

## ОСОБЕННОСТИ АМЕРИКАНСКОЙ РАССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В ИНТЕРНЕТЕ

© 2018 г. **Д.В. Неренц\***

*Статья поступила в редакцию 30.01.2018.*

*Журналисты-расследователи в США всё больше предпочитают работать в интернет-СМИ. Действительно, сейчас интернет-площадки стали оптимальным решением для репортёров, которые тратят много времени и сил на свои аналитические материалы. Кроме того, возможности Сети позволили усовершенствовать работу в сфере расследовательской журналистики: сделать её проще, быстрее, увлекательнее. В качестве особенностей работы журналиста-расследователя в Интернете можно выделить работу в социальных сетях, фактчекинг (проверку фактов) и создание визуальных образов своих материалов. Все эти инструменты оказывают решающее значение в привлечении аудитории к тому или иному расследованию. Благодаря социальным сетям удастся обратить внимание к проблеме целых сообществ, полноценный фактчекинг позволяет добиться доверия аудитории и укрепить репутацию СМИ, а визуализация данных (инфографика, фотографии и видеозаписи) помогают представить в привлекательном виде сложную и обширную информацию. В статье подробно рассмотрены возможности работы расследователей в социальных сетях, представлены варианты проверки фактов в современных американских СМИ, а также описано использование визуальных элементов для придания публикации красочности и привлекательности.*

**Ключевые слова:** *расследовательская журналистика, социальные сети, фактчекинг, инфографика, визуализация, Интернет.*

Расследовательская журналистика в США сегодня существует в обществе, где "каждый имеет право публиковать слова, изображения и видео в глобальном пространстве" [van Dijk, J., 2012: 39]. Не секрет, что большинство СМИ активно используют интернет-платформы для привлечения рекламодателей и повышения прибылей. Но есть некоммерческие центры расследовательской журналистики, которые пользуются сетевыми возможностями, дабы совер-

---

\* **НЕРЕНЦ Дарья Валерьевна** – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры журналистики факультета журналистики Института массмедиа РГГУ. Российская Федерация, 125993, Москва, Миусская пл., д. 6 (ya.newlevel@yandex.ru).

шенствовать свои расследовательские навыки. Например, несколько лет назад группа журналистов создала ресурс для эффективного сотрудничества расследователей со всего мира, так появились Международный консорциум журналистов-расследователей (МКЖР) и Центр расследовательской журналистики (ЦРЖ). "МКЖР и ЦРЖ – два из более 40 некоммерческих центров, финансирующих исследовательские журналистские проекты в Соединённых Штатах через пожертвования благотворительных фондов и относительно небольшие частные публичные пожертвования"<sup>1</sup>.

И МКЖР, и ЦРЖ создали значительную глобальную многоплатформную программу развития. "Американский директор ЦРЖ Роберт Розенталь, известный своей ролью в опубликовании секретных документов Пентагона, а затем ставший исполнительным редактором газеты "Нью-Йорк таймс", описал успешное расследование в эпоху цифровых технологий как материал, который привлекает разнообразную аудиторию благодаря публикации на нескольких платформах. Каждая медийная платформа – это спица в колесе, которая способствует увеличению общего охвата аудитории" [Gearing A., 2014: 62]. Таким образом, максимальный общественный резонанс можно достичь при использовании газеты, радио, веб-сайта, социальных сетей, интерактивных мультимедиа и анимации.

Расследователи, имеющие веб-сайты, страницы в социальных сетях и блоги, получают доступ не только к своим личным контактам, но и к контактам своих контактов, различным группам по интересам и другим потенциальным источникам информации. Существуют новые интернет-коммуникационные технологии, которые являются бесплатными, гибкими и постоянно совершенствующимися. Например, Дропбокс, который позволяет легко передавать файлы большого размера и использовать несколько папок одновременно, или Скайп, где люди могут увидеть друг друга и поговорить, не выходя из дома, не говоря уже о дополнительных функциях вроде текстового чата и возможности обмена файлами.

Сотрудничество между журналистами и СМИ стало важным этапом развития расследовательской журналистики. Одним из основных преимуществ такого способа коллективной работы стала возможность расследовать и публиковать истории мирового масштаба за гораздо меньшую стоимость, чем это было возможно ранее, когда репортёру приходилось совершать множество международных поездок. Такой вид кооперации СМИ также стал способом для различных средств массовой информации, например газет и телевидения, делить между собой финансовые затраты и объединять творческие ресурсы, что позволяло в конечном счёте максимизировать аудиторию и политическое влияние истории.

Ещё одним новым инструментом можно назвать период "постпродакшн", т.е. деятельность журналиста после публикации материала в онлайн-медиа. Поиски в социальных сетях теперь позволяют журналистам отслеживать их

---

<sup>1</sup> *Birnbauer B.* When Revenue Plays no Part in Revealing the Truth // *The Australian Business Review*. Available at: <https://www.theaustralian.com.au/business/media/when-revenue-plays-no-part-in-revealing-the-truth/news-story/7c17ca91ff37c8add4a9c6a07a6a6f9> (accessed: 20.01.2018).

публикации на интернет-платформах, чтобы искать реакцию аудитории и последствия от расследования. Это можно делать, используя поиск по ключевым словам в Интернете, который показывает комментарии, записи в блогах, твиты и связанные с ними сайты и страницы в Фейсбуке.

## **Социальные сети – новый инструмент**

В век глобализации и максимальной прозрачности всех сфер жизни общества журналисты-расследователи более чем когда-либо используют свои контакты в онлайн-сообществах, чтобы попросить свою аудиторию помочь выявить возможные ошибки во время расследования. Графические инструменты и различные интернет-ресурсы, доступные сейчас журналистам, повышают эффективность работы.

