительной пропаганды⁷⁹ и использование недоверия как оружия⁸⁰;

⁷⁵ Posetti J. Защита журналистских источников в цифровую эпоху ЮНЕСКО. Париж, 2017. С. 104. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [дата обращения: 04.01.2018]. (Со слов директора проекта ICIJ Джерарда Райла.)

⁷⁶ Obermayer B., Obermaier F. Панамские документы: рассказывая историю о том, как богатые и влиятельные скрывают свои деньги. Лондон, 2016.

⁷⁷ ЮНЕСКО. Мировые тенденции в области свободы выражения мнений и развития средств массовой информации 2017 / 2018. Париж, 2018. <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002597/259756e.pdf> [дата обращения: 29.03.2018].

⁷⁸ Wardle C., Derakhshan H. Совет Европы, Op Cit. Примечание: видеозапись панельной дискуссии на Международном фестивале журналистики 2018 года, созданной автором главы, является ресурсом, который преподаватели могут использовать для реализации этого модуля. 2017. <https://www.journalismfestival.com/programme/2018/journalisms-perfect-storm-confronting-rising-global-threats-from-fake-news-to-censorship-surveillance-and-the-killing-of-journalists-with-impunity>.

⁷⁹ Clarke R., Gyemisi B. Раскапывание фактов о поддельных новостях: вычислительный пропагандистский проект. 2017. <http://www.oecd.org/governance/digging-up-facts-about-fake-news-the-computational-propaganda-project.htm> [дата обращения: 01.04.2018].

⁸⁰ ЮНЕСКО. Государства и журналисты могут принять меры по противодействию "фейковым новостям". Париж, 2017. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [дата обращения: 29/03/2018].

- крах традиционных бизнес-моделей в индустрии печати из-за появления цифровых площадок (перераспределение рекламных бюджетов) и массовая безработица;
- неспособность цифровой рекламы поддерживать журналистику в качестве альтернативы печатной рекламы (Google и Facebook теперь являются основными бенефициарами продажи цифровой рекламы)⁸¹;
- цифровая конвергенция, трансформирующая производство, публикацию и распространение контента, значительно сокращающая сроки выпуска контента, что приводит к дополнительным потерям рабочих мест;
- целенаправленное преследование журналистов (особенно женщин), их источников и аудитории в интернете⁸².
- появление социальных медиаплатформ, выводящих на первый план аудиторию, ее контент и самостоятельную дистрибуцию этого контента⁸³, превращающих аудиторию в соавтора новостей (что предполагает много преимуществ, но дестабилизирует возможности контроля за средствами массовой информации, а также влияет на стандарты проверки информации⁸⁴);
- в ожидание новостей "по требованию" аудитории, мобильной доставки и вовлеченность в обсуждение новостей в социальных сетях в реальном времени, что еще больше усиливает давление на профессиональных журналистов, сталкивающихся с уменьшением ресурсов в бесконечном цикле производства новостей;
- в изменения в издательском деле: издатели новостей изо всех сил пытаются удержать аудиторию, так как отсутствие «барьеров» для публикаций позволяет любому физическому или юридическому лицу создавать контент, обходя традиционных «привратников», и конкурировать за внимание аудитории (в игру включились мощные

⁸¹ Kollewe J. Google и Facebook приносят пятую часть мирового дохода от рекламы // The Guardian. 2017, 2 мая. <https://www.theguardian.com/media/2017/may/02/google-and-facebook-bring-in-one-fifth-of-global-ad-revenue> [дата обращения: 29/03/2018].

⁸² См. Модуль 7

⁸³ Nielsen R.K., Schroeder C.K. *Относительная важность социальных медиа для доступа, поиска и взаимодействия с новостями в цифровом формате*. 2014. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2013.872420> [дата обращения: 29.03.2018].

⁸⁴ Posetti J., Silverman C. Когда хорошие люди делятся плохими вещами: основы верификации в социальных сетях // Тренды и ньюсрумы / под ред. Дж. Позетти. Париж, 2014. [http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA Trends Newsrooms 2014.pdf](http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf) [дата обращения: 29.03.2018].

политические силы, стремящиеся подорвать доверие к критически настроенным СМИ)⁸⁵;

- ограниченное влияние и прибыльность многих новых цифровых медиастартапов, заполнение пустующих ниш вследствие ухода печатных газет;
- эрозия доверия к журналистике и основным медиаорганизациям, заставляющая аудиторию рассеиваться и уменьшающая оставшуюся прибыль, что подпитывает распространение «информационного беспорядка».
- В результате границы между фактом, развлечением, рекламой, фабрикацией и вымыслом все более размываются. А когда дезинформация и некорректная информация публикуются, то система дистрибуции социальных новостей – от одного к другому – распространяет контент вирусно, и это делает невозможным «отзыв», даже если журналисты и другие проверяющие успешно разоблачили фальсификацию.

Этот модуль расскажет учащимся о том, как в цифровую эпоху рухнули многие коммерческие бизнес-модели новостных медиа, запустились процессы цифровой трансформации, появились социальные медиа, что сделало возможным вирусное распространение дезинформации и некорректной информации⁸⁶. Он также поможет учащимся критически проанализировать реакцию средств массовой информации на «информационный беспорядок». Кроме того, модуль должен проинформировать учащихся о формирующихся в отрасли передовых методах решения этой проблемы.



План

Поднимаем вопросы

Структурные причины «информационного беспорядка», влияющего на новостную индустрию

I. Разрушение традиционных бизнес-моделей

Быстрое снижение традиционных доходов от рекламы (эта модель финансирования поддерживала коммерческую журналистику почти два века) и получение недостаточной прибыли от цифровой рекламы привели к эпохе все более

⁸⁵ Cadwalladr С. Трамп, Ассанж, Бэннон, Фарадж ... связанные вместе в нечестивом союзе // The Guardian. 2017, 28 октября. <https://www.theguardian.com/commentis-free/2017/oct/28/trump-assange-bannon-farage-bound-together-in-unholy-alliance> [дата обращения: 29.03.2018].

⁸⁶ Pasetti J., Silverman С. 2014. Там же.

рискованных экспериментов, призванных сделать журналистский бизнес устойчивым.

Однако крах новостной индустрии только ускорился с резким снижением количества выпускаемых печатных СМИ, с драматическими перестройками и массовыми увольнениями, что стало повседневным повторяющимся опытом редакций СМИ в цифровую эпоху. Изменение поведения потребителей средств массовой информации и распространение социальных медиа, наряду с появлением доступных приложений, поддерживаемых смартфонами, вызвало обращение аудитории к модели обмена информацией «от одного к другому» и «перетекания» из традиционных новостных СМИ в социальные сети, что привело к дальнейшему сокращению доходов.

Последствия «информационного беспорядка» включают:

- истощение ресурсов отдела новостей (персонал и бюджеты), что приводит к снижению уровня проверки источников и информации, а также уменьшению количества репортажей «с места событий»;
- усиление давления «дедлайнов» вместе с недостаточностью проверки качества информации и потерей рабочих мест, в то время как необходимость штамповки контента для поддержания жизни домашних страниц и каналов социальных медиа не прекращается;
- сокращение времени и ресурсов для «сдержек и противовесов» (включая проверку фактов репортером и редактором);
- чрезмерную опору на плохо идентифицированную, но прибыльную "нативную рекламу"⁸⁷ и на кликбейт, которые еще больше подрывают доверие аудитории.

II. Цифровая трансформация отделов новостей и сторителлинга

Первое десятилетие XX века потрясло большую часть медиамира⁸⁸, нарушив закономерности и процессы создания, распространения и потребления новостей в цифровую эпоху, предоставив как беспрецедентные возможности, так и вызовы.

⁸⁷ "Нативная реклама" – это термин, используемый в медиаиндустрии для обозначения платного контента, имитирующего репортаж. Считается этичной практикой очень четко маркировать контент как платный, но страх отпугнуть читателей привел в некоторых случаях к отсутствию прозрачности.

⁸⁸ Nielsen R. K. Десять лет, которые потрясли медиамир: большие вопросы и большие тенденции в развитии международных медиа (Институт Агентства Рейтер для исследования журналистики). Оксфорд, 2012. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [дата обращения: 29.03.2018].

Цифровая трансформация новостной индустрии и журналистского ремесла теперь понимается как постоянный процесс, который управляется одновременно путем изменения поведения аудитории (например, распределение контента «от одного к другому», доступ к информации по требованию) и технологий (появление социальных медиаплатформ, виртуальной реальности, искусственного интеллекта и увеличение доступности смартфонов)⁸⁹. Таким образом, существует постоянная потребность в создании цифрового потенциала.

Воздействие "информационного беспорядка" включает множество аспектов.

- В СМИ развивается конвергенция: многим журналистам теперь поручено создавать контент для нескольких платформ одновременно (от мобильных до печатных), продолжает сокращаться время, необходимое для проактивного репортажа, в отличие от реактивных режимов, таких как воспроизведение пользовательского контента без должного контроля.
- От журналистов все чаще требуется «подредактировать» и опубликовать свой собственный контент без соответствующей оценки⁹⁰.
- Дедлайн в цифровую эпоху – всегда «сейчас», что повышает риск ошибок.
- Первоначальная публикация в социальных сетях – обычное дело для репортеров, представляющих свои истории в личных аккаунтах и / или в аккаунтах своих издателей для того, чтобы удовлетворить запрос аудитории на новости в режиме реального времени. Практика включает в себя «лайв твитты», «Facebook Live», видео и другие журналистские форматы, которые не всегда подразумевают редакционный контроль (сродни прямому вещанию), что потенциально может привести к установке "сначала публикуй, потом проверь".
- Опора на рудиментарную аналитику данных, которая фокусируется на количестве статей, кликах и уникальных посетителях сайта вместо «минут внимания» и «потраченного времени» (более полезные маркеры для лонгформ и качественной журналистики), используется

⁸⁹ Для детального глобального анализа тенденций цифровых медиа см. доклад Института Reuters по изучению журналистики. 2018. <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/overview-key-findings-2018/>.

⁹⁰ См. тематическое исследование Australian Community Media (ACM): Robin M. Кому нужны подводные лодки? Фэрфакс обращается только к репортерской модели Crikey. 2014. <https://www.crikey.com.au/2014/10/16/who-needs-subs-fairfax-turns-to-reporter-only-model/> [дата обращения: 29.03.2018]. (Примечание: этот метод теперь закрепился в региональных, сельских и комьюнити-публикациях Fairfax Media.)

для оправдания более высоких цен на все более дефицитную и низкоценную цифровую рекламу.

- Практика кликбейта (понимается как использование вводящих в заблуждение заголовков, чтобы соблазнить читателя нажать на ссылку под ложным предлогом) предназначена для управления трафиком, но больше ассоциируется с эрозией доверия к профессиональной журналистике.
- Погоня за виральностью за счет качества и точности. Эта проблема, вероятно, будет усугубляться 'машинным обучением'.
- Рост числа подразделений по проверке фактов в отделах новостей и качества результатов проектов.

III. Виральность: как быстро распространяется дезинформация в экосистеме новых новостей

Рост аудитории

Цифровая эра устранила барьеры для публикаций⁹¹ и сигнализировала о том, что «инструменты производства теперь есть у людей, ранее известных как аудитория»⁹², которые теперь стали сопродюсерами контента, в том числе новостного, выполняя функции и задачи, описанные как «продьюседж»⁹³. Изначально они работали со своей аудиторией с помощью чатов и электронной почты, перед тем как социальные сети резко расширили охват аудитории.

Появление социальных сетей

Во многих странах к концу 2000-х годов Twitter и Facebook присоединились к YouTube в качестве социальных медиастолпов, влияющих на практику и профессиональную идентичность журналистов (особенно в отношении проверки, вовлечения аудитории и столкновения личной и общественной сфер, происходящего на социальных платформах⁹⁴), а также распространение контента. По мере того

⁹¹ Gillmor D. Мы, СМИ: массовая журналистика от народа, для народа (О'Райли). 2004. <http://www.authorama.com/we-the-media-8.html> [дата обращения: 29.03.2018].

⁹² Rosen J. Люди, ранее известные как аудитория, блог PressThink (27 июня 2006). http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html [дата обращения: 29.03.2018].

⁹³ Bruns A. Блоги, Википедия, вторая жизнь и многое другое: от производства до продюсирования. Нью-Йорк, 2008. См. также: Bruns A. Совместное производство онлайн-новостей. Нью-Йорк, 2006.

⁹⁴ Posetti J. Трансформации журналистики... 140 символов // Time Rhodes Journalism Review. 2009. 29 сентября. http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [дата обращения: 29.03.2018].

как индивидуумы формировали сети, построенные вокруг доверия, распространение контента «от одного к другому» (в частности, на Facebook) бросило вызов традиционным методам распространения контента.

Пользователи курировали собственные потоки информации, включая контент новостных служб, журналистский контент и контент других надежных поставщиков информации, без посредничества. В результате распространения через «сети доверия» (пользователи и друзья) неточный, ложный, вредоносный и пропагандистский контент, маскирующийся под новости, приобрел дополнительную притягательность. Исследователи обнаружили, что эмоциональный контент и контент, распространенный другом или членом семьи, скорее всего, получит наш репост в социальных сетях⁹⁵.

В то время как журналисты и новостные организации внедряются в эти платформы в целях сбора новостей, привлечения аудитории и распространения контента (они должны быть там, где их аудитория активна), развиваются «фильтры-пузыри»⁹⁶ или «эхо-камеры»⁹⁷ (даже если они не совсем герметичны или изолированы, как иногда предполагается). Это ограничивает доступ множества пользователей к альтернативным мнениям и проверенной информации. Такое развитие событий усилило риски, связанные с «информационным беспорядком».

Важные для аудитории преимущества журналистики в Сети включают в себя возможность использовать разнообразные источники, проводить совместную проверку⁹⁸ (это полезно для исправления некорректной информации, разоблачения дезинформации и выявления злонамеренных субъектов), а также формировать лояльно настроенную аудиторию (что поддерживается прямым взаимодействием между журналистом и потребителем новостей)⁹⁹.

⁹⁵ Bakir V., McStay A. Фейковые новости и экономика эмоций цифровой журналистики. 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [дата обращения: 29.03.2018].

⁹⁶ Примечание: "фильтры-пузыри" – это раздутое пространство, заполненное единомышленниками в результате действия алгоритмов, которые обслуживают индивидуализированный контент, доставляемый пользователям. Pariser E. Фильтр-пузырь. Нью-Йорк: Penguin and Random House, 2012.

⁹⁷ "Эхо-камеры" связаны с эффектом подтверждения предвзятости одинаково мыслящих людей на платформах социальных сетей, в Модуле 5 об ошибках подтверждения говорится более подробно.

⁹⁸ Garcia de Torres E. Социальный репортер в действии: анализ практики и дискурса Энди Карвина // Практика журналистики. 2017. № 11 (2-3). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/2017512786.2016.1245110> [дата обращения: 29.03.2018].

⁹⁹ Posetti J. (2010). Австралийский #Spill ломает барьеры между журналистами, аудиторией // PBS Mediashift. 2010. 24 мая. <http://mediashift.org/2010/05/aussie-spill-breaks-down-wall-between-journalists-audience144/> [дата обращения: 29.03.2018].

Аудитория получает возможность возражать против журналистских ошибок или вносить вклад в совместное исследование. Эта сетевая публичная сфера также помогает журналистам и аудитории обходить произвольные ограничения и цензуру (например, слои "спин-докторов"), которые могут ограничивать доступ к информации и открытым сообществам.

Взаимодействие журналистов с аудиторией и источниками информации через каналы социальных сетей также можно рассматривать в качестве примечательной новой функции систем подотчетности, способствующих саморегулированию. Эти взаимодействия позволяют журналистам публично и быстро реагировать на обоснованную критику их работы, мгновенно исправлять ошибки и повышать прозрачность своей практики, «делая контент из процесса»¹⁰⁰.

Среди минусов можно назвать следующие:

- С усилением «сетей доверия»¹⁰¹ и эмоциональных реакций (например, вызванных предвзятостью убеждений) повышается вероятность распространения некорректной информации и дезинформации вирусным путем (см. Модуль 5).
- Правительства и другие учреждения способны проводить параллельные опросы и проверки средств массовой информации, «обращаясь непосредственно к аудитории»; имеются данные о возросшей манипуляции властью социальных медиа со стороны тех, кто стремится влиять на результаты выборов и государственную политику¹⁰².

¹⁰⁰ Posetti J. "Твиттеризация" журналистских расследований // Исследование журналистики и расследование в мире цифровых технологий / под ред. S. Tanner, N. Richardson. С. 88–100. Оксфорд: Издательство Оксфордского университета, 2013. <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers>.

¹⁰¹ "Сети доверия" – это сообщества людей, которые обмениваются информацией в интернете доверительно, без посредников, от одного к другому (например, семейные и дружеские группы). Исследователи неоднократно отмечали, что пользователи социальных сетей более склонны делиться информацией, полученной из таких "сетей доверия", независимо от того, является ли она точной и проверенной или нет.

¹⁰² Дом свободы. Свобода Сети 2017: манипулирование социальными медиа, чтобы подорвать демократию. 2017. <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017> [дата обращения: 29.03.2018]. См. также Cadwalladr С. Я создал инструмент психологической войны Стива Бэннона: встречайте разоблачителя военных // The Guardian. 2018. <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/2017/> [дата обращения: 31.03.2018].

- Сенсационной информацией, скорее всего, поделятся¹⁰³.
- Невозможно отозвать или исправить некорректную информацию и дезинформацию после того, как она стала вирусной; никакое количество разоблачений полностью не устранил влияния сфабрикованной истории, вредоносного мема, пропагандистского видео, маскирующегося под новости, или ошибочного отчета, появившегося в результате некачественной проверки.
- Требование публиковать материалы на социальных платформах мгновенно может привести к непреднамеренному обмену некорректной информацией и дезинформацией или контентом из ложных источников¹⁰⁴.
- Уровень информационной и медиаграмотности и навыков верификации в обществе невысок. Это означает, что во многих случаях основные пользователи социальных сетей неспособны определить, является ли контент подлинным, прежде чем делаться им.
- Есть опасность, что государства будут подрывать свободу слова посредством необоснованной цензуры и прекращения деятельности СМИ в ответ на злободневные проблемы, о которых говорилось выше.
- Развиваются "фильтры-пузыри", которые усиливают предубеждения и ослабляют воздействие качественной, проверенной информации.
- Некачественная журналистская практика еще больше снижает уважение аудитории к профессии и придает легитимность нападкам на СМИ со стороны тех, кто стремится заставить замолчать критиков.
- Аудитория рискует запутаться в том, что представляет собой новость¹⁰⁵.

¹⁰³ Kalsnes B., Larsson O.A. Понимание обмена новостями в социальных сетях: детализация распространения на Facebook и Twitter в журналистских исследованиях. 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [дата обращения: 29.03.2018].

¹⁰⁴ Posetti J. Правила участия журналистов в Twitter PBS Mediashift. 2009. 19 июня. <http://mediashift.org/2009/06/rules-of-engagement-for-journalists-on-twitter170/> [дата обращения: 29.03.2018].

¹⁰⁵ Nielsen R. K., Graves L. "Новости, которым вы не верите": взгляд аудитории на фейковые новости // Институт Агентства Рейтерс. Исследования журналистики. Факт-лист (RISJ, Оксфорд). 2017. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf [дата обращения: 29.03.2018].

- Отделы новостей не готовы к работе с дезинформацией в должной мере; редакционным группам социальных сетей необходимо разрабатывать обновленные стратегии для более эффективной борьбы с этой проблемой¹⁰⁶.

Взлет платформ

Главный редактор The Guardian Кэтрин Вайнер отметила, что «Facebook стал самым богатым и самым мощным издателем в истории, заменив редакторов алгоритмами»¹⁰⁷. Социальные платформы были восприняты как «новые прихватчики»¹⁰⁸, хотя они по-прежнему неохотно берут на себя ответственность за традиционные издательские оплошности и проверку, несмотря на решение подвергать цензуре некоторые материалы таким образом, что это подрывает свободу СМИ¹⁰⁹.

Усилия платформ по борьбе с дезинформацией и некорректной информацией быстро развиваются, но сопротивление а) адекватному реагированию в глобальном масштабе и б) принятию традиционно закрепленной за издателем ответственности за социальные и демократические последствия приводит к тому, что социальные сети рискуют стать фабриками «информационного беспорядка» и онлайн-злоупотреблений¹¹⁰.

