Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 1 (43). С. 150–157.
ISSN 2070-0695 (print).
Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2022;1(43):150-157. ISSN 2070-0695 (print).

Научная статья

УДК 070
doi: 10.47475/2070-0695-2022-10116

ФАКТЧЕКИНГ КАК НОВЫЙ ФОРМАТ САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Светлана Сергеевна Распопова[1]✉, Светлана Ивановна Симакова[2]
[1] Московский политехнический университет, Москва, Россия, ccpmiass@mail.ru✉,
ORCID: 0000-0003-4169-7361
[2] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, simakovi@mail.ru,
ORCID: 0000-0001-5248-9459

***Аннотация**:* В статье рассматриваются особенности функционирования этики в условиях сетевой коммуникации, для которой характерно расширение числа субъектов информационной деятельности. Новые реалии, в которых существует современная коммуникация, потребовали пересмотра сложившихся этических норм. На смену многочисленным декларативным этическим кодексам пришли этико-технологические стандарты работы с информацией, которые могут быть рассмотрены сегодня как новый формат саморегулирования всех участников сетевой коммуникации.

Ключевые слова: этика, сетевая коммуникация, саморегулирование, фактчекинг, субъекты информационной деятельности, боты, тролли, пранкеры.

***Благодарности**:* Подготовленная С. И. Симаковой часть статьи написана при финансовой поддержке Фонда перспективных научных исследований Челябинского государственного университета.

Для цитирования: Распопова С. С., Симакова С. И. Фактчекинг как новый формат саморегулирования сетевой коммуникации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 1 (43). С. 150–157. doi: 10.47475/2070-0695-2022-10116.

Original article

FACT-CHECKING AS A NEW FORMAT OF SELF-REGULATION NETWORK COMMUNICATION

Svetlana S. Raspopova[1]✉, Svetlana I. Simakova[2]
[1] Moscow Polytechnic University, Moscow, Russia, ccpmiass@mail.ru✉, ORCID: 0000-0003-4169-7361
[2] Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, simakovi@mail.ru, ORCID: 0000-0001-5248-9459

Abstract: The article discusses the features of the functioning of ethics in the conditions of network communication, which is characterized by an increase in the number of subjects of information activity. The new realities in which modern communication exists have required a revision of the established ethical norms. Numerous declarative ethical codes have been replaced by ethical and technological standards for working with information, which can be considered today as a new format for self-regulation of all participants in network communication.

© Распопова С. С., Симакова С. И., 2022

Key words: ethics, network communication, self-regulation, fact-checking, subjects of information activity, bots, trolls, pranksters.

Acknowledgments: The part of the article prepared by S. I. Simakova was written with the financial support of the Foundation for Advanced Scientific Research of the Chelyabinsk State University.

For citation: Raspopova SS., Simakova SI. Fact-checking as a new format of self-regulation network communication. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*. 2022;1(43):150-157. (In Russ.). doi: 10.47475/2070-0695-2022-10116.

С развитием Интернета, открывшего новые возможности в выстраивании контактов между странами и народами, человечество осталось один на один с глобальными вызовами, которые могут нанести непоправимый урон цивилизации. В контексте сказанного пророчески звучит сегодня высказывание Кофи Аннана, Генерального секретаря ООН, который в 2001 г. говорил о том, что глобальный мир, основанный на многочисленных связях людей на Земле, вполне вероятно придет к утрате контроля за информацией. Двадцать лет спустя это высказывание может восприниматься как свершившийся факт, потому что распространение недостоверной информации сегодня становится одной из самых острых проблем.