Социализация Интернета видоизменяет традиционный формат истории. Журналисты-расследователи теперь используют контент социальных сетей, чтобы дополнить свои истории, сделать их максимально подробными. Теперь репортёры всё чаще ссылаются не только на интервьюируемые источники, но и на твиты, публикации в Фейсбуке или иные площадки в Сети.

Использование социальных сетей значительно упрощает работу и позволяет узнать о каких-то неизвестных раньше и полезных деталях. В социальной сети журналисты призывают граждан принять участие в процессе расследования, проверить документы и сделать отчёт о своих наблюдениях в сообществе (процесс называется "краудсорсинг" и успешно применяется в американской практике уже несколько лет). "Это выгодно, потому что читатели часто знают о предмете исследования больше, чем журналисты, – говорит Джей Розен, профессор факультета журналистики в Нью-Йоркском университете. – Это всегда было так, но с инструментами, которые у нас есть сегодня, эти знания могут помочь существенно сэкономить и потратить гораздо меньше времени на фактчекинг"<sup>2</sup>.

Интернет-ресурс "Толкин поинтс мемо макрейкер" довольно успешно использует такой метод работы. В каждом расследовании аудитория помогает исследовать тысячи документов. Достаточно вспомнить резонансную историю о деятельности Министерства юстиции в 2006 г., при разборе которой читатели получили чёткие указания: цитировать конкретные документы, которые содержали в себе что-то интересное или были доказательством противозаконной деятельности. Однако это не было спонтанным шагом, а стало результатом хорошо организованного взаимодействия. "Несмотря на то что в комментариях участвовали сотни читателей, важно помнить о невидимых факторах, способствующих этому успеху. Читатели сайта имели общие базовые знания, потому что они следили за историей, поскольку Джош Маршалл и его команда работали над этим проектом в течение нескольких месяцев. Они также были мотиви-

---

<sup>2</sup> *Lavrusik V. How Investigative Journalism Is Prospering in the Age of Social Media // Mashable. Available at: <https://mashable.com/2010/11/24/investigative-journalism-social-web/#6BVbkdlgFkqH> (accessed: 16.01.2018).*

вированы на поиск доказательств незаконной деятельности генерального прокурора"<sup>3</sup>.

Венди Норрис, корреспондент отдела расследований и сотрудник "Найт", активно прибегает к помощи аудитории в онлайн, чтобы, например, проверить несколько десятков магазинов или стоянок. В ходе своей деятельности она выделила семь ключевых факторов для успешной работы с пользователями соцсетей:

1. Сделать запрос о помощи привлекательным или сформулировать его в "забавной" форме;
2. Сделать поставленную задачу дискретной и легко выполнимой;
3. Представить цель как большую государственную задачу;
4. Установить разумные временные рамки для завершения задания;
5. Разрешить волонтерам представлять выполненные задачи как проверенные факты;
6. Обеспечить немедленную обратную связь с вопросами / ответами и поощрение ретвитами для дополнительного набора желающих поучаствовать;
7. Подогреть общественный интерес к истории.

Однако в таком подходе существуют и трудности. Прежде всего, стоит помнить, что между аудиторией и сообществом существует большая разница. "Речь идёт не только о средствах, которые используют журналисты, но о сообществе, которое они уже создали, и является ли это сообщество подлинным или просто толпой, – уточняет Дж. Розен. – Являются ли отношения с журналистом настолько прочными, что члены сообщества готовы участвовать в добыче информации, давать советы, писать отзывы?"<sup>4</sup>.

Если сообщество действительно станет командой, то результативность данного взаимодействия будет очевидна. В Колумбии, Южная Каролина, журналисты пресс-центра государственной медиакомпании заметили, что в их городе стоит неприятный запах. Это продолжалось на протяжении нескольких дней. И тогда Бетси Гузиор, редактор пресс-центра, решила обратиться к сообществу с просьбой помочь найти причину неприятного запаха, используя открытую карту Гугл.

"Люди делились твитами и сообщениями в Фейсбуке, и эта карта позволила нам выйти на другой уровень разговора об этой проблеме", – сказала Б. Гузиор. Сообщество помогло сузить территорию поиска, и на следующий день чиновники здравоохранения указали в качестве источника запаха землю, принадлежащий бывшему городскому советнику"<sup>5</sup>.

Поскольку социальная сеть даёт доступ к данным о людях и компаниях одним щелчком мыши любому пользователю, социальные инструменты могут эффективно использоваться для совместного расследования проблем и защиты прав граждан.

Бесспорным плюсом подключения пользователей соцсетей к работе является общественный резонанс, который гарантирован при участии аудитории

---

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Ibid.

<sup>5</sup> Ibid.

в процессе расследования. Так можно считать, что вместе с помощью журналист сразу получает и результат от своей публикации, поскольку одна из основных задач автора – привлечь максимальное внимание к обсуждаемой проблеме.

Но, возможно, самая большая трудность, которая стоит на пути журналиста к этому успешному методу работы, – это открытие сообщества. "Большинство журналисток-расследователей скептически настроены к публикации своих наработок в открытом доступе. Они убеждены, что парень с улицы украдёт их историю, – говорит Дж. Розен. – Но если вы не можете сказать людям, над чем работаете, вы не можете делать расследования"<sup>6</sup>.

Кроме того, на создание сообщества и формирование доверительных отношений требуется время. "Инструменты для социальных сетей полезны, когда вам нужен широкий спектр знаний, но вам необходимо, чтобы существующее сообщество действительно хорошо их использовало, и это требует времени и понимания", – говорит Пол Брэдшоу, основатель проекта *HelpMeInvestigate.com*.

Ещё одним безусловным достоинством работы в соцсетях следует назвать возможность узнавать последние новости по интересующей репортёра теме. Это отличный инструмент социального поиска и мониторинга информации, а в некоторых случаях возможность узнавать практически в режиме онлайн о деятельности чиновников. По словам Меганн Фарнсворт, менеджера по работе в социальных сетях и распространению информации в онлайн ЦРЖ и "Калифорния вотч", их репортёры используют Твиттер для мониторинга правительственных учреждений, отмечая темы, которые они могут осветить, или изучая незначительные изменения в политике, которые на самом деле могут оказать большое влияние на общественность.