Функция алгоритма Facebook по распространению новостей и дезинформации, в частности, в развивающихся государствах находится под пристальным

¹⁰⁶ Elizabeth J. Через десять лет пришло время изобретать социальные медиа в ньюсрумах // Американский институт печати. 2017. <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/reinventing-social-media/single-page/> [дата обращения: 29.03.2018].

¹⁰⁷ Viner K. Миссия журналистики в период кризиса // The Guardian. 2017. 17 ноября. <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [дата обращения: 29.03.2018].

¹⁰⁸ Bell E., Owen T. Платформа печати: как в Силиконовой долине реструктуризируют журналистику. Tow Center for Digital Journalism. 2017. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [дата обращения: 29.03.2018].

¹⁰⁹ Hindustan Times. Facebook говорит, что будет учиться на ошибке с вьетнамским фото. 2016. <http://www.hindustantimes.com/world-news/facebook-says-will-learn-from-mistake-over-vietnam-photo/story-kwmb3iX6lKgmwalGZeKlyN.html> [дата обращения: 29.03.2018].

¹¹⁰ Posetti J. Борьба против увеличивающегося онлайн-преследования // The Conversation. 2017. 29 июня. <https://theconversation.com/fighting-back-against-prolific-online-harassment-in-the-philippines-80271> [дата обращения: 29.03.2018].

вниманием с 2016 года¹¹¹, особенно в контексте вычислительной пропаганды, которая затрагивает целый ряд открытых платформ социальных медиа¹¹².

Однако после первоначальных обязательств и действий в рамках партнерства с новостными организациями и учеными-журналистами для предотвращения кризиса, включая выпуск надежного контента и маркирование флажком ложных и вводящих в заблуждение сообщений, Facebook резко ушел от этой функции в январе 2018 года¹¹³.

Вероятно, последует переход от открытых к более закрытым системам привлечения аудитории в социальных сетях, что будет иметь совершенно новые последствия для распространения новостей и стабильности качественной журналистики. Существуют также дополнительные риски для создания "фильтров-пузырей" и вирусного распространения дезинформации¹¹⁴. К ним относятся проблемы с алгоритмами поиска: в начале 2018 года компания Google признала, что они имеют тенденцию усиливать предвзятость суждений. На момент написания руководства Google указала, что она работает над этой проблемой: "часто издатели предлагают различные законные перспективы, и мы хотим обеспечить пользователей возможностью увидеть их и иметь доступ к ним из нескольких источников"¹¹⁵.

Последствия «информационного беспорядка» для журналистики и индустрии новостей:

- Происходит дальнейшее снижение доверия к новостным брендам, журналистике и отдельным журналистам, которые делятся неточной, сфабрикованной или вводящей в заблуждение информацией.

¹¹¹ Finkel, Casey, Mazur. 2018. Там же.

¹¹² Grimme C., Preuss M., Adam L., Trautmann H. *Социальные боты: человекоподобные с помощью человеческого контроля?* Большие данные 5 (4). 2017. <http://comp-prop.oii.ox.ac.uk/publishing/academic-articles/social-bots-human-like-by-means-of-human-control/> [дата обращения: 29.03.2018].

¹¹³ Wang S., Schmidt C., Hazard O. L. Издатели утверждают, что они относятся к изменению ленты новостей Facebook спокойно – кровопролитие все еще впереди? // NiemanLab. 2018. <http://www.niemanlab.org/2018/01/publishers-claim-theyre-taking-facebooks-news-feed-changes-in-stride-is-the-bloodletting-still-to-come/> [дата обращения: 29.03.2018].

¹¹⁴ Alaphillippe A. Изменения ленты новостей Facebook, вероятно, будут отличными для фейковых новостей // The Next Web. 2018. <https://thenextweb.com/contributors/2018/01/2018/facebooks-news-feed-changes-probably-going-great-fake-news/> [дата обращения: 29.03.2018].

¹¹⁵ Hao K. Google наконец признает, что у него есть проблема фильтра-пузыря // Quartz. 2018. <https://qz.com/1194566/google-is-finally-admitting-it-has-a-filter-bubble-problem/> [дата обращения: 29.03.2018].

- Слияние качественной отчетности с дезинформацией и плохо маркированным нативным (платным) рекламным контентом, призванным имитировать новости, усиливает общее недоверие.
- В условиях дальнейшего давления на журналистские бизнес-модели аудитория больше не может обращаться к средствам массовой информации во времена кризисов и катастроф, рассчитывая, что ей будет предоставлена надежная, проверенная информация, распространяемая в общественных интересах. Такое доверие лежит в основе лояльности бренду – это то, что необходимо для построения любой устойчивой бизнес-модели.
- Ослабление роли журналистов как агентов доверия (например, с помощью журналистских расследований) имеет последствия для общества в целом.
- Репрессивные меры, в том числе отключение интернета, блокировка платформ и цензура, иногда оправданные необходимостью искоренения "фейковых новостей", подрывают свободу прессы и свободу слова.
- Имеют место нападки на журналистов (в частности, женщин-журналистов) со стороны поставщиков дезинформации, использующих онлайн-преследование для дискредитации критических репортажей, наряду с преднамеренными попытками вовлечь журналистов в распространение дезинформации и некорректной информации¹¹⁶.

Новая отраслевая практика: как новостные организации освещают "фейковые новости" и противодействуют "информационному беспорядку"

Описанные выше проблемы и риски требуют профессиональной бдительности, приверженности этике, высоких стандартов отчетности и проверки (включая методы совместной проверки) как информации, так и источников, наряду с активным развенчанием и креативными репортажами по этой проблеме.

Вот некоторые примеры усилий новостных организаций и отдельных репортеров по освещению историй, донесению до аудитории важности информационной грамотности и противодействию дезинформации:

- The Guardian использует Instagram Stories для борьбы с распространением дезинформации: короткие видеоролики предназначены для привлечения молодой аудитории: <https://www.instagram.com/p/BRd25kQBb5N/> (см. также: Интерактивная викторина The

¹¹⁶ См. подробный анализ в Модуле 7.

Guardian "Фейковые новости": <https://www.theguardian.com/theguardian/2016/dec/28/can-you-spot-the-real-fake-news-story-quiz>).

- Платформа Rappler использует журналистские расследования и анализ больших баз данных для выявления пропагандистских "кукольных" сетей, влияющих на демократию на Филиппинах: <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet>.
- The New York Times создает сильные репортажи, объясняющие проблемы через обращение к тематическому исследованию: <https://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html>.
- Журнал Columbia Journalism Review предлагает рефлексивный практический анализ проблемы: https://www.cjr.org/analysis/how_fake_news_sites_frequently_trick_big-time_journalists.php.
- Австралийская The Guardian создала руководство для журналистов, работающих по проблеме отрицания изменений климата: <https://www.theguardian.com/environment/planet-oz/2016/nov/08/tough-choices-for-the-media-when-climate-science-deniers-are-elected>.
- Сотрудничество по разоблачению фейковых новостей между журналистами и учеными в Японии во время национальных выборов в 2017 году было построено по принципу очень успешного проекта CrossCheck по надзору за процессом выборов во Франции в том же году: <http://www.niemanlab.org/2017/10/a-snap-election-and-global-worries-over-fake-news-spur-fact-checking-collaborations-in-japan/>.
- Electionland в США является интересным примером сотрудничества, которое объединяет преподавателей журналистики и студентов: <https://projects.propublica.org/electionland/>¹¹⁷.
- Глобальное освещение и расследование скандала Cambridge Analytica (с участием The Observer и The Guardian, Channel 4 News и The New York Times), а также способ, который использовала компания Vox Media, чтобы объяснить эту сложную историю своей аудиторией, представлены на ресурсах:

¹¹⁷ Примечание редакции: CrossCheck и Electionland являются частью формирующегося феномена временных инициатив в форме партнерства, направленных на противодействие дезинформации во время выборов. Такие партнерства могут быть ценным явлением, которое компенсирует отсутствие либо относительную слабость или изоляцию постоянных учреждений по проверке фактов.

- а) <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/21/2017141428/cambridge-analytica-trump-russia-mueller>;
- б) <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/2017151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram>.

- The Quint использует возможности аудитории, чтобы противостоять распространению дезинформационных историй на WhatsApp в Индии, и этот опыт творческого кураторства проверенного контента отражен в приложении WhatsApp fake-propaganda-satire¹¹⁸.

Преподавателям рекомендуется добавить другие примеры из собственных регионов (на языках учащихся).

Большую ценность имеют стратегии профессора Чарли Беккета по усилению этики журналистской практики в эпоху "фейковых новостей".

Он говорит, что журналисты должны:

- быть доступными и присутствовать на всех платформах¹¹⁹;
- помогать пользователям найти хороший контент, где бы он ни находился;
- быть релевантными – использовать язык пользователей и творческое "слушание";
- быть экспертами – добавлять ценность, понимание, опыт, контекст;
- быть правдивыми – проверять факты, баланс, точность;
- быть человечными – проявлять сочувствие, гибкость, конструктивность;

¹¹⁸ Примечание: для исследования роли чат-приложений в распространении дезинформации см. Bradshaw S, Howard P. *Оспаривание истины и доверия: глобальный перечень организованных манипуляций в социальных сетях*. Рабочий документ «Проект по вычислительной пропаганде». Оксфорд, 2018. <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf> [дата обращения: 20.08.18].

¹¹⁹ Примечание: редакция признает, что не все журналисты могут находиться на всех платформах. Однако было бы полезно для новостных центров направить отдельных журналистов на новые и менее эффективные платформы в дополнение к нынешним широкоизвестным Twitter, Facebook и Instagram.

- быть «прозрачными» – показывать источники, быть подотчетными, позволять критику¹²⁰.

Цели модуля

Сформировать у учащихся понимание структурных причин ослабления новостной индустрии, с одной стороны, и движущей силы дезинформации и некорректной информации – с другой.

- Дать возможность учащимся критически проанализировать реакцию новостной индустрии на феномен "информационного беспорядка".
- Понять и критически оценить роль платформ в развитии и сохранении дезинформационного кризиса.
- Ознакомиться с новой передовой практикой журналистов и новостных организаций, эффективно реагирующих на кризис.



Результаты учебной деятельности

По окончании этого модуля учащиеся должны уметь:

1. Критически оценивать структурные причины и широкие последствия действий средств массовой информации при освещении и распространении ложной информации.
2. Понимать и критиковать роль технологий и "новых привратников" (т.е. платформ) в обеспечении вирусного распространения дезинформации и некорректной информации, представленной в виде новости.
3. Выявлять новые передовые практики в информационной индустрии для определения дезинформации и борьбы с ней.



Формат модуля

Этот модуль включает две части: теоретическую и практическую – и предназначен для аудиторной или онлайн-работы.

¹²⁰ Beckett C. 2017. Там же.

План и результаты учебной деятельности

А. Теория

План модуля	Количество часов	Результаты изучения
Интерактивная лекция с комплексом вопросов и ответов, проводимая традиционно или через платформу вебинаров, обеспечивающую дистанционное участие.	60–90 минут	1, 2, 3
Содержание лекции – теория и примеры, приведенные выше.		
Однако преподавателям рекомендуется включать в этот модуль тематические исследования, имеющие отношение к культуре / местным условиям.		
Результаты обучения будут особенно хорошо усваиваться при проведении лекции в форме панельной дискуссии экспертов: журналистов, редакторов и представителей платформ, приглашенных для участия в диалоге, модератором которой является лектор или инструктор, при непосредственном участии студентов курса, задающих вопросы.		

В. Практика

План модуля	Количество часов	Результаты изучения
Семинар / практикум, который может быть проведен традиционно в аудитории или с помощью электронной платформы Moodle, группы Facebook или других сервисов, которые обеспечивают удаленное участие. Семинар / практикум может принять следующий формат:	90–120 минут	1, 2, 3, 4
Учебные группы делятся на рабочие подгруппы по 3–5 человек. Каждая подгруппа должна:		
1) получить тематический «кейс», включающий случаи невольного распространения новостной организацией дезинформации / некорректной информации;		
2) совместно оценить материал; исследовать происхождение информации и контекста ошибочной отчетности (выяснить, например, была ли это срочная новость); определить возможные причины инцидента (обращая внимание на структурные факторы, такие как недавнее сокращение отдела новостей и роль платформ социальных сетей); обсудить собственный опыт обмана дезинформацией;		
3) коллективно написать резюме (250 слов) с анализом вероятных причин публикации, определив три вещи, которые журналист(ы) или новостная организация могли бы сделать по-другому, чтобы предотвратить публикацию ложной информации. Это можно сделать с помощью Google Docs или аналогичного инструмента совместного редактирования. Отчет должен быть предоставлен преподавателю для рассмотрения.		



Предлагаемые задания

Тематический отчет (2000 слов). Выберите три тематических исследования (в том числе одно из вашей страны / региона) с участием новостной организации в распространении или расследовании случая дезинформации. Рассмотрите каждый пример (обсуждая причины и последствия публикации дезинформации / некорректной информации) и обобщите выводы, извлеченные из каждого тематического исследования (примечание: участники должны найти свои примеры – не те, которые предназначены для обсуждения на семинаре в рамках этого модуля).



Литература

Bakir V., McStay A. Фейковые новости и экономика эмоций в цифровой журналистике. 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [дата обращения: 29.03.2018].

Bell E., Owen T. Пресс-платформа: как в Силиконовой долине реструктуризируют журналистику // Tow Center for Digital Journalism. 2017. 29 марта. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [дата обращения: 29.03.2018].


Тренды в ньюсрумах 2016 (WAN-IFRA, Париж) / под ред. С. Ireton. 2016. http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2016.pdf [дата обращения: 29.03.2018].

Kalsnes B., Larsson O. A. Понимание обмена новостями в социальных медиа: детализация распространения на Facebook и Twitter в журналистских исследованиях. 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [дата обращения: 29.03.2018].

Nielsen R. K. Десять лет, которые потрясли мир средств массовой информации: большие вопросы и большие тенденции в развитии международных СМИ (Институт Агентства Рейтер по исследованию журналистики). Оксфорд, 2012. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [дата обращения: 29.03.2018].

Последний репортер – тушите свет: крах журналистики и что можно сделать, чтобы исправить это / под ред. W. McChesney и V. Picard // Новая пресса. Нью-Йорк, 2011.

- Mitchell A., Holcomb J., Weisel, R. Состояние новостных медиа. Исследовательский центр Пью. 2016. <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/06/30143308/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf> [дата обращения: 29.03.2018].
- Pasetti J. Трансформации журналистики...140 знаков // Time Rhodes Journalism Review. 2009. http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [дата обращения: 29.03.2018].
- Posetti J. «Твиттеризация» расследовательской журналистики // Исследование журналистики и расследования в мире цифровых технологий / под ред. S. Tanner, N. Richardson. Мельбурн, 2013. С. 88–100. <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> [дата обращения: 20.03.2018].
- Posetti J., & Silverman C. Когда хорошие люди делятся плохими вещами: основы верификации в социальных сетях // Тренды в ньюсрумах 2014 (WAN-IFRA, Париж) / под ред. J. Позетти. 2014. http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [дата обращения: 29.03.2018].
- Тренды в ньюсрумах 2015 (WAN-IFRA, Париж) / под ред. J. Posetti. 2015. http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2015.pdf, (см. также Тренды в ньюсрумах 2014) [дата обращения: 29.03.2018].
- RISJ. Отчет по цифровым новостям 2018 (Оксфордский университет). 2018. <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.PDF?x89475> [дата обращения: 29.06.2018].
- Silverman C. Ложь, чертова ложь и виральный контент. Tow center for Digital Journalism. 2015. http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf [дата обращения: 29.03.2018].
- Общество репортеров по проблемам изменения климата. Изменение климата: руководство по информации и дезинформации. 2016. <http://www.sej.org/initiatives/climate-change/overview> [дата обращения: 29.03.2018].
- ЮНЕСКО. Государства и журналисты могут предпринять шаги, чтобы противостоять "фейковым новостям". 2017. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [дата обращения: 29.03.2018].

The background of the entire page is a silhouette of a person sitting and reading a book. The person is shown in profile, facing right. The background is a warm, orange-hued sunset or sunrise sky. The text is overlaid on the upper part of the image.

**Борьба
с некорректной информацией
и дезинформацией с помощью
медийной и информационной
грамотности (МИГ)**

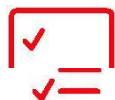
Магда Абу-Фадиль

МОДУЛЬ 4

МОДУЛЬ 4

Борьба с некорректной информацией и дезинформацией с помощью медийной и информационной грамотности (МИГ)

Магда Абу-Фадиль



Краткое содержание

Этот модуль знакомит студентов с понятием медийной и информационной грамотности¹²¹ (МИГ), необходимой для обнаружения «информационного беспорядка» в эксплицитных и имплицитных сообщениях. МИГ – концепция, которая используется ЮНЕСКО, чтобы подчеркнуть взаимосвязь компетенций в отношении информации в целом и средств массовой информации в частности. Её аспекты – права человека (особенно право на свободу слова и выражения мнений как право каждого человека искать, получать и распространять информацию и мнения); новостная грамотность (включая грамотность в отношении журналистских стандартов и этики); рекламная грамотность; компьютерная грамотность; понимание "экономики внимания"; межкультурная грамотность; конфиденциальность и т. д.

Концепция включает в себя понимание того, как коммуникации взаимодействуют с индивидуальной идентичностью и социальным развитием. МИГ становится все более важным жизненным навыком: необходимо знать, что такое совместное формирование личности и как можно ориентироваться в информационном тумане и избегать скрытых информационных мин. МИГ сопровождает наше потребление, производство, открытия, оценку и обмен информацией, а также наше понимание себя и других в информационном обществе.

Медиаграмотность – это более специфическая способность понимать язык и условности новостей как жанра и распознавать, как эти особенности могут быть использованы со злым умыслом. Все это важно, однако само по себе вряд ли даст полную защиту от дезинформации.

Это происходит потому, что люди, включаясь в коммуникации, опираются не только на разум, но и на эмоции. Следовательно, МИГ также необходимо уделять внимание повышению уровня осведомленности людей о том, как они реагируют на содержание новостей, об их предрасположенности доверять или не доверять информации даже независимо от сигналов жанра.

¹²¹ <https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy> [дата обращения: 16.06.2018].

Поэтому МИГ должна дать людям понимание их собственной идентичности: кто они, кем становятся и как это влияет на их взаимодействие с новостями и другими видами коммуникаций.

Этот модуль призван помочь учащимся разграничить журналистику, с одной стороны, и информацию, которая желает казаться журналистикой, – с другой. Такие возможности позволяют людям быть хозяевами собственной идентичности, распознавать попытки дезинформационного манипулирования, маскирующегося под новости, и сопротивляться им.

Учащиеся научатся развивать и использовать навыки критического мышления в рамках «целенаправленного рефлексивного суждения»¹²², которое включает в себя анализ, интерпретацию, оценку, саморегуляцию, выводы и объяснения.

Учащиеся пройдут через этапы анализа новостей в печати, эфире (радио и телевидение) и социальных сетях, научатся раскладывать сообщения на компоненты, а также устанавливать достоверность источников (или отсутствия таковой).

Они узнают, что подлинные новости – это не наука, а встроенные в повествование элементы, которые, несмотря на разнообразие, обычно задаются профессиональными методами и этикой, помогающими уменьшить число ошибок и, безусловно, избежать фальсификации. Журналисты должны сообщать о лжи различных субъектов, и, наоборот, они никогда не должны принимать утверждения в качестве фактов или представлять их без сопутствующих оговорок, информирующих аудиторию о реальной ситуации.

В этом модуле студенты также узнают, как быстро и легко использовать газетные штампы, чтобы создать кажущуюся достоверной и убедительной историю из неполных, вводящих в заблуждение или придуманных деталей¹²³.

Учебные материалы для данного модуля направлены на повышение осведомленности о важности МИГ в борьбе с дезинформацией и некорректной информацией. Это включает в себя использование навыков критического мышления для обнаружения сфабрикованных "новостей", подчеркивает важность использования МИГ в повседневной жизни, помогая учащимся понять, как МИГ

¹²² Facione P. Критическое мышление: что это такое и почему оно имеет значение. 2010. <https://www.insightassessment.com/> [дата обращения: 02.01.2018].

¹²³ Примеры "газетного языка" рассмотрены в следующих публикациях: Беглый «газетный язык» у Филиппа Б. Корбетта. 17 марта 2015. <https://afterdeadline.blogs.nytimes.com/2015/03/2017/fluent-in-journalese/>; Мой "позорный секрет": я научился любить клише Роба Хаттона. 05 сентября 2013. <https://www.telegraph.co.uk/culture/10288967/My-shameful-secret-Ive-learnt-to-love-cliched-journalese.html> [дата обращения: 22.04.2018].

