

ӘОЖ 070.11:004

**МЕДИАСАУАТТЫЛЫҚ ЖӘНЕ ФАКТЧЕКИНГ
(КОРОНАВИРУС ТУРАЛЫ ТАРАЛҒАН ФЕЙК МЫСАЛЫНДА)**

Текенова Ә.М., Тулебаева С.К.

tekenova_aliya@mail.ru, sand.8484@mail.ru

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің 1-курс докторанттары, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

Ғылыми жетекші: С.Тахан

6940

Медиасауаттылық дегеніміз – түрлі медиада жарық көрген ақпаратты қабылдау, қорыту және дұрыс бағалай білу. Кез келген хабарламаны қабылдаған кезде ең алдымен оның жариялануына не түрткі болды, авторы, ақпарат құралының иесі кім, қаржыландыру тетіктері, оның мақсаты қандай деген сұрақтардың жауабы тек медиасауатты азаматты ғана ойландырады. Оның өзінде қандай да бір ақпаратты оқи салысымен, ондағы деректі тексерместен, яғни фактчекинг жасамастан эмоцияның жетегінде кететіндер жеткілікті. Өкінішке орай, бұл мәселе басқа сала мамандарын былай қойғанда, 2019 жылдың желтоқсанынан бастап сәуір айына дейін әлемнің 200-ге жуық еліне таралып үлгерген коронавирус туралы хабар таратқан кәсіби журналистер арасында да жиі кездесті. Олар айтылмаған пікір, жалған аудио және бейнефайл, фотосуреттерді де жариялап үлгерді.

Оған жол бермес үшін медиа білім алу қажеттілігі маңызды. Себебі ол – медиасауаттылықтың нәтижесі.

Медиа білім беру медианың жағымсыз әсерлерінен қорғайтын құрал ретінде алғаш рет Ұлыбританияда 1930-шы жылдары пайда болған. Содан бері ол жеке сала ретінде дамып, жетіліп келеді. Оны Еуропаның бірқатар елдерінде арнайы қосымша пән ретінде орта мектептерде оқытады.

Аталған саланы зерттеген ресейлік ғалым А.В. Федоровтың пікірінше, қазіргі заманда медиа білім беру - бұқаралық коммуникация құралдары (медиа) материалдарының көмегімен тұлғаны дамыту үрдісі. Мақсат – медиамен байланысу мәдениетін, шығармашылық, коммуникативтік және сыни ойлай білу қабілетін қалыптастыру, медиамәтінді толыққанды қабылдау, оған интерпретация жасай білу, талдау және бағалау. Нәтижесінде медиа сауаттылық ақпараттық алаң мүмкіндігін белсенді пайдала білуге және медиа мәдениет тілін түсінуге үйретеді [1, 12-бет].

Медиасауатты болу үшін ең алдымен ақпараттық иммундық жүйені нығайтып, ақпараттық гигиенаны сақтау керек. Индет басталған уақытта коронавирустан қорғандың басты талабы қарапайым тазалықты сақтау, қолды жиі жуу болса, медиа білімді қалыптастырудағы алғышарт та тура осындай. Ол - ең алдымен ақпаратпен сапалы жұмыс істеу.

Ол үшін медиа білім берудің негіздерін үйретуді мектептен бастау керек. Қазіргі ақпараттық ғасырда оқушыларды түрлі жалған ақпараттарды оқудан сақтандыру мүмкін емес. Бастысы оларға қайсы дұрыс, қайсы бұрыс екенін анықтауды үйрету қажет. Қазір кез келген хат танытын адамның қолында смартфон бар екенін ескерсек, олардың әр қайсысы - медиа процестің қатысушысы. Осыны ескерген «Google» және «Facebook» сияқты компаниялар фейк ақпараттарды сүзгіден өткізетін жүйені іске қосты.