В "Вашингтон пост" журналисты постоянно ищут источники в социальных сетях или темы для своих очерков, говорит Марк Лаки, редактор отдела национальных инноваций издания. Он сказал, что социальные инструменты значительно облегчают подключение к сообществу или привлекают читателей в историю.

Существует множество корпоративных инструментов для мониторинга разговоров, происходящих в социальных сетях, таких как Спидфаст. Но сеть также предлагает множество бесплатных и простых инструментов для поиска.

Мэнди Дженкинс, редактор отдела по работе в социальных сетях *TBD.com* утверждает, что Твиттер позволяет находить свидетелей события и получать дополнительную информацию. Она также использует поиск по статусу Фейсбук в программах Опенбук или Опен Фейсбук для мониторинга новостей или поиска информации.

Когда получается эмоциональная и серьёзная исследовательская история, социальные инструменты могут помочь открыть диалог по поводу описываемой в ней проблемы после публикации или, если будет создан диалог до публикации, позволят создать определённый интерес к истории.

---

<sup>6</sup> Ibid.

Сейчас уже трудно представить себе журналистское объединение, которое не использовало бы социальные сети. Ведь отсутствие редакции в сети существенно снижает её целевую аудиторию. Во всех СМИ сейчас есть *SMM*-редакторы (по продвижению СМИ в Интернете), редакторы по работе в социальных сетях, специальные сотрудники, которые проводят мониторинг интернет-пространства на предмет откликов на публикации или поиска новых резонансных тем для исследований.

Например, бостонский Новый английский центр журналистских расследований (*NECIR*) постоянно обновляет свои страницы в Фейсбуке (подписаны 3298 человек), Твиттере (читает 4915 человек) и Инстаграме (135 подписчиков). Международный консорциум журналистов-расследователей использует Фейсбук (подписаны 123816 человек), Твиттер (читает 153 тыс. человек) и Линкдин для обнародования последней информации. Некоммерческий центр исследовательской журналистики "Пропублика" имеет свои страницы в Фейсбуке (подписаны 388004 человек) и Твиттере (читает 717 тыс. человек).

Таким образом, можно сказать, что использование социальных сетей уже стало необходимым элементом работы журналиста-расследователя. В первую очередь, использование ресурсов сообществ в социальной сети позволяет существенно сэкономить время на проверке больших массивов документов (конечно, при условии, что все подключённые люди будут компетентны в данном вопросе и расследователь им доверяет). Помимо этого, социальные сети предоставляют отличную возможность следить в онлайн-режиме за последними действиями политиков и бизнесменов, а также находить какие-то незамеченные или неизвестные ранее детали для публикации. И последнее: социальные сети зачастую являются ресурсом для поиска тем исследований, ведь обсуждаемая большим количеством пользователей проблема наверняка сможет превратиться в резонансное журналистское расследование.

## **Проверка фактов – основа интернет-расследования**

Краудсорсинг и подключение пользователей к работе над проверкой информации пока не самый распространенный метод в среде журналистов-расследователей. Это явление только набирает обороты. И большинство СМИ по-прежнему предпочитают классический фактчекинг, т.е. проверку фактов с помощью специальных сотрудников – фактчекеров или использование специальных ресурсов для проверки фактов в Интернете.

Механизм проверки фактов в журналистике США существует уже более 25 лет и восходит к началу 1990-х годов. Его корни лежат в анализе телевизионной рекламы и так называемых "рекламных блоков". Движение приобрело новый импульс с запуском в 2007 г. ресурса Политифакт, вероятно, наиболее известного в качестве ресурса, проверяемого высказывания ведущих политиков. На официальном сайте организации указано, что Политифакт – это веб-сайт для проверки фактов, который оценивает точность заявлений избранных должностных лиц и других лиц, выступающих в амери-

канской политике. Политифакт детище редакторов и репортёров из независимой газеты "Тэмпэ бэй таймс", которая принадлежит некоммерческому институту Пойнтера. "Сотрудники Политифакта анализируют высказывания политиков и оценивают их точность на "правдометре" от истинного до ложного. Самые смешные ложные цитаты получают самый низкий рейтинг – "Штаны горят"<sup>7</sup>.

Политифакт проверяет высказывания избранных должностных лиц, кандидатов, лидеров политических партий и политических активистов. "Мы рассматриваем чиновников на всех уровнях управления, от комиссаров округа до сенаторов США, от членов муниципального совета до президента. Мы также проверяем претензии групп, вовлечённых в политику, – политические партии, группы защитников гражданских интересов и политические комитеты, – и рассматриваем претензии в электронных письмах в открытом доступе"<sup>8</sup>.

Ресурс Пандитфакт (принадлежит той же редакции) проверяет информацию, которую сообщают эксперты, обозреватели, блоггеры, политические аналитики, ведущие и гости ток-шоу и другие представители средств массовой информации.

"Каждый день сотрудники Политифакт и Пандитфакт ищут заявления, которые можно проверить. Мы анализируем выступления, новости, пресс-релизы, рекламные брошюры, телевизионные объявления, публикации в Фейсбуке и расшифровки телевизионных и радиоинтервью. Поскольку мы не можем проверять все заявления, мы выбираем наиболее важные для аудитории"<sup>9</sup>.

Перед началом проверки правдивости того или иного заявления сотрудники ресурса задаются вопросами: действительно ли возможно проверить данное заявление? Ведь многие заявления являются личным мнением политического деятеля. Ещё один важный фактор: может ли данное утверждение ввести публику в заблуждение относительно чего-либо? Является ли данное заявление действительно важным? Возможно, некоторые высказывания – это оговорки или неудачно выбранный стиль изложения. Действительно ли важно проверить достоверность этого заявления? Могут ли его цитировать СМИ или другие организации?