может укрепить их права и права других людей, а также осознать важность недопущения пропаганды и распространения неправды¹²⁴.

Обучение проходит в компьютерном, подключенном к интернету учебном пространстве. Учащиеся могут использовать приложения онлайн-чата в своих персональных мобильных устройствах во время практических занятий. Интернет необходим для онлайн-доступа к источникам вне кампуса, в то время как интранет (этот модуль предлагается изучать на уровне высшего образования) используется для доступа к библиотеке и любым другим специализированным информационным ресурсным центрам в кампусе.



План

Замаскированная под новости дезинформация, появлявшаяся во время выборов в США, Франции, Кении и Германии в 2016 и 2017 годах, – это лишь верхушка айсберга огромного количества информационных проблем общества с возможными серьезными последствиями. При этом нужно учитывать, что телевизионные станции и пользователи социальных сетей по всему миру в реальном времени отслеживали чудо, происходившее в 2017 году в Мексике, когда спасатели пытались освободить школьницу, #FridaSofía, попавшую под завалы после землетрясения, только чтобы обнаружить, что ее не существует¹²⁵.

Эта история была ложной, хотя, возможно, и не являлась преднамеренной подделкой. Однако журналистика должна избегать как ошибочных, так и фальшивых фактов. Не всякая ложь в новостях является "фейковой новостью" в смысле дезинформации, но и то и другое проблематично для способности общества понимать мир.

Потребители новостей нуждаются в мудрых средствах массовой информации и информационной грамотности в целом, но также должны обладать в какой-то степени философским взглядом на вещи. Например, они должны понимать, что подлинные новости не составляют полной "истины" (которая является чем-то приблизительным в человеческих взаимодействиях и реальности во времени).

¹²⁴ Интеграция МИГ в журналистское образование изучается, например, в работе: Ван дер Линд Ф. Необходимость модуля по медиаграмотности в рамках программ журналистики или медиаобразования // Глобальный журнал СМИ. Выпуск 4, № 2. 2010. <http://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/view/7>.

¹²⁵ Сатроу А. Школьница, оказавшейся в ловушке под обломками землетрясения в Мексике и завоевавшей сердца всего мира, не существовало // Кварц. 2017. <https://qz.com/1084105/a-schoolgirl-trapped-in-mexicos-earthquake-rubble-won-the-worlds-hearts-except-she-didnt-exist/> [дата обращения: 04.03.2018].

Учащимся, особенно студентам-журналистам, нужно тем не менее понимать: журналистика никогда не должна утверждать то, что является ложным. Слухи об обнаружении китов и акул в бассейнах или на задних дворах после ураганов и о других невероятных побочных эффектах стихийных бедствий, освещаемых СМИ, должны вызвать вопрос: это на самом деле так?

Новости, которые не заслуживают уважения, поскольку оперируют непроверенными фактами, могут быть результатом небрежности и неадекватных процессов публикации, но они также могут быть преднамеренно обманывающими и, следовательно, мошенническими. МИГ необходимо разъяснять разницу, а также сравнивать такие случаи с профессиональными и этичными новостями.

Дорога длинна. Рост ненависти, ксенофобии и увеличение числа нападений на беженцев или людей "других" религий, национальностей и другого цвета кожи основаны на стереотипах, подогреваемых сфабрикованной статистикой, популистской риторикой и вводящими в заблуждение сообщениями СМИ, которые не соответствуют стандартам журналистики, усиливают токсичность смеси, которой МИГ должен противостоять.

Эта ситуация быстро усложняется, поскольку компьютерные программы с использованием искусственного интеллекта (ИИ) применяются для дискредитации людей в фальшивых видео- и /или аудиоотчетах, которые не имеют под собой никаких оснований¹²⁶.

Нужно рассказывать студентам-журналистам и практикам о необходимости думать критически о том, что они слышат и видят, от самого простого разговора до новостей, получивших широкое распространение в традиционных и цифровых мультимедиа.

В дополнение к типам дезинформации и некорректной информации, выявленных Wardle и Derakhshan (2017)¹²⁷, брюссельская некоммерческая организация Европейская ассоциация по защите интересов зрителей (EAVI) в контексте своей программы "Медиаграмотность для граждан" выпустила удобную инфографику под названием "За пределами поддельных новостей: десять типов вводящих в заблуждение новостей", которая суммирует то, с чем сегодня сталкиваются потребители новостей¹²⁸. Это ценный ресурс для студентов и практикующих журналистов.

¹²⁶ Edmund C. *Этот ИИ может создать видео Барака Обамы, говорящего что угодно*. Всемирный экономический форум. 2017. <https://www.weforum.org/agenda/2017/07/obama-speech-simulation-washington-university?>

¹²⁷ См. Модуль 2.

¹²⁸ EAVI. 2018. <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info>.

Обновленное исследование д-ра Питера А. Фэкайона “Критическое мышление: что это такое и почему оно имеет значение”¹²⁹ является хорошей стартовой площадкой для студентов, чтобы познакомить их с “аргументацией принятия решений и эффективными индивидуальными и групповыми мыслительными процессами”. Это еще более актуально в эпоху “постправды”, “фейковых новостей” и “альтернативных фактов”. В рамках этого подхода критическое мышление включает в себя:

- любознательность относительно широкого круга вопросов;
- стремление быть и оставаться хорошо осведомленным;
- осторожность в использовании возможностей критического мышления;
- доверие к процессам аргументированного расследования;
- уверенность в собственных способностях рассуждать;
- непредубежденность в отношении различных мировоззрений;
- гибкость в рассмотрении альтернатив и мнений;
- понимание мнений других людей;
- беспристрастность в оценке суждений;
- признание собственных предубеждений, предрассудков, стереотипов и эгоцентрических тенденций и честное противостояние им;
- благоразумие в создании и изменении суждений, а также в отказе от них;
- готовность пересмотреть взгляды там, где это предполагает честное размышление.

¹²⁹ Facione P. 2010. Там же. *Критическое мышление*.

Согласно различным исследованиям, во многих частях мира взаимодействие молодых людей с мобильными устройствами¹³⁰ приводит к тому, что они получают большую часть новостей через чат-приложения, социальные сети и иногда традиционные веб-сайты СМИ и блоги^{131 132133}.

На многих из них нет сигналов о том, что здесь авторитетная журналистика, а что – любительский репортаж, не говоря уже о дезинформации.


Другой вопрос – как платформы относятся к новостям. Для Facebook, крупнейшей социальной платформы на сегодняшний день, «журналистика с первого дня была костью в горле. Теперь, увязнув в неразрешимых проблемах фейковых новостей и плохого пиара, Facebook будет постепенно перекрывать новостям кислород», – пишет Фредерик Филлу¹³⁴.

Как это произойдет, еще предстоит выяснить. Некоторые новостные организации будут разочарованы, если им заявят, что их аудитория сократится, поскольку Facebook – канал для пользователей, которые зависят от платформы социальных сетей, стремясь быть в курсе событий¹³⁵.

Но некоторые сторонники МИГ надеются, что такой шаг приведет молодых потребителей новостей к расширению горизонтов в поисках того, что происходит в окружающем мире, и у них появится возможность не полностью полагаться на социальные сети с их информационным загрязнением, «подсев на девайсы». В то же время есть предположение, что Facebook может заняться производством новостей самостоятельно, конкурируя с существующими медиаакторами¹³⁶.

¹³⁰ Использование детьми мобильных телефонов. Токио: Мобильный общественный научно-исследовательский институт, NTT Docomo. 2015. https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/03/GSMA_Childrens_use_of_mobile_phones_2014.pdf.

¹³¹ *Цифровой новостной репортаж*. Институт Агентства Рейтер по исследованию журналистики (RISJ, Оксфорд). 2017. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

¹³² Shearer E., Gottfried J. Использование новостей через платформы социальных медиа. Вашингтон,  2017. <http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/>.

¹³³ Молодежь, интернет и технология в Ливане: снимок // Обмен в социальных медиа. 2017. <https://smex.org/youth-internet-and-technology-in-lebanon-a-snapshot/>.

¹³⁴ Filloux F. Понедельничные заметки. 14 января 2018. <https://mondaynote.com/facebook-is-done-with-quality-journalism-deal-with-it-afc2475f1f84>.

¹³⁵ См. Модуль 3

¹³⁶ Является ли Кэмпбелл Браун из Facebook силой, с которой нужно считаться? Или она фальшивая новость? <https://www.nytimes.com/2018/04/21/technology/facebook-campbell-brown-news.html>.

С МИГ учащиеся могут убедиться в том, что даже подлинные новости всегда создаются и потребляются в более широких повествовательных рамках, которые придают смысл фактам и подразумевают опору на предположения, идеологию и идентичность. Это означает способность распознавать разницу между различными журналистскими попытками уловить и интерпретировать реальность, с одной стороны, и случаями обмана в формате новостей, нарушающими профессиональные стандарты проверяемости, – с другой.

МИГ также может быть инструментом борьбы со стереотипами и поощрять межкультурную коммуникацию, причем многоязычие является важным фактором в достижении этой цели. Различные участники внесли свой вклад в разработку МИГ, хорошие ресурсы можно найти на веб-сайте ЮНЕСКО¹³⁷. Однако многое еще предстоит сделать в рамках учебных программ и на практике, чтобы смягчить удар дезинформации и некорректной информации¹³⁸.

Для достижения большего обучающего эффекта с помощью этого модуля, следует использовать короткие видеоролики с субтитрами¹³⁹ в качестве формы МИГ-эдьютэймента (обучение через развлечение). Чтобы показать примеры ложного контента, можно предложить учащимся найти свои примеры вводящего в заблуждение материала и приучить их воспринимать каждый бит контента, в том числе представленный как новости, с большим скепсисом.

Преподаватели также должны помочь учащимся изменить свою привычку поверхностно "гуглить" в поисках информации, инициировав более глубокие онлайн-поиски, включая расширенные функции поиска, перекрестную проверку нескольких источников информации и понимание значения библиотек и библиотекарей в формировании грамотности в вопросах поиска и оценки информации¹⁴⁰.

Электронные библиотеки значительно облегчили доступ к научным и другим

¹³⁷ См. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/> [дата обращения: 22.04.2018].

¹³⁸ Abu-Fadil M. Медиаграмотность: инструмент борьбы со стереотипами и содействия межкультурному пониманию. 2007.: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001611/161157e.pdf> [дата обращения: 04.01.2018].

¹³⁹ Вот пример видео, используемого, чтобы продемонстрировать ценность информационной медиаграмотности в контексте школьных съемок в США от Vice Media: мистификаторы говорят, что жертвы массовых съемок являются "участниками кризиса", Vice Select на Facebook. <https://www.facebook.com/vicenews/videos/842904982564160/> [дата обращения: 04.01.2018].

¹⁴⁰ 15 ресурсов для обучения медиаграмотности. ASCD. <http://inservice.ascd.org/15-resources-for-teaching-media-literacy/>. [дата обращения: 04.03.2018]. Примером может служить проект Look Sharp, инициатива по медиаграмотности Колледжа Итаки, в котором есть руководства по медиаграмотности, комплекты учебных программ и загружаемые раздаточные материалы. www.projectlooksharp.org [дата обращения: 23.03.2018].

справочным материалам, которые студенты-журналисты и практикующие журналисты могут использовать для углубления своих знаний о процессах и практике критической оценки и проверки информации. Другие ресурсы также дополняют процесс обучения / получения знаний, чтобы помочь учащимся вступить в борьбу с мошенниками в сфере новостей, защититься от ее негативного воздействия и быть в состоянии развенчать ложь, что является одной из компетенций профессиональных журналистов¹⁴¹.

Гражданское взаимодействие с пользователями социальных сетей, получающими дезинформацию и некорректную информацию и обменивающимися ею, также является перспективным методом для журналистов и студентов-журналистов, чтобы научиться находить, отслеживать и эффективно опровергать ложь как для себя, так и в своих сообществах. Преподавателям рекомендуется рассмотреть упражнения, направленные на закрепление этого умения в данном модуле.

Для обоснования актуальности данного модуля полезно обратиться к словам Рубы Эль Хелу, старшего преподавателя и исследователя средств массовой информации Университета «Нотр Дам» в Ливане: «оснащение людей навыками, необходимыми для декодирования различных сообщений, – это постоянная борьба, к которой следует присоединиться всем преподавателям медиадисциплин и журналистам. Медиаграмотность помогает людям найти равновесие между доверием к источникам новостей и необходимой подозрительностью, чтобы подвергнуть их сомнению».



Цели модуля

Этот модуль направлен на:

- ♦ осознание важности приобретения необходимой грамотности¹⁴² и соответствующих навыков¹⁴³ для понимания журналистики (и различных вариантов журналистики) и в то же время обнаружения как журналистских ошибок, так и мошеннических новостей в различных средствах массовой информации;

¹⁴¹ Примером может служить проект Look Sharp, инициатива по медиаграмотности Колледжа Итаки, в котором есть руководства по медиаграмотности, комплекты учебных программ и загружаемые раздаточные материалы. www.projectlooksharp.org [дата обращения: 23.03.2018].

¹⁴² Для получения информации о медиа- и информационной грамотности см.: ЮНЕСКО МИГ. <http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/foreword/unifying-notions-of-media-and-information-literacy/> [дата обращения: 22.04.2018].

¹⁴³ В дополнение к навыкам критического мышления, выявленным Facione (2010), участников следует поощрять к скептицизму, то есть к тому, чтобы подвергать сомнению всё, ничего не предполагать, проверять источники фактов.

- оснащение учащихся навыками осмысливать потребление новостей по всему спектру средств массовой информации и умением видеть, как легко производить дезинформацию;
- развитие у учащихся здорового скептицизма по отношению ко всей информации и взвешенного отношения к достоверности репортажей, сообщений, фидов, фотографий, видео, аудиоконтента, инфографики и статистики в соответствующих контекстах.



Результаты учебной деятельности

В результате освоения этого модуля студенты смогут:

- 1) отличать факты от вымысла, а также определять легитимность потенциально разнообразных нарративов в рамках аутентичной журналистики;
- 2) понимать, как выбираются истории, кто производит контент, какие методы применяются для создания видимости подлинного представления реальности, как используется язык, что подчеркивается, что опускается, кто говорит, насколько важен и / или надежен этот человек, какова его / ее повестка дня, какое влияние эта новость имела / имеет / будет иметь и как другие рассматривают и потребляют те же новости;
- 3) получить представление о своем уровне МИГ и ее значимости для того, кем они являются как личности, а также о том, как она влияет на их взаимодействие с информацией и коммуникацией.



Формат модуля

Модуль разделен на две 90-минутных части. Первая часть является теоретической, вторая – практической.

Методология основана на обсуждении того, что такое МИГ и каково ее значение в эпоху дезинформации, некорректной информации и других искажений, которые становятся вирусными с помощью традиционных и социальных медиа. Материалы для этого занятия можно получить через интернет, также существует множество полезных ресурсов для исследований и практических занятий.

Ниже представлен список полезных сайтов:

- ЮНЕСКО: <http://en.unesco.org/> – и ее сайт, посвященный медиаграмотности: <https://en.unesco.org/themes/media-literacy>.

- Альянс цивилизаций Организации Объединенных Наций: <https://www.unaoc.org/>.
- Учебный план по медийной и информационной грамотности для преподавателей: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/>.
- 5 законов МИГ: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/>.
- Воспитание здравого смысла: <https://www.commonsense.org/education/top-picks/media-news-and-information-literacy-resources-for-students>.
- EAVI Медиаграмотность для граждан: <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>.
- Проект по новостной медиаграмотности: <http://www.thenewsliteracyproject.org/>, Центр медиаграмотности при Университете Стоуни Бру: <http://www.centerfornewsliteracy.org/>.
- Следите за медиа: <http://propaganda.mediaeducationlab.com/>.
- Центр цифровых ресурсов (Центр медиаграмотности): <http://drc.centerfornewsliteracy.org/>.
- Центр медийной и информационной грамотности в Университете Род-Айленда: <https://centermil.org/resources/>.

Преподавателям рекомендуется добавлять ресурсы из своих стран и регионов на разных языках.

Аудитория должна быть оборудована компьютерами и доступом к интернету, что позволит преподавателю и студентам изучать веб-сайты организаций, занимающихся вопросами медиа- и информационной грамотности, а также тематические исследования в области медиа.

План и результаты учебной деятельности

А. Теория

Преподаватель представит материалы и тематические исследования по МИГ и ее отношению к дезинформации и некорректной информации, которые маскируются под новости.

План модуля	Количество часов	Результаты изучения
Объяснение и обсуждение МИГ и ее инструментов, включая критическое мышление	45 минут	1+3
Просмотрите и обсудите выбранные примеры, которые являются локально значимыми в различных медиаформатах	45 минут	1+2

В. Практика

Мероприятия, связанные с учебными материалами и инструментами

План модуля	Количество часов	Результаты изучения
Практические действия	90 минут	1+3
<p>Вид деятельности 1. Распознавание журналистики (видов журналистики) Изучите историю на первой странице в местной прессе. Каждый студент должен изучить одну и ту же историю, которая появилась в трех разных средствах массовой информации. Проведите обсуждение, в ходе которого у учащихся будет возможность применять методику критического мышления. Они также должны «распаковать» основное повествование и проанализировать выбор, структуру и упаковку новостей. В этой «распаковке» особое внимание должно уделяться признакам новостей (элементы: кто, что, где, когда, как, почему; использование прямых цитат; опора на экспертные и авторитетные источники, поддерживающие образы; стереотипная терминология, типичная для «популистки», наряду с другими «новостными» сигналами).</p>	45 минут	
<p>Вид деятельности 2. Представление дезинформации в виде новостей Покажите учащимся пример мошеннических новостей и обсудите, что «работает» и что «выдает игру». Затем предложите студентам произвести манипуляцию с историями, которые они прочитали в предыдущем упражнении. Нужно создать мошенническую историю так, чтобы она имела внешний вид новости в ближайшем будущем (альтернативой для студентов является выбор собственной темы для создания дезинформации). После завершения работы студенты формируют группы, чтобы разобраться, что придало истории вид подлинной. Можно использовать оценочный тест, а также идентификацию сигнификаторов новостей. Перегруппируйте студентов и попросите их поделиться своими идеями со всей группой с помощью коротких презентаций.</p>	45 минут	1+3



Предлагаемые задания

Каждый должен выполнить поиск соответствующих социальных медиаканалов для создания научной или медицинской новости (например, странная диета, вспышка заболевания, влияние глобального потепления на общество, эффективность электрических автомобилей по сравнению с топливными транспортными средствами). Учащиеся должны оценить свое исследование, собственную предвзятость (если она есть) и свои эмоциональные реакции на историю / перспективы по решению проблемы, учитывая, как они соотносятся с параметрами МИГ, такими как поиск, оценка, цифровая безопасность, права и идентичность, а также основные этические принципы новостей.

Затем учащиеся должны представить информацию, полученную в результате их исследования: кто создал историю; как автор узнал о том, что было опубликовано, и выигрывает ли он / она от ее распространения. Нужно дважды проверить данные, статистику, инфографику. Если это возможно, студенты также должны использовать библиотеку своего университета / электронную библиотеку для проверки данных. Выводы излагаются в критическом эссе (1500 слов), в котором анализируются сильные и слабые стороны рассмотренного контента.



Материалы

Ниже перечислены статьи, содержащие слайды, фотографии и видео. Преподавателям рекомендуется создавать свои слайд-шоу и включать в них фотографии и видео, относящиеся к их странам и контекстам.



Литература

Abu-Fadil M., Grizzle A. Возможности для развития медиаграмотности и информационной грамотности на Ближнем Востоке и в Северной Африке. 2016. <https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/MIL-Mena-2016-english.pdf> [дата обращения: 01.05.2018].

Лексикон для цифровой эпохи. Курьер ЮНЕСКО (июль – сентябрь 2017). <https://en.unesco.org/courier/2017-july-september/lexicon-digital-age> [дата обращения: 04.06.2018].

Facione P. Критическое мышление: что это такое и почему оно имеет значение. 2010. <https://www.insightassessment.com/> [дата обращения: 01.05.2018].

Gray J., Bounegru L., Venturini T. *Что фейковые новости говорят нам о жизни в цифровую эпоху? Не то, что вы могли бы ожидать.* NiemanLab. 2017. <http://www.niemanlab.org/2017/04/what-does-fake-news-tell-us-about-life-in-the-digital-age-not-what-you-might-expect/> [дата обращения: 04.06.2018].

Стивенс В. Умиращее искусство несогласия // Нью-Йорк таймс. 2017. <https://www.nytimes.com/2017/09/24/opinion/dying-art-of-disagreement>. HTML [дата обращения: 04.06.2018].

