

С. Култаева¹, Р. Жақсылықбаева^{1*}, О.Я. Ким²,

Г. Тілеужанова¹, Э. Ауезова³

¹Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

²Абылай хан ат.ҚазХҚжәнеӨТУ, Алматы, Қазақстан

³Тұран университеті, Алматы, Қазақстан

*e-mail: rimmazhak75@gmail.com

ҚАЗАҚСТАН ЖӘНЕ ШЕТЕЛ АҚПАРАТ АГЕНТТІКТЕРІНДЕГІ ФАКТ-ЧЕКИНГ ЕРЕКШЕЛІГІ

Ақпарат агенттіктерінің медиа кеңістікте өзіндік маңызды орны бар. Өйткені олар ақпаратты бірінші болып жеткізіп, күрделі тексеру процесінен өткізіп барып қана тарататындықтан, агенттіктерге деген аудитория сенімі жоғары. Қазір агенттік журналистері мен редакторларының кәсіби дайындығы, тәжірибесі жоғары факт-чекинг жобаларында сұранысқа ие. Бұқаралық медиаға, журналистерге деген сенім төмендеп, белгілі бір жеке мақсатты алға қойған жалған ақпарат, дипфейк пен дезинформация кеңінен тарап жатқанда ақпарат агенттіктері бұл үрдіспен күресте алдыңғы шепте қызмет етіп келеді.

Зерттеу жұмысының мақсаты – ақпарат агенттіктерінің факт-чекинг материалдарына тақырыптық, мазмұндық және құрылымдық талдау жасай отырып, факт-чекинг бағытындағы бастамаларға шолу жасау, мән-маңызын айқындау. Зерттеу әдісі ретінде факт-чекинг материалдарының аудиторияға ықпалы мен тиімділігін талдап, ақпарат таратудағы әдіс-тәсіліне ғылыми тұжырым жасау.

Зерттеу жұмысының ғылыми және практикалық мәні fact-check.kz, stopfake.kz жобаларының қызметін саралауға және медиасауаттылық тақырыбын айқындауға бағытталды. Мақалада факт-чекерлер өз жұмысында түрлі құралдарды, бағдарламаларды қолдана алатындығы, мұндай бағдарламалар тексеруге негізі бар мәлімдемелерді анықтауға, оларға қатысты барлық деректі әлеуметтік желіде іздеуге, кез-келген материалдың авторын анықтауға, ақпарат көзінің беделінің (репутациясы) деңгейін айқындауға көмектесетіндігі көрсетілді. Сондай-ақ автоматты факт-чекинг жүйелері, бұдан өзге, тексеру тақырыбына байланысты факт-чекинг материалдары талданып, мәліметтер қарастырылды.

Мақаланың зерттеу методологиясына ҚазАқпарат және Рейтерс агенттіктерінің факт-чекинг материалдары тақырыбы, олардың мазмұны, құрылымы салыстырмалы сараптама негізінде алынып, қазіргі таңдағы медиакеңістіктегі маңызы, өзіндік орны айқындалды.

Зерттеу қорытындысына қалыпты нәрсеге айналған жалған ақпарат, дезинформация, дипфейк, жасанды интеллект арқылы жасалған контент санының арту салдары бағамдалып, медиакеңістіктегі шынайы ақпаратты тексеру маңызы талқыланды.

Ғылыми жұмыстың практикалық мәні отандық медиадағы факт-чекингпен тұрақты түрде айналысатын fact-check.kz материалының мазмұны мен құрылымы арқылы қарастырылды.

Материалдар мен әдістер: зерттеу аясында контент сараптама, салыстырмалы сараптама, әдебиеттерге шолу әдістері қолданылды.

Мақалада жалпы факт-чекинг процесінің ерекшеліктері мен тиімділігі зерттелген мақалаларға (атап айтсақ, зерттеушілер С. Шапиро мен Л. Грейвстің еңбектері), сондай-ақ жалпы факт-чекинг жобалары мен бастамаларына шолу жасалып, ҚазАқпарат және Рейтерс агенттіктерінің факт-чекинг материалдарының мазмұнына, сапалық жұмыстарының мәніне, сапасына ғылыми сараптама жасалды.

Түйін сөздер: ақпарат агенттіктері, факт-чекинг, жалған ақпарат, мессенджер, медиа сауаттылық, верификация, жасанды интеллект.

S. Kultayeva¹, R. Zhaxylykbayeva^{1*}, O.Ya. Kim²,
G. Tileuzhanova¹, E. Auyezova³

¹Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

²Ablai khan KazUIR&WL, Almaty, Kazakhstan

³Turan University, Almaty, Kazakhstan

*e-mail: rimmazhak75@gmail.com

Features of Fact-Checking in News Agencies in Kazakhstan and Abroad

News agencies play an important role in the media space. They are the first to deliver information, which is disseminated only after going through a complex verification process, which is why the audience trusts the agencies. While general trust in the media is declining, and fake news, deepfakes, and disinformation aimed at a specific personal goal are spreading, news agencies are at the forefront of the fight against these trends.

The purpose of the research is to conduct a content and structural analysis of fact-checking materials from news agencies, to review and determine the significance of fact-checking initiatives.

The scientific significance of the research work was aimed at analyzing the activities of the fact-check.kz, stopfake.kz projects. The article showed that fact-checkers can use various tools and programs in their work, such programs help to identify statements that have grounds for verification, search for all related data in social networks, identify the author of any material.

