Анна Викторовна БЕЛОЕДОВА

СПОСОБЫ ОЦЕНКИ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ИНФОРМАЦИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ДОСТОВЕРНОСТИ

В статье предлагаются способы верификации журналистской информации. Критерии достоверности журналистской информации и конечная ее оценка представляют собой комплексный феномен, учитывающий как внешние факторы (тип издания/канала, их идеологическая и экспрессивная модель, социально-исторический и политико-идеологический контекст), так и внутренние – функционально-стилистические, жанровые и языковые характеристики сообщений (документальные свидетельства, наличие ссылок, авторитетность источников, языковые маркеры). Важным является также уровень осведомленности участников коммуникации, их фоновые знания, соответствие предлагаемой информации когнитивным и коммуникативным ожиданиям адресата.

Ключевые слова: *достоверность, критерии достоверности журналисткой информации, оценка достоверности информации в СМИ*

Anna V. BELOEDOVA

MEANS FOR EVALUATING THE JOURNALISTIC INFORMATION FROM THE POINT OF ITS VERACITY

The paper discusses various forms of journalistic information verification. The criteria of veracity of journalistic information and its final estimation are a complex phenomenon embracing both outer factors (type of edition, ideological and expressive model, socio-historical and political context) and inner factors (functional and stylistic, genre and linguistic features of messages (documentary evidences, references, authority of sources, linguistic markers). It is also important to mention the quality of communicants' awareness, their background knowledge, relevance of the information to cognitive and communicative expectations of addressees.

Key words: *veracity, criteria of veracity of journalistic information, evaluation of veracity of media information.*

Установка журналиста на честность и абстрактное требование достоверности информации – это тот «идеал, который в действительности подвергается нескончаемой проверке на прочность» [Майданова, Чепкина 2009: 137]. Тем не менее должна приветствоваться любая попытка теоретиков и практиков массовой коммуникации предложить *относительно надежные ориентиры для определения истинности журналистской информации*, т. к. достоверность информации относится к тем факторам, которые обеспечивают информационную безопасность в деятельности СМИ [Довнар 2015: 57] и служат защитой свободы слова [Лозовский 2011]. К числу факторов, негативно влияющих на достоверность журналистской информации и подвергающих «жестким испытаниям» честность журналиста, относят сферу политики (где картина мира «творится из железобетонного массива подлинных фактов и щепотки неясностей, недоговоренностей и умолчаний»), корпоративную прессу (конструирующую имидж фирм, организаций, персон), местную прессу (использующую многочисленные приемы умолчания) [Майданова, Чепкина 2009: 135-166]; пространство

новых массмедиа, где постоянно возникают и совершенствуются различные способы и формы медиамистификаций [Грищенко 2014; Ильченко 2015; 2016; 2017; Иссерс 2014; Познин 2014; Соловьев 2017].

По результатам многочисленных работ можно говорить о том, что журналисты допускают немало фактических неточностей и ошибок[1], которые, по-видимому, неизбежны в специфической работе журналиста: «Возможные ошибки в отражении незавершенных фрагментов жизни с недостаточно ясными причинами и мотивами требуют поправок, дополнений и уточнений в следующих выпусках…» [Прохоров 2012: 293]. Сложность состоит и в том, что осуществить квалифицированную оценку недостоверности информации, как правило, возможно лишь с опорой на бесспорные свидетельства, например, заключение суда, результаты юридической или лингвистической экспертизы или трудоемкого расследования.

Опираясь на научные исследования, профессионально-этические документы, журналистский опыт, фактчек-проекты и собственные наблюдения, попытаемся предложить способы оценки журналистской информации с точки зрения ее достоверности.