В условиях глобального мира журналистика как профессиональная деятельность начала функционировать иначе, и изменения в первую очередь коснулось производственного процесса. Основу способа профессиональной деятельности журналиста традиционно составляют технология, которая отражает объективные стороны производственного процесса, а также нормы поведения, создающие субъективное представление о профессиональном долге. Разница между технологическими правилами и нормами морали основана на том, что технология – это конкретный инструментарий, алгоритм постановки и решения производственных задач, а моральные нормативы несут в себе нравственно-этические постулаты. Своеобразие профессиональной деятельности журналиста и заключается в синтезе этих двух составляющих производственного процесса. Собственно, журналистика и оформилась как профессиональная деятельность после того, как изобретения Гутенберга, Попова, Маркони и Зворыкина сделали возможным появления газеты, радио и телевидения, с одной стороны, и, с другой стороны, когда появились профессиональные кодексы журналистов, в которых были закреплены основные принципы: ответственность, достоверность, беспристрастность, объективность. Поэтому технология и мораль в журналистике всегда взаимосвязаны и невозможны друг без друга.

Теснейшую связь технологии с этикой применительно к профессии журналиста отмечала Г. В. Лазутина, характеризуя такое понятие как «способ журналистского творчества», состоящий из двух стадий производственного процесса, методов получения и предъявления информации, технических средства и профессионально-нравственных представлений (профессиональный долг, профессиональная ответственность, профессиональная позиция), которые ориентируют журналиста в выборе вариантов поведения. Технология отражает объективные стороны производственного процесса, – это сложившаяся исторически операциональная структура, включающая в свой состав следующие операции: найти новость, собрать необходимую информацию, которая ориентирует журналиста в происходящем, на месте зафиксировать и уточнить фактический материал, сформулировать замысел и его реализовать в процессе написания текста, провести редактирование текста. А нормы поведения (принципы) создают субъективное представление о профессиональном долге, так как в своей деятельности журналист соприкасается с противоречивой действительностью, в подходах к освещению которой нет однозначных решений.

Разница между этими правилами основана на том, что технология – это всегда конкретный инструментарий и алгоритм постановки и решения производственных задач, а нормы поведения – это нравственно-этические постулаты, при соблюдении которых возможно решений поставленных задач. Это базовое условие функционирования профессии не всегда журналистским сообществом осознавалось. В освоение способа журналистского творчества наиболее слабым звеном были профессионально-нравственные представления о журналистике, потому что вопрос поведения журналиста всегда был второстепенным вопросом и рассматривался

как проявление чего-то личного, мало относящегося к представлениям всего профессионального сообщества. Надо сказать о том, что в отечественной теории журналистики сложились подходы к определению профессиональной этики журналиста. Исследователи Д. С. Авраамов [1], В. И. Бакштановский и Ю. В. Согомонов [4], Г. В. Лазутина [7] охарактеризовали нормы общей нравственности применительно к журналистике и дали представление о должном в профессии через кодифицированные документы. Этика как научное знание в практике журналиста функционирует в аспекте требований морали, как принципы, нормы и правила нравственного поведения журналиста, юридически не фиксируемые, но принятые в журналистской среде принципы. Как известно, нормы, описывающие права журналиста**,** не могут быть отнесены к законодательству, они исторически выступают с позиции естественного права журналиста как человека и поэтому носят рекомендательный характер. Необходимость формулирования норм применительно к профессиональной деятельности журналиста была вызвана необходимостью профессиональной общности в консолидации и актуализации опыта успешного поведения журналистов в этически сложных ситуациях.