Ақпараттың жалған екенін мынадай белгілерден білуге болады[2]:

1. Аудиторияны өзіне аудару үшін эмоция басым болады. Мысалы: 12 наурызда Хубей провинциясы халық үкіметінің ресми сайты COVID-19 вирусы белсіздікке әкелетіні туралы бұқаралық резонанс тудырған мақала жариялады. Мақала Қытайдың әлеуметтік желілерінде қызу талқылана бастаған соң, оның кейін фейк екені анықталып, сайттан алып тастайды. Осыған қарамастан, оны "Интерфакс Москва", "Московский Комсомолец", "Global Times" сияқты басылымдар "Коронавирус аталық безге зиян, ерлердің белсіздігін тудыруы мүмкін" деген тақырыппен жариялады[3].

2. Күдік тудыратын сарапшылардың пікірі беріледі. Мысалы: Коронавирус қашан бітеді деген сауалдың жауабын осыған жауапты Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының Бас директоры емес, танымал балгерлер береді.

3. Дереккөз сенімсіз болады. Күдік тудыратын домендер, атауы белгісіз ұйым немесе медиа, әлеуметтік желіде жанадан пайда болған немесе бір күндік аккаунттар. Мәселен, жақында Telegram-да ҚР Үкіметі карантин кезінде кіріссіз қалғандар үшін аударатын әлеуметтік төлемді рәсімдеу процедурасын жеңілдетуге арналған ресми бағдарламаны имитациялайтын жалған боттар пайда болды[4].

4. Әзіл-қалжың. Елдің сұранысына ие тақырыптарды пайдалана отырып, өздерін танытқысы келетін әзілкештер мақсатты түрде фейк контентті таратады.

5. Бас тақырыпты "айғайлатып" қояды. Онда көбінесе барлығы бас әріптермен жазылады. Соңында міндетті түрде леп белгісі қойылады.

6. Субъективті пікір беріледі. Бір тараптың ғана пікірін оқуға болады. Бұл - ақпарат тарату стандартына қайшы.

Кез келген ақпарат құралының ең негізгі бөлімі жаңалықтар қызметі екенін ескерсек, оның тарататын ақпаратының өзегі болып саналатын деректі жан-жақты тексеріп, аудиторияға расталған, бейтарап ақпарат таратудың маңызы жоғары. Ол үшін ақпаратты талдау және фактчекингтің әдіс-тәсілдерін білу маңызды.

Фейк қайда, қалай таралады? Оны анықтаудың жолдары қандай? Осы сауалдардың жауабын IFCN (The International Fact-Checking Network) Халықаралық фактчекинг желісі – Poynter (Пойнтер) институтының құрамдас бөлігі, журналистика саласы бойынша білім жетілдіру және түрлі тренинг өткізуге маманданған америкалық үкіметтік емес ұйымның COVID-19-ға қатысты жасаған жобасын мысалға ала отырып, талдап көрсек.

"Коронавирус фактілері немесе мәліметтер базасы" деп аталатын жобаны жүзеге асыруға әлемнің түкпір-түкпірінен барлығы 90 ұйымның 3 мыңнан аса фактчекері қатысқан. Олардың дені Орталық және Оңтүстік Америка және Араб елдерінен болған.

Араб әлемінде кеңінен таралған фейк мынадай: "Газа - коронавирус таралмаған әлемдегі жалғыз қала". "Мысыр Президенті COVID-19-дың кеңінен таралуы үшін Дүниежүзілік Денсаулық сақтау ұйымына көп қаржы аударған".

Жергілікті фактчекерлер үшін саяси ұпай жинағысы келгендердің тапсырысымен жарияланған осы ақпараттардың жалған екенін нақты, ресми ақпарат көздерінің негізінде жедел әрекет етіп, дәлелдеп, қоғамды дүрліктіргенді әшкерелеп, аудиторияның сеніміне ие болу - үлкен абырой.

Үндістанда карантин кезінде Netflix пен Amazon Prime тегін болады екен деген жалған ақпараттың таралуы - коммерциялық мүддені көздеген. Осының негізінде аталған компания веб-сайттарын пайдаланушылар мен тапсырыс берушілердің қатарын көбейту жоспарланған [5].