Дополнительная литература

Lytvynenko J. *Вот как канадский имам попал в фейковые новости о Хьюстоне*. BuzzFeed. 2018. https://www.buzzfeed.com/janelylytynenko/toronto-islam-caught-up-in-fake-news?bftw&utm_term=.ha3w9B5rr#.acEgm_YE66 [дата обращения: 04.06.2018].

Mulrooney Eldred S. В эпоху фейковых новостей студенты должны вести себя как журналисты: школы редко требуют новостной грамотности, но это более важно, чем когда-либо // Science News. 2017. <https://www.sciencenewsforstudents.org/article/era-fake-news-students-must-act-journalists> [дата обращения: 04.06.2018].

Rusbridger A., Neilsen R., Skjeseth H. *Мы спросили людей со всего мира, как журналисты должны освещать ложь влиятельных людей. Вот что они сказали*. Институт Агентства Рейтер по исследованию журналистики, Оксфордский университет. 2017. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/we-asked-people-all-over-world-how-journalists-should-cover-powerful-people-who-lie> [дата обращения: 06.12.2018].

Vesey-Burne J. *Бикини-дизайнер раскрывает, почему вы не должны доверять всему, что вы видите в Instagram* // The Independent. 2017. <https://www.indy100.com/article/bikini-designer-instagram-before-after-karina-irby-7934006?> [дата обращения: 04.06.2018].

Фактчекинг 101

Алексиос Манцарлис



THE
PELHAM
123

THE
PELHAM
123

МОДУЛЬ 5

МОДУЛЬ 5

Фактчекинг 101

Алексиос Манцарлис



Краткое содержание

От политиков до маркетологов, от пропагандистских групп до брендов — каждый, кто стремится убедить других, имеет стимул искажать, преувеличивать или запутывать факты. Этот модуль призван обеспечить участников методологией выявления подлежащих проверке фактов, утверждений и критической оценки доказательств в соответствии с этическими нормами и стандартами.



План

История и смысл проверки фактов как формы ответственной журналистики

Даниэль Патрик Мойнихан (1927–2003), сенатор США от штата Нью-Йорк и посол в Индии и Организации Объединенных Наций, сказал: «Каждый имеет право на свое собственное мнение, но не на свои собственные факты»¹⁴⁴.

Термин "проверка фактов" в журналистике может означать две разные вещи. Традиционно сотрудники, проверяющие достоверность информации, занимались отделами новостей, чтобы корректировать и проверять фактические утверждения репортеров в статьях. Подобная практика увеличивала солидность репортажа, перепроверяла факты и цифры, а также осуществляла общий контроль качества контента перед публикацией. Начало этой практики в современной журналистике, по крайней мере на Западе, приписывается крупным американским еженедельным журналам, таким как TIME в 1920-х годах»¹⁴⁵.

Экономический спад, испытываемый большинством новостных организаций по всему миру с начала XXI века¹⁴⁶, привел к тому, что отделы проверки фактов сократились, были объединены с бюро редактирования или вообще ликвидированы. Сегодня в основном высокоинтеллектуальные еженедельные журналы, такие как The New Yorker в Соединенных Штатах или Der Spiegel в

¹⁴⁴ Moynihan D., Weisman S. Дэниел Патрик Мойнихан. Нью-Йорк: PublicAffairs, 2010.

¹⁴⁵ Scriber B. Кто решает, что истинно в политике? История возникновения политической проверки фактов // Poynter [онлайн]. 2016. <https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking> [дата обращения: 28.03.2018].

¹⁴⁶ См модуль 3.

Германии, всё еще нанимают редакционных сотрудников, проверяющих достоверность информации¹⁴⁷.

Тип проверки фактов, который будет в центре внимания этого модуля, происходит не до того, как что-то будет опубликовано, а после того, как утверждение станет общедоступным. Эта форма проверки фактов "ex post" направлена на то, чтобы заставить политиков и других общественных деятелей нести ответственность за правдивость своих заявлений. Лица, проверяющие факты, ищут первичные и авторитетные источники, которые могут подтвердить или опровергнуть заявления, предъявляемые публике.

“Фактическая” проверка фактов концентрируется в основном (но не исключительно) на политической рекламе, предвыборных речах и партийных манифестах. Среди первых проектов, посвященных этой форме политической проверки фактов, можно назвать Factcheck.org, проект Центра публичной политики Анненберга в Университете Пенсильвании, стартовавший в 2003 году, и проект Channel 4, стартовавший в 2005 году.

В последнее десятилетие актуальность проверки фактов возросла и распространилась по всему миру.

Два момента были особенно значимы для роста этой журналистской практики. Первая волна была начата в 2009 году Пулитцеровской премией за национальный репортаж, присужденный PolitiFact проекту по проверке фактов, запущенному годом ранее «The St Petersburg Times» (теперь «Tampa Bay Times») во Флориде.

Нововведение PolitiFact заключалось в том, что они оценивали заявления "истиннометром", добавляя проверкам структуру и ясность. (Для критиков: рейтинги привносят субъективность в процесс.) Этот структурированный подход очень четко показал аудитории, что такое политическая проверка фактов, и разъяснил роль этого инструмента как журналистского, предназначенного для привлечения общественных деятелей к ответственности за свои слова, вдохновляя десятки проектов по всему миру¹⁴⁸.

Вторая волна проектов по проверке фактов возникла после глобального всплеска так называемых "фейковых новостей". Этот термин, неправильно используемый, описывает полностью сфабрикованные сенсационные истории,

¹⁴⁷ Bloyd-Peshkin S., Sivek S. Журналы считают, что в интернете мало времени для проверки фактов // Columbia Journalism Review. 2017. <https://www.cjr.org/b-roll/magazine-fact-checking-online.php> [дата обращения: 28.03.2018].

¹⁴⁸ Mantzarlis A. В свое первое десятилетие PolitiFact помог осуществить проверку политических фактов далеко за пределами Вашингтона, округ Колумбия // Poynter. 2017. <https://www.poynter.org/news/its-first-decade-politifact-helped-define-political-fact-checking-far-beyond-washington-dc> [дата обращения: 28.03.2018].

которые достигают огромной аудитории, используя алгоритмы социальных сетей в своих интересах. Как стало ясно в течение 2016 года, информационная онлайн-инфраструктура была особенно проницаема для дезинформации и некорректной информации, и всё больше и больше групп решали обратить свое внимание на проверку фактов.

Эта вторая волна часто концентрировалась как на проверке фактов публичных заявлений, так и на развенчании вирусных мистификаций. Развенчание является подфункцией проверки фактов и требует определенного набора навыков, которые являются общими с верификацией (особенно пользовательского контента, известного как UGC, – см. диаграмму Венна ниже). Этот модуль будет сосредоточен на проверке фактов, в то время как следующий – на проверке цифрового контента и источников¹⁴⁹.



Рисунок 5. Разница между проверкой фактов и верификацией

¹⁴⁹ См. Модуль 6.

Примеры организаций по проверке фактов во всем мире

По данным Duke Reporters' Lab, в декабре 2017 года было 137 проектов по проверке фактов, действующих в 51 стране¹⁵⁰.

В то время как Соединенные Штаты являются крупнейшим рынком для проверки фактов, некоторые из самых продуманных и инновационных работ в этой области создаются за их пределами. Преподаватели могут ознакомиться с такими проектами, как Africa Check (Южная Африка, Сенегал, Нигерия и Кения), Chequeado (Аргентина), Les Décodeurs (Франция), Faktisk (Норвегия) и Full Fact (Великобритания).

Для преподавателей, которые хотят сосредоточиться на конкретных странах или регионах, могут быть полезны следующие ресурсы:

- **Бразилия:** "Бум проверки фактов в Бразилии", статья Кейт Стейкер-Гинцберг для Poynter: <https://www.poynter.org/news/fact-checking-booms-brazil>;
- **Европа:** "Рост сайтов по проверке фактов в Европе", доклад Лукаса Грейвса и Федерики Керубини для Института Рейтер в Оксфордском университете: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe#overlay-context=>;
- **Япония:** "В Японии образована новая коалиция по проверке фактов", статья Масато Каджимото для Poynter: <https://www.poynter.org/news/new-fact-checking-coalition-launching-japan>;
- **Южная Корея:** "Что стоит за южнокорейским бумом проверки фактов? Напряженная политика и упадок журналистских расследований", статья Boyoung Lim для Poynter: <http://www.poynter.org/2017/whats-behind-south-koreas-fact-checking-boom-tense-politics-and-the-decline-of-investigative-journalism/463655/>;
- **Латинская Америка:** «Отсутствие доступа к информации является движущей силой бума проверки фактов в Латинской Америке», статья Ивана Эхта для Poynter: <https://www.poynter.org/news/lack-access-information-driving-latin-americas-fact-checking-boom>;
- **Соединенные Штаты Америки:** "Решая, что правда: рост политической проверки фактов в американской журналистике", книга Лукаса Грейвса или ее обзор Брэда Скрайбера на Poynter: <https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking>.

¹⁵⁰ Stencel M. *Бум проверок фактов, рост числа проверок на 20 процентов*. Duke Reporters Lab. 2017. <https://reporterslab.org/big-year-fact-checking-not-new-u-s-fact-checkers/> [дата обращения: 28.03.2018].

Методология и этика проверки фактов

Проверка фактов – это не ракетостроение. Это скрупулезный анализ, основанный на вопросе "Откуда мы это знаем?". В то же время фактчекинг не проверка орфографии. Не существует ни словаря-путеводителя со всеми фактами, ни простого программного обеспечения, которое будет изучать документы и сигнализировать, как только какой-либо факт искажен.

Проверка фактов состоит из трех этапов:

- 1) поиска подлежащих проверке заявлений путем изучения законодательных записей, сообщений в СМИ и социальных сетях. Этот процесс включает в себя определение того, какие основные публичные заявления (а) могут быть проверены и (б) должны быть проверены;
- 2) обнаружения фактов путем поиска наилучших доступных доказательств в отношении рассматриваемого заявления;
- 3) исправления материала путем переоценки заявления в свете доказательств по шкале правдивости.

Заслуживающие доверия организации по проверке фактов объясняют процесс проверки, делая её методологию прозрачной. Преподаватели могут ознакомить студентов с одной или несколькими из следующих практик:

- 1) Африканская проверка "Как мы работаем": <https://africacheck.org/about-us/how-we-work/>, а также инфографика в разделе «Материалы»;
- 2) Чекеадо «Метод», доступно на испанском языке: <http://chequeado.com/-metodo/>;
- 3) Пэджелла Политика "Методология" и "Как это работает", доступно на итальянском языке: <https://pagellapolitica.it/progetto/index>;
- 4) PolitiFact "Принципы PolitiFact": <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/>.

Международная сеть по проверке фактов (IFCN)¹⁵¹ также разработала кодекс принципов, которыми руководствуются добросовестные фактчекеры во время своей повседневной работы.

Организации по проверке фактов обращаются с просьбой стать верифицированными последователями кодекса принципов IFCN.

Для этого необходимо получить внешнее заключение, которое позволяет оценить эффективность применения данных стандартов. Преподаватели при же-

¹⁵¹ Автор, Алексис Манцарлис, возглавляет международную сеть по проверке фактов

лании могут ознакомиться с кодексом, найти примеры оценки фактов, сделанные фактчекинговыми организациями в их собственных странах¹⁵², и обсудить со студентами вопрос о том, позволяет ли представленная процедура больше доверять сотрудникам, проверяющим достоверность информации.

Эти принципы были разработаны, чтобы помочь читателям отличить хорошую проверку фактов от плохой. Примеры дезинформации, маскирующейся под проверку фактов, преподаватели могут найти в этих двух статьях:

DD Эти фальшивые фактчекеры торгуют ложью о геноциде и цензуре в Турции // Poynter. <https://www.poynter.org/news/these-fake-fact-checkers-are-peddling-lies-about-genocide-and-censorship-turkey>;

DD В эпоху постправды шведский крайне правый фальшивый фактчекинг был неизбежен // The Guardian. <https://www.theguardian.com/media/2017/jan/19/in-the-post-truth-era-swedens-far-right-fake-fact-checker-was-inevitable>.

Что мешает фактам

Прежде чем погрузиться в практические аспекты проверки фактов, студенты должны узнать о ее и своих собственных ограничениях.

Некоторые комментаторы заявляют, что мы вступили в эпоху “постправды” или “постфакта”. Эти термины фигурировали в заголовках по всему миру в 2016 году и были выбраны в качестве “Слова года” Оксфордским словарем английского языка и Обществом немецкого языка.

Аргумент “постправдивых” состоит в том, что политика и средства массовой информации стали настолько поляризованными, что граждане категорически отвергают любые факты в случае несогласия.

Это не совсем соответствует результатам исследований, число которых растет. В них установлено, что при исправлении, особенно посредством ссылки на значимые для аудитории авторитеты, люди становятся в общем лучше информированными. Преподаватели могут прочитать и обсудить следующие работы со своими студентами.

D Swire B., Berinsky J. A. J., Lewandowsky S., Ecker U. K. H. Обработка политической дезинформации: осмысление феномена Трампа (1 марта 2017). <http://rsos.royalsocietypublishing.org/content/4/3/160802> [дата обращения: 28.03.2018].

¹⁵² <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles> [дата обращения: 28.03.2018].

- Nyhan B., Zeitzoff T. Борьба с прошлым: восприятие контроля, исторические заблуждения и корректирующая информация в израильско-палестинском конфликте. 2018. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/pops.12449/abstract> [дата обращения: 28.03.2018].
- Wood T., Porter E. Неуловимый эффект обратного удара: устойчивая фактическая приверженность массовых настроений (5 августа 2016). <https://ssrn.com/abstract=2819073> [дата обращения: 28.03.2018].

В то же время было бы абсурдом упрощенно предполагать, что факты являются совершенными характеристиками мира и что люди – полностью рациональные существа, которые принимают новые факты абсолютно независимо от предыдущих убеждений и личных предпочтений. Каждый из нас приходит с когнитивными и другими предубеждениями (по существу, ментальными препятствиями), которые могут мешать усвоению новой фактической информации. Важно подчеркнуть, что это не то, что происходит с другими людьми, это происходит со всеми нами.

Преподаватели должны обсудить некоторые из этих предубеждений в аудитории.

Предвзятость (из «Британской энциклопедии» – <https://www.britannica.com/topic/confirmation-bias> [дата обращения: 28.03.2018]): тенденция обрабатывать информацию путем поиска или интерпретации, которая согласуется с существующими убеждениями. Этот предвзятый подход к принятию решений в значительной степени непреднамерен и часто приводит к игнорированию противоречивой информации.

Существующие убеждения могут включать в себя определенные ожидания в данной ситуации и прогнозы относительно конкретного результата. Люди особенно склонны обрабатывать информацию таким образом, чтобы поддержать собственные убеждения, когда вопрос является для них очень важным.

Мотивированное рассуждение (из Discovery Magazine – <http://blogs.discovermagazine.com/intersection/2011/05/05/what-is-motivated-reasoning-how-does-it-work-dan-kahan-answers/#.WfHrl4ZrzBI> [дата обращения: 28.03.2018]). Мотивированное познание относится к бессознательной тенденции людей приспособлять обработку информации к выводам, которые соответствуют некоторой цели. Рассмотрим классический пример. В 1950-х годах психологи попросили испытуемых, студентов двух колледжей Лиги Плюща, посмотреть фильм, в котором был показан ряд спорных свистков, сделанных во время футбольного матча между командами из их школ.

Студенты из каждой школы чаще оценивали свистки судей как правильные, когда они благоприятствовали их школе, а не сопернику. Исследователи пришли к выводу, что эмоциональная установка студентов на подтверждение лояльности своим вузам сформировала то, что они увидели на экране.

Эвристика доступности (из изданного Оксфордским университетом «Психологического словаря» – <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199534067.001.0001/acref-9780199534067-e-830> [дата обращения: 28.03.2018]). Когнитивная эвристика – оценка вероятности событий по частоте его актуализации в сознании. Это может привести к тому, что люди будут считать неверное утверждение истинным только потому, что они могут легко его вспомнить. В эксперименте, проведенном Лизой Фацио в Университете Вандербилта, люди, которых попросили повторить утверждение «Сари – это килт» шесть раз, поверили в эту вопиющую ложь больше, чем те, кто повторил ее только один раз. Освещая события не критически, журналистика может превратиться в вектор, обеспечивающий веру в ложь.

Например, освещение в СМИ вымыслов о месте рождения Барака Обамы, возможно, сыграло роль в распространении утверждения о том, что бывший президент США на самом деле не родился на Гавайях.

Следует отметить, что сама по себе проверка фактов является несовершенным инструментом. Что-то может быть на 100% точным и всё же не учитывать важный контекст¹⁵³. Факты всегда конструируются, упорядочиваются и переупорядочиваются целенаправленно в рамках более широких нарративных структур, которые могут придавать им различное значение. Более того, истина – это нечто большее, чем просто набор фактов. Проверка фактов – инструмент, который используется не столько для того, чтобы закрыть альтернативные интерпретации, сколько для того, чтобы зафиксировать ряд фактов, которые могут повлиять на повествование и индивидуальную предрасположенность при организации рациональных дебатов.

¹⁵³ См. пример Yanofsky D. Диаграмма Тима Кука не хочет, чтобы вы видели. 2013. <https://qz.com/122921/the-chart-tim-cook-doesnt-want-you-to-see/> [дата обращения: 28.03.2018].

Цели модуля

- Улучшить знакомство с формирующейся передовой практикой проверки фактов в глобальном масштабе.
- Повысить уровень осведомленности о когнитивных предубеждениях, которые могут встать на пути понимания фактов.
- Улучшить навыки критического анализа.



Результаты учебной деятельности

Понимание необходимости проверки фактов как особой формы журналистики, осмысление этики и методологии фактчекинга.

1. Понимание вопросов, которые необходимо задать при оценке качества доказательств.
2. Развитие способности отличать заявления с проверенными фактами от мнений и гипербол.
3. Основная концептуализация когнитивных предубеждений, которые могут встать на пути действительного понимания.



Формат модуля

Теоретическая часть курса выглядит следующим образом:

- 1) история и семантика;
- 2) методология и этика;
- 3) что мешает фактам.

Практическая часть включает два вида деятельности:

- 1) поиск поддающихся проверке заявлений;
- 2) поиск фактов.

План и результаты учебной деятельности

А. Теория

План модуля	Количество часов	Результаты изучения
1. История и семантика	20 минут	1
2. Методология и этика	20 минут	1
3. Что мешает фактам	20 минут	4

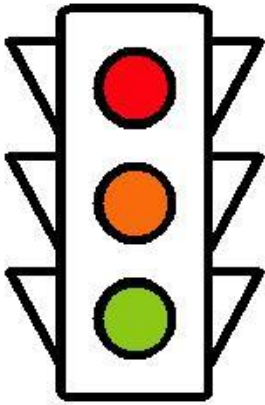
В. Практика

План модуля	Количество часов	Результаты изучения
Вид деятельности 1. Поиск поддающихся проверке заявлений	30 минут	3
Вид деятельности 2. Поиск фактов	1 час	2

I. Поиск поддающихся проверке заявлений

Проверка фактов сосредоточивается на утверждениях, которые содержат по крайней мере один факт или цифру, правдивость которых может быть объективно проверена. Проверка фактов не дает оценки правдивости мнений и прогнозов, гипербол, сатиры и шуток.

Вид деятельности 1. Пусть студенты прочитают следующие отрывки выступлений четырех общественных деятелей и выделяют одним цветом (зеленым) фактические утверждения, которые могут быть проверены, другим (красным) – мнения, которые не могут быть проверены, а третьим (оранжевым) – утверждения, которые имеют промежуточный характер. После того как студенты сдадут свои аннотированные выдержки, рассмотрите каждую из них и обсудите вопрос о том, что делает утверждение проверяемым.



РУКОВОДСТВО

Красный – заявления не могут быть проверены.

Оранжевый – заявления являются промежуточными.

Зеленый – заявления могут быть проверены.