The research methodology of the article considers the content and structure of fact-checking materials from Kazinform and Reuters agencies, based on a comparative analysis, and determines their significance in the current media space.

The study assessed the consequences of the increasing amount of fake news and disinformation that has become commonplace, and discussed the importance of verifying factual information in the media space.

The practical significance of the scientific work was examined through the content and structure of the material of fact-check.kz, which regularly engages in fact-checking in the media.

Materials and methods: content analysis, comparative analysis, and literature review methods were used in the study.

The article reviews articles that examine the features and effectiveness of the fact-checking process, general fact-checking projects, and analyzes the content of fact-checking materials from Kazinform and Reuters agencies.

Keywords: news agencies, fact-checking, fake information, messenger, media literacy, verification, artificial intelligence.

С. Култаева¹, Р. Жаксылыкбаева^{1*}, О.Я. Ким²,
Г. Тилеужанова¹, Э. Ауезова³

¹Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

²КазУМОиМЯ им. Абылай хана, Алматы, Казахстан

³Университет «Туран», Алматы, Казахстан

*e-mail: rimmazhak75@gmail.com

Особенности фактчекинга в новостных агентствах Казахстана и зарубежья

Информационные агентства играют важную роль в медиaprостранстве. Они первыми предоставляют информацию, которая распространяется только после сложной процедуры верификации, поэтому уровень доверия аудитории к агентствам высокий. Профессиональная подготовка и опыт журналистов агентств сегодня востребованы в важных проектах по проверке фактов. В условиях снижения общего доверия к СМИ и журналистам, а также распространения фейковых новостей, дипфейков и дезинформации, направленной на достижение конкретных личных целей, информационные агентства находятся на передовой борьбы с этими тенденциями.

Целью исследования является проведение тематического, содержательного и структурного анализа фактчекинговых материалов информационных агентств, рассмотрение и определение значимости инициатив по фактчекингу. В качестве метода исследования анализируется воздействие и эффективность фактчекинговых материалов на аудиторию, а также делаются научные выводы.

Научно-практическая значимость исследования заключалась в анализе деятельности проектов fact-check.kz, stopfake.kz и выявлении темы медиаграмотности в целом. В статье показано, что фактчекеры могут использовать в своей работе различные инструменты и программы, такие программы помогают выявлять утверждения, имеющие основания для проверки, осуществлять

поиск всех связанных с ними данных в социальных сетях, идентифицировать автора любого материала, определять уровень авторитетности источника информации. Также были проанализированы автоматические системы и материалы фактчекинга, связанные с темой проверки, и проведен обзор данных.

Методология исследования статьи учитывает тематику, содержание и структуру фактчекинговых материалов агентств «Казинформ» и «Рейтер» на основе сравнительного анализа и определяет их значимость в современном медиапространстве.

В исследовании оцениваются последствия растущего объема фейковых новостей, дезинформации, дипфейков и контента, создаваемого искусственным интеллектом, которые стали обычным явлением, обсуждается важность проверки фактической информации в медиапространстве.

Практическая значимость научной работы исследовалась через содержание и структуру материала fact-check.kz, регулярно занимающегося фактчекингом в отечественных СМИ.

Материалы и методы: в исследовании использовались методы контент-анализа, сравнительного анализа и обзора литературы.

В статье рассматриваются статьи, исследующие особенности и эффективность общего процесса фактчекинга, а также фактчекинговые проекты и инициативы, анализируется содержание фактчекинговых материалов агентств «Казинформ» и «Рейтер».

Ключевые слова: новостные агентства, фактчекинг, фейковая информация, мессенджер, медиаграмотность, верификация, искусственный интеллект.

Кіріспе

Қазақстанда факт-чекінг тақырыбы пандемиядан бергі жылдары зерттеле бастады. Дегенмен әзірге зерттеулер санаулы, басым бөлігі fact-check.kz, stopfake.kz жобаларының қызметін саралауға және жалпы медиасауаттылық тақырыбына арналған. Жалған ақпарат, дезинформация, дипфейк қалыпты нәрсеге айналған, жасанды интеллект арқылы жасалған контент саны артып, шынайы мен жасандыны айыру қиындай түскен қазіргі медиакеңістік жағдайында ақпаратты тексеру маңызы артты. Бірақ отандық медиада факт-чекінгпен тұрақты түрде тек fact-check.kz айналысады, ең ірі медиа ұйымдар факт-чекінг материалдарын оқиға, жағдай өте үлкен резонанс тудырған кезде ғана дайындайды. Халықтың медиасауаттылығы бағытындағы шаралардың бірі – осы факт-чекінг материалдарының санын арттыру болмақ. Ол үшін факт-чекінг материалының мазмұны мен құрылымымен таныс болып, факт-чекінгпен айналысатын редактор, журналист өз жұмысында сүйенетін қағидаларды түсіну қажет.

Мақалада ҚазАқпарат және Рейтерс агенттіктерінің факт-чекінг материалдарының тақырыбына, мазмұнына, құрылымына салыстырмалы сараптама беріліп, медиа кеңістіктің маңызды, ықпалды ойыншысы ретінде ақпарат агенттіктерінің факт-чекінг жобалары мен бастамаларына, сондай-ақ факт-чекінг материалының тиімділігі мен аудиторияға ықпалына қатысты мәселелерге шолу жасалды.

«Факт-чекінг» және «факт-чекер» ұғымдары алғаш 1930 жылдары қолданыла бастады.