Сегодня профессиональная этика стала рассматриваться исключительно в прикладных целях, а профессиональные стандарты, которые демонстрируют только общие декларативные принципы, оказались совершенно оторванными от реальной практики. Это связано еще и с тем, что в работу с информацией включены не только журналисты, но и другие участники массовой коммуникации: блогеры, медиаактивисты, специалисты, разрабатывающие различные коммерческие медиастратегии и создающие новости специально для заказчика, которые в своем большинстве не обладают необходимыми компетенциями в работе с информацией. Кроме того, появились медиа, которые преследуют совсем не информационные цели, и через социальные сети, зачастую, распространяют новости из непроверенных источников. Эти новые реалии вызвали к жизни многочисленные исследования, в которых проблема проверки информации стала рассматриваться в контексте развития сетевой культуры. Информационные технологии в работе журналиста внесли определенные корректировки в традиционное представление об этике. Исследователи А. Н. Тепляшина [10] и Ю. В. Клюев [6] вопрос этики рассматривают в контексте классического гуманитарного образования и современного состояния СМИ. Этика является культурным базисом специалиста в области СМИ [10]. С. С. Распопова отмечает, что трансформация принципов традиционной этики обусловлена формированием постмодернистской модели мышления современного человека [8]. На сегодняшний день нормы этического поведения специалистов не вошли в их психологическую привычку и не стали основой их ответственного поведения. Во многом это происходит по причине того, что отечественные аудиовизуальные СМИ конструируют такую виртуальную среду, которая дает только примеры деструктивного поведения [6]. Вопрос соблюдения этики в Интернете рассматривается В. С. Бережной [5]. Она говорит о том, что самым популярным источником информации, а также местом общения и выстраивания деловых контактов являются сегодня социальные сети, к которым в России противоречивое отношение со стороны власти. Тенденция запрета и открытости сосуществуют в едином пространстве, противоречат и дополняют друг друга, что негативным образом сказывается на состоянии российского медиапространства. Как видим, исследователи при разности подходов приходят к выводу, что современное состояние коммуникаций конкретизирует понятие «этика», которое представляет собой сегодня не декларативные принципы поведения, а определенный свод этико-технологических правил.

В отдельную группу следует отнести исследования, в которых соотносятся термины «фактчекинг» и «верификация». Фактчекинг рассматривается как явление, которое обладает более глубинным смыслом в сравнении с верификацией, направленной на выявление отдельных сторон намеренно искаженной информации [11]. Также многие европейские исследователи уделяют большое внимание изучению социальных медиа, которые являются средой для появления недостоверной информации, вместе с тем позволяют оперативно получать доступ к материалам с места событий и вступать в коммуникацию с различными спикерами [12]. Интерес научного сообществf к осмыслению феномена фактчекинга заметно вырос в последнее время, причиной чего является массовое включение в производство информации людей, не имеющих специальных навыков работы с информацией. Таким образом, можно говорить о том, что функционирование информационного пространства происходит сегодня в отсутствии надежных регуляторов

продвижения по массовым каналам потоков информации, что подрывает информационную безопасность общества. В этих условиях проверка фактов, получившая в международной среде название «факт-чекинг» (от англ. *factchecking*), – это необходимое условие функционирования массовой коммуникации. Феномен факчекинга и заключается в том, что следование технологии проверки фактов становится критерием качества не только журналиста, а представляет собой ядро работы всех субъектов информационной деятельности. Поэтому фактчекинг как технология работы с информацией может и должна рассматриваться как этико-технологический стандарт, вобравший в себя технологические правила и правила поведения и как новый формат саморегулирования всех участников массовой коммуникации.

Саморегулирование представляет собой личностно мотивированную внутрикорпоративную деятельность, которая ориентирована на оптимизацию отношений журналистов и общество. Оно было вызвано к жизни самой профессией, и поэтому не тождественно государственному регулированию, которое происходит через механизм закона. На западе институт саморегулирования получило «руководящий и направляющий» статус черед этические кодексы, профессиональные советы и деятельность омбудсмена. Вместе с тем, институт саморегулирования в каждой стране формируется определенным образом в зависимости от формы структуры власти и от того, насколько развито гражданское общество. Таким образом, государственная политика и демократические институты – это основополагающие условия для существования саморегулирования. Важно отметить, что саморегулирование не тождественно судебной системе, потому что органы саморегулирования гибко и оперативно взаимодействуют с разными субъектами информационного пространства. Самой конструктивной формой саморегулирования можно назвать институт омбудсмена. Появление этого института было вызвано к жизни необходимостью утвердить в общественном сознании принципы объективности и беспристрастности в журналистике. Традиция расследований претензий на прессу со стороны аудитории была подхвачена другой токийской газетой «The Yomiuri Shimbun», в которой в 1938 году появились штатные сотрудники, которые проверяли достоверность публикаций. Официально статус ньюз-омбудсмена был закреплен в 1951 году, именно тогда сотрудники газеты, занимающиеся жалобами читателей стали называться омбудсменами. На сегодняшний день должность омбудсмена существует в различных изданиях США, Европы, Среднего Востока и Азии. Цель организации – объединять омбудсменов из разных стран мира и организовывать профессиональные встречи для решения вопросов из журналистской практики.