**Мишель Бачелет,
бывший президент Чили**

Хотя мы добились значительного прогресса в этом направлении, мы осознаем, что должны устранить еще одну угрозу для морских экосистем. Год за годом 8 миллионов тонн пластика попадают в океан, оставаясь там на протяжении сотен лет и оказывая огромное негативное влияние. Для решения этой проблемы мы участвуем в кампании в рамках Программы Организации Объединенных Наций по охране окружающей среды "Чистые моря". Вместе с тем на местном уровне в течение 12 месяцев мы представим проект закона о запрете использования пластиковых пакетов в прибрежных городах. Этот закон позволит гражданам внести вклад в защиту мирового океана. Мы будем первой страной в Америке, реализующей такой закон, и мы призываем другие страны взять на себя эту ответственность. Кроме того, в настоящее время прошло 30 лет с момента принятия Монреальского протокола по веществам, разрушающим озоновый слой, что позволило его восстановить. В эту тридцатую годовщину я хотел бы объявить, что моя страна только что ратифицировала поправку Кигали 2016 года к Монреальскому протоколу, направленную на предотвращение глобального потепления на 0,5°C. Таким образом, Чили становится одной из первых стран, ратифицировавших это новое соглашение. Но это не все. Созданием сети парков в Патагонии мы также добавили 4,5 миллиона гектаров зеленых зон, отличающихся биоразнообразием, они теперь будут охраняться государством для общественного использования.

**Джейкоб Зума,
бывший президент Южной Африки**

Нынешняя структура мировой экономики продолжает углублять разрыв между глобальным Севером и глобальным Югом. Хотя некоторые пользуются благами глобализации, большинство народов мира по-прежнему живут в условиях крайней нищеты и голода, без надежды когда-нибудь улучшить свои жилищные условия. Даже в развитых странах разрыв между богатыми и бедными остается большим и вызывает серьезную озабоченность. Мы нуждаемся в политической воле и приверженности со стороны мировых лидеров к решению проблем и устранению препятствий, создаваемых этой нетрансформированной структурой глобальной экономики, если мы надеемся достичь целей и честолюбивых замыслов Повестки дня на период до 2030 года. Эти неравные и несправедливые экономические условия резко проявляются в Африке. Например, наш континент обладает богатыми минеральными ресурсами, но он по-прежнему имеет наибольшее число наименее развитых стран.

**Зигмар Габриэль,
бывший министр иностранных дел Германии**

Мы должны предоставить Организации Объединенных Наций средства, необходимые ей для выполнения её полномочий. В настоящее время, однако, цифры говорят о другом:

Мировая продовольственная программа получает сегодня менее 50% средств, необходимых для борьбы с мировым голодом. Сегодня мировая программа развития получает лишь 15% своих взносов в виде добровольных, не связанных между собой платежей, в 2011 году их было 50%. Не лучше обстоят дела в отношении других программ помощи ООН.

Не может быть, чтобы те, кто занимают ответственные посты в Организации Объединенных Наций, тратили больше времени на распространение писем с просьбой найти необходимое финансирование, чем на организацию эффективной помощи. Мы должны изменить курс. Мы должны предоставить Организации Объединенных Наций адекватный уровень финансирования, а также больше свободы. В свою очередь, мы нуждаемся в большей эффективности и прозрачности в отношении того, как используется финансирование.

Германия, во всяком случае, намерена продолжать оказывать финансовую поддержку Организации Объединенных Наций.

Как **четвертый по величине поставщик начисленных взносов** и **один из крупнейших доноров гуманитарной помощи во всем мире**, **мы хотим продолжать вносить в это дело существенный вклад**.

Марк Цукерберг,
генеральный директор Facebook

Facebook – это идеалистическая и оптимистичная компания. На протяжении большей части нашего существования мы сосредоточивались на **всем хорошем, что может принести объединение людей**. По мере роста Facebook люди во всем мире получили новый мощный инструмент, чтобы строить сообщества и бизнес, оставаться на связи с теми, кого они любят, чтобы их голоса были услышаны. Совсем недавно мы видели движение #metoo и «Марш за нашу жизнь», организованные, по крайней мере частично, на Facebook. **После урагана Харви люди собрали более 20 миллионов долларов для оказания помощи. И более 70 миллионов малых предприятий теперь используют Facebook для создания и роста числа рабочих мест**.

II. Поиск фактов

Вид деятельности 2. Разбейте группу на подгруппы. Пусть каждая подгруппа выберет одно "зеленое" заявление из перечисленных выше для проверки фактов (или выберите что-то из своего списка).

Попросите подгруппы найти доказательства, подтверждающие или опровергающие выводы. Прежде чем они это сделают, предложите им оценить найденные источники по следующим параметрам.

Близость. Насколько близки к истине доказательства этого заявления? Например, новостная организация, сообщающая последние статистические данные по безработице, обычно менее близка к истине, чем Национальный статистический орган, который фактически измеряет показатели занятости, и поэтому новостная информация менее ценна.

Экспертиза. Какие данные указывают на состоятельность эксперта? Например, автор книги имеет докторскую степень по этой теме и высокую цитируемость в своей области?

Строгость. Как были собраны доказательства? Так, данные о насилии в отношении женщин часто собираются путем опроса¹⁵⁴. Это может сделать обобщения неубедительными, а международные сравнения затруднительными,

¹⁵⁴ См. индикатор (48) гендерной статистики ООН. <https://genderstats.un.org/#/downloads>.

учитывая, что готовность женщин отвечать на вопросы и концептуализация сексуальных домогательств варьируются, в том числе от страны к стране. Это делается не для того, чтобы уменьшить серьезность проблемы насилия в отношении женщин, а для того, чтобы отстаивать строгость в обосновании конкретных заявлений.

Прозрачность. Что вы знаете о доказательствах? Например, опубликованы ли в интернете все данные, на которых основаны выводы научного исследования, чтобы другие ученые имели возможность тщательно их изучить?

Надежность. Есть ли информация по динамике оценок? Так, Transparency International публикует индекс восприятия коррупции уже более 20 лет¹⁵⁵.

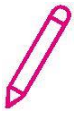
Конфликт интересов. Связано ли доказательство с личными интересами источника? Например, исследование предполагаемой пользы макаронных изделий для здоровья было частично проведено и профинансировано крупным производителем макаронных изделий¹⁵⁶.

Преподаватели могут распечатать следующую таблицу и предложить студентам использовать её при оценке каждого источника.

	Слабая степень	Средняя степень	Высокая степень
Близость			
Экспертиза			
Строгость			
Прозрачность			
Надежность			
Конфликт интересов			

¹⁵⁵ Хью Д. Вот индекс восприятия коррупции в этом году (дефектный). Эти недостатки полезны // Washington Post. 2016. https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/01/27/how-do-you-measure-corruption-transparency-international-does-its-best-and-thats-useful/?utm_term=.7ff90ea2890f [дата обращения: 23.03.2018].

¹⁵⁶ Это реальный пример. Более подробно здесь: <http://www.healthnewsreview.org/2016/07/study-really-find-pasta-opposite-fattening/> [дата обращения: 23.03.2018].



Предлагаемые задания

Корректировка

Используя критерии оценки, представленные в учебнике, учащиеся должны написать отчет о проверке фактов (примерно 1200 слов), придя к выводу об относительной правдивости выбранного ими утверждения.

Они должны разработать собственную шкалу рейтинга для оценки проверенных фактов. Например, PolitiFact предлагает следующий рейтинг:

Верно – заявление является точным, нет значительных пропусков смысла.

В основном верно – заявление точное, но нуждается в разъяснении или дополнительной информации.

Наполовину верно – заявление частично верное, но не учитывает важные детали или вырывает данные из контекста.

В основном неверно – заявление содержит некоторую долю правды, но игнорирует важные факты, которые изменили бы впечатление.

Ложно – заявление неточное.

«Штаны в огне» – заявление является неточным и смешным.

Шкалы рейтингов не должны быть такими линейными, как те, которые используются PolitiFact, где шкала опускается от «Верно» до «Штаны в огне». Например, El Sabueso в Мексике¹⁵⁷ использует позицию “это не может быть доказано” для бездоказательных утверждений или суждений, достоверность которых зависит от выбранной методологии. Поощряйте студентов к творчеству в работе со шкалами, это способ обратиться к спектру характеристик, которые мы можем дать констатации факта.

В зависимости от времени и имеющихся ресурсов преподаватели могут также предложить студентам подготовить проверку фактов в формате, выходящем за рамки текста. Мемы, короткие видеоролики, gif, Snapchat — всё это потенциально хорошие инструменты для борьбы с ложью. Действительно, одно исследование даже показало, что проверка фактов более эффективна, когда она представлена в виде юмористического видео, чем в виде статьи¹⁵⁸.

Несколько примеров по творческим форматам преподаватели могут найти в следующих статьях из Poynter:

¹⁵⁷ AnimalPolitico. 2015. <http://www.animalpolitico.com/blogueros-blog-invitado/2015/01/28/el-sabueso-un-proyecto-para-vigilar-el-discurso-publico/> [дата обращения: 04.06.2018].

¹⁵⁸ Young D., Jamieson K., Poulsen S., Goldring A. Эффективность проверки фактов в зависимости от формата и тона: оценка FactCheck.org и FlackCheck.org // Журналистика и массовая коммуникация. 2017. № 95 (1). С.49–75

Mantzaris A. Фактчекеры экспериментируют со Snapchat, GIFs и другими фишками поколения миллениалов. 2016. Доступно: <https://www.poynter.org/news/fact-checkers-experiment-snapchat-gifs-and-other-stuff-millennials> [дата обращения: 28.03.2018].

Mantzaris A. Как (и зачем) превратить проверку фактов в GIF. 2016. <https://www.poynter.org/news/how-and-why-turn-fact-check-gif> [дата обращения: 28.03.2018].



Литература

В дополнение к перечисленным публикациям Poynter имеет специальный раздел проверки фактов: <https://www.poynter.org/channels/fact-checking>, который обновляется несколько раз в неделю. Вот некоторые полезные современные ресурсы, в первую очередь, взятые оттуда.

Poynter. Как проверить заявление политика: 10 шагов. 2018. Доступно: <https://factcheckingday.com/articles/5/how-to-fact-check-a-politicians-claim-in-10-steps> [дата обращения: 04.06.2018].

Van Ess H. Руководство по обнаружению поддельных твиттеров: видеоинструментарий: 10 шагов. 2017. <https://www.poynter.org/news/ultimate-guide-bust-fake-tweeters-video-toolkit-10-steps> [дата обращения: 04.06.2018].

Mantzaris A. 5 вещей, которые следует иметь в виду при проверке утверждений о науке. 2015. <https://www.poynter.org/news/5-things-keep-mind-when-fact-checking-claims-about-science> [дата обращения: 04.06.2018].

Mantzaris A. 5 советов для проверки утверждений о здоровье. 2016. <https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-claims-about-health> [дата обращения: 04.06.2018].

Mantzaris A. 5 советов для проверки данных. 2015. <https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-datasets> [дата обращения: 04.06.2018].

Mantzaris A. 5 исследований о фактчекинге, которые вы, возможно, пропустили в прошлом месяце (Poynter). 2015. <https://www.poynter.org/news/5-studies-about-fact-checking-you-may-have-missed-last-month> [дата обращения: 04.06.2018].

Mantzaris A. Повторения усиливают ложь — но это также может помочь фактчекерам. 2017. <https://www.poynter.org/news/repetition-boosts-lies-could-help-fact-checkers-too> [дата обращения: 04.06.2018].

Mantzaris A. Французские и американские избиратели, похоже, реагируют на проверку фактов аналогичным образом. 2017. <https://www.poynter.org/news/french-and-american-voters-seem-respond-similar-way-fact-checking> [дата обращения: 04.06.2018].

Funke D. Там, где есть слухи, есть аудитория. Это исследование проливает свет на то, почему некоторые взлетают. 2017. <https://www.poynter.org/news/where-theres-rumor-theres-audience-study-sheds-light-why-some-take> [дата обращения: 04.06.2018].

Funke D. Хотите быть лучшим онлайн-сыщиком? Научитесь читать веб-страницы как фактчекер. 2017. <https://www.poynter.org/news/want-be-better-online-sleuth-learn-read-webpages-fact-checker> [дата обращения: 04.06.2018].

Funke D. Эти два исследования показали, что коррекция неправильного восприятия работает. Но это не магия. 2017. <https://www.poynter.org/news/these-two-studies-found-correcting-misperceptions-works-its-not-magic> [дата обращения: 04.06.2018].

Mantzarlis A. Что означает "смерть экспертизы" для фактчекеров? 2017. <https://www.poynter.org/news/what-does-death-expertise-mean-fact-checkers> [дата обращения: 04.06.2018].

Mantzarlis A. Журналистика не может допустить, чтобы исправления стали следующей жертвой безумия фейковых новостей. 2017. <https://www.poynter.org/news/journalism-cant-afford-corrections-be-next-victim-fake-news-frenzy> [дата обращения: 04.06.2018].

Mantzarlis A. Должны ли журналисты передавать проверку фактов на аутсорсинг ученым? 2016. <https://www.poynter.org/news/should-journalists-outsource-fact-checking-academics> [дата обращения: 04.06.2018].

Книги

Ball J. Постправда: как ерунда завоевала мир. Лондон: Biteback, 2017.

Gladstone V. Проблема с реальностью: размышления о моральной панике в наше время. Нью-Йорк: Workman Pu, 2017.

Graves L. Решая, что правда: рост политического движения по проверке фактов в американской журналистике. Нью-Йорк: Издательство Колумбийского университета, 2016.

Онлайн-ресурсы

Международный день проверки фактов: план урока ролевой карточной игры (разработан для учащихся в возрасте 14–16 лет): <http://factcheckingday.com/lesson-plan>. На веб-сайте также содержатся подсказки, ссылка на онлайн-курс для студентов университета и список литературы для изучения фактов и фактчекинга.

**Проверка социальных медиа:
оценка источников
и визуального контента**

Том Трюиннард и Фергус Белл

МОДУЛЬ 6

МОДУЛЬ 6

Проверка социальных медиа: оценка источников и визуального контента

Том Трюиннард и Фергус Белл

Этот модуль разработан, чтобы помочь учащимся идентифицировать и проверить исходный источник цифровой информации в интернете. В нем будут представлены различные стратегии определения подлинности источников, фотографий и видео, особенно пользовательского контента (UGC), распространяемого через социальные сети.

По окончании этого модуля учащиеся должны быть осведомлены о различных видах ложной и вводящей в заблуждение информации, распространяемой зачастую в Facebook, Твиттер, Instagram и на YouTube¹⁵⁹. Такая информация периодически подхватывается другими, заслуживающими доверия новостными организациями, что приводит к их дискредитации. Этот контент также непреднамеренно перераспределяется и усиливается в социальных сетях журналистами, они иногда становятся мишенью злоумышленников, которые хотят оказать влияние на публичные дебаты¹⁶⁰ и воздействовать на журналистов как надежный, заслуживающий доверие источник¹⁶¹.

Учащимся предлагается проверить свою интуицию на реальных сценариях и примерах, прежде чем применять на практике основные методы расследования и стратегии проверки контента, среди которых:

- выявление надежности первоисточников в соответствии с этическими принципами, определяющими журналистское использование пользовательского контента¹⁶²;

¹⁵⁹ Alejandro J. Журналистика в эпоху социальных медиа. Товарищество Института Агентства Рейтер. 2010. <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Journalism%20in%20the%20Age%20of%20Social%20Media.pdf> [дата обращения: 22.04.2018].

¹⁶⁰ Paulussen S., Harder R. Ссылки социальных медиа в газетах // Практика журналистики. 2014. № 8 (5). С. 542–551.

¹⁶¹ В Модуле 7 подробно рассматривается эта проблема.

¹⁶² См. руководство по этике UGC Ассоциации онлайн-новостей. <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [дата обращения: 18.04.2018].

- идентификация и исключение поддельных аккаунтов или ботов¹⁶³¹⁶⁴;
- подтверждение того, что визуальный контент правильно отнесен к первоисточнику;
- проверка времени написания и загрузки контента;
- определение геолокации фотографий и видео.

Возможность идентификации и проверки оригинального контента позволяет журналистам запрашивать разрешение на публикацию пользовательского контента (UGC) в соответствии с этическими и юридическими требованиями.



План

Писатели Билл Ковач и Том Розенштиль в “Основах журналистики”¹⁶⁵ утверждают: “в конце концов, порядок проверки – это то, что отделяет журналистику от развлечений, пропаганды, художественной литературы или искусства.... Только журналистика в первую очередь сосредоточена на том, чтобы правильно понять, что произошло...”. Этот модуль исследует состояние “порядка проверки” на сегодняшний день.

Социальные медиа изменили журналистскую практику. Взаимодействие с аудиторией в режиме реального времени породило явление краудсорсинга, и даже решение журналистских задач, таких как проверка, теперь может отдаваться на аутсорсинг аудитории¹⁶⁶.

Пока журналистика остается по существу верификационной дисциплиной¹⁶⁷, методы верификации контента и источников требуют постоянного обновления, чтобы отразить влияние быстро меняющихся цифровых технологий, онлайн-поведения и практики сбора новостей.

¹⁶³ Woolley S.C., Howard P.N. Вычислительная пропаганда во всем мире: Резюме // Проект по изучению вычислительной пропаганды. comprop.oii.ox.ac.uk / под ред. Сэмюэля Вулли и Филипа Н. Говарда. Оксфорд, 2017. <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [дата обращения: 22.04.2018].

¹⁶⁴ Joseph R. Руководство. *Как проверить аккаунт в Твиттере*. Африканская проверка. 2018. <https://africacheck.org/factsheets/guide-verify-twitter-account/> [дата обращения: 04.06.2018].

¹⁶⁵ Kovach B., Rosenstiel T. Основы журналистики: что должны знать журналисты и чего должна ожидать публика. Нью-Йорк: Crown Publishers, 2014.

¹⁶⁶ Carvin A. Удаленный свидетель: журналистская революция в социальных сетях. Нью-Йорк: CUNY Journalism Press, 2014.

¹⁶⁷ Kovach B., Rosenstiel T. 2014. Там же.

Например, во время арабской весны стала распространяться концепция "открытой проверки" – процесса публичной, совместной проверки в реальном времени. Но этот подход представляется спорным из-за рисков, связанных с дезинформацией, которая при попытке верифицировать её на публичных форумах приобретает вирусный характер (т. е. с целью краудсорсинга процесса проверки репортер делится непроверенной информацией)¹⁶⁸.

Сегодня рассказы очевидцев и визуальный контент среди самых важных и убедительных инструментов, на них может опираться журналист или издатель новостей, чтобы рассказать впечатляющую историю, которая окажет влияние на аудиторию. Скорость является критическим фактором в проверке информации из социальных сетей, когда дело касается экстренных новостей¹⁶⁹.

Журналисты должны иметь возможность ориентироваться в огромном объеме информации, чтобы получить доступ к значимым источникам, сведениям и изображениям. Быстрый рост количества визуального контента (фото, видео и GIF), загружаемого на социальные платформы, обусловлен тремя основными факторами:

- распространением смартфонов с поддержкой камер и функциональных телефонов по всему миру¹⁷⁰;
- доступом к недорогим (а в некоторых местах бесплатным) мобильным базам;
- ростом глобальных социальных сетей и платформ социальных сообщений, на которых любой желающий может публиковать контент и собирать аудиторию.

В случае экстренных выпусков новостей первые сообщения, фотографии и видеоматериалы, которые появляются в результате инцидента (будь то протест, крушение поезда, ураган или террористический акт), скорее всего, будут опубликованы очевидцем, участником или свидетелем со смартфоном.

Методы проверки этого контента различаются в зависимости от ресурсов ньюсрумов, норм и стандартов, а также собственной практики журналистов.

¹⁶⁸ Posetti J., Silverman S. Когда хорошие люди делятся плохими вещами: основы верификации в социальных сетях // Mediashift. 2014. 24 июля. <http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/> [дата обращения: 22.04.2018].

¹⁶⁹ Brandtzaeg P., Lüders M., Spangenberg J., Rath-Wiggins L., Følstad A. Новые журналистские практики проверки в отношении социальных медиа // Практика журналистики. 2015. № 10 (3). С.323–342.

¹⁷⁰ См. слайд 5 доклада Мэри Микер об интернет-трендах: <https://www.slideshare.net/kleinerperkins/internet-trends-v1> [дата обращения: 22.04.2018].

Этот модуль познакомит студентов с некоторыми передовыми практическими методами, онлайн-инструментами и ресурсами, но с учетом того, что технологии, инструменты быстро развиваются¹⁷¹.

При любой проверке применяются некоторые общие рекомендации, предложенные Kovach и Rosenstiel (2014)¹⁷²:

- редактируйте со скептицизмом;
- соблюдайте точность, придерживаясь контрольного чек-листа;
- ничего не предполагайте – не вводите в заблуждение использованием сигналов, связанных с "правдоподобием"¹⁷³;
- будьте осторожны с анонимными источниками.

Идентифицируя создателя информации или изображение и соблюдая систему проверок как источника, так и распространяемого контента, мы можем подтвердить их надежность при условии, что проверки дают требуемый результат¹⁷⁴.