Факт-чекінг жобалары оқырмандардың жаңа феномендерді, таңсық жағдайларды (мысалы, әр түрлі ауруларға, вирустарға қатысты), енді танымал бола бастаған тұлғаларды (саяси, бизнес, т.б.) түсінуіне, ол туралы барынша нақты пікір қалыптастыруына септігін тигізеді.

Факт-чекінгтің екі түрі бар. Біріншісі, ішкі немесе редакциялық факт-чекінг, яғни қандай да бір ақпаратты жарияламас бұрын журналист, редактор немесе арнайы факт-чекінг бөлімінің қызметкері ақпаратта қамтылған барлық фактілерді тексеріп, қажет болған жағдайда түзетулер енгізеді. Арнайы факт-чекінг бөлімдері өткен ғасырда беделді, танымал редакциялардың басым көпшілігінде болды. Шапиро және т.б. зерттеушілердің еңбектеріне (Sharifo, 1990) сүйенетін болсақ, 1980 жылдары Солтүстік Америкада апталық басылымдарда үш-төрт корреспондентке бір факт-чекер (зерттеуші немесе редактор) келетін. Журнал басылымдарында факт-чекерлер өздері тексеру, зерттеу жүргізіп, жетіспейтін мәліметтерді қосып отыратын. Өкінішке орай, қазір жағдай өзгерді: редакциялардың экономикалық, қаржылық жағдайы және ақпаратты ұсыну процесі жеделдігінің артуы мұндай бөлімді тұрақты түрде қамтамасыз етуге әрдайым мүмкіндік бере бермейді, сондықтан редакторлар қажет кезде сырттан факт-чекерлерді тартуға немесе фактілерді толық емес, таңдап тексеруге мәжбүр. Сандық медиа кеңістік жағдайында, бұған қоса, онлайн жарияланған ақпарат пен қарапайым адамдардан келіп түсетін ақпаратты жариялау, тексеру керек пе деген сұрақтар туындайды, яғни бар жауапкершілік редактор мен журналистердің өздеріне артылып отыр.

Дегенмен, жағдай қаншалықты қиын болса да, жаңалықтардың түрлі форматы мен стиліне байланысты редакциялық нормалар ерекшеленіп, редакциялардың басым көпшілігі фактіні тиянақты жеткізу міндет деген қағидамен келіседі.

Көп жағдайда адам, лауазым, жер атауларында қателіктер кетіп жатады, агенттік оны түзеп, материалда ескертеді. Мысалы, Рейтерс агенттігінің 2024 жылы 16 қыркүйекте жарияланған «Metals-rich Kazakhstan seeks niche in battery supply chain» мақаласын келтіруге болады: материалда министр тегінің жазылуы түзетілді: «This Sept. 13 has been corrected to fix the minister’s surname throughout, to Sharlapaev from Sharlapayev».

Факт-чекингтің екінші түрі сыртқы деп аталады және күннен-күнге жетіліп келе жатқан журналистиканың ерекше жанрын білдіреді. Бұл жанр көп жағдайда танымал адамның жасаған мәлімдемесін немесе соларға қатысты тарап үлгерген ақпаратты, яғни постфактум, тексеруге, шындыққа сай келетінін не келмейтінін анықтауға бағытталған. Соңғы 20-25 жылда онлайн кеңістікте жалған ақпараттың көбеюіне байланысты қарсы шара ретінде мұндай факт-чекинг жобаларының саны едәуір артты. Сыртқы факт-чекинг ғылым, мәдениет тақырыптарын қамти алады, дегенмен факт-чекерлер саясат тақырыбына көбірек назар аударатынын атап өткеніміз жөн. Мысалы, 2007 жылы өз қызметін бастаған ең ірі факт-чекинг жобаларының бірі PolitiFact бар назарын саяси, саясаткерлердің мәлімдемелерін (әсіресе сайлауалды науқан кезіндегі), саяси жарнамаларды тексеруге аударады, саясаткерлерді барынша нақты әрі сақ сөйлеуге итермелейді.

Әдебиеттерге шолу

Зерттеуші А. Гороховский де факт-чекингтің саясаттағы рөліне баса назар аудара отырып: «... фактчекинг – саяси айла-амалды, өзекті әлеуметтік тақырыпты көтеріп, өз мақсатында пайдалануды көздегендерді әшкерелеуге арналған тиімді құрал. Саясаткерлер мен шенеуніктердің нақты құзыретін көрсететін амал, ашық дерек көзінде нақтыланған терең зерттеуге арналған негіз, бұл өз кезегінде біреуге іш тарту және әділетсіз деп айыптауға жол бермейді», – деп атап өтеді (Гороховский, 2017).

Атап өтерлік тағы бір жоба – FactCheck.org сайтының SciCheck бөлімі. Бұл жоба мемлекеттік саясат пен қоғамдық пікірге әсер ету үшін

жасалған жалған және жаңылыстыратын тек қана ғылыми мәлімдемелерді, әсіресе вакцинация және климат өзгерісі тақырыптарына қатысты ақпаратты тексеруге бағытталған. Ол 2015 жылдың қаңтарында Стэнтон қорының грантымен іске қосылды.

Жалпы алар болсақ, Duke University Sanford School of Public Policy жүзеге асыратын The Reporters’ Lab орталығы факт-чекинг жобаларының датабазасын жинақтап, бақылайды. Олардың мәліметіне сүйенсек (сәуір, 2025), қазіргі таңда әлем бойынша 451 факт-чекинг жобалары белсенді. Олардың басым көпшілігі медиа ұйымдардың (телеарналар, газеттер, агенттіктер) жобалары.