Осындай ақпараттарды оқығанда кәсіби маман оған алдымен талдау және верификация жасау керек. Осы орайда кімге сенуге болады деген сауал туындайды. Өйткені, салмақты ақпарат құралдарының өзі жедел ақпарат беру кезінде тексерілмеген деректерді жариялап жібереді. Мәселенің алдын алу үшін кез келген журналист аудиторияны адастырмай, жалған ақпаратқа сілтеме жасай отырып, кәсіби мамандардың пікірін беруге тырысуы керек. Олар:

1. Ғалымдар
2. Дәрігерлер мен мұғалімдер
3. Тәжірибелі, танымал журналистер мен саясаткерлер[2]:

Себебі аталған мамандар сенсация немесе хайп қуатындар қатарынан емес. Жалған ақпараттың қоғам үшін қаншалықты қауіпті екенін жақсы біледі. Мысал барынша түсінікті болуы үшін халықаралық медиа өкілдерінің пікірін келтіре кетсек. Іскерлік ақпарат құралдары үшін үлгі болып табылатын Bloomberg агенттінің Гонконгтегі продюсері Ник Эдвардстың айтуынша, кәсіби журналист фактчекинг жасаған уақытта міндетті түрде:

Біріншіден, ресми ақпарат көздеріне мәселені анықтауды талап еткен журналистік сауал жіберіп, жауап алу керек.

Екіншіден, сала сарапшыларының пікіріне жүгінуі керек. Bloomberg агенттінің басты ерекшелігі онда ақпарат құралына тұрақты түрде, арнайы қызмет ететін қаржыгерлер мен экономистердің пулы бар.

Үшіншіден, ақпарат базасынан мәліметті тексеру керек. Bloomberg агенттінің тағы бір басты ерекшелігі онда Bloomberg терминалы бар. Ол – қаржы және қор нарығындағы, электронды сауда алаңындағы өзгерістерді тікелей бақылап, талдауға мүмкіндік беретін компьютерлік жүйе. Терминалдың көмегімен әлем экономикасындағы аса өзекті ең соңғы жаңалықтарды, беделді сарапшылардың талдауын және котировкаларды алуға болады. Қаржы нарығындағы беделді компаниялар Bloomberg Professional сервисіне қосылған. Соның негізінде дереккөз сенімді әрі ақпарат секунд сайын жедел жаңарып тұрады.

Медиасауаттылыққа қатысты тағы бір маңызды мәселе - жалған ақпараттарды тарату және бөлісу. Өкінішке орай, қарапайым оқырмандарды былай қойғанда, кәсіби журналистердің арасында да әлеуметтік желіде жарияланған расталмаған ақпаратты түрлі мессенджерлер арқылы бөлісетіндер бар. Бұл - ең алдымен журналистің жеке азамат, кәсіби маман ретінде ғана емес, жұмыс істеп отырған компаниясы және жалпы бұқаралық ақпарат құралдарының абыройына сын.

Осы орайда Қазақстан Республикасының Қылмыстық кодексінің 274-бабын еске салу керек.

1) жалған ақпарат таратуға қатысты жаза бір мың айлық есептік көрсеткішке дейінгі мөлшерде айыппұл салуға не сол мөлшерде түзеу жұмыстарына не төрт жүз сағатқа дейінгі мерзімге қоғамдық жұмыстарға тартуға не бір жылға дейінгі мерзімге бас бостандығын шектеуге не сол мерзімге бас бостандығынан айыруға жазаланатынын еске салу қажет.