Эти проверки повторяют работу, которую мог бы выполнять журналист, если бы он физически присутствовал на месте события, опрашивая очевидцев. При возможности провести очное интервью журналист тщательно изучит рассказ очевидца, проследит за важными деталями и придет к выводу об их достоверности на основе проверки фактов. Можно отчасти руководствоваться интуицией – наряду с наблюдением за поведенческими подсказками. Процесс подтверждения надежности источника в цифровом виде должен позволять делать выводы, даже если невозможно говорить с человеком напрямую или в режиме реального времени¹⁷⁵.

Многие крупные ньюсрумы имеют команды и дорогостоящие технологии или агентства, предоставляющие услуги по быстрому поиску контента¹⁷⁶, а также

¹⁷¹ Schifferes S., Newman N., Thurman N., Corney D., Göker A., Martin C. Идентификация и проверка новостей через социальные сети // *Цифровая журналистика*. 2014. № 2 (3). С.406–418.

¹⁷² Kovach, Rosenstiel. 2014. Там же.

¹⁷³ Zimmer B. Правдоподобие // *Нью-Йорк Таймс*. 2010. <https://www.nytimes.com/2010/10/2017/magazine/2017FOB-onlanguage-t.html> [дата обращения: 15.04.2018].

¹⁷⁴ Bell F. Проверка: источник против контента. 2015. <https://medium.com/1st-draft/verficiation-source-vs-content-b67d6eed3ad0> [дата обращения: 22.04.2018].

¹⁷⁵ Kovach, Rosenstiel. 2014. Там же.

¹⁷⁶ Diakopoulos H., De Choudhury M., Naaman M. Поиск и оценка источников информации в контексте журналистики // *Материалы конференции «Человеческий фактор в вычислительных системах»*. С. 2451–2460. 2012. <http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2011/07/SRSR-diakopoulos.pdf> [дата обращения: 22.04.2018].

приобретению прав на публикацию, трансляцию и проверку контента до публикации. Большинство небольших ньюсрумов и многие отдельные журналисты не имеют таких ресурсов¹⁷⁷ и полагаются на собственную эволюционирующую, систематическую методологию для определения надежности¹⁷⁸.

Почему так важна проверка источника и визуального контента? Просто это хорошая журналистика. В современном цифровом мире злонамеренным субъектам легко создавать убедительные и трудные для обнаружения подделки и делиться ими. Репутация профессиональных журналистов и ньюсрумов страдала при распространении и переиздании вводящей в заблуждение информации, фотографий, видео или сведений от подставных лиц. Иногда неверно интерпретировался сатирический контент, его публиковали как факт¹⁷⁹.

Проблема усугубляется объемом доступного в интернете визуального контента, который может быть лишен контекста и повторно использован в новостях, что и происходит, как мы видим, ежедневно во всем мире с мистификаторами, обманывающими политиков и профессиональных журналистов.

Однако существует множество шагов для оценки достоверности источника, который может рассказать историю или поделиться контентом. Важно задавать вопросы, некоторые непосредственно, другие – с учетом доказательств, появляющихся в ходе расследования. Для установления местонахождения источника используются разные инструменты, но можно также сделать это вручную, анализируя подсказки в социальных сетях, указывающие на возможность присутствия субъекта в определенном месте и в определенное время.

Исследование истории его взаимодействий с другими пользователями и проверка связанных постов также помогают в ходе ручной верификации выявлять и устранять информацию, распространяемую ботами.

Скептицизм во время редактирования имеет важное значение, но подавляющее большинство людей, которые попадают в новости и рассказывают свои

¹⁷⁷ Schifferes S., Newman N., Thurman N., Corney D., Goker A.S., Martin C. Идентификация и проверка новостей через социальные сети: разработка ориентированного на пользователя инструмента для профессиональных журналистов // Цифровая журналистика. 2014. № 2 (3). С. 406–418. http://openaccess.city.ac.uk/3071/1/IDENTIFYING_AND_VERIFYING_NEWS_THROUGH_SOCIAL_MEDIA.pdf [дата обращения: 22.04.2018].

¹⁷⁸ Brandtzaeg P. B., Lüders M., Spangenberg J., Rath-Wiggins L., Følstad A. Новые журналистские практики проверки в отношении социальных медиа // Практика журналистики. 2016. № 10 (3). С. 323–342.

¹⁷⁹ Deutsche Welle. Немецкая Bild становится жертвой обмана и развязывает дебаты по фейковым новостям (22.02.2018). <http://www.dw.com/en/germanys-bild-falls-for-hoax-unleashes-debate-on-fake-news/a-42704014> [дата обращения: 22.04.2018].]

истории, не хотят обманывать – они просто делятся собственным опытом. Возникшая дезинформация не всегда является вредоносной. Иногда человек просто не может вспомнить события должным образом или, возможно, решил приукрасить историю. То же самое происходит, когда интервью проводится лично: сообщения и заявления с мест преступлений или несчастных случаев противоречивы, рассказы жертв или травмированных свидетелей могут значительно отличаться друг от друга.

Хотя определить происхождение визуального контента с полной уверенностью не всегда возможно, есть ряд "красных флажков". Это тревожные сигналы, которые могут появиться в ответ на простые вопросы:

- Является ли содержание оригинальным или оно было "выдрано" из предыдущих сообщений и повторно используется с целью ввести аудиторию в заблуждение?
- Был ли контент обработан цифровым способом¹⁸⁰?
- Можем ли мы подтвердить время и место съемки фото / видео, используя доступные метаданные?
- Можем ли мы подтвердить время и место съемки фото / видео, используя визуальные подсказки в контенте?

Чтобы эффективно находить «красные флажки», нам также необходимо понимать различные типы общего ложного или вводящего в заблуждение визуального контента.

- **Не то время / не то место:** наиболее распространенным типом вводящего в заблуждение контента являются старые визуальные элементы, которые повторно используются в сообщениях с новыми утверждениями. Виральность в таких случаях часто вызвана случайным обменом контентом, который может быть легко разоблачен, но которому не легко дать обратный ход¹⁸¹.

¹⁸⁰ Студенты, пережившие массовую стрельбу в школе в Паркленде (штат Флорида, США) и организовавшие успешный национальный протест с целью контроля над оружием, представлены в смонтированных изображениях, распространенных на партизанских каналах в социальных сетях. https://www.buzzfeed.com/janeltyvynenko/here-are-the-hoaxes-and-conspiracies-still-going-around?utm_term=.euu6NPauy#.jhe2YvV44 [дата обращения: 22.04.2018].

¹⁸¹ Это видео, выданное за доказательство наводнения в Международном аэропорту Бангалора в Индии, на самом деле было переделанным роликом о наводнении в мексиканском аэропорту. <https://www.thequint.com/news/webqoof/fake-video-claiming-bengaluru-airport-was-flooded-is-from-mexico> [дата обращения: 22.04.2018].

pp **Управляемый контент:** контент, который был обработан в цифровом виде с помощью программного обеспечения для редактирования фотографий или видео.

pp **Инсценированный контент:** контент, который был создан или распространен с целью введения в заблуждение¹⁸².

В этом модуле студенты будут ознакомлены с основными инструментами и методами для изучения и проверки источника и контента (слайды, включающие заметки преподавателей и дополнительную литературу):¹⁸³

Анализ аккаунта в Facebook: используя онлайн-инструмент от Intel Techniques¹⁸⁴, вы можете узнать больше об источнике, проанализировав учетную запись Facebook.

Анализ аккаунта в Твиттере: руководство Africa Check позволяет больше узнать об источнике, проанализировав его социальную историю, таким образом можно определить, является ли аккаунт ботом¹⁸⁵.

Обратный поиск изображения: используя Google Reverse Image Search¹⁸⁶, TinEye¹⁸⁷ или RevEye¹⁸⁸, вы можете проверить, не перерабатывается ли изображение для поддержки нового утверждения или события. Обратный поиск позволяет узнать, содержит ли одна или несколько баз данных с миллиардами изображений более раннюю их версию. Если инструмент показал, что изображение существовало до заявленного события, это основной «красный флажок», и, скорее всего, изображение переработано и заимствовано из более раннего источника. Если обратный поиск не дает никаких результатов, это не означает, что изображение является оригинальным, поэтому нужно выполнить дополнительные проверки.

¹⁸² Искусственный интеллект и сложные инструменты редактирования видео затрудняют распознавание поддельных видеороликов, как это показывает материал о Бараке Обаме. <https://www.youtube.com/watch?v=AmUC4m6w1wo> [дата обращения: 04.03.2018].

¹⁸³ Обратите внимание, что новостные инструменты продолжают развиваться, и преподаватель вместе с учащимися может обнаружить и протестировать эти технологии и методы.

¹⁸⁴ <https://inteltechniques.com/osint/facebook.html> [дата обращения: 04.03.2018].

¹⁸⁵ Joseph. 2018. Там же

¹⁸⁶ Как сделать поиск обратного изображения Google Reverse Image Search. <https://support.google.com/websearch/answer/1325808?hl=en> [дата обращения: 22.04.2018].

¹⁸⁷ <https://www.tineye.com/> [дата обращения: 22.04.2018].

¹⁸⁸ <http://squobble.blogspot.co.uk/2009/12/chromeeye-tineye-extension-for-google.html> [дата обращения: 22.04.2018].

YouTube Data Viewer: нет общедоступного "обратного поиска видео", но такие инструменты, как Amnesty's YouTube Data Viewer¹⁸⁹, InVID¹⁹⁰ и NewsCheck¹⁹¹, могут обнаруживать эскизы видео для YouTube, а обратный поиск изображений на этих эскизах позволяет установить, были ли загружены более ранние версии видео (инструменты также показывают точное время загрузки).

EXIF Viewer: это метаданные, прикрепленные к визуальному контенту, который включает в себя широкий диапазон снимаемых данных, созданных цифровыми и телефонными камерами в точке охвата. Они могут фиксировать точное время и дату, местоположение, данные устройства и информацию о настройке освещения. Таким образом, EXIF-метаданные чрезвычайно полезны в процессе проверки, но основным ограничением является то, что социальные сети удаляют эту информацию из визуального контента. Это означает, что изображения, опубликованные в Twitter или на Facebook, не будут отображать данные EXIF. Если, однако, вы свяжетесь с загрузчиком и получите исходный файл изображения, то сможете использовать EXIF-данные для проверки контента. Также важно отметить, что EXIF-данные могут быть изменены, поэтому требуется их дополнительная проверка.

Учащиеся получают базовое представление о наиболее продвинутых методах, им будет также предоставлен перечень дополнительных ресурсов для дальнейшего чтения и тематических исследований. Среди передовых методов следует назвать следующие.

vv Геолокация: процесс определения места фото- или видеосъемки. Это может быть просто, если имеются соответствующие метаданные: EXIF- данные из мобильных телефонов часто показывают координаты, а социальный контент (на Facebook, в Instagram и Twitter, например) иногда снабжен геотегами (хотя важно отметить, что такие метаданные можно редактировать, вводя аудиторию в заблуждение). Часто геолокация требует перекрестных ссылок между визуальными характеристиками и ориентирами на спутниковых изображениях, изображениях улиц, а также обращения к визуальному контенту других источников (Twitter, Instagram, Facebook и YouTube).

¹⁸⁹ Как использовать средство просмотра данных YouTube Amnesty. https://firstdraftnews.org/curriculum_resource/youtube-data-viewer/ [дата обращения: 22.04.2018].

¹⁹⁰ Инструмент проверки видео InVid. <http://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/> [дата обращения: 22.04.2018].

¹⁹¹ О NewsCheck. <https://firstdraftnews.org/launching-new-chrome-extension-newscheck/> [дата обращения: 22.04.2018].

- **Подтверждение погодных условий:** такие источники, как WolframAlpha¹⁹², могут предоставлять исторические данные о погоде, что позволяет нам соотносить сведения из визуального контента с исторической записью (т. е. если на видео был дождь, можно выяснить, фиксировали ли его метеорологические источники).
- **Анализ тени:** один из путей исследования фотографии или видео на предмет внутренней согласованности любых видимых теней (т. е. находятся ли тени там, где мы их ожидаем, и соответствуют ли они источникам света).
- **Экспертиза изображения:** некоторые инструменты способны обнаруживать несоответствия в метаданных изображений, предполагающие манипуляцию. Достоверность этих методов в значительной степени зависит от контекста и применения, но такие инструменты, как Forensically¹⁹³, Photo Forensics¹⁹⁴ и IziTru¹⁹⁵, могут обнаруживать клоны и производить анализ ошибок, предоставляя полезную информацию.

Цели модуля

- Повысить осведомленность о роли пользовательского контента (UGC), распространяемого через социальные сети в современной журналистике, а также о рисках и ловушках, связанных с его использованием.
- Достигнуть широкого понимания важности обеспечения доступа к информации из первоисточника.
- Расширить понимание необходимости проверки контента UGC и исключения различных типов поддельного и вводящего в заблуждение контента.
- Повысить осведомленность об основных методах, используемых для проверки изображений и видео, а также развенчания ложного визуального контента.

¹⁹² Инструменты WolframAlpha. <https://www.wolframalpha.com/examples/science-and-technology/weather-and-meteorology/> [дата обращения: 22.04.2018].

¹⁹³ Wagner J. Forensically, фото экспертиза для сети. 2015. <https://29a.ch/2015/08/16/forensically-photo-forensics-for-the-web> [дата обращения: 22.04.2018].

¹⁹⁴ Инструменты Fotoforensics. <http://fotoforensics.com/> [дата обращения: 22.04.2018].

¹⁹⁵ Инструменты IziTru. <https://www.izitru.com/> [дата обращения: 22.04.2018].



Результаты учебной деятельности

1. Более глубокое понимание роли UGC в современной журналистике.
2. Понимание необходимости проверки цифрового контента.
3. Осведомленность об инструментах проверки исходного источника и владение ими.
4. Способность выполнять основные этапы проверки фото- и видеоконтента.
5. Осведомленность о более совершенных методах и метаданных, которые могут использоваться в процессе проверки.
6. Осознание необходимости получения разрешения на использование UGC и другого онлайн-контента и знание того, как это сделать.



Формат модуля

Этот модуль представлен в виде 60-минутной теоретической лекции и 120-минутной трехчастной практической демонстрации. Однако практический характер предмета позволяет адаптировать его к более длительной форме интерактивного семинара с практическими упражнениями в дополнение к демонстрации.

Теоретическая часть: используя вышеприведенные материалы, разработайте лекцию, посвященную верификации как неотъемлемой и развивающейся части метода журналистики в цифровую эпоху.

Практическая часть: 120-минутная практическая сессия представляет собой интерактивную демонстрацию и семинар. Её можно разделить на три отдельные части.

Преподавателям следует использовать вышеприведенные материалы и работать со слайдами, которые можно скачать по следующим ссылкам. Имейте в виду, что дополнительные материалы для преподавателей приложены к слайдам:

- I. **Идентификация и проверка источника.** Проверка социальной истории источников: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf.
- II. **Основная проверка изображения.** Общие типы ложных изображений и основные этапы проверки: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_newscurriculum_verification_digital_sources_two.pdf.

III. Более продвинутая проверка. Подходы к контент-анализу, включая анализ метаданных и геолокации: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf.

План и результаты учебной деятельности

А. Теория

План модуля	Количество часов	Результаты изучения
Лекция: Основы и теория верификации, эволюция методов проверки	1 час	1, 2, 6

В. Практика

План модуля	Количество часов	Результаты изучения
I. Проверка источника - социальная (упражнение)	30 минут	2, 3
II. Обратный поиск изображения (демонстрация и упражнение)	15 минут	2, 3, 4
II. Анализ видео (демонстрация)	30 минут	2, 3, 4
III. Введение в типологию метаданных (демонстрация)	15 минут	2, 5
III. Геолокация (демонстрация и упражнение)	20 минут	2, 4, 5
III. Экспертиза погоды, теней и изображений (демонстрация)	10 минут	2, 4, 5



Предлагаемые задания

Учащиеся должны организовать рабочий процесс проверки источника, используя общий шаблон на слайде № 8 первой группы слайдов. Учащиеся должны опираться на собственный опыт работы либо на опыт известной им новостной организации.

- Выберите в социальных сетях аккаунты популярных людей и попросите учащихся, используя инструменты, определить, являются ли данные аккаунты подлинными, а также идентифицировать любые связанные, но не подлинные аккаунты.
- Выберите изображения, попросите учащихся идентифицировать определенные фрагменты информации, пропустив их через онлайн EXIF Viewer и инструмент обратного поиска изображений, а затем рассказать вам о первоисточнике.



Материалы

Слайды

1. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf.
2. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf.
3. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf.



Литература

Проверка источников

Ayala Iacucci A. *Тематическое исследование 3.1: мониторинг и верификация во время парламентских выборов на Украине, руководство по верификации*. Европейский центр журналистики. 2014. <http://verificationhandbook.com/book/chapter3.1.php> [дата обращения: 04.04.2018].

Bell F. *Верификация: источник против содержания*. First Draft News. 2015. <https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ad0>. [дата обращения: 04.04.2018].

Carvin A. *Отдаленный свидетель*. CUNY Journalism Press. 2013. <http://press.journalism.cuny.edu/book/distant-witness-social-media-the-arab-spring-and-a-journalism-revolution/> [дата обращения: 04.04.2018].

Toler A. *Расширенное руководство по проверке видеоконтента*. 2017. <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/> [дата обращения: 04.04.2018].

Trewinnard T. *Проверка источника: остерегайтесь ботов*. First Draft News. 2016. <https://firstdraftnews.com/source-verification-beware-the-bots/> [дата обращения: 04.04.2018].

Видео

Реальность или фальшивка: как проверить то, что вы видите в интернете. France24. 2015. <https://www.youtube.com/watch?v=Q8su4chuU3M&feature=youtu> [дата обращения: 04.04.2018].

Knight W. *Министерство обороны выпустило первые инструменты для обнаружения deepfakes*. MIT Technology Review. 2018. <https://www.technologyreview.com/s/611726/the-defense-department-has-produced-the-first-tools-for-catching-deepfakes/> [дата обращения: 23.08.2018].

Медиа очевидцев

Brown P. *Глобальное исследование медиа очевидцев на сайтах интернет-газет*. Свидетельский медиацентр. 2015. <http://eyewitnessmedia-hub.com/uploads/browser/files/Final%20Press%20Study%20-%20eyewitness%20media%20hub.pdf> [дата обращения: 04.04.2018].

Hermida A. *#ЖУРНАЛИСТИКА // Цифровая журналистика*. 2013. № 1 (3). С. 295–313.

Koettl C. *Исследование и проверка гражданских медиа: аналитический обзор для практикующих правозащитников*. Центр управления и прав человека. Кембриджский университет. 2016. 27 января. <https://www.repository.cam.ac.uk/handle/201810/253508> [дата обращения: 04.04.2018].

Kuczerawy A. *Штаны в огне: инструменты проверки контента и другие способы борьбы с проблемой поддельных новостей*. 2016. 16 декабря. <https://revealproject.eu/pants-on-fire-content-verification-tools-and-other-ways-to-deal-with-the-fake-news-problem/> [дата обращения: 22.01.2018].

Novak M. 69 вирусных изображений 2016 г., которые были полностью поддельными. <https://gizmodo.com/69-viral-images-from-2016-that-were-totally-fake-1789400518> [дата обращения: 11.12.2017].

Ассоциация online-новостей: руководство по этике пользовательского контента. <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [дата обращения: 18.04.2018].

Pierre-Louis K. Вы, наверняка, не умеете определять фальшивые фото. 2017. <https://www.popsci.com/fake-news-manipulated-photo> [дата обращения: 11.12.2017].

Rohde D. *Изображения, которые меняют историю: зачем миру нужны фотожурналисты*. Атлантика. 2013. <https://www.theatlantic.com/international/archive/2013/12/pictures-that-change-history-why-the-world-needs-photojournalists/282498/> [дата обращения: 04.03.2018].

Shapiro I., Brin C., Bedard-Brule I., Mychajlowcz K. Верификация как стратегический ритуал: как журналисты ретроспективно описывают процессы для обеспечения точности // Практика журналистики. 2013. № 7 (6).

Smidt J.L., Lewis C., Schmidt R. Вот актуальный список недостоверных сообщений об урагане Ирма. 2017. <https://www.buzzfeed.com/janeltyvynenko/irma-misinfo/> [дата обращения: 23.10.2017].

Wardle C. 7/7: Сравнение использования контента очевидцев в СМИ за 10 лет. 2015. <https://firstdraftnews.com:443/77-comparing-the-use-of-eyewitness-media-10-years-on/> [дата обращения: 11.12.2017].