Интернет-ресурсы Политифакт и Пандитфакт используют в качестве методов сбора информации рекордное количество всевозможных интервью и публикуют список источников с каждым элементом "правдометра". Когда это возможно, список включает ссылки на доступные источники, хотя некоторые источники доступны только по платной подписке. Цель состоит в том, чтобы помочь читателям судить самостоятельно, согласны ли они с заявлением.

---

<sup>7</sup> Adair B., Holan A.D. The Principles of PolitiFact, PunditFact and the Truth-O-Meter // PolitiFact. Available at: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/> (accessed: 12.12.2017).

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Ibid.

Целью "правдометра" является критерий точности заявления. На официальном сайте представлен счётчик из шести уровней правдивости:

*"Правда* – утверждение верное.

*По большей части, правда* – утверждение точное, но нуждается в разъяснении или дополнительной информации.

*Наполовину правда* – утверждение является частично точным, но оставляет важные детали или вырывает что-то из контекста.

*По большей части, ложь* – утверждение содержит элемент истины, но игнорирует важные факты, которые могут дать другое впечатление.

*Ложь* – утверждение неверно.

*Штаны горят* – заявление неточно и содержит смехотворную информацию".<sup>10</sup>

После определения уровня "правдометра" статью читает редактор, и ещё три редактора проверяют конечный вариант текста, только после этого материал появляется в открытом доступе.

У ресурса Политифакт есть ещё две возможности: "Измеритель кувырк-ков", который оценивает, был ли избранный чиновник последовательным по решению какой-то проблемы и "Измеритель обещаний", который оценивают статус предвыборных обещаний выборных должностных лиц.

Политифакт – это беспартийный веб-сайт проверки фактов, касающихся политической деятельности. С момента своего основания в 2007 г. Политифакт, в основном, полагался на финансовую поддержку издания "Тэмпа бэй таймс". Он также получал поддержку от грантов и доходов, полученных через контент-партнерство и онлайн-рекламу.

В 2017 г. Политифакт стал членом организации "Отряд истины" для возможности принимать индивидуальные пожертвования. Однако владельцы ресурса указывают, что финансовая поддержка не означает, что Политифакт одобряет продукты, услуги или мнения своих доноров. Доноры не влияют на составление рейтингов данного ресурса, и ресурс не предоставляет донорам право просматривать или редактировать контент.

"В рамках программного решения Политифакт оставаться прозрачной и независимой организацией, они раскрывают на своем сайте любое индивидуальное пожертвование в размере более 1 тыс. долл. Ресурс не принимает пожертвования от анонимных источников, политических партий, избранных должностных лиц или кандидатов, ищущих государственную должность, или любого другого источника с конфликтом интересов, определённого исполнительным директором Политифакт"<sup>11</sup>.

Теперь во многих крупных американских городах появляются подобные ресурсы в помощь журналистам, особенно занимающимися расследованиями. Например, ресурс *FactCheck.org* основан в Университете Пенсильвании в 2003 г. в качестве некоммерческой организации, которая проверяет факты, имеющие национальное значение и бесплатно предоставляет свой контент новостным организациям. Рубрика "Проверка фактов" стала постоянной в газете

---

<sup>10</sup> Ibid.

<sup>11</sup> Ibid.

"Вашингтон пост" в 2011 г. Существуют и более мелкие новостные организации, в том числе "Аризонская проверка фактов" в Аризоне, и "Тест истины" Канна Канса в Денвере. Они также работают круглый год и охватывают как политические, так и неполитические проблемы.

Ещё одну площадку для фактчекинга предоставляет интернет-ресурс "Поинтер", который создал форум "Международная сеть фактчекинга" – МСФ (*International Fact-Checking Network – IFCN*), в основе его – проверка фактов по всему миру. МСФ была запущена в сентябре 2015 г. для поддержки быстро растущей инициативы по проверке путём поощрения передовой практики и обменов опытом в этой области.

В качестве основных задач этой организации на официальном сайте "Поинтера" выделены:

- "Мониторинг тенденций и описание существующих форматов фактчекинга во всём мире, публикация регулярных статей об этом на сайте и в еженедельном информационном бюллетене;
- Использование принципов лучших практик проверки фактов для отслеживания влияния фактчекинга по всему миру;
- Ежегодные стипендии фондов и программа поддержки;
- Организация ежегодной конференции (Глобал фэкт), на которой коллеги делятся опытом и пытаются выработать универсальные алгоритмы;
- Обеспечивает очное обучение и онлайн;
- Выделяет адвокатов для проверки фактов, в том числе через ежегодный Международный день фактчекинга"<sup>12</sup>.

Первым и нынешним директором МСФ является Алексис Мантзарлис. В сентябре 2017 г. в число сотрудников МСФ, которая базируется в "Поинтере", стали входить менеджер проекта Даллес Рамос и репортёр Даниэль Функе. "МСФ получила финансирование от Фонда семьи Артура М. Бланка, Герцогской лаборатории репортёров, Фонда Билла и Мелинды Гейтс, Гугла, Национального фонда за демократию, Сети Омидьяра, фондов Открытого Общества и Фонда Парка"<sup>13</sup>.

Привлечение сообществ в социальных сетях и краудсорсинг недостаточны для полноценной работы журналиста-расследователя сегодня. Для обеспечения достоверности публикации журналисты, как правило, обращаются к фактчекерам и специальным ресурсам, посвящённым проверке фактов. На данном этапе становится особенно важно проверять всю фактическую информацию, поскольку даже одна неверная деталь порой может разрушить репутацию не только расследователя, но и всей редакции СМИ.

