**Фактчекинг — қажет медиасауат**

Медиакеңістіктегі кейінгі трендтің бірі - фактчекинг. Ол жаңашылдығымен ерекшеленбесе де, фактчекингтің маңызы 2016 жылғы АҚШ-тағы президент сайлауы барысында және одан соң интернет-кеңістікте фейк жаңалықтар тарағаннан кейін және медиамамандар жұмысына кері әсерін тигізе бастағаннан кейін артты.

Бұл тенденция кәсіби журналистердің жұмысына талапты да күшейтті. Ақпаратты сүзгіден өткізу, саралау — медиа саласындағы қызметкерлер жұмысының құрамдас бөлшегі болғанымен де, фактчекинг қабілетін меңгерудің маңызы артып, медиасауаттылықтың ажырамас бөлгешіне айналды.

Шетелдік дискурста фактчекингті «верификация» деп те атайды. Екі ұғымды да ақпараттың шынайылығын, объективтілігін түрлі инструментті қолдана отырып, ақпарат көздерін саралау арқылы тексеру деп түсінуге болады. Бұл технологияны меңгеру маңыздылығы көбіне этикалық қағидалармен байланысты: еркіндік, объективтілік, бейтараптық және нақтылық. Осы қағидаларды ұстанған жағдайда ғана кез келген медиа ресурстың репутациясы және оның аудиториясының сенімі қалыптасады.

Фактчекер журналистің ең басты қаруы — кез келген ақпаратқа күмәнмен қарау. Фактчекингтің логикасы мен инструменттер жиынтығы көбіне ғылыми жұмыс жазу кезіндегі әдіс пен технологияға ұқсайды. Тіпті, социологтарға арналған ғылыми әдебиет көздерімен (literature review) жұмыс істеу бойынша арнайы курстың өзі журналист-фактчекер үшін үлкен пайда тигізеді.

*Кез келген журналистің жұмысына кері әсер ететін үш қате, тіпті, қауіп бар:*

**фактоидтар** — оқырманға факт түрінде ұсынылатын тексерілмеген немесе жалған ақпарат,

**копипаст** — расталмаған ақпаратты сөзбе-сөз көшіру және оны сол күйінде оқырманға ұсыну

**«сарафан радио» немесе «ұзынқұлақ»** — шет тілінен аудару немесе көшіру кезінде фактілерді бұрмалау.

Фактчекингті айтпас бұрын медиа саласында жүрген маман кез келген ақпаратқа күмәнмен қарап, айтылған қателерге жол бермеудің амалын қарастыру керек.

Келесі тармақтарда фактчекинг қабілетін меңгерудің жолдары және қарапайым ережелері жайлы айтамыз.

Фактчекинг жасау барысында **ең басты** қағиданың бірі — ақпараттың түпкі көзін тауып және оның растығын білу үшін бірнеше дереккөзден іздеу. Ақпараттың қайнар көзін тексеру — кәсіби және жауапкершілікті жоғары сезінетін журналист үшін басты талап.

Қандай да бір тақырып немесе ақпарат болсын, ол жайлы басқа медиада не айтылып жатқанын тексеру керек және сол тақырыпты жан-жақты білетін адамнан пікір алу керек.

**Екіншіден**, қолыңызда бар ақпарат жайында өзге тараптар не айтып жатқанын білу қажет. Барлық дереккөз сіздің ұстанған позицияны ұстанса, сіздің материалыңыз өз объективтілігін жоғалтады. Салыстыру, саралау — журналистің сыни ойлау, зерттеу қабілетін көрсететін құнды инструменттер. Фейк ақпараттарды шынайы ақпараттардан ажыратып үйреніңіз. Бұл оңай іс деп ойламаңыз.

**Үшіншіден**, эмоцияға ерік беру — фактчекер үшін кешірілмейтін «күнә». Өз жұмысында журналистер бұқараның көңілінен шығуы үшін барын салады. Кей медиаресурстар фактоидтарды көп жариялайды, себебі ол аудиторияның сұранысына ие. Бұнда эмоциямен қатар ұқыпсыздық, «сенсация» жасау ниеті қатар жүреді. Бұл фейк ақпараттың таралуына жол ашады. Мамандардың айтуынша, шұғыл және расталмаған хабарларды әуелі әлеуметтік желіде ақпараттың расталмағанын көрсетіп жариялаған дұрыс. Осылайша, аудиторияның назарын аударып қана қоймай, сол арқылы ақпараттың шынайылығын тексеріп және анықтап алуға болады.