Wardle C., Dubberley S., Brown P. Любительские кадры: глобальное исследование использования пользовательского контента в телевизионных и онлайн-выпусках новостей. 2017. <http://usergeneratednews.towcenter.org/how-when-and-why-ugc-is-integrated-into-news-output/> [дата обращения: 23.10.2017].

Zdanowicz C. “Чудо на Гудзоне” изменило его жизнь. 2014. <http://www.cnn.com/2014/01/15/tech/hudson-landing-twitpic-krums/index.html> [дата обращения: 11.12.2017].

Обратный поиск изображений

First Draft News. Руководство по проверке визуальной информации – фотографии. https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_photos.pdf?x47084 [дата обращения: 11.06.2017].

First Draft News. Руководство по проверке визуальной информации – видео. https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_videos.pdf?x47084 [дата обращения: 11.06.2017].

Suibhne E. Балтимор, “граблящий” твиты, показывает важность быстрых и легких проверок изображения. 2015. <https://medium.com/1st-draft/baltimore-looting-tweets-show-importance-of-quick-and-easy-image-checks-a713bbcc275e> [дата обращения: 11.06.2017].

Seitz J. Ручной обратный поиск изображения с помощью Google и TinEye. 2015. <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2015/05/08/manual-reverse-image-search-with-google-and-tineye/> [дата обращения: 11.06.2017].

YouTube Data Viewer

First Draft News. Использование средства просмотра данных YouTube для проверки времени загрузки видео. <https://firstdraftnews.com:443/resource/using-youtube-data-viewer-to-check-the-upload-time-of-a-video/> [дата обращения: 13.11.2017].

Toler A. Расширенное руководство по проверке видеоконтента. 2017. <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/> [дата обращения: 13.11.2017].

Анализ метаданных

Nonan M. Как доверие злу привело к падению Джона Макафи. 2012. <https://www.wired.com/2012/12/how-vice-got-john-mcafee-caught/> [дата обращения: 04.03.2018].

Storyful. Проверка изображений: почему наблюдениям не всегда стоит верить. 2014. <https://storyful.com/blog/2014/01/23/verifying-images-why-seeing-is-not-always-believing/> [дата обращения: 13.11.2017].

Wen T. Скрытые признаки, которые могут выявить поддельные фото. 2017. <http://www.bbc.com/future/story/20170629-the-hidden-signs-that-can-reveal-if-a-photo-is-fake> [дата обращения: 11.12.2017].

Контент-анализ

Ess H. Van. *Внутри окопов информационной войны*. Medium. 2017. <https://medium.com/henkvaness/how-to-date-a-mysterious-missile-launcher-78352ca8c3c3> [дата обращения: 04.03.2018].

Farid H. *Аутентификация изображений и экспертиза*. Fourandsix

Technologies – блог – Бессмысленный анализ теней. 2012. <http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/4/a-pointless-shadow-analysis.html> [дата обращения: 04.03.2018].

Farid H. *Идентификация изображений и экспертиза*. Технологии Fourandsix – блог – JFK Zapruder Film. 2012. <http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/11/the-jfk-zapruder-film.html> [дата обращения: 04.03.2018].

Farid H. Фотоэкспертиза: в тени – всё еще в поисках – фотомузей Винтертур. http://www.fotomuseum.ch/en/explore/still-searching/articles/26425_photo_forensics_in_the_shadows [дата обращения: 04.03.2018].

First Draft News. Смотрите: Элиот Хиггинс демонстрирует передовые методы проверки в #FDLive. 2016. <https://firstdraftnews.com:443/watch-eliot-higgins-discuss-advanced-verification-and-geolocation-techniques-at-fdlive/> [дата обращения: 04.03.2018].

Higgins E. Поиск Земли: основные инструменты геолокации для проверки. 2015. 24 июля. <https://medium.com/1st-draft/searching-the-earth-essential-geolocation-tools-for-verification-89d960bb8fba> [дата обращения: 04.03.2018].

Онлайн-ресурсы

First Draft Interactive: Проблема геолокации. <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-geolocation-challenge/> [дата обращения: 04.03.2018].

First Draft Interactive: Проблема наблюдения. <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-observation-challenge/> [дата обращения: 04.03.2018].

First Draft Online Курс верификации. <https://firstdraftnews.org/learn/> [дата обращения: 04.03.2018].

A close-up photograph of a person's hands holding a smartphone. The person is wearing a white shirt. The background is a blurred library or bookstore with rows of books on shelves. The lighting is soft and natural, suggesting an indoor setting with large windows.

**Борьба
с интернет-злоупотреблениями:
когда журналисты и их источники
становятся мишенью**

Джули Позетти

МОДУЛЬ 7

МОДУЛЬ 7



Борьба с интернет-злоупотреблениями: когда журналисты и их источники становятся мишенью

Джули Позетти

Краткое содержание

Проблема дезинформации и некорректной информации¹⁹⁶, подрывающая доверие к журналистике и достоверной информации, резко обострилась в эпоху социальных сетей. Последствия включают преднамеренное преследование журналистов и других интернет-издателей, их источников – тех, кто стремится проверить информацию и комментарии или поделиться ими. Связанные с этим риски могут еще больше подорвать доверие к журналистике, а также угрожать безопасности журналистов и их источников.

В некоторых случаях журналисты становились мишенью "астротурфинга"¹⁹⁷ и "троллинга"¹⁹⁸ – преднамеренных попыток "вести в заблуждение, дезинформировать, запутать или поставить под угрозу журналистов"¹⁹⁹ с помощью распространения информации, предназначенной для отвлечения внимания и дезориентации их или их потенциальных источников.

¹⁹⁶ Для определений см.: Wardle C., Derakhshan H. Информационный беспорядок: на пути к междисциплинарной структуре для исследований и разработки политики (Совет Европы). 2017. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> [дата обращения: 30.03.2018].

¹⁹⁷ 'Астротурфинг' – это термин, произведенный от названия марки искусственной травы, используемой для коврового покрытия наружных поверхностей, чтобы создать впечатление, что это естественный травяной покров. В контексте дезинформации он включает в себя распространение фейковой информации, нацеленное на аудиторию и журналистов, с намерением перенаправить или ввести их в заблуждение, особенно в форме "свидетельства" ложной общественной поддержки человека, идеи или политики. См. также определение «Технопедии»: <https://www.techopedia.com/definition/13920/astroturfing> [дата обращения: 20.03.2018].

¹⁹⁸ Сосо Г. Почему никто не знает, что такое троллинг? Краткое руководство для СМИ. Vice.com. 2012. https://www.vice.com/en_au/article/ppqk78/what-trolling-means-definition-UK-newspapers [дата обращения: 30.03.2018].

¹⁹⁹ Posetti J. "Твиттеризация" журналистских расследований // Журналистские исследования и расследования в цифровом мире / под ред. S. Tanner, N. Ричардсон. Мельбурн: Издательство Оксфордского университета, 2013. С. 88–100. <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> [дата обращения: 30.03.2018].

Кроме того, журналисты могут стать мишенью, когда их стремятся ввести в заблуждение и заставить распространять неточную информацию, которая неверно интерпретирует факты или оказывается фальшивкой; разоблачение снижает доверие к журналисту и связанной с ним новостной организации. В других случаях журналисты сталкиваются с цифровыми угрозами, направленными на раскрытие их источников, нарушение конфиденциальности, чтобы подвергнуть их риску или получить доступ к неопубликованным данным.

Существует также феномен мобилизации правительствами "отрядов цифровой ненависти" для «охлаждения» критических комментариев и подавления свободы слова²⁰⁰ и выражения мнений. Кроме того, существует серьезная проблема притеснений и насилия в интернете (иногда проблематично обозначаемая как "троллинг"²⁰¹), особенно направленная против женщин и часто носящая женоненавистнический характер. Это приводит к тому, что журналисты, их источники и комментаторы подвергаются потокам онлайн-оскорблений, появляются ложные утверждения об их поведении, порочащие сведения об их личности или угрозы причинения вреда; всё это направлено на то, чтобы дискредитировать журналистов, отвлечь внимание от репортажей и в конечном счете нивелировать их²⁰².

В то же время во многих местах мира продолжается физическое насилие, направленное на подавление критических сообщений, которое теперь еще подпитывается онлайн-подстрекательством и запугиванием.

Журналисты могут быть прямыми жертвами дезинформационных кампаний, но они также могут сопротивляться. В дополнение к укреплению цифровой защиты многие из них активно разоблачают эти атаки и выявляют злоумышленников. Участвуя в инициативах в области медиа- и информационной грамотности наряду с НПО, средства массовой информации также играют определенную роль в просвещении общественности относительно того, почему журналистику стоит беречь и защищать.

²⁰⁰ Riley M, Etter L, Pradhan B. *Глобальное руководство по спонсируемому государством троллингу*. Bloomberg. 2018. <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [дата обращения: 21.07.2018].

²⁰¹ Примечание: 'троллинг' в его связанном с интернетом применении относится к действиям, которые варьируются от мягкого поддразнивания, обмана и подстрекательства к преднамеренному обману. Однако он все чаще используется в качестве термина для охвата всех актов онлайн-злоупотреблений. Это проблематично, поскольку он объединяет широкий спектр мероприятий и потенциально преуменьшает серьезность онлайн-преследования.

²⁰² См., например: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/twitter-maggie-haberman-new-york-times-quits-social-media-jack-dorsey-a8459121.html>.



I. Распознавание "троллинга" и "астротурфинга" и реагирование на него²⁰³

Это явление включает в себя фабрикацию персонажей и событий, предназначенных для обмана журналистов и аудитории, а также организованные кампании в социальных сетях, направленные на имитацию естественной реакции общественности. Иногда трудно отличить последние новости и легитимные учетные записи свидетелей от контента, который был подделан или «приправлен» неточностями с целью намеренно ввести в заблуждение, заставить распространять ложную информацию и подорвать доверие к журналистам и другим онлайн-комментаторам, а также к их работе.

Примеры такого поведения включают в себя:

- o фальсификацию жертв стихийных бедствий и террористических атак (см. теракт в Манчестере²⁰⁴), чтобы заставить людей распространять контент, который потенциально наносит ущерб репутации и / или авторитету отдельных лиц, включая журналистов, которые могут быть отмечены в процессе распространения информации;
- o публикацию контента, произведенного вымышленными персонажами, такими как "гомосексуальная девушка в Дамаске"²⁰⁵. В 2011 году мировые СМИ потребовали сообщить об аресте блогера, который якобы был сирийским автором-лесбиянкой, на самом деле этим персонажем оказался американский студент, проживающий за пределами страны.

Журналистке Джесс Хилл поручили сделать сюжет для вечерней программы Австралийской вещательной корпорации. Она говорит, что традиционные ценности и методы проверки позволили ее программе не усилить ложь. «Мы не сообщили об ее аресте по одной простой причине – мы не смогли найти никого, кто действительно встречался с ней лично. Ни родственников, ни друзей.

²⁰³ Для объяснения 'астротурфинга', полезного для обучающих целей, значима следующая ссылка: <https://youtu.be/Fmh4RdlwswE>.

²⁰⁴ Бомба в Манчестере. <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/26/the-story-behind-the-fake-manchester-attack-victims> [дата обращения: 30.03.2018].

²⁰⁵ Young K. Как обмануть себя: случай с девушкой-лесбиянкой в Дамаске, 9 ноября 2017 года // The New Yorker. 2017. <https://www.newyorker.com/books/page-turner/how-to-hoax-yourself-gay-girl-in-damascus> [дата обращения: 30.03.2018].

Мы провели два дня в поисках людей, прося наших сирийских знакомых направить нас к тем, кто, возможно, контактировал с ней, но каждая зацепка становилась тупиком. Тот факт, что мы не смогли найти никого, кто действительно встречал ее, являлся сигналом тревоги, поэтому мы не сообщили об этом...

Информационные агентства, которые поспешили сообщить об этой истории, не выполнили основную работу по нахождению источника. Они передали новости, основанные на записи в блоге"²⁰⁶.

Другие мотивы включают желание отвлечь журналистов от расследования, запугать и направить по ложному следу, что препятствует поиску и освещению истины.

Приведем примеры стиля, провоцирующего движение в неправильном направлении:

- попытка переформулировать заявления о размере толпы на инаугурации Дональда Трампа в январе 2017 года и представить это как "альтернативные факты"²⁰⁷;
- современная военная пропаганда, например сообщения Талибан в Афганистане, постящей твиты с ложными и вводящими в заблуждение деталями сражений²⁰⁸;
- переданные журналистам базы данных, которые содержат некоторую поддающуюся проверке информацию, представляющую общественный интерес, но вместе с тем искаженную дезинформацией.

В последнее время вычислительная пропаганда²⁰⁹ увеличила риски для журналистов, сталкивающихся с "астротурфингом" и "троллингом". Это предполагает использование ботов для распространения целенаправленной ложной информации и пропагандистских сообщений в масштабе, позволяющем им

²⁰⁶ Posetti J. 2013. Там же.

²⁰⁷ NBC News. Видео. 2017. <https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643> [дата обращения: 30.03.2018].

²⁰⁸ Cunningham E. Изменения: Талибан осваивает новые СМИ // GlobalPost. 2011. <https://www.pri.org/stories/2011-05-21/shift-taliban-embrace-new-media> [дата обращения: 30.03.2018].

²⁰⁹ Woolley S., Говард Р. *Вычислительная пропаганда во всем мире: резюме* // Working Paper. 2017. № 2017.11. <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [дата обращения: 30.03.2018].

выглядеть органично²¹⁰. В то же время технология ИИ применяется для создания "deepfake" (глубокого фейка)²¹¹ в видеоформате и других форм контента, предназначенных для целей дискредитации, в том числе журналистов и особенно женщин-репортеров.

Вот примеры такой практики.

- Независимый новостной сайт Rappler.com и его в основном женский штат стал мишенью кампании онлайн-оскорблений. "На Филиппинах платные тролли, ошибочные рассуждения, провалы в логике, раскол – это лишь некоторые из пропагандистских приемов, которые помогли изменить общественное мнение по ключевым вопросам"²¹² (см. развернутое обсуждение ниже).
- Богатая семья, обвиняемая в захвате ключевых государственных предприятий и подкупе политиков в ЮАР, нанимает британскую фирму по связям с общественностью Bell Pottinger для разработки продуманной пропагандистской кампании. Они распространяли свои сообщения через выстроенную систему дезинформации, включающую веб-сайты, СМИ и оплаченную Twitter-армию, которая нацеливалась на журналистов, бизнесменов и политиков с оскорбительными, враждебными сообщениями и фотошопами, предназначенными для унижения и противодействия их расследованиям по захвату государства²¹³. Известный редактор Ferial Haffajee (Фериал Хафаджи) в этот период стала мишенью компании онлайн-преследования, в ходе которой ее изображение использовалось как объект

²¹⁰ Примечание: предварительные отчеты о бот-кампаниях во время всеобщих выборов в Великобритании 2017 подчеркивают сложность отчетности по этим вопросам. Dias N. *Отчет о новой эре цифрового астротурфинга* // First Draft News. 2017. <https://firstdraftnews.com/digital-astroturfing/> [дата обращения: 29.03.2018].

²¹¹ Термин deepfake представляет собой гибрид из терминов 'глубокое обучение' и 'подделка'. Он включает в себя технологию ИИ в создании мошеннического контента, иногда порнографического характера, практически его сложно разоблачить. Он используется в кибератаках для дискредитации людей, в том числе журналистов. См.: Cuthbertson A. *Что такое 'deepfake' порно? ИИ выводит «подмену» лица на тревожащий новый уровень* // Newsweek. 2018. <http://www.newsweek.com/what-deepfake-porn-ai-brings-face-swapping-disturbing-new-level-801328> [дата обращения: 17.06.2018].

²¹² Ressa M. *Пропагандистская война: использование Интернета как оружия*. Rappler. 2016. <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet> [дата обращения: 30.03.2018].

²¹³ Обширное досье на "империю фальшивых новостей" Гупты. <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/> [дата обращения: 30.03.2018].

манипуляций для создания ложных впечатлений о ее характере наряду с распространением хэштега #presstitute²¹⁴.

- Дело независимой журналистки Раны Айюб побудило пятерых специальных докладчиков Организации Объединенных Наций призвать индийское правительство обеспечить ей защиту после массового распространения дезинформации, направленной на противодействие ее критическим сообщениям. В частности, в социальных сетях были размещены "deepfake"-видео, которые включали ложные утверждения о том, что она снималась в порнографических фильмах, а также содержали прямые угрозы изнасилования и смерти²¹⁵.
- Случай финской журналистки Джессикки Аро рассмотрен в разделе "Угрозы цифровой безопасности и оборонительные стратегии" этого модуля.

Другие модули в этом руководстве касаются конкретно технических методов проверки, но важно, чтобы учащиеся могли определить вредоносную мотивацию некоторых интернет-операторов в создании, распространении нацеленной на журналистов дезинформации и некорректной информации как части системы злоупотреблений.

Критические вопросы как дополнение к техническим методам проверки информации:

1. Может ли злой умысел стоять за этим репостом или тэгом?
2. Что человек, публикующий контент, может получить от распространения этой информации?
3. Каковы могут быть последствия для меня / моей профессиональной репутации / СМИ / работодателя, если я распространю эту информацию?
4. Достаточно ли я работал для того, чтобы установить личность / принадлежность / надежность / мотивацию этого человека –например,

²¹⁴ Haffajee F. Ферриал Хафаджи: фабрика фейковых новостей Гупты и я // HuffPost Южная Африка. 2017. https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [дата обращения: 04.06.2018].

²¹⁵ Эксперты ООН призывают Индию защитить журналистку Рану Айюб от интернет-кампании ненависти. <https://www.nytimes.com/2018/05/22/opinion/india-journalists-slut-shaming-rape.html> [дата обращения: 17.08.2018]. См. также Аууб Р. В Индии журналисты сталкиваются с угрозами расправы и изнасилования. 2018. <https://www.nytimes.com/2018/05/22/opinion/india-journalists-slut-shaming-rape.html> [дата обращения: 17.06.2018].

стремится ли он распространить дезинформацию или получить прибыль от продажи контента, приобретенного незаконно, без пользы для общественных интересов?

5. Это человек или бот?²¹⁶
6. Если Вы получаете "кучу данных" от предполагаемого осведомителя, не следует ли вам самостоятельно проверить их перед публикацией в полном объеме? Возможно ли, что они приправлены дезинформацией и некорректной информацией, предназначенной для преднамеренного введения в заблуждение или дискредитации?

II. Цифровые угрозы безопасности и защитные стратегии

Журналисты, правозащитники и блогеры / активисты социальных сетей становятся все более уязвимыми для кибератак, и их сведения или источники могут быть скомпрометированы злоумышленниками, в том числе посредством фишинга, вредоносных атак и подделки личных данных²¹⁷.

Пример такой практики

Отмеченная наградами журналист-расследователь Джессика Аро, которая работает на общественного вещателя Финляндии YLE, стала мишенью организованных кампаний "троллей" с 2014 года. Она испытала угрозы цифровой безопасности, включая «спуфинг» (высмеивание) и doxing²¹⁸ с раскрытием троллями ее личной контактной информации и распространением дезинформации о ней, атакам подверглись ее приложения для обмена сообщениями и

²¹⁶ Например, см. <https://botcheck.me>.

²¹⁷ Из Techopedia: спуфинг – это мошенническая или вредоносная практика, при которой сообщение отправляется из неизвестного источника, замаскированного под источник, известный получателю. Спуфинг электронной почты является наиболее распространенной формой этой практики. Поддельные сообщения электронной почты также могут содержать дополнительные угрозы, такие как трояны или другие вирусы. Эти программы могут нанести значительный ущерб компьютеру, вызвав неожиданные действия, удаленный доступ, удаление файлов и многое другое. <https://www.techopedia.com/definition/5398/spoofing> [дата обращения: 29.03.2018].

²¹⁸ Из Techopedia: doxing – это процесс взлома, получения и публикации информации других людей, такой как имена, адреса, номера телефонов и данные кредитной карты. Doxing может быть нацелен на конкретного человека или организацию. Есть много причин для doxing, но одной из самых популярных является принуждение. Doxing – сленговый термин, который происходит от слова "doc", потому что документы часто извлекаются и распространяются. Хакеры разработали различные способы doxing, но один из наиболее распространенных методов – это получение электронного адреса жертвы, а затем раскрытие пароля для регистрации своей учетной записи и получения дополнительной личной информации. <https://www.techopedia.com/definition/29025/doxing> [дата обращения: 29.03.2018].