Сотрудники Института американской прессы провели исследование о степени доверия американцев к СМИ и публикуемой ими информации. В результате они пришли к выводу, что работа в новостных организациях, осуществляющих проверку фактов, тесно связана с разными подходами к журналистской деятельности. Например, люди, которые работают в новостных организа-

---

<sup>12</sup> Fact-Checking // Poynter. Available at: <https://www.poynter.org/channels/fact-checking> (accessed: 10.12.2017).

<sup>13</sup> Ibid.

циях с тщательной проверкой фактов, менее склонны думать, что в Интернете слишком много противоположных мнений и ложной информации. В целом, однако, журналисты считают, что непроверенная информация – это самая большая проблема, с которой сталкивается журналистика, "причём 57% респондентов говорят, что "поток мнений и ложная информация в Интернете" является самой большой проблемой, стоящей сегодня перед журналистикой. Но среди тех, чьи организации проводят проверку фактов, это число составляет 43%"<sup>14</sup>.

Безусловно, в журналистике в целом, и в журналистских расследованиях в частности, всегда присутствует опасность обнародования непроверенной или сомнительной информации. Стоит понимать, что поверхностная и подчас не совсем кропотливая проверка фактов может стать причиной недоразумения, нанести ущерб обвиняемому и даже изменить ход истории. Именно поэтому крайне важно применять фактчекинг по отношению ко всей информации, представленной в журналистском произведении. Именно этот процесс отличает факты от слухов и сплетен, и демонстрирует аудитории важные сведения, которые некоторые предпочитают скрывать.

Дэвид Бреуэр, американский журналист и медиаисследователь, в статье "Почему важно проверять факты"<sup>15</sup> выделяет пошаговую инструкцию по проверке любого журналистского произведения:

1. Журналист сам препятствует тщательной проверке фактов. Стоит задуматься, действительно ли есть заинтересованность в исследовании этой проблемы, и это никак не связано с амбициями и желанием прославиться. В погоне за оперативностью и финансовым вознаграждением журналист может быть не объективным и пренебречь проверкой важных сведений.

2. Правило двух надёжных источников. В большинстве СМИ работает правило, согласно которому все факты должны подтверждаться двумя надёжными источниками. В среде журналистов-расследователей это правило говорит о трёх надёжных источниках, поскольку расследование может серьёзно навредить журналисту, он должен быть уверен в достоверности публикуемой информации. К этому же относится пункт, согласно которому репортёр не должен разглашать свои источники информации, если их необходимо защитить от последствий. Но в таком случае журналист должен быть уверен, что этот человек говорит правду.

3. Не стоит доверять новостным лентам и новостным сайтам, там может быть ошибка. Некоторые медиаорганизации просто копируют и вставляют новости из других ресурсов или даже платят за эти новости. Однако информация может оказаться неточной или вовсе ошибочной. Вследствие такой халатности журналисту придётся приносить свои извинения аудитории, писать оп-

---

<sup>14</sup> Elizabeth J., Rosenstiel T., Ivancin M. and others. Fact-Checking and Accountability Journalism: Popular, effective – but Sometimes Misunderstood // American Press Institute. Available at: <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/survey-research/fact-checking-journalists-survey/> (accessed: 08.01.2018).

<sup>15</sup> Brewer D. The Importance of Fact-Checking for Journalists // Media Helping Media. Available at: <http://www.mediahelpingmedia.org/training-resources/journalism-basics/640-fact-checking-separates-journalism-from-rumour-and-gossip> (accessed: 15.12.2017).

ровержения. В результате все это приведёт к снижению рейтинга СМИ и к потере доверия со стороны аудитории.

4. Аудитория не будет верить автору-журналисту на слово. Профессиональный расследователь никогда не будет верить всей полученной информации без тщательной проверки. Журналисты всегда скептически относятся ко всем фактам. Они не должны слепо доверять контактам, даже если они в прошлом оказались надёжными, поскольку источник сам может быть введён в заблуждение и предоставит вам недостоверные сведения.

5. Влияние заинтересованных сторон и источники. Журналист всегда работает с фактами. Они исходят из самых разных источников: заинтересованных лиц, собственных контактов, журналистских исследований. Однако независимо от источника, будь то ранее надёжный контакт, доверенный друг или фигура в правительстве, вся полученная информация должна быть проверена по правилам.

Таким образом, можно сказать, что пока специальных ресурсов для фактчекинга не так много, однако такие площадки становятся всё более востребованы, особенно у журналистов-расследователей, для которых достоверность информации имеет решающее значение. К тому же к таким ресурсам нередко обращаются и обычные граждане, которые сомневаются в правдивости заявлений того или иного политика или общественного деятеля.

Стоит отметить, что всё же самым распространённым способом проверки фактов в большинстве редакций, занимающихся журналистскими расследованиями, пока остаются специализированные сотрудники, которые ежедневно занимаются только проверкой данных. Мэдди Оутман, редактор интернет-издания "Мама Джонс", была редактором, отвечающим за фактчекинг, в отделе расследований пять лет. Под её руководством группа сотрудников делила каждую историю на части и выявляла все первоисточники, чтобы проверить каждое слово, начиная от мельчайших деталей и заканчивая крупнейшими выводами, основанными на них. "Мы давно признаны одним из главных ресурсов, посвящённых проверке фактов, как по дизайну, так и по качеству работы, – говорит М. Оатман. – Проверка фактов была для нас важным способом понять, что мы можем писать о вещах, которые потенциально вызывают ярость у некоторых влиятельных людей... это создаёт доверие у читателей"<sup>16</sup>.

"Мама Джонс" всегда учит расследователей тщательной проверке фактов. "Функция проверки служит двум целям для нас, – говорит М. Оутман. – Это не просто усиление влияния нашего расследования, но и укрепление образования современных журналистов"<sup>17</sup>. Многие преподаватели факультетов журналистики также считают, что обучение фактчекингу – хорошая инвестиция в будущее журналистики.