Критерии достоверности журналистской информации и конечная ее оценка представляют собой комплексный феномен, учитывающий как внешние факторы (тип издания/канала, их идеологическая и экспрессивная модель, социально-исторический и политико-идеологический контекст), так и внутренние – функционально-стилистические, жанровые и языковые характеристики сообщений (интенция, возможность верификации сведений, документальные свидетельства, наличие ссылок, авторитетность источников, языковые маркеры достоверности). Важным является также уровень осведомленности участников коммуникации, их фоновые знания, соответствие предлагаемой информации когнитивным и коммуникативным ожиданиям адресата. Как отмечают исследователи, в период стабильности новые данные, отвечающие представлению реципиента о мире, скорее будут признаны достоверными; в периоды социальных потрясений востребованными становятся протестные данные, альтернативная информация, предлагающая иное видение мира [Васильева 2008: 314].

Итак, при восприятии, понимании и дальнейшей интерпретации журналистских текстов следует обращать внимание на следующие показатели.

1. *Тип и идеология изданий/каналов* (правительственные, нейтральные, левооппозиционные, правооппозиционные; качественные и массовые, деловые и развлекательные и т. д.), которые формируют отличающуюся (от других изданий) картину мира через подбор соответствующих фактов и оценок.

2. *Характер интенций сообщения*, которые могут быть нацелены на информативное речевое поведение, предъявление достоверных сведений, эмоционально-экспрессивное воздействие, художественную обработку факта, умолчание, манипуляцию, дискредитацию, развлечение. Приоритет

[1] В диссертации И.В. Микулиной, обращенной к анализу конфликтогенных медиатекстов, которые рассматривались в судах общей юрисдикции по иску о защите чести, достоинства и деловой репутации, установлено, что более половины исковых претензий касаются нарушений именно фактологической информации, а не оценочной информации [Микулина 2011: 18].

эмоций над фактами, однобокий подход к подаче информации и др. подобные приемы вполне могут свидетельствовать о недостоверности (или неполной достоверности) сообщения.

3. *Имена рубрик и жанров*, определяющих путь восприятия информации: хроника, новости, аналитика, утилитарные жанры типа *донос, клевета, сплетни, газетная «утка», комплимент, бахвальство, имидж*, гедонистические жанры, например, *байки, житейская история, анекдот, легенда*, очерковые и сатирические формы и т.д.

4. *Возможность верификации* информации, достоверность которой устанавливается путем сопоставления с данными, полученными из альтернативных источников, – других СМИ, независимых источников, свидетельств участников события, дополнительных данных. Для журналистов проверка информации является главным профессиональным требованием, при этом «требования точности и достоверности сообщаемой информации должны превалировать над скоростью ее доставки аудитории» [Ильченко 2016].

5. *Источники информации*, к которым обращаются журналисты, должны обладать репутацией надежности и авторитетности (качественные СМИ, крупные информационные агентства, официальные материалы, документы, эксперты), с их полной атрибуцией в тексте и ссылкой на конкретный источник. Анонимные, неназванные, неопределенные источники должны насторожить аудиторию и вызвать сомнение в достоверности предлагаемой информации.

6. *Типы и виды информации*. В журналистских текстах используются разные типы информации (факты, оценки, нормативы, мнения, гипотезы, прогнозы, версии, фактоиды, слухи, байки, фейки; информация «из вторых/третьих рук»), занимающие на шкале достоверности разные позиции. Именно фактологическая информация локализует событие во времени и пространстве, устанавливает его границы, предлагая аудитории относительно объективную версию события. В тексте необходимо разводить факты и мнения, факты и оценки; ранжировать факты по степени достоверности, точности, полноты, масштабности, значимости. Предъявление аудитории субъективной версии события, с превалированием эмоционально-экспрессивной оценочности, может восприниматься как «не вполне аутентичное отображение действительности» [Васильева 2008: 314].

7. *Смысловое соответствие заголовка, лида, содержания текста, изображения*. Если между ними отсутствует связь, то возникают основания усомниться в достоверности источника информации, а также самого сообщения. Разбалансировка между компонентами текста часто встречается в Интернете или «желтых изданиях». Так, в «Экспресс газете» мы обнаружили материал с шокирующим заголовком «Латыши вымрут через сто лет» (18.05.2017). Заголовок представляет собой повествовательное предложение в утвердительной форме. Далее из материала мы узнаем, что это все лишь прогноз главы отделения Международной организации по миграции в Риге Илмарса Межса, предъявленное в интервью изданию «Латвийская газета».