Ең ауыры - 2) *төтенше жағдай кезінде* немесе ұрыс жағдайында немесе соғыс уақытында не жария іс-шаралар өткізу кезінде жасалған іс-әрекеттер үш жылдан жеті жылға дейінгі мерзімге бас бостандығын шектеуге не сол мерзімге бас бостандығынан айыруға жазалады. [6]

ҚР Ақпарат және қоғамдық даму министрлігінің мәлімдеуінше, бұл тым қатаң немесе жеңіл жаза емес. Сол себепті халықаралық тәжірибені ескере отырып, жалған ақпаратты немесе тексерілмеген деректерді жариялаған ақпарат құралдарына қарсы жазаны қатаңдату керек.

Медиасауаттылықты арттыру мақсатында танымал әлеуметтік желілерде, БАҚ-тың әлеуметтік желілеріндегі парақшаларында, сонымен қатар қоғамдық, жарнама ілінетін орындарда жалған ақпаратты таратушыларды қандай жаза күтіп тұрғанын және оны бөліскендердің де жазасыз қалмайтынын ескертетін ақпарат жариялау қажет.

Қорыта келе, өзіңізге келген ақпаратты өзгеге жібермес бұрын қазақстандық фактчекерлер ұсынған мына кеңеске назар аудару қажет:

- Ақпарат қаншалықты сенімді? Фото не видео, аудиода сенімсіздік тудыратын элементтер бар ма? Олардың кез-келгенін қарапайым іздеу жүйелері арқылы тексеруге болады. Жеті рет оқып, бір рет жіберіңіз.
- Әсіресе, whatsapp арқылы таратылған ақпаратқа абай болыңыз. Бұл мессенджерде фейк ақпарат жиі таралады.
- Мәтін күйінде жіберілген ақпаратты мұқият оқыңыз. Әдетте, жалған ақпарат қатеге немесе тікелей аудармаға толы болады.
- Кез-келген деректі ресми ақпарат көзімен тексеруге тырысыңыз. Ол үшін ресми органдардың сайты мен әлеуметтік желілерді бір қарап шығу да жеткілікті. Мәселен, Денсаулық сақтау министрлігінің телеграм каналын немесе фейсбуктағы парақшасын қараңыз.
- Басқа ұлт өкілдеріне қатысты немесе ұлтараздық, дінараздық ақпарат таратпауға тырысыңыз. Бұл үшін ҚР ҚК-де 174- және 256-баптардың бар екенін ұмытпаңыз.
- Арандатушы контент таратпаңыз.
- Қызық қуам деп желілік лаңкес немесе қылмыскер болып кетуден сақтаныңыз.
- Ауырғандар туралы ақпарат таратқан кезде, адамның жеке мәліметтеріне абай болыңыз. Аты мен тегі және өзге де жеке деректері Заңмен қорғалғанын ұмытпаңыз.
- Түрлі мессенджерлер мен интернетте жүрген ақпаратқа сене бермеңіз [7].

Әдебиеттер тізімі:

1. Фёдоров А. Медиаобразование и медиаграмотность. - Т.: Кучма, 2004, 340 б.
2. Сухачева А. Как распознать фейк: советы, инструкции, рекомендации URL: <https://newreporter.org/2020/02/26/kak-raspoznat-fejk-sovety-instrukcii-rekomendacii/> (қаралым күні 2.04. 2020)
3. Саденова С. Коронавирус белсіздікке себеп бола ма? URL: <https://factcheck.kz/kaz/basty-bet1/koronavirus-belsizdikke-sebep-bola-ma/> (қаралым күні 3.04. 2020)
4. Ораз А. 42 500 теңге: алаяқтар фейк Telegram-боттар жасады URL: <http://Factcheck.kz>. (қаралым күні 2.04. 2020)
5. URL: <https://www.poynter.org/fact-checking/2020/fact-checkers-around-the-world-see-phishing-scammers-taking-advantage-of-the-covid-19-crisis/> (қаралым күні 2.04. 2020)
6. Қазақстан Республикасының Қылмыстық кодексі. URL: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1400000226> (қаралым күні 3.04. 2020)
7. FactCheck.KZ URL: <https://www.facebook.com/factcheckkaz/posts/999923127070559/> (қаралым күні 2.04. 2020)