---

<sup>16</sup> *Bloyd-Peshkin Sh., Sivek S.C. Magazines Find There's Little Time to Fact-Check Online // Columbia Journalism Review. Available at: <https://www.cjr.org/b-roll/magazine-fact-checking-online.php> (accessed: 11.01.2018).*

<sup>17</sup> Ibid.

Интернет-издания, особенно расследовательского характера, стараются максимально избегать опровержений и опечаток. Это заставляет репортёров больше думать о каждом конкретном случае, о том, какие истории заслуживают максимальной проверки, основанной на первоисточнике. Как правило, комментарии до их публикации в Интернете проходят поверхностную проверку – имён, номеров, заголовков и временных рамок. Содержание, которое является спорным или опасным с юридической точки зрения, получает более тщательную проверку.

Другое американское издание "Уайред" придерживается таких же позиций по отношению к фактчекингу. Заместитель главного редактора Джоанна Перлстейн говорит: "Для нас важно, чтобы мы подтверждали каждое заявление, которое мы делаем... Репортеры "Уайред" нанимают фактчекеров, чтобы в каждом материале строка за строкой тщательно проверять данные, подчёркивая и проверяя информацию с использованием транскриптов, записей, баз данных и других первоисточников, а также отслеживать ошибки в интерпретации и закрывать "дыры" в повествовании. Это определенно можно назвать процессом повторного расследования"<sup>18</sup>.

Интересно, что при такой непростой ситуации, оригинальное содержание, размещённое в Интернете, обычно не проверяется. "У нас нет персонала для этого, и в Интернете мы работаем, как правило, очень быстро... вы знаете, новости, которые становятся известны утром, будут опубликованы к сегодняшнему дню или завтрашнему утру, что сильно отличается от темпов печатного СМИ, – говорит Дж. Перлстейн. – Единственными исключениями являются онлайн-истории, которые могут повлечь за собой судебные иски: и то делается не проверка фактов как таковая, а обзор точности"<sup>19</sup>.

Интернет-издания разработали стратегии для сведения к минимуму вероятности ошибок в онлайн-контенте: это ограничение авторского коллектива (т.е. привлечение только проверенных лиц) и проверка сомнительных историй, которые могут повлечь за собой судебные разбирательства.

Безусловно, в огромном потоке информации и многочисленных опровержений, многие читатели начинают сомневаться в правдивости информации практически во всех СМИ. Интернет-издания как никогда борются за свою репутацию и всячески стараются не потерять доверие своей аудитории. Эти факторы заставляют журналистов тщательно отбирать информацию и проверять все данные. Доверие аудитории можно потерять всего лишь одной неверно указанной датой или именем, и потом потребуются огромные усилия для восстановления утраченной репутации. Именно поэтому в среде журналистов-расследователей становится всё более востребованными ресурсы по проведению фактчекинга, а также профессиональные сотрудники, которые обеспечивают полноценную и детальную проверку всех имеющихся в материале сведений.

---

<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> Ibid.

## Визуализация данных

Помимо вовлечения в работу пользователей социальных сетей и создание доверительных отношений с аудиторией при помощи фактчекинга, расследователи активно пользуются ещё одним инструментом для придания привлекательности своим публикациям.

Инфографика и визуализация данных стали важнейшими инструментами для журналистов с появлением цифровых медиа, где огромные объёмы должны быть интерпретированы и переданы аудитории в доступной форме. Благодаря современным технологиям журналисты могут создавать собственную интерактивную графику и добавлять визуальные компоненты в свои статьи.

Цель инфографики – создать визуальное представление фактической информации. "Факты, конечно, являются ключевыми, но два наиболее важных слова здесь – "визуальное представление". Самое главное – инфографика показывает данные, а не рассказывает о них, не повторяет текстовую информацию. Хорошая инфографика, в основном, является результатом простой схемы – полезная информация + хороший дизайн"<sup>20</sup>. К сожалению, многие редакции сейчас столкнулись с проблемой: совместить полезную информацию с хорошим дизайном оказалось не так просто. Некоммерческие центры исследовательской журналистики на своих сайтах постоянно публикуют объявления о поиске хорошего дизайнера для создания инфографики. В США, как правило, в редакции этим занимается отдельный человек, которому журналисты предоставляют всю необходимую информацию и высказывают пожелания о том, какие визуальные элементы они хотели бы создать. Но, конечно, журналисты, умеющие работать с графикой, сейчас весьма востребованы. Таким образом, к формуле полезная информация + хороший дизайн необходимо добавить еще один компонент – правильное мышление.

"Дело в том, что инфографика эффективна только в том случае, если служит отдельным структурным элементом журналистского материала. Она не должна быть просто украшением текста, это тоже передача фактической информации, т.е. такой же блок данных, только выполненный в графическом варианте"<sup>21</sup>. Текст и инфографика должны быть одинаково важными частями материала.

Ещё одна сложность: для графики требуется больше информации, чем опубликовано в тексте, который был написан для аудитории. Например, при публикации расследовательского материала о пьяных водителях, автор может в качестве примера указать лишь данные о том, что на перекрестке двух больших улиц зафиксировано самое большое количество аварий. Для текстового примера этого достаточно. Однако для создания карты или диаграммы ситуации может потребоваться точное направление движения каждого автомобиля или сведения о том, как именно они сталкиваются друг с другом. Без-

---

<sup>20</sup> Stern R. Infographics Training // SchoolJournalism.org. Available at: <https://www.schooljournalism.org/infographics-training> (accessed 10.01.2018).

<sup>21</sup> Ibid.

условно, самым важным требованием к графическому материалу является проверка фактов и обращение к надёжным источникам информации. Все данные, представленные в таблицах и диаграммах, должны быть достоверны. Это такая же часть материала, как и текст или видеозапись. Особенно это касается материалов расследовательского характера.