Медиа жоба, тәуелсіз жоба болсын, факт-чекинг процесі кешенді әрі түрлі факторлардың ескерілуін талап етеді. Әр жобаның өз қағидасы, әдісі, мақсат, міндеті бар: журналистік бэкграунды бар жобалардың міндеті көп жағдайда негізгі демократиялық институттарды құру, саяси дағдарысқа жауап берумен айналысатын академия немесе азаматтық қоғам жобаларының мақсатынан өзгеше болады (Graves, 2018). Факт-чекинг жобаларының бағалау процесі мен нәтижелері басым көпшілігінде үқсас болғанымен ерекшелігі де бар. Мысалы, PolitiFact жобасының Truth-O-Meter шкаласы, The Washington Post басылымының The Fact Checker жобасының Пинноккио тесті бар. Факт-чекинг жобаларын түрлі қырынан қарауға болады. Мысалы, факт-чекинг процесі ешқашан аяқталмайды деген пікір бар, яғни жаңа фактілер пайда болғанда мәлімдемеге қатысты шешім өзгеруі мүмкін. Тағы бір пікір: тексеріліп жатқан мәлімдемеге қатысты барлық тараптың ұсынып отырған дәлелдері салмақты болуы мүмкін, кейде шешім шығару да болмауы мүмкін. Факт-чекинг жобалары қаншалықты тәуелсізбін десе де көп жағдайда бір тарапты (саяси партияны, қайраткерді) жақтауы, ақтауы мүмкін, сондықтан болар, кез-келген факт-чекинг материалының үкіміне қарсы пікір айтушылар табылады.

Бұл ретте тағы бір айта кететін нәрсе аудитория сеніміне байланысты. Зерттеуші Э.Торсон өз еңбегінде анықтағандай, респонденттер жаңалыққа бірінші сенім артады, содан кейін тексереді, дереккөздің сенімділігі верификацияға тікелей әсер етеді (Edgerly, Thorson, 2019). Оқырман ақпараттың шынайы (не жалған) екеніне сенімді болса, ешқандай әрекет жасамайды. Дегенмен, материалға өз верификациясын анықталған деректерді өзінің бастапқы пікірін дәлелдеу үшін

немесе күмән туғызған ақпаратқа қатысты мәселе түйінін табу үшін жүзеге асыруы мүмкін.

Инфодемия деген атауға ие болған ақпарат кеңістігіндегі қазіргі жағдайға дейін-ақ халықаралық ақпарат агенттіктері өз қызметіндегі верификация процесінің арқасында жалған ақпаратпен күрестің алдыңғы шебінен табылды. Аталмыш бағыттағы әр түрлі жүзеге асырылған шараларға толығырақ тоқталсақ.

Ең ірі деген ақпарат агенттіктері факт-чекінг жобаларын жүзеге асырады. Мысалы, The Associated Press агенттігінің AP Fact Check жобасы бар, материалдары әдетте Fact Focus деп басталады.

The Associated Press (AP) агенттігі 2017 жылы Knight Foundation қорынан \$245,000 көлемінде қаржыландыруға ие болып, арнайы факт-чекінг тобын құру, жергілікті аймақтық факт-чекерлермен тәжірибе алмасу, жергілікті жаңалықтарға факт-чекінг жүргізу нәтижелерін өзінің өнімдеріне, атап айтсақ, APNews.com және AP News app, интеграциялау сияқты шараларды жүзеге асырды (The Associated Press, 2017). Факт-чекінг материалдарын қолда бар барлық платформалар арқылы жеткізу барынша көп аудиторияны қамтуға көмектеседі.

Бұған дейін, 2016 жылы, Facebook компаниясының арнайы жобасы аясында Reuters, Agence France-Press сияқты өзге де ақпарат агенттіктерімен бірлесе әлеуметтік желіде таралған жалған ақпаратты анықтауды бастады: AP не өзге факт-чекінг ұйымы қандай да бір контенттің жалғандығын анықтаса, оны арнайы жалаушамен белгілеп, нәтиженің жалған екендігін түсіндіретін мақалаға сілтемемен сүйемелдейді. Агенттіктің АҚШ жаңалықтары бөлімінің вице-президенті Брайан Каровиллано (Brian Carovillano) түсіндіргендей, AP Интернеттегі фейк ньюс полициясына айналуы жоспарлап отырған жоқ, дегенмен мүмкін болғанда агенттік жалған ақпаратпен күресте табандылық танытады (The Associated Press, 2016). Сенімді ақпаратқа деген сұраныс жоғары кезеңде мұндай табандылықтың қажеттігі дау туғызбайды.

Agence France-Press агенттігінің де AFP Fact-Check жобасы бар, сол жобаға қатысты AFP Fact-Checking Stylebook нұсқаулығы бар, оның ішінде факт-чекінг материалдары қалай жазылу керектігі толықтай анықталған.

AFP агенттігі IFCN мүшесі болып табылады, сандық верификация бойынша бас редакторлары Париждегі кеңседе жұмыс атқарады. Гонконг, Вашингтон, Бейрут, Йоханнесбург, Монте-

видео қалаларында аймақтық редакторлары бар. Агенттік зерттеу үшін контентті редакциялық қызығушылық, контенттің қаншалықты кең таралып, қоғам талқылауына түскеніне байланысты таңдайды. Агенттік адамдардың денсаулығы мен өміріне қауіп төндіретін, демократиялық процестерге залал келтіретін, нәсілшілдік пен жек көрушілік мәлімдемелерге негізделген жалған ақпаратқа баса назар аударады.