почтовые ящики. «Мне позвонили, и я услышала выстрел из пистолета. Позже кто-то написал мне, что он мой умерший отец, и заявил, что "наблюдает за мной"», – говорит она²¹⁹. Аро выразила признательность редакторам, которые защищают журналистов от угроз, и призвала журналистов расследовать и разоблачать пропаганду.

Поэтому для журналистов важно быть готовыми к следующим угрозам.

12 ключевых угроз цифровой безопасности²²⁰

- Целенаправленная слежка и массовая слежка
- Целенаправленная программно-аппаратная эксплуатация
- Фишинговые атаки²²¹
- Атаки с фейковых доменов
- Атаки «человек-в-середине» (MitM)²²²
- Атаки типа "отказ в обслуживании" (DoS) и "распределенный отказ в обслуживании" (DDOS-Distributed Denial of Service)²²³
- Порча сайта
- Компрометация учетных записей пользователей

²¹⁹ Aro J. *Киберпространственная война: пропаганда и троллинг как военные инструменты*. Европейский взгляд // Sage Journals. 2016. Том 15. Выпуск 1. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [дата обращения: 20.07.2018].

²²⁰ Posetti J. Новое исследование: борьба с растущими угрозами цифровой безопасности журналистов (WAN-IFRA). 2015. <https://blog.wan-ifra.org/2015/03/27/new-study-combating-the-rising-threats-to-journalists-digital-safety> [дата обращения: 30.03.2018].

²²¹ King G. Точечные фишинговые атаки подчеркивают необходимость цифровой бдительности, CPJ. 2014. <https://cpj.org/blog/2014/11/spear-phishing-attacks-underscore-necessity-of-dig.php> [дата обращения: 29.03.2018].

²²² Определение из Techopedia (MITM): «человек посередине» - форма подслушивания, где связь между двумя пользователями контролируется и изменяется несанкционированной стороной. Как правило, злоумышленник активно подслушивает, перехватывая обмен сообщениями с открытым ключом и повторно передает сообщение, заменяя запрошенный ключ своим собственным. <https://www.techopedia.com/definition/4018/man-in-the-middle-attack-mitm> [дата обращения: 29.03.2018].

²²³ См. определения в Techopedia. <https://www.techopedia.com/definition/24841/denial-of-service-attack-dos>; <https://www.techopedia.com/definition/10261/distributed-denial-of-service-ddos> [дата обращения: 29.03.2018].

- Запугивание, преследование и принудительное разоблачение онлайн-сетей
- Дезинформация и клевета
- Конфискация результатов журналистской работы
- Добыча и хранение данных

Для ознакомления с защитными стратегиями см.: «Создание цифровой безопасности для журналистики»²²⁴.

О последствиях для конфиденциальных источников и осведомителей, взаимодействующих с журналистами и другими медиапродюсерами, см.: «Защита журналистских источников в цифровую эпоху»²²⁵.

Разоблачение и защита от онлайн-преследований и насилия

“Меня называли грязной шлюхой, кровавой цыганкой, еврейкой, мусульманской, греческим паразитом, отвратительным мигрантом, глупым психом, уродливым лжецом, предвзятым ненавистником. Они продолжали говорить, чтобы я возвращалась домой и убила себя, или они застрелят меня, отрежут мне язык, сломают пальцы один за другим. Они продолжали угрожать мне групповым изнасилованием и сексуальными пытками²²⁶. Это слова известной шведской журналистки Александры Паскалиду, которая в 2016 году выступила перед Европейской комиссией в Брюсселе со свидетельством о своем опыте. Глобальное распространение такого рода злоупотреблений в интернете в отношении женщин-журналистов и комментаторов привело к тому, что ООН (включая UNESCO²²⁷) и другие учреждения признали эту проблему и призвали к действиям и решениям.

²²⁴ Henrichsen J. и др. *Построение цифровой безопасности для журналистики*. ЮНЕСКО. Париж. 2015. <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002323/232358e.pdf> [дата обращения: 30.03.2018].

²²⁵ Posetti J. *Защита журналистских источников в цифровую эпоху*. ЮНЕСКО. Париж. 2015. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [дата обращения: к 30.03.2018].

²²⁶ Posetti J. Шведская журналистка Александра Паскалиду описывает онлайн-угрозы сексуальных пыток и графического насилия // Sydney Morning Herald. 24.11.2016. <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html> [дата обращения: 30.03.2018].

²²⁷ Posetti J. *Борьба с онлайн-преследованием: Мария Ресса*. Там же. См. также: Резолюция 39-й Генеральной конференции ЮНЕСКО, отметившей "конкретные угрозы, с которыми сталкиваются женщины-журналисты, включая сексуальные домогательства и насилие, как в интернете, так и офлайн. <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [дата обращения: 29.03.2018].

Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ) спонсировала исследование, которое изучает особенности международного влияния онлайн-насилия на женщин-журналистов²²⁸. Это проект продолжил исследование британского аналитического центра Demos, который изучил сотни тысяч твитов и обнаружил, что журналистика – единственная сфера деятельности, где женщины сталкиваются с большим количеством злоупотреблений, чем мужчины (“женщины-журналисты и телеведущие примерно в три раза чаще сталкиваются со злоупотреблениями²²⁹, чем их коллеги-мужчины”). Ключевыми словами для абьюзеров были «шлюха», «изнасилование» и «проститутка».

Отличительной чертой этого жестокого онлайн-обращения с женщинами-журналистами является использование дезинформации: ложь об их характере или работе становится средством подрыва доверия к ним, унижения и обесценивания их публичных комментариев и сообщений.

Личный характер посланий, которые приходят на персональные устройства с раннего утра до позднего вечера, еще больше обостряет их воздействие. “Бывают дни, когда я просыпаюсь от словесного насилия и засыпаю с сексистским и расистским гневом, эхом отдающимся в моих ушах. Это похоже на низкоинтенсивные, постоянные боевые действия”, – говорит Паскалиду.

На Филиппинах генеральный директор и исполнительный редактор «Рапплер» Мария Рессе²³⁰ является примером в борьбе с онлайн-преследованием в контексте массовой дезинформационной кампании, связанной с государством. Она, бывший военный корреспондент CNN, говорит, что ни один случай из ее опыта в этой области не подготовил ее к массовой и разрушительной кампании гендерного онлайн-преследования, которая велась против нее с 2016 года.

“Меня называли уродиной, собакой, змеей, угрожали изнасилованием и убийством”, – говорит она. Ресса потеряла счет тому, сколько раз ей угрожали смертью. Кроме того, она стала объектом кампаний с использованием хэштегов, таких как #ArrestMariaRessa и #BringHerToTheSenate, предназначенных для того, чтобы настроить онлайн-мобы в режим атаки, дискредитировать как

²²⁸ ОБСЕ. Противодействие интернет-издевательствам над женщинами-журналистами. 2016. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [дата обращения: 30.03.2018].

²²⁹ Bartlett J. и др. Женоненавистничество в Твиттере, Demos. 2014. https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf [дата обращения: 30.03.2018].

²³⁰ В ЮНЕСКО Мария Ресса является председателем жюри Премии всемирной свободы слова им. Гильермо Кано. <https://en.unesco.org/prizes/quillermo-cano/jury>.

Рессу, так и «Rappler» и обесценить их репортажи. “Началась спираль молчания. Все, кто критиковал или задавал вопросы о внесудебных казнях, подвергались нападениям, жестоким нападениям. Женщинам досталось больше всех. И мы поняли, что система настроена на то, чтобы заставить замолчать инакомыслие, чтобы сделать журналистов послушными. Мы не должны задавать трудные вопросы, и мы, конечно же, не должны быть критичными”, – говорит Ресса.²³¹

Стратегия борьбы Марии Рессы включает в себя:

- признание серьезности проблемы;
- признание психологического воздействия и содействие психологической поддержке пострадавших соотрудников;
- использование журналистских расследований в качестве оружия в борьбе²³²;
- обращение к лояльной аудитории с просьбой помочь сдержать и отразить атаки;
- укрепление безопасности в сети в ответ на преследование;
- публичный призыв к платформам (например, Facebook и Twitter) прекратить онлайн-преследования и адекватно бороться с ними.

Принимая во внимание растущую угрозу преследований в интернете, важно также рассматривать продолжающееся преследование женщин-журналистов в контексте кампаний дезинформации. Например, в 2011 году в Австралии журналист-расследователь Венди Карлайл подверглась насилию, издевательствам во время митинга тех, кто отрицал изменение климата. Она делала документальный фильм для компании ABC, и жестокое обращение заставило ее покинуть мероприятие, чтобы обеспечить себе безопасность²³³.

²³¹ Posetti J. Борьба против онлайн-преследования: Мария Ресса // Атака на одного – это атака на всех (ЮНЕСКО) / под ред. L. Kilman. 2017. <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [дата обращения: 30.03.2018].

²³² Это также тактика, примененная Ferial Haffajee в тематическом исследовании "утечек Гупты", упомянутом ранее. Она использовала методы журналистского расследования и цифровые "детекторы" безопасности, чтобы разоблачить некоторых троллей, которые воздействовали на нее в попытке дискредитировать ее отчеты о скандале. См.: <https://www.news24.com/SouthAfrica/News/fake-news-peddlers-can-be-traced-hawks-20170123> [дата обращения: 16.06.2018].

²³³ Carlisle W. *Роудшоу лорда Монктона*, ABC Radio National. 2011. <http://www.abc.net.au/radionational/programs/backgroundbriefing/the-lord-monckton-roadshow/2923400> [дата обращения: 30.03.2018].

Цели модуля

Этот модуль будет: информировать учащихся о рисках онлайн-злоупотреблений в контексте "информационного беспорядка"; помогать распознавать угрозы; обеспечивать развитие навыков по использованию инструментов для оказания помощи в борьбе с онлайн-злоупотреблениями. Цели:

- повысить осведомленность участников о проблеме злонамеренных субъектов, преследующих журналистов, их источники и других онлайн-коммуникаторов в кампаниях дезинформации / некорректной информации;
- развить навыки распознавания "астротурфинга", "троллинга", угроз цифровой безопасности и злоупотреблений в интернете;
- подготовить учащихся к борьбе с "астротурфингом" и "троллингом", угрозами цифровой безопасности и онлайн-злоупотреблениями с учетом гендерных факторов.



Результаты учебной деятельности

К концу этого модуля учащиеся:

- 1) будут иметь более глубокое понимание последствий онлайн-злоупотреблений для журналистов, журналистики, обмена информацией и свободы выражения мнений;
- 2) получат новые сведения о проблеме злоумышленников, воздействующих на журналистов и других онлайн-коммуникаторов в кампаниях дезинформации / некорректной информации;
- 3) узнают о конкретных угрозах безопасности, с которыми сталкиваются в интернете женщины-журналисты;
- 4) получат возможность более легко распознавать злоумышленников в интернете, наряду с инцидентами "астротурфинга", "троллинга", угроз цифровой безопасности и онлайн-злоупотреблений;
- 5) лучше подготовятся к борьбе с "астротурфингом", "троллингом", угрозами цифровой безопасности и онлайн-злоупотреблениями с учетом гендерных факторов.



Формат модуля

Этот модуль предназначен для аудиторных или онлайн-занятий. Он включает в себя две части: теоретическую и практическую.

План и результаты учебной деятельности

А. Теория

План модуля	Количество часов	Результаты изучения
<p>Интерактивная лекция и серия вопросов и ответов (90 минут), которая может быть прочитана в аудитории традиционно или через платформу вебинара, обеспечивающую удаленное участие.</p> <p>В лекции можно использовать теоретические материалы и примеры, приведенные выше. Однако преподавателям рекомендуется также включать в этот модуль тематические исследования, имеющие отношение к их культуре и местным условиям.</p>	60 - 90 минут	1, 2, 3, 4, 5

В. Практика

План модуля	Количество часов	Результаты изучения
<p>Семинар / обучающая программа (90 минут), которые могут проводиться традиционно в аудитории или с помощью электронной платформы, такой как Moodle, группы Facebook или других форматов, которые обеспечивают удаленное участие.</p>	90 - 120 минут	1, 2, 3, 4, 5
<p>Разделите группу на рабочие подгруппы (3–5 участников). Каждой рабочей подгруппе должен быть предоставлен пример вредоносного контента (например, найти в блогах и социальных сетях контент, созданный для дискредитации Марии Рессы, Джессикки Аро и Александры Паскалиду, чьи истории обсуждаются в этом модуле), связанного с кампанией дезинформации / некорректной информации / троллинга / астротурфинга / онлайн-злоупотреблений.</p> <p>Каждая рабочая группа должна: коллективно оценить материал (исследовать человека / группу, стоящую за материалом); определить риски и угрозы (ссылаясь на соответствующие исследования о последствиях, содержащихся в рекомендуемой литературе); предложить план действий по реагированию на материал (это может быть стратегический ответ, сообщение по поводу действий пользователя на платформу или заявление в полицию, если необходимо, составление истории по данному вопросу); написать резюмирующее эссе (около 250 слов) по поводу своего плана действий, используя Google Docs или аналогичный инструмент совместного редактирования, и предоставить его преподавателю для рассмотрения.</p>		

Альтернативная структура

Для более глубокого рассмотрения этих вопросов данный модуль можно расширить, включив в него три отдельных урока (каждый из которых состоит из двух частей, как описано выше):

- Распознавание и реагирование на "троллинг" и "астротурфинг"
- Моделирование цифровых угроз²³⁴ и разработка защитных стратегий
- Признание проблемы гендерного онлайн-преследования и насилия и борьба с ними.



Предлагаемые задания

Напишите очерк (1200 слов) или подготовьте пятиминутный аудиорепортаж, трехминутный видеорепортаж или подробную интерактивную инфографику, основанную на интервью с одним или несколькими журналистами об их опыте онлайн-злоупотреблений (например, когда они становились мишенью дезинформации и / или сталкивались с цифровыми угрозами безопасности в рамках кампании дезинформации, подвергались преследованию либо насилию в интернете).

Участники должны сослаться на авторитетные исследования и объяснить последствия воздействия этих явлений на журналистику / свободу выражения мнений и права общественности на информацию.



Литература

Aro J. *Киберпространственная война: пропаганда и троллинг как военные инструменты*. Европейский взгляд // Sage Journals. 2016. Том 15. Выпуск 1. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [дата обращения: 20.07.2018].

Haffajee F. *Фабрика фальшивых новостей Гупты и я* // Huffington Post. 2017. http://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [дата обращения: 29.03.2018].

ОБСЕ. *Борьба с интернет-злоупотреблениями в отношении женщин-журналистов*. 2016. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [дата обращения: 29.03.2018].

²³⁴ Stray J. *Безопасность журналистов. Часть вторая: «Моделирование угроз»*. 2014. <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [дата обращения: 03.02.2018].

Posetti J. Борьба с онлайн-преследованием: Мария Ресса // Атака на одного – это атака на всех (ЮНЕСКО 2017) / под ред. L. Kilman. 2017. <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [дата обращения: 29.03.2018].

Posetti J. Шведская журналистка Александра Паскалиду описывает онлайн-угрозы сексуальных пыток и графического насилия // Sydney Morning Herald. 24.11.2016. <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html> [дата обращения: 29.03.2018].

Reporters Sans Frontieres. Онлайн-преследование журналистов: атака троллей // Репортеры без границ. 2018. https://rsf.org/sites/default/files/rsf_report_on_online_harassment.pdf [дата обращения: 20.08.18].

Riley M., Etter L., Pradhan B. *Глобальное руководство по спонсируемому государством троллингу*. Bloomberg. 2018. <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [дата обращения: 21.07.2018].

Stray J. Безопасность журналистов. Часть вторая: «Моделирование угроз». 2014. <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [дата обращения: 03.02.2018].

Онлайн ресурсы

ВИДЕО: Как бороться с троллями и управлять онлайн-преследованием – панельная дискуссия // Международный фестиваль журналистики, Италия, Перуджа (апрель 2017); Джули Позетти (Fairfax Media), Ханна Сторм (Международный институт информационной безопасности), Александра Паскалиду (шведская журналистка), Мэри Гамильтон (The Guardian), Blathnaid Healy (CNN). <http://media.journalismfestival.com/programme/2017/managing-gendered-online-harrassment>.

Соавторы

Магда Абу-Фадиль – директор Media Unlimited (Неограниченных СМИ) в Ливане.

Фергус Белл – эксперт в области цифрового сбора новостей и проверки генерируемого пользователями контента, основатель Dig Deeper Media.

Хоссейн Дерахшан – ирано-канадским писатель, исследователь и научный сотрудник Центра Шоренштейна в Гарвардской школе им. Джона Ф. Кеннеди.

Шэрилин Аиртон – южноафриканская журналистка, руководитель Всемирного форума редакторов в рамках Всемирной ассоциации газет и издателей новостей (WAN-IFRA).

Алексиос Мэнцарлис – руководитель международной сети проверки фактов в Институте Пойнтера.

Элис Мэтьюс – журналистка австралийской вещательной корпорация ABC в Сиднее.

Джули Позетти – старший научный сотрудник Института Reuters по изучению журналистики при Оксфордском университете, руководитель отдела инновационных журналистских проектов.

Том Трюиннард – руководитель Программы верификационного инструментария на открытом ресурсе Meedan.

Клэр Уордл – исполнительный директор First Draft и научный сотрудник Центра Шоренштейна по СМИ, политике и общественному порядку в Гарвардской школе им. Джона Ф. Кеннеди.

Графический дизайн

М-р Клинтон: www.mrclinton.be.

Внешние рецензенты: профессор Ильва Родни-Гумед, факультет журналистики, кино и телевидения, Университет Йоханнесбурга, Южная Африка; Басиоуни Амада, профессор, факультет массовых коммуникаций, Колледж искусств и наук, Катарский университет; профессор Джейсон Харсин, Департамент глобальных коммуникаций, Американский университет Парижа.

Данное руководство призвано служить образцом международной учебной программы, открытой для адаптации и внедрения. Это значимая попытка осмыслить глобальную проблему дезинформации, с которой сталкивается общество в целом и журналистика в частности.

Типовая учебная программа предназначена для того, чтобы ознакомить преподавателей журналистики и студентов-журналистов с вопросами, связанными с "фейковыми новостями", и представить образец учебного плана. Мы также надеемся, что данное руководство будет полезным для практикующих журналистов.

Оно объединяет вклад ведущих международных преподавателей журналистики и исследователей, которые помогают обновлять методы и практику журналистики для решения проблем дезинформации и некорректной информации. Занятия являются комплексными: теоретическими, а в случае онлайн-верификации в высшей степени практическими. Используемые вместе в качестве курса или независимо друг от друга, они могут помочь обновить существующие учебные модули или создать новые.

Это руководство является частью глобальной инициативы по повышению качества журналистского образования, которая находится в центре внимания международной программы ЮНЕСКО по развитию коммуникации (МПРК) и направлена на привлечение внимания к преподаванию, практике и исследованию журналистики с глобальной точки зрения, включая обмен передовым международным опытом.



ЮНЕСКО – Сектор коммуникации и информации
Франция, Париж 07 СП 75352, Площадь Фонтенуа, 7
Контакты для получения дополнительной информации:
ipdc.secretariat@unesco.org



Данное руководство призвано служить образцом международной учебной программы, открытой для адаптации и внедрения. Это значимая попытка осмыслить глобальную проблему дезинформации, с которой сталкивается общество в целом и журналистика в частности.

Типовая учебная программа предназначена для того, чтобы ознакомить преподавателей журналистики и студентов-журналистов с вопросами, связанными с "фейковыми новостями", и представить образец учебного плана. Мы также надеемся, что данное руководство будет полезным для практикующих журналистов.

Оно объединяет вклад ведущих международных преподавателей журналистики и исследователей, которые помогают обновлять методы и практику журналистики для решения проблем дезинформации и некорректной информации. Занятия являются комплексными: теоретическими, а в случае онлайн-верификации в высшей степени практическими. Используемые вместе в качестве курса или независимо друг от друга, они могут помочь обновить существующие учебные модули или создать новые.

Это руководство является частью глобальной инициативы по повышению качества журналистского образования, которая находится в центре внимания международной программы ЮНЕСКО по развитию коммуникации (МПРК) и направлена на привлечение внимания к преподаванию, практике и исследованию журналистики с глобальной точки зрения, включая обмен передовым международным опытом.



Организация
Объединенных Наций по
вопросам образования,
науки и культуры

МПРК МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ КОММУНИКАЦИИ

• ЮНЕСКО – Сектор коммуникации и информации
• Франция, Париж 07 СП 75352, Площадь Фонтенуа, 7
• Контакты для получения дополнительной информации:
ipdc.secretariat@unesco.org



9 789234 000277