**Төртіншіден**, әлеуметтік желі — аса құнды дерек көзі болғандықтан журналистер мен редакторлардың жұмысын жеңілдететін бірден-бір құрал. Trends in Newsroom әлемдік редакторлар форумының баяндамасына сүйенсек, әлеуметтік медиа арқылы ақпаратты верификациялау (растығын тексеру) — кейінгі жылдардағы негізгі және маңызды трендтің біріне айналған. Қарапайым ғана мысал: The New York Times кейінгі уақытта Twitter желісінде Storyful сервисі арқылы мониторинг жасаса, басқа баспалар «ашық тексеру» әдісімен өзге де желілерде ақпарат, субъектіні іздеуді, тексеруді күнделікті практикаға айналдырған.

*Әлеуметтік желіні фактчекинг мақсатында, белгілі бір адам жайлы ақпарат іздеу барысында қолданғанда мына алгоритмді қаперіңізде сақтаған жөн:*

1. Қолданушының әлеуметтік желідегі парақшасының қашан пайда болғанын анықтап алыңыз. Жаңа аккаунттар кейінгі уақытта жалған ақпарат немесе дезинформация тарату мақсатында жүргізіледі. Мысалы, Twitter желісінде жаңа дизайн профиль парақшасының қашан пайда болғанын көрсетеді.
2. Қолданушының парақшасындағы белсенділігі жайлы біліңіз. «Оның достарының қатарында кім бар?», «Ол кімге және оған кім жазылған?», «Ол не жайлы жазады?» — бәрін анықтаңыз. «Қолданушының әлеуметтік желідегі «күнделігі» және аудиториясы көп нәрсе жайлы ақпарат береді.
3. Қолданушының өзге де әлеуметтік желілердегі парақшасын іздеп көріңіз. Оның есімі тағы қандай платформаларда кездеседі? LinkedIn, Facebook, Instagram желілері арқылы адамның координаттарын алуға тырысыңыз.
4. Жаңалықты, ақпаратты жариялаған адаммен байланысуға тырысыңыз. Бұл верификация үшін өте маңызды. Қосымша ақпарат жинап, материал жазуға басқа да талаптардың бар-жоғын сұраңыз, ақпаратты қолдануға рұқсат алыңыз.
5. Оның айтып жатқаны мен сізде бар ақпаратты салыстырып көріңіз. Сізді қызықтыратын ақпарат, оқиғаға қатысы бар басқа да аккаунттарды іздеп көріңіз. Сіз байланысқан адамнан қосымша фото, видеолар сұрауға тырысыңыз.
6. Геолокация, яғни орналасқан жер туралы ақпаратты тексеріңіз. Facebook, Twitter сияқты желілер қолданушылары жазған посттар көп жағдайда ол адамның локациясы жайлы ақпаратты да қатар көрсетеді. Бұл қолданушының айтып отырған оқиға орнында болғанын растауға жақсы мүмкіндік болады.
7. Сізде бар немесе байланысқан адамыңыз берген суреттер бойынша интернетте верификация жасаңыз. Әдетте фейк тараған шақтарда, орын алған оқиғалардың «сенсациялығын» арттыру үшін дезинформация таратушылар ескі суреттерге жүгінеді. 2018 жылдың көктемінде Рохиньядағы (Мьянма) мұсылмандарға қарсы жүргізілген саясат кезінде әлеуметтік медианы жантүршігерлік фотолар тарады. Қазақстандық интернет қолданушылары да фотосуреттерді таратты. Кейіннен бұл суреттердің ол оқиғаға мүлдем қатысы жоқ екені анықталды. Осындай жағдайлардың алдын алу үшін және жалған ақпараттың құрбаны болмас үшін фактчекер-журналистер Google Reverse Image Search және TinEye сияқты платформаларды қолдануы керек. Осы функцияларды қолдану арқылы фото, видеолардың басқа жерлерде кездесетінін немесе кездеспейтінін тексеруге болады.

Фейк жаңалықтың құрбаны болу — медиа қызметкерлері үшін «кешірілмейтін күнә». Журналистің міндеті — шынайы ақпаратты фейктен ажырата алып, фактінің шынайылығын тексеріп, оны оқырмандарға немесе көрерменге еш бұрмалаусыз жеткізу.