AFP агенттігі 2017 жылы жүзеге асырылған, 37 редакция қатысқан CrossCheck жобасына редакторлық жетекшілік етті. Қандай да бір контентті тексеруге байланысты шешім қабылданғанда жоба редакторларының бірі бекітіліп, верификация немесе факт-чекінг жұмысының есебі Check платформасында барлық серіктестер назарына ұсынылды. Жұмыс аяқталғанда барлығына Slack жүйесінде хабарлама жіберіліп, дебанкты, яғни зерттеу нәтижелерін қалай түсіндіруге және жіктеуге болатыны жөнінде талқылау жүргізілді. Зерттеу есебіне екі немесе одан көп серіктес қол қойғанда AFP мақала жариялады. Жоба аяқталғанға дейін француз және ағылшын тілдерінде осындай 64 мақала жарияланды.

Әрбір есеп келесі белгілермен жарияланды: «Шын», «Жалған», «Сақтық», «Дәлелдер жеткіліксіз» және «Назар аудар». Егер оқиға жалған болса, оқырмандарға «жалған жаңалықтар» мәселесінде оның жиі сипатталғанынан гөрі көбірек нюанс бар екенін түсінуге барынша көмек көрсетілді: оқиғаның қалай жалған екені, айламен қолданылған, ойдан шығарылған, қате сипатталған, жаңылыстыратын, қате хабарланған немесе сатира екені түсіндірілді (First Draft, 2020). Бұдан факт-чекінгтің қызметі ақпараттың жалған екенін дәлелдеумен ғана шектелмейтінін, аудиторияның медиасауаттылығын арттыруға үлес қосатынын түсінуге болады.

Зерттеу материалдары мен әдістері

Зерттеу материалдары ретінде заманауи цифрлық тексеру құралдары қолданылды. Негізгі ғылыми бағытқа InVID-WeVerify плагині қарастырылды. Жұмыста осы плагиннің негізгі әдістері: метадеректерді тексеру, геолокацияны іздеу және видео үзінділер бойынша талдау жасалады. Бұл материалдар журналистердің негізгі ақпарат көздерін тауып, фотосурет пен видеолардың шынайылығын анықтауда қалай әрекет ететінін зерттеуге мүмкіндік береді.

AFP агенттігі – бұдан өзге, InVID-WeVerify атты верификация плагинінің авторларының

бірі. Плагин веб-сайттар мен әлеуметтік желілерде табылған фото, бейнелердің шынайылығын, егер өңделген болса қалай өңделгенін, сондай-ақ метадатасы мен геолокациясын анықтап, бейнелерді фрагменттерге бөліп, түпнұсқасын табады. Плагин ақпараттың алғашқы дереккөзін барлық жағдайда нақты анықтай бермеуі мүмкін, бірақ негізгі факт-чекинг бағдарламаларының функциясын біріктіргендіктен журналистерге ақпаратпен, әсіресе фото, бейне материалмен жұмыс істеуде бағыт-бағдар береді.

AFP 2020 жылдан бері неміс тілінде де факт-чекингпен айналысады. Агенттіктің Берлин мен Венада орналасқан төрт неміс тілді тілшісі факт-чекингті жүзеге асырып, жұмыстары жоғары бағалануда. 2023 жылы Германияның Гримме институты елдегі факт-чекинг ұйымдарына салыстырмалы зерттеу жүргізіп, AFP сандық верификация қызметінің сапасын ерекше атап өтті: «Олар (AFP факт-чекингі) жақсы дәлелденген және негізінен өздерінің верификация жұмыстарына, сондай-ақ мекемелер мен сарапшыларға тікелей қойылған сұрақтарға негізделген» (The Agence France Press, 2023). Бұл әр факт-чекинг жобасының ақпаратты тексеру процесі мен ұсыну форматына қатысты өз ерекшелігі бар екендігін есімізге салады.

Германияның ең ірі ақпарат агенттігі dpa (Deutsche Presse-Agentur) агенттігі де факт-чекингпен айналысады. Оқырмандар агенттікпен whatsapp желісі арқылы да, арнайы электронды почта арқылы да хабарласып, фактілердің шынайылығын тексеруге өтініш бере алады.

Германия мен Австриядағы жетекші факт-чекинг ұйымдар алғаш рет бірлесіп жұмыс істеп жатыр: Deutsche Presse-Agentur (dpa), Agence France Press (AFP), Austria Presse Agentur (APA) және Correctiv тәуелсіз зерттеу желісі (DPA, 2023). Қаржылай және кадрлық ресурстар тапшылығы кезінде медиа ұйымдардың факт-чекингті бірлесіп жүзеге асыруы тиімді болуы мүмкін, әсіресе зерттеу тақырыбы бір елдің аймағымен шектелмеген жағдайда.

Reuters агенттігі Халықаралық факт-чекинг желісінің (International Fact-Checking Network, IFCN) мүшесі және сол желінің бейтараптық, әділдік, дереккөздер ашықтығы сияқты талаптарға негізделген кодексіне сүйенеді.