Одно из требований заключается в том, что диаграмма или схема всегда должны быть оправданно включены в материал. Если расследователю для лучшего понимания истории нет необходимости обращаться к графическим элементам, но он всё же их сделал, то это может привести к дезориентации аудитории, которая будет гадать, зачем представлена эта неактуальная диаграмма.

Создание инфографики может стать трудным испытанием, поскольку наряду с журналистскими навыками она требует дизайнерских навыков. Хотя современные интернет-ресурсы предоставляют всем желающим либо программы с краткой пошаговой инструкцией, либо готовые шаблоны для графиков или диаграмм.

Основной аспект при создании графического элемента – обратить внимание на самые важные части таблицы или схемы. "Нужно не только создавать привлекательный фон, но и оформлять данные таким образом, чтобы читателю сразу бросалась в глаза самая интересная информация, а второстепенные значимые элементы должны быть, соответственно, менее заметны"<sup>22</sup>. Иными словами, визуальные элементы должны быть чёткими и доходчиво объяснять основную мысль. Слова и ярлыки должны дополнять основные данные по мере необходимости.

Правильное мышление (как элемент схемы идеальной инфографики) означает и поиск подходящей графической формы для предоставления информации. Существует ряд основных форм для графики: карты, таблицы, диаграммы, графики. Например, если исследователь делает материал о проблеме распространения наркотиков в каком-то регионе, будет логично сделать карту с указанием зафиксированных мест продаж наркотиков. Если же местоположение вещей или людей не является центром публикации, то, вероятнее всего, стоит использовать график или таблицу. Каждый графический элемент должен быть оправдан и, самое главное, полезен.

Сейчас различные приложения и программы по созданию графики позволяют создавать всё что угодно. Например, для организации информации в хронологическом порядке можно использовать временную шкалу. Для сравнения каких-то явлений или предметов можно выбрать диаграмму или таблицу. Гистограммы часто используются для сравнения категорий числовых значений. Однако диаграммы всё же остаются лучшей графикой, потому что они могут показывать вещи, которые трудно объяснить в тексте. Для демонстрации соотношения между двумя частями какого-то явления или проблемы часто используется специальная категория диаграммы. Их можно назвать "реляционными диаграммами". Они включают в себя диаграмму Венна, кото-

---

<sup>22</sup> Ibid.

рая показывает, насколько велико совпадение между элементами, а также организационные диаграммы, блок-схемы, и другие способы визуализации того, как отдельные лица или группы связаны друг с другом. В настоящее время существует множество различных инструментов для создания инфографики.

Безусловно, в расследовательской журналистике инфографика занимает одну из ведущих позиций. Для успешного привлечения аудитории мало одной важной публикации. Огромные фрагменты текста не привлекают читателей, и мало кто дочитывает расследования до конца, учитывая объём в несколько страниц, особенно если текст в электронном формате.

Для того чтобы привлечь внимание к материалу, репортёры используют различные аудиовизуальные дополнения. Вставки видеоподкастов с забавными или другими эмоциональными моментами помогают аудитории увидеть героя и ощутить эффект присутствия, составить о проблеме более глубокое представление. Аудиозаписи тоже помогают аудитории ближе познакомиться с героем материала, услышать его эмоции, его отношение к описываемой проблеме. Одно из важных мест в материале по-прежнему занимает фотография: чем больше красочных, живых и качественных фото, тем больше внимания привлекает сам текст. Кроме того, снимки документов и видеоклипы помогают доказать, что репортёр не просто выдвигает версии, но и на самом деле всё это видел и изучил.

Но ключевой фактор привлечения внимания к расследовательской публикации это, конечно, инфографика. Вставки таблиц, схем, диаграмм, графиков, которые помогают читателю понять сложные математические вычисления или экономические показатели стали неотъемлемой частью любого журналистского расследования. Благодаря современным технологиям любую, даже самую сложную числовую информацию, можно украсить и сделать более понятной для обычного пользователя. Сейчас в Интернете есть сайты, показывающие, как можно красиво оформить материал любого характера. Например, расследователи активно используют примеры с сайта *www.informationisbeautiful.net*<sup>23</sup>. А на сайте *revealnews.org*<sup>24</sup> расследования оформлены довольно ярко и оригинально.

Материал можно оформить в разных стилях: сделать его документальным или более телевизионным, придать развлекательный характер. Например, "Центр расследовательской журналистики", который сделал на основе расследования о токсичных отходах мультфильм, показав процесс загрязнения довольно детально и в то же время увлекательно. Эта организация является крупнейшей расследовательской компанией в США и насчитывает более 100 сотрудников, соответственно, они имеют своих дизайнеров, которые занимаются оформлением публикаций и размещением их на сайте центра.

---

<sup>23</sup> Information is Beautiful // New Infographic Mega-book. Available at: [www.informationisbeautiful.net](http://www.informationisbeautiful.net) (accessed 13.10.2017).