8. *Точность, полнота и достаточность информации* повышается при использовании речевых средств, таких как имена собственные (личные

имена, географические названия, названия учреждений и организаций), терминология, специальная лексика из разных областей знаний и профессий, даты, цифры, статистические данные. Вместе с тем именно цифра порой позволяет журналисту завуалировать негативный эффект события и воздействовать на смысловое поле аудитории в нужном ему направлении (например, [Белоедова 2014]).

9. *Критериями достоверности и объективности* в журналистских текстах считаются ссылки на источники информации, обоснованность и аргументированность позиции журналиста, предъявление конкурирующих точек зрения на одну проблему, цитирование участников, свидетельства очевидцев событий, использование документально подтвержденных сведений, комментарии экспертов.

Цитация как источник информации и мнения оказывается в журналистском тексте многофункциональным приемом. В идеале актуальная цитата должна интерпретироваться автором текста и его получателем в соответствии с тем пониманием первоисточника, из которого цитата заимствована и на которую ссылается создатель нового текста. Однако цитата, изъятая из своего контекста и перенесенная в новое окружение, препарированная и прокомментированная журналистом, обрастает новыми коннотациями и смыслами. Проверить цитатную речь можно, лишь обратившись к первотексту, что не всегда представляется возможным. В профессионально-этических кодексах постулируется необходимость корректного использования цитат (с учетом контекста цитируемого высказывания) [Кодекс журналистов Белгородчины 2007: http://]. Немаловажна ремарка «Медузы» о том, что следует обращать внимание, кого именно цитируют в тексте – известного эксперта, осведомленную личность или малозначительную персону, не имеющую отношения к событию (Медуза, 09.08.2016).

10. *Языковые показатели достоверности* могут повышать или понижать степень достоверности сообщения, поэтому надо уметь адекватно вычитывать смыслы из комплекса многоярусных слов-верификаторов, которые, во-первых, позволяют установить соответствие сказанного действительному положению дел, и, во-вторых, определить позицию говорящего (автора уверенного, категоричного, сомневающегося, смягчающего форму речи и др.).

11. *Публичное обсуждение проблем в Сети, или «электронная демократия»*. Доступность сетевой информации породила обратную сторону Интернета, связанную с обилием на его просторах «информационного мусора» и необходимостью тщательной проверки всей информации, с использованием специальных для этого методов (например, [Зубец, Ильина 2011]). Тем не менее многие ученые, эксперты, журналисты связывают с развитием Интернета будущее демократии, т. наз. «электронной демократии» [Лекторский 2012], поскольку коллективное обсуждение злободневных проблем в Интернете выступает одним из способов борьбы с замалчиванием или умолчанием информации.

Среди основных причин падения доверия аудитории к массмедиа исследователи называют манипулятивное воздействие СМИ на общество,

чрезмерную коммерциализацию медийных организаций, низкий уровень профессионально-этической культуры журналистов в России, «пренебрежение прессы своими обязанностями по адекватному освещению действительности» [Короченский 2015: 197-198]. Вместе с тем отмечают и обратное манипулятивное воздействие на СМИ – со стороны государства и его структур, финансово-промышленных групп и политических партий, рекламных и «пиаровских» предприятий, аудитории и самой цеховой корпорации. Б.Н. Лозовский выделяет субъективные и объективные факторы, которые существенным образом влияют на содержание СМИ. Субъективные связаны «со специфическими представлениями о роли СМИ и журналистики у тех, кто осуществляет контроль над информационными потоками»; объективные – с тем, что государство не может позволить абсолютную транспарентность в области информационного обмена, а «общество не может вынести полную свободу информации» (Э. Тоффлер) [Лозовский 2011: 9]. Это та данность, с которой приходится считаться и которую надо знать потребителям информации. Минимизировать названные опасности можно «посредством совершенствования законодательства в сфере СМИ, выработки конвенциональных форм общественного контроля за их деятельностью, повышения эффективности различных форм внутрикорпоративного саморегулирования» [Лозовский 2011: 16]. К этому следует добавить необходимость медиаобразования на всех уровнях обучения, начиная со школьной и вузовской скамьи и заканчивая зрелым возрастом.