Reuters агенттігінің өзінің факт-чекинг бөлімі (Reuters Fact Check) бар. Бұл бөлімнің басты мақсаты – әлеуметтік желілердегі визуалды материалдар мен тұжырымдардағы фактілерді тексеру. Факт-чекингті жүзеге асырушылар өз

зерттеулерінің нәтижелерін Reuters.com веб-сайтында жариялайды. Агенттік тұтынушылары жаңа зерттеулерге қатысты ұсыныстарын, жасалған зерттеулерге қатысты ой-пікірлері мен сауалдарын (мысалы, факт-чек материалында қателіктер бар болса) арнайы электронды почтаға жібере алады.

Факт-чекинг процесі мен қағидаларын түсіну мақсатында зерттеу аясында ҚазАқпарат және Рейтерс агенттігі факт-чекинг бөлімі дайындап, жариялаған материалдарға шолу жасалды. Мақалада fact-check.kz, stopfake.kz жобаларын AFP, ТАСС және Интерфакс агенттіктерінің жұмысын салыстырмалы талдау әдістері ретінде қолдана отырып, біз олардың фактчекингке ұстанатын тәсілдерін зерттейміз. Негізгі әдіс – мамандарға сұрау салу арқылы фактілер, сандар және цитаттарды тексеру. Бұл кәсіби стандарттарды анықтау және ақпаратты тексерудегі тәсілдерді айқындау үшін қажет. 2023 жылы «Facts against Fakes» жобасы жүзеге асырыла бастады. Жоба авторлары хабарлағандай, жаңа факт-чекинг платформасы адамдар үшін веб-кеңістіктегі жалған тұжырымдар мен дезинформация компанияларын анықтауды жеңілдетеді.

Қазақстан нарығын талдау үшін кейс-стади әдісі қолданылды. Kazinform Қазақстан мен Орталық Азия медиалары арасында өзіндік қайталанбас ерекше орын алатындығын ескере отырып, нақты мысалға Kazinform агенттігінің 2021–2025 жылдар аралығындағы материалдарында «фейк» деген белгілері бар жарияланымдарға айрықша көңіл бөлінді. Контент-талдау әдісі арқылы саясат, ғылым, мәдениет сияқты әр түрлі тақырыптардағы ақпаратты қалай тексеретіні анықталды. Салыстырмалы түрде Рейтерс агенттігінің фото-бейне материалдарындағы жалған ақпаратты алғаш кім таратқанын анықтауға тырыстық.

Нәтижелер мен талқылаулар

Факт-чекинг мәселесіне Ресейлік медиа да көп көңіл бөледі. 2020 жылы ТАСС және Интерфакс агенттіктері Яндекс. Дзен жобасының серіктесі атанды. Жоба мәні – платформада жарияланатын материалдардағы фактілерді тексеру бағдарламасын тестілеу. Серіктестердің міндеті – блогерлердің публикацияларын жалған, қате болуы мүмкін деген деректерге тексеру, платформаға факт-чекинг бойынша жұмысты жүйелі түрде жетілдіруге көмектесу.

«Біз келіп түсіп жатқан барлық жаңалық ақпаратын үздіксіз тексереміз, «Интерфакс» сапалы экспертизасының арқасында бүкіл әлемге танымал, бізге сенеді, біздің ақпаратты шешім қабылдау барысында қолданады. Ақпарат сапасына қойылатын жоғары талаптар – декларативті құндылықтар емес, біздің жұмысымыздың негізі. «Интерфакс» IT-жүйелерінің бүгінгі мүмкіндіктері бізге фейктерді анықтап, олардың таралу алаңын қадағалап қана қоймай, оған бөгет болуға да мүмкіндік береді», – деп мәлімдеді «Интерфакс» тобының бас директорының бірінші орынбасары Алексей Горшков (Interfax, 2020). Жоба ұйымдастырушылары атап өткендей, фактчекерлерге тексеруге платформада тез тарап жатқан жарияланымдар, сенімсіз ақпарат ретінде қолданушылардан көп шағым түседі.

Фактчекерлер блогердің жеке пікірін, өз тәжірибесін сипаттауын, сондай-ақ, көркем қиял мен сатира жанрындағы мақалаларды тексермейді. Сенімді дереккөздегі ақпаратпен салыстыруға болатын факті, сан, цитата мен өзге де мәлімет көрсетілген мақалалар тексеріледі.

2021 жылы агенттіктер фактчекінг қызметін кеңейтті: ТАСС және Интерфакс интернетте сенімсіз әлеуметтік маңызы бар ақпараттың таралуына қарсы күрес жобасының қатысушысы болды. Жоба аясында агенттіктер ірі коммуникациялық интернет-порталдарының сұранысы бойынша фактілерді тексеретін ұйым ретінде әрекет етті. Ресейдің жетекші бұқаралық ақпарат құралдары, соның ішінде РБК, МИК Известия және Ведомости де фактчекерлер қатарына енді.

Қазақстандық ақпарат агенттіктері арнайы факт-чекінг жобаларын жүзеге асырмайды, дегенмен жалған ақпарат кеңінен тарап жатса, сол ақпараттың жалған екені туралы материал жариялап, аудиториясына ескертуге тырысады. Мысалы, ҚазАқпарат агенттігі мұндай материалдарды «фейк» тегімен ұсынады.