Ньюз-омбудсмена можно рассматривать в качестве посредника между редакцией СМИ и аудиторией, которая рассматривается как самостоятельный субъект информационной деятельности. Фактически он дает читателям представления о том, как осуществляется сбор информации, какие задачи решает журналист и какие риски преодолевает в своей работе. Именно ньюз-омбудсмен в своей каждодневной редакционной работе может скорректировать представление своей аудитории и роли СМИ в обществе. Именно в этом заключается миссия омбудсмена: совершенствование качества работы журналиста. Деятельность Иана Мейса (Ian Mayes) который был первым обмудсменом газеты «Гардиан» является подтверждением общественной значимости этого института. Себя он называл «редактор читателей» (readers' editor), находясь в этой должности десять лет с 1997 по 2007 год. Иан Мейс считал, что для эффективной работы в должности омбудсмена необходимо обладать независимостью от редактора и иметь возможность присутствовать в редакции. Все письма, которые приходили в редакцию ежедневно, он анализировал, знакомил с ними коллег, а на некоторые письма отвечал лично. Колонка «Открытое окно» ("Open door"), которую вел Иан Мейс, состоял из анализа жалоб читателей. Жалобы касались двусмысленности заголовков, небрежности в работе журналистов с цифрами, некорректно опубликованных фотографий и др. Деятельность омбудсмена заложила основы работы фактчекеров, которые с развитием сетевой коммуникации превратились в самостоятельный институт.

Традиционно саморегулирование рассматривалось применительно к деятельности только журналистов, так как идея солидарности родилась в недрах профессии журналиста. Принципы и нормы, которым следуют журналисты, в дальнейшем легли в основу профессиональных кодексов и стандартов по журналистике. Однако с развитием Интернета заметно расширилось количество участников массовой коммуникации. Наряду с профессиональными журналистами, создателями

информационных потоков, стали активно себя позиционировать представители различных сообществ, мотивация участия которых в публичной сфере была разная: от информационной до пропагандистской. Поэтому «… важно учитывать дискурсивное влияние политиков, ученых, общественных интеллектуалов, которые управляют значительной (социальной сетью) аудиторией, особенно комментируя спорные или иные культурно значимые события» [3]. Кроме того, в массовой коммуникации активно себя проявляют фиктивные авторы, не обладающие никаким духовным опытом, которые занимаются информационной мистификацией: боты, тролли и пранкеры. Они имитируют живое общение, создавая иллюзию реальных диалогов, а также демонстрируют ярко выраженное противостояние и агрессию. «Технологий и стилей троллинга существует огромное множество, но все они ведут к главной цели – дестабилизации сетевого общения» [2].

С учетом сказанного выше, можем констатировать, что массовая коммуникация представляет собой сегодня открытое пространство, что, несомненно, является большим плюсом в развитии гражданского общества. Вместе с тем, свобода всегда предполагает высокую степень ответственности, что вызывает к жизни появление ограничителей в виде нормативов, которые могут быть эффективны только тогда, когда вырабатываются сообществом и носят статус добровольного возложения на себя обязательств. В современном мире сообщество пользователей Сети еще не оформилось и поэтому говорить о механизмах саморегулирования там можно, но только с большой долей условности. Вместе с тем, на сегодняшний день по всему миру функционируют многочисленные организации фактчекеров, которые вырабатывают различные формы верификации информации, начиная от модерации ресурсов до идентификации пользователей в сети. Важно отметить, что эти организации по своей организационно-правовой форме являются некоммерческими объединениями, а это означает, что их деятельность регулируется на основе внутренних стандартов проверки информации без вмешательства государства.

Анализ деятельности Snopes, FactCheck.org, PolitiFact, Full Fact, Correctiv, CrossChtck, Фейсбук, Фактографа, специализирующихся на факчекинге, позволил нам охарактеризовать основных участников формирующейся сегодня глобальной сети фактчекеров.