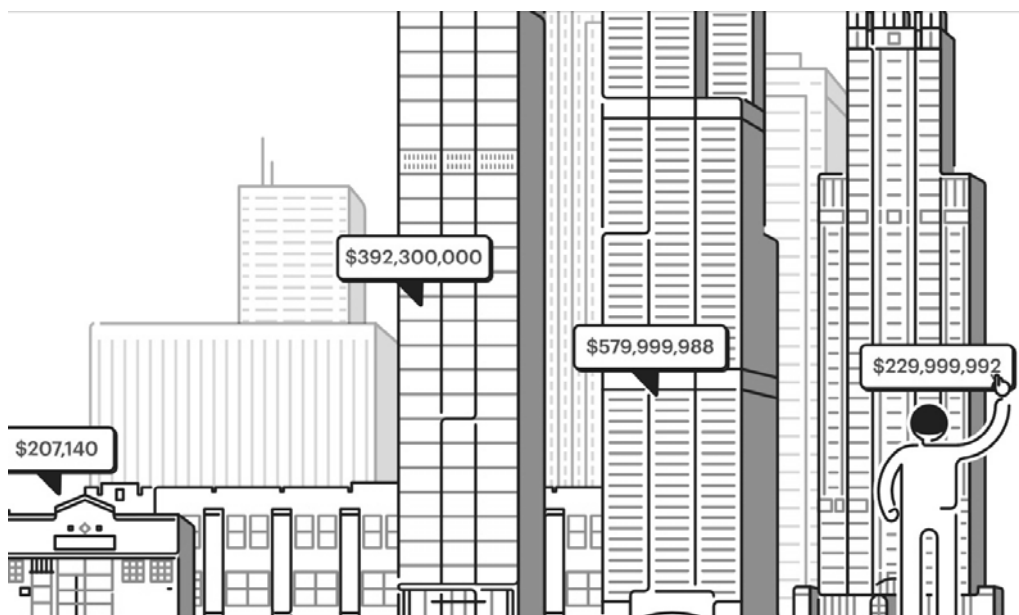
<sup>24</sup> Reveal // The Center for the Investigative Reporting. Available at: <https://www.revealnews.org> (accessed 20.04.2017).

Тенденция к геймификации прослеживается всё сильнее. Теперь задача расследователя – не просто интересно и доступно рассказать о проблеме, но и поработать маркетологом, оформить свой материал, сделать его стоящим и привлекательным для аудитории.

Благодаря активному сотрудничеству расследователей в сети, у жанра расследования появилась возможность вновь стать востребованным. Вместе с остальными жанрами журналистское расследование трансформировалось и приобрело более интересную, интерактивную форму.

Ярким примером активного использования инфографики можно назвать недавнее совместное расследование центра "Пропублика" и газеты "Чикаго трибьюн" под названием "Как чиновник округа Кук потерпел неудачу у налогоплательщиков"<sup>25</sup>. Для более лёгкого восприятия трудной финансовой информации авторы использовали таблицы, сравнительные диаграммы и графические изображения зданий. В каждом из нарисованных небоскребов точно угадывается ведомство, там расположенное. И возле каждого объекта указана сумма, которая была присвоена этим учреждением за счёт уклонения от уплаты налогов.

Вот как это выглядит на сайте "Пропублики":



Благодаря многочисленным графикам и привлекательным схемам трудно-воспринимаемая и объёмная информация выглядит доступной и занимательной для любой аудитории.

Современные интернет-технологии открыли для журналистов-расследователей возможности для публикации своих материалов в любом виде, будь то видеозапись, запись с диктофона или печатный текст. Не-

<sup>25</sup> Grotto J., Kambhampati S. How the Cook County Assessor Failed Taxpayers // Propublica. Available at: <https://features.propublica.org/the-tax-divide/cook-county-commercial-and-industrial-property-tax-assessments/> (accessed: 30.01.2018).

сколько мультимедийных материалов позволяют добиться большего "эффекта достоверности", особенно в случаях, когда слова текста подтверждаются видео- или аудиозаписями. Кроме того, интернет-версии расследований позволяют в онлайн-режиме опубликовать только что появившиеся и обработанные данные, письма с критикой и обвинениями и оперативные ответы на них.

Новые технические средства позволяют сделать любое расследование ярким, запоминающимся и насыщенным. Самые важные моменты теперь можно выделять графически, а благодаря видео- и аудиофрагментам аудитория может "лично" познакомиться с героями материала и сделать свои выводы о проблеме. Кроме того, теперь сложные вычислительные ходы и финансовые операции можно описать максимально доступно благодаря элементам инфографики. Все эти нововведения делают расследования увлекательными и интересными для аудитории, возвращая им былую популярность и востребованность.

Таким образом, можно сделать вывод, что онлайн-сети предоставляют новые способы работы для исследователей в сетевом обществе, помогают расширить как диапазон, так и глубину историй, которые они освещают. Использование социальных сетей и сетевых коммуникаций значительно облегчают работу над транснациональными или международными темами. Журналисты, которые используют социальные сети для сотрудничества с коллегами из других стран, имеют возможность увидеть проблему в более широком охвате и услышать множество независимых мнений о выходах решения той или иной проблемы, что позволяет сделать публикацию более глубокой и полноценной, а также добиться внимания общества.

## References

Gearing A. 2014. Investigative Journalism in a Socially Networked World // Pacific Journalism Review. No. 20 (1). p. 61-67.

van Dijk, J., 2012. The Network Society – London: SAGE Publications; 3rd edition, 326 p.

## Features of the US Investigative Journalism in the Internet

(USA & Canada, 2018, no. 5, p. 52-69)

Received 30.01.2018.

NERENTZ Darya Valeryevna, Institute of Massmedia of Russian State University for the Humanities. 6, Miusskaya sq., Moscow, 125993, Russian Federation (ya.newlevel@yandex.ru)

*Nowadays investigative journalists in the U.S. prefer to work in the online media increasingly. Indeed, now the Internet sites have become the most optimal solution for journalists who spend a lot of time writing analytical materials. In addition, the possibilities of the Network have allowed improving work in the field of investigative journalism: to make it easier, faster and more exciting. As features of the investigative journalist's work can be identified activity in social networks, fact checking*

*(checking facts) and creating visual images of their online publications. All these elements are important in attracting the audience to a particular investigation. Thanks to social networks, it is possible to attract the attention of online communities to the described problem; a qualitative fact checking allows achieve audience trust and strengthening the reputation of the media, and visualization of data (infographic, audio and video recordings) helps to present complex and extensive information in attractive form. This article explores in detail the opportunities of investigative journalist to work in social networks, presents possible options for verifying the facts in modern American media, and describes the use of visual elements to make colorful and interesting publication.*

**Keywords:** *investigative journalism, social network, fact checking, infographic, visualization, Internet.*

About the author:

NERENTZ Darya Valeryevna, Candidate of Science (Philology), Senior Lecturer.