ҚазАқпарат агенттігі 2021 жылы ҚР Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі (АҚДМ) бастамасымен құрылған stopfake.kz факт-чекінг ресурсымен бірлесіп факт-чекінг материалдарын 2021-22 жылдары тұрақты түрде шығарып тұрды. Мысалы, «COVID-19-ды лидокаин және физиологиялық ерітіндімен емдеуге болады» – фейк» атты материал: «Әлеуметтік желіде коронавирус инфекциясын емдеу схемасы таратылуда. Оған сенсек, науқастарға физиологиялық ерітінді мен лидокаин қоспасымен ингаляция жасау қажет. Алайда, stopfake.kz сайтының

жазуынша бұл әдіс вирустық аурулармен күресте тиімді емес,- деп хабарлайды ҚазАқпарат. Қарағанды медицина университеті ішкі аурулар кафедрасының қауымдастырылған профессоры, PhD докторы Александр Марченко мұндай емдеу жолы COVID-19 жағдайында уақытты босқа жоғалтуға әкелуі мүмкін. Коронавирус кезінде уақыт шешуші фактор болуы ықтимал» (KazInform, 2022).

Тағы бір мысал – «Ревакцинациядан кейін адамдар «омикрон» штамын жұқтырады» – фейк» атты материал: «Кейбір әлеуметтік желілерде COVID-19-ға қарсы ревакцинациядан өтпеуге шақырған хабарламалар таратылуда. Айтылуынша, бустерлік вакцина алғандардың барлығы SARS-CoV-2 коронавирусының «омикрон» нұсқасын жұқтырады. ҚазАқпарат stopfake.kz сайтына сілтеме жасап хабарлауынша, бұл мәлімдеме толығымен негізсіз және ғылыми мәліметтерге қайшы келеді» (KazInform, 2022).

Агенттік өз зерттеулерін де жариялады. Мысалы, 2021 жылдың 21 сәуірінде ҚазАқпараттың телеграм парақшасында келесідей ақпарат берілді: «Вакцинациядан бас тартқаны үшін айыппұл салынады – фейк. Telegram мессенджерінде қазақстандықтар бір-бірін COVID-19 қарсы вакцинациядан бас тартқаны үшін айыппұл салынатыны туралы ескертуде. Мұндай шаралар ағымдағы жылдың соңында қабылдана бастайды екен. ҚР Денсаулық сақтау министрлігі мәжбүрлі вакцинация және одан бас тартқаны үшін айыппұлдар салынатыны туралы ақпаратты жоққа шығарды».

Дегенмен, қазіргі таңда stopfake.kz сайты өз жұмысын тоқтатты, ал агенттіктің факт-чекінг материалдарының саны азайды. Соңғы факт-чекінг материалдары соғыс тақырыбына қатысты болды: 2025 жылдың 24-қыркүйек күні жарияланған «Ресейлік кеден органы қазақстандық ұшқышсыз ұшу аппаратын ұстады – фейк» атты материалда кедендегі жағдай туралы ақпарат жоққа шығарылады: «Мемлекеттік кірістер комитеті дерегінше, 22 қыркүйекте бірқатар ресейлік БАҚ-та ресейлік кеден органдарының Қазақстан республикасынан әкелу кезінде ұшқышсыз ұшу аппараттарын (ҰҰА) ұстағаны туралы ақпарат жарияланған. Мемлекеттік кірістер комитетінің хабарлауынша, бұл дерек шындыққа жанаспайды және оқиғаның нақты мән-жайы көрсетілмеген» (KazInform, 2025).

Тағы бір материал «СІМ: Газа тұрғындарының Қазақстанға көшірілетіні – фейк» атты

тақырыппен 2025 жылдың 23-маусым күні жарияланды: «Сыртқы істер министрлігінің ресми өкілі Айбек Смадияров соғыс ошағына айналған Газаның тұрғындары Қазақстанға көшірілетіні туралы мәліметтерді фейк деп атады.

– Бұл анық әрі өрескел фэйк. Шындыққа жаспайды. Мұндай ақпаратты кімдер тарататынын білмеймін, бірақ біреуге тиімді деген сөз, – деді ол ведомствоның кезекті баспасөз мәслихатында» (KazInform, 2025).

Сонымен қатар мемлекет тарапынан әлеуметтік көмек туралы да жалған ақпарат көп таралады, сондай ақпараттың бірі «1949-2010 жылдар аралығында туған Қазақстан азаматтарына 70 000 теңге аударылады – фейк» атты материалда жоққа шығарылды: «1949-2010 жылдар аралығында туған Қазақстан азаматтарына 70 000 теңге аударылатыны туралы әлеуметтік желілер мен мессенджерлерде таратылып жатқан ақпарат шындыққа жанаспайды. Бұл туралы Еңбек және әлеуметтік қорғау министрлігі мәлім етті» (KazInform, 2025).

Бұл материалдардан агенттік көп жағдайда, біріншіден, деректерді тексеру үшін мемлекеттік органдарға жүгінетінін, екіншіден, ақпаратты бір ғана дереккөз арқылы тексеретінін байқауға болады.

Kazinform Қазақстан мен Орталық Азия медиалары арасында өзіндік қайталанбас ерекше орын алады. Осы тұста Kazinformның медиа-жоспарына қысқаша тоқталып өтсек. Ең алдымен, редакциялық күнтізбе жасалады, саяси, мәдени және экономикалық оқиғалармен үйлестіру жүргізіледі, басым тақырыптар таңдалады. Әр тоқсан мен бір айға жоспар мына ұстаным бойынша жасалады: маңызды даталар мен оқиғалар, ақпарат таратуды талап ететін мемлекет жоспарлаған заңнамалық және құқықтық өзгерістер белгіленеді. Мәселен, Президентті, Парламент депутаттарын сайлау, референдумдар, Мемлекет басшысының шетелге сапарлары, халықаралық кездесулер, сондай-ақ Олимпиада, экономикалық форумдар, Дүниежүзілік көшпенділер ойындары, Президент Жолдауы мен басқа да маңызды іс-шаралар бар.