1. Гражданские активисты, пользователи, выступающие как волонтеры, которых на добровольных основах привлекают к проверке информации, и за счет их участия методология проверки информации становится открытой. Непрофессиональные фактчекеры проходят тренинги, получают профессиональные консультации, в ходе которых осваивают методику верификации видео, фото, а также учатся выявлять фейковые аккаунты.

2. Сотрудники технологических компаний, которые совместно с журналистами создают систему корректировок информации в виде различных отметок. «В рейтинге Snopes среди отметок «(не)правда», «частичная правда/ложь», «mixture» (сочетание правды и лжи) есть и маркеры «верное/ ложное приписывание цитаты», и «не проверяемо», когда точные данные для подтверждения или опровержения легенды / байки не обнаружены» [9. С. 86]. Разрабатывают маркировку достоверности высказываний официальных лиц через цветовую шкалу: зеленый – «правда», синий – «искажение», желтый – «не факт», оранжевый – «сомнительно», красный – «скорее неправда».

3. Аудитория, читатели, пользователи, с которыми журналисты-фактчекеры устанавливают и поддерживают постоянную связь, мотивируя их писать комментарии, писать в редакцию, самостоятельно выявлять факты ложной информации. Причем на сайтах FactCheck.org, PolitiFact и других есть инструкции для проверки информации. Например, «основано ли высказывание на фактах, которые можно проверить? (Мнения не проверяются, поскольку они сознательно строятся на гиперболе). Оставляет ли высказывание определенное впечатление?» [9. С. 88].

4. Журналисты, работающие в других редакциях, которым предоставляется доступ к участию в проверке информации. Так, например, «Correctiv предоставляет другим редакциям доступ к историям, которые они могут взять для собственного расследования» [9. С. 90].

5. Технологические компании и некоммерческие организации, которые объединяются для проверки информации, имеющей повышенный общественный интерес. Так CrossChtck во время президентских выборов во Франции разоблачал недостоверную информацию, объединив под своей крышей 37 ньюсрумов разных медиа.

6. Редакции, специализирующиеся на факчекинге, занимаются вопросами медиаобразования. Так, например, Full Fac выработал советы обывателю: «Быть скептичным к заголовкам. Как правило, шокирующие и малоправдоподобные утверждения в заголовках, вызывают сомнения в достоверности»; «Изучать источники (насколько можно им доверять с точки зрения репутации) [9. С. 89].

Медиаграмотность также рассматривается сегодня в контексте освоения технологии фактчекинга среди разных групп аудитории. Так, например, журнал о культуре и обществе «Дискурс» разработал курс по медиаграмотности, основу которого составляют правила проверки информации и распознания фейковых новостей. Это принципы поиска и проверки фактов, изображений и видео, анализ информации с помощью OSINT-инструментария и цифровых сервисов. Но в отличие от западных проектов по медиаграмотности, где навыки проверки информации студенты получают в ходе реальной работы с базами данных, маркированию фейков, в России, как правило, учащиеся знакомятся с фактчекингом в ходе деловых игр, проектной деятельности, зачастую далекой от реальной практики, а также в ходе знакомства с теорией и историей вопроса. Приведем примеры из российской практики медиобразования. В рамках бакалаврской программы «Медиакоммуникации» в научном исследовательском университете «Высшая школа экономики» студенты знакомятся с основными терминами, понятиями и характеристиками фактчекинга, а также рассматривают такие вопросы как медиаграмотность, критическое мышление и др.

Приведем темы из курса по медиаобразованию, представленные в журнале «Дискурс»:

Проектная работа: обсуждение концепции и структуры медиапроектов участников.

Манипуляция: введение в теорию (психология, лингвистика, коммуникативистика) и разбор ключевых приёмов манипуляции на примерах из СМИ разных времён.