Список литературы:

Белоедова А. В. Метаязыковое комментирование как показатель степени достоверности в журналистском тексте // Международный научный семинар «Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом». 2-4 апреля 2014 г. – Белгород: НИУ «БелГУ», 2014. – С. 56-63.

Белоедова А.В. Категория достоверности в современных журналистских текстах (теоретический и практический аспекты). Дисс… на соискание ученой степени канд. филол. н. – Белгород, 2017. – 246 с.

Васильева А. Критерии оценки вербальной информации с точки зрения ее достоверности / недостоверности // Материалы международной научной конференции «Человек в пространстве языка», 16-17 мая 2008 г. – Каунас, 2008. – С. 310-316.

Грищенко Е. В. Фейк-ньюз как жанр новостного дискурса // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. – 2014. – № 13. – С. 220-222.

Довнар Н. Н. Достоверность информации как фактор обеспечения информационной безопасности // Вестник ЮУрГУ. Серия «Право». – 2015. Т.15. – № 1. – С. 57-62.

Ильченко С. Н. Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности // Электронный научный журнал «Медиаскоп». – 2016. – Вып. 4. – Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2237 (Дата обращения: 20.10.2017).

Иссерс О. С. Медиафейки: между правдой и мистификацией // Коммуникативные исследования. – 2014. – № 2. – С. 112-123.

Короченский А. П. Мировая журналистика: история, теория, практика : сборник науч. и публицистич. Работ / ред. сост. С. Г. Торчинский. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2015. – 240 с.

Лекторский В. А. Трансформация эпистемологии: новая жизнь старых проблем // Эпистемология: перспективы развития / Отв. ред. В. А. Лекторский; отв. секр. Е. О. Труфанова. – М.: «Канон + РООИ «Реабилитация»», 2012. – С. 5-47.

Лозовский Б. Н. Манипулятивные технологии влияния на средства массовой информации. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. – Екатеринбург, 2011. – 40 с.

Майданова Л. М., Чепкина Э. В. Проблема достоверности информации в журналистских практиках: речевой аспект // Этика речевого поведения российского журналиста: коллективная монография / Ред. сост. д. филол. н., проф. Л. Р. Дускаева. – СПб.: Астерион, 2009. – С. 135-166.

Микулина И. В. Конфликтогенные тексты СМИ в судебной практике Белгородской области: типологический, лингвоправовой и профессионально-этические аспекты. Автореферат дисс... – Воронеж, 2011. – 24 с.

Познин В. Ф. Современные СМИ: между правдой и вымыслом // Медиаскоп. – 2014. – Вып. № 2. – Режим доступа: http://www.mediascope.ru/?q=node/1513 (Дата обращения: 20.10.2017).

Профессионально-этический кодекс журналистов Белгородчины / ред.-сост. А. П. Короченский. – Белгород, 2007. – Режим доступа: http://journ.bsu.edu.ru/kodeks/text-2008.shtml (Дата обращения: 20.10.2017).

Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 351 с.

Соловьев А. Fake News как средство пропаганды: фальшивые новости признаются правдивыми, а реальные – фейками // Международная журналистика-2017: идея интеграции интеграций и медиа : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 16 февр. 2017 г. / сост. Б. Л. Залесский ; под общ. ред. Т.Н. Дасаевой. – Минск: Изд. центр БГУ, 2017. – С. 296-301.

Белоедова Анна Викторовна – старший преподаватель кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью Белгородского государственного национального исследовательского (г. Белгород), *beloedova@bsu.edu.ru*