Как было сказано выше, саморегулирование традиционно представляло собой совместные усилия профессионального сообщества по определению принципов работы журналистов. В современных условиях, когда число информационных субъектов заметно расширилось за счет активного присутствия в публичном пространстве журналистов, пользователей Интернета, модераторов социальных сетей, поисковых служб Интернета, различных компаний, медиапедагогов, которые объединяют свои усилия в проверке информации (формулируют основные принципы и постулаты, разрабатывают методики, открывают отделы и рубрики, занимающиеся верификацией и др.). Все это говорит о том, что зарождается новая форма солидарности между людьми, демонстрирующих единение на основе общих принципов работы с информацией. Таким образом, фактчекинг может рассматриваться как новый формат саморегулирования всех участников сетевой коммуникации.

Таким образом, фактчекинг явился своеобразным триггером в развитии новых форм саморегулирования.

Выводы

Проведенное исследование по заявленной теме позволяет нам сделать вывод о том, что глобальный и высоко технологичный мир вооружил современного человека техническими возможностями создавать новости и оперативно распространять их по каналам массовой коммуникации. Это новая реальность, с одной стороны, является благом для раскрытия личностного и творческого потенциала человека, но, с другой стороны, может обернуться информационной угрозой для общества, так как в создании информации участвуют люди, не имеющие порой специальной квалификации. В нейтрализацию рисков превращения новостей в фейки первыми вступили журналисты, в среде которых и появились фактчекеры. Они создали организации, объединив свои усилия по борьбе с дезинформацией с блогерами, медиаактивистами, медиапедагогами и др. На сегодняшний день сеть факчекеров представляет собой международные и региональные некоммерческие организации, руководствующие общими принципами к распознаванию фейков, основу которых составляют технологические правила и профессионально-нравственные ориентиры. Результаты исследования позволяют нам сделать вывод о том, что саморегулирование в медиа уже не может быть рассмотрено только применительно к деятельности журналиста. Саморегулирование в сфере медиа сегодня строится на основе принципа социальной ответственности всех субъектов массовой

коммуникации, а фактчекинг выступает как своеобразный триггер в развитии новых форм саморегулирования.

Список источников

1. Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста. М. : Издательство Московского университета, 2013. 264 с.
2. Акулич М. М. Троллинг в социальных сетях: возникновение и развитие // Вестник Российского университета дружбы народов. 2012. № 3. С. 30–37.
3. Афанасьева Е. А. Создание и распространение контента: этические регуляторы в цифровом медиапространстве // Журналистский ежегодник. 2014. № 3. С. 89–91.
4. Бакштановский В. И., Согомонов Ю. В. Профессиональная этика: социологические ракурсы. 2005. URL: https://iphras.ru/uplfile/ethics/biblio/baksht_1.pdf (дата обращения: 20.11.2021).
5. Бережная В. С. Вопросы стандартизации фактчекинга в журналистике данных. Теоретический аспект // Наука телевидения. 2020. Т. 16. № 2. С. 191–208.
6. Клюев Ю. В. Диссонанс этических норм и практик в аудиовизуальной коммуникации // Материалы международного семинара 3-4 октября 2013, Санкт-Петербург, С. 67–69. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1411465736_7521.pdf (дата обращения: 20.11.2021).
7. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. М. : Аспект-Пресс. 2013. 224 с.
8. Распопова С. С. Этический аспект медиа в эпоху постмодерна // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 2 (32). С. 119–124.
9. Распопова С. С., Богдан Е. Н. Фейковые новости. М. : Аспект- пресс, 2018. 112 с.
10. Тепляшина А. Н. Этический базис профессиональной культуры журналиста // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 6. С. 90–98.
11. Rauchfleisch A., Artho X., Metag J., Post S., Schafer M. S. How journalists verify user-generated content during terrorist crises. Analyzing Twitter communication during the Brussels attacks // Social Media + Society. 2017. Vol. 3. Issue 3. DOI: 10.1177/2056305117717888.
12. Gottfried J. A., Hardy B. W, Winneg K. M., Jamieson K. H. Did Fact Checking Matter in the 2012 Presidential Campaign? // American Behavioral Scientists. 2013. № 57 (11). Pp. 1558–1567.

References

1. Avraamov, D. S. (2013). *Professional'naya etika zhurnalista* [Professional ethics of a journalist]. Moscow: Moscow University Press. 264 p. (in Russ.)
2. Akulich, M. M. (2012). Trolling v sotsial'nykh setyakh: vozniknovenie i razvitie [Trolling in social networks: emergence and development]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov* [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia], 3, pp. 30–37 (in Russ.)
3. Afanasyeva, E. A. (2014). Sozdanie i rasprostranenie kontenta: eticheskie regulyatory v tsifrovom mediaprostranstve [Creation and distribution of content: ethical regulators in the digital media space]. *Zhurnalistskiy ezhegodnik* [Journalistic Yearbook], 3, pp. 89–91. (in Russ.)
4. Bakshtanovskiy, V. I. & Sogomonov, Yu. V. (2005). *Professional'naya etika: sotsiologicheskie rakursy* [Professional ethics: sociological perspectives], available at: https://iphras.ru/uplfile/ethics/biblio/baksht_1.pdf (accessed: 20.11.2021). (in Russ.)
5. Berezhnaya, V. S. (2020). Voprosy standartizatsii faktchekinga v zhurnalistike dannykh. Teoreticheskiy aspekt [Issues of standardization of fact-checking in data journalism. Theoretical aspect]. *Nauka televideniya* [Science of television]. V. 16, 2, pp. 191–208. (in Russ.)
6. Klyuev, Yu. V. (2013). Dissonans eticheskikh norm i praktik v audiovizual'noy kommunikatsii [Dissonance of ethical norms and practices in audiovisual communication]. *Materialy mezhdunarodnogo seminara 3-4 oktyabrya 2013, Sankt-Peterburg* [Materials of the international seminar October 3-4, 2013], St. Petersburg, pp. 67–69. available at: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1411465736_7521.pdf (accessed: 20.11.2021). (in Russ.)
7. Lazutina, G. V. (2013). *Professional'naya etika zhurnalista* [Professional ethics of a journalist]. Moscow: Aspect-Press. 224 p. (in Russ.)

8. Raspopova, S. S. (2019). Eticheskiy aspekt media v epokhu postmoderna [Ethical aspect of media in the postmodern era]. Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija [Sign: problematic field of mediaeducation], 2 (32), pp. 119–124. (in Russ.)

9. Raspopova, S. S. & Bogdan, E. N. (2018). *Feykovye novosti* [Fake news]. Moscow : Aspect-press. 112 p. (in Russ.)

10. Teplyashina, A. N. (2014). Eticheskiy bazis professional'noy kul'tury zhurnalista [The ethical basis of the professional culture of a journalist]. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki* [Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. Series: Humanities and social sciences], 6, pp. 90–98. (in Russ.)

11. Rauchfleisch, A., Artho, X., Metag, J., Post, S. & Schafer, M. S. (2017). How journalists verify user-generated content during terrorist crises. Analyzing Twitter communication during the Brussels attacks. *Social Media + Society*. Vol. 3. Issue 3. DOI: 10.1177/2056305117717888.

12. Gottfried, J. A., Hardy, B. W, Winneg, K. M. & Jamieson, K. H. (2013). Did Fact Checking Matter in the 2012 Presidential Campaign? *American Behavioral Scientists*. № 57 (11), pp. 1558–1567.

Информация об авторах

С. С. Распопова – профессор, доктор филологических наук, профессор Высшей школы печати и медиаиндустрии.

С. И. Симакова – доцент, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций.

Information about the author

Svetlana S. Raspopova – Professor, Doctor of Philology, Professor of the Higher School of Printing and Media Industry.

Svetlana I. Simakova – Associate Professor, Doctor of Philology, Professor of the Department of Journalism and Mass Communications.

Статья поступила в редакцию 21.11.2021; одобрена после рецензирования 23.01.2022; принята к публикации 29.01.2022.
The article was submitted 21.11.2021; approved after reviewing 23.01.2022; accepted for publication 29.01.2022.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
The authors declare no conflicts of interests.