Апталық жоспар елдегі және жаһандық оқиғалардың күн тәртібіне қарай құрылып, оқырман аудиториясына қызықты тақырыптарды ескере отырып, өзекті мәселенің барлығы егжей-тегжейлі талқыланады. Тиісті тақырыптар талқыланғаннан кейін, редакция оны өз бөлімдеріне тапсырады. Атап айтқанда, бас кеңсе Астанада орналасқан, ал Қазақстанның қалаларында және

шетелде меншікті тілшілер, сараптама бөлімі мен мультимедиалық контент жасайтын қызмет бар. Сондай-ақ, көптеген тақырыпты продюсер қамтиды. Оның құзыретінде сұхбат ұйымдастыру үшін маңызды спикерлерді табу кіреді.

Жақында агенттіктің «Дерекқор» жобасы іске қосылды, онда саясат, экономика, бизнес, ғылым, мәдениет сияқты түрлі салаларда еліміздің дамуына әсер еткен танымал қазақстандықтар туралы өмірбаян мен қызықты мәлімет жинақталған. «Дерекқор» айдарында кейіпкерлер жайында фактілер, жетістіктер, мансабы мен өміріндегі маңызды сәттер, сондай-ақ оларға қатысты фотосуреттер мен жаңалықтар, әлеуметтік желілердегі профильдерге сілтемелер бар. Барлық ақпарат факт-чекингтен өтеді және қазақстандық ақпараттық сегменттегі ең толық және тексерілген дерек саналады (Kazinform. Шынайы хроника. 2025).

Kazinform-да баға индекстері туралы айдарда әр жолы белгілі бір өнім (азық-түлік, жеміс-жидек, ет өнімдері) немесе қызмет (шаштараз қызметі, көлікті техникалық тексеру, тазалау және т.б.) туралы ақпарат жинақталып, өңірлерде тіркелген бағаларға шолу жасалады. Мәселен, Қазақстанда картоп тапшылығы туындап, кәсіпкерлер бағаны жасанды түрде көтерген кезде дайындалған шолу материалы оқырмандардың назарын аударды. Бұл айдардағы басқа да мақалалар көп оқылып жатады. Талдау көрсеткендей, 2025 жылы қаралым жағынан топ-10 материал тізіміне әлеуметтік маңызы бар азық-түлік тауарлары мен жанар-жағармай бағасына арналған екі мақала кірді: 241,5 мың және тиісінше 178,8 мың қаралым (Яндекс метрика) (Kazinform. Шынайы хроника. 2025).

Kazinform таспасының басқа ақпарат агенттіктерінен басты айырмашылығы институционалдық миссиясы бар медиа-ресурс ретінде мемлекет екіпін қойған басымдықтар жөнінде хабар таратып, ел имиджін нығайтады және терең әрі ресми талдаулар ұсынады. Сондай-ақ Kazinformның күші кеңінен қамтыған өңірлік және халықаралық тілшілер қосынында, көп тілде ақпарат таратуында және сараптамалық материалдарды көпшілік назарына ұсынуында. Сенімсіз, күмәнді материалдар, ұсақ-түйек тақырыптар немесе жеке адамдар мен ұйымдардың пиары кездеспейді. Агенттік ешкімнің мүддесін қолдамайды, хайп немесе дүрбелең жасамайды, тек шынайы дерекке сүйенген ақпаратқа ғана екіпін қойылады. Агенттік мәтін форматындағы материалдарды, WhatsApp және Telegram сияқты мес-

сенджерлер арқылы тараған ақпаратты көбірек зерттейді.

Түрлі төтенше жағдайларға көңіл бөле отырып, агенттік журналистері объективтілік ұстанымын сақтап, ресми хабарлардан тыс журналистік ізденіспен айналысуға тырысады. Мәселен, Талғарда қылмыскерлер жасөспірімді өлтіріп кеткен кезде, өңірлік тілші мен фотограф ресми брифингімен шектелмей, оқиға орнына барып үлгерді. Онда жергілікті тұрғындармен тілдесіп, құзырлы органдарға сауал жолдап, облыстағы қылмыстық ахуалға талдау жасады (KazInform, 2024). Кәсіби журналистиканы ерекше ететін кеңседегі емес, оқиға орнындағы жұмыс, ол кезде нақты ахуалды көрсетуге мүмкіндік болады. Бұл өз кезегінде ақпаратқа сенімді нығайтады, өйткені мұндай жағдайларда жалған ақпаратты жаппай тарату мен түрлі манипуляциялар болатыны анық.

Бұл ретте тағы бір оқиғадан мысал келтірген жөн. Ақтау маңында Әзербайжанның ұшағы апатқа ұшырағанда, қайғылы оқиға орнына Kazinform тілшісі жылдам барып, сол жерден эксклюзивті бейнематериалдар жіберді. Осы видеоны агенттіктің Telegram арнасы жариялады. Бұл бірегей контентті пайдалануға алдын ала рұқсат алған көптеген әлемдік ақпарат агенттіктері үшін аталған материалдар негізгі дереккөз болды (Kazinform. Шынайы хроника. 2025).

Ал Рейтерс агенттігі негізінен фото-бейне материалдарды тексереді, өз факт-чекінг материалдарында, көп жағдайда, жалған ақпаратты алғаш кім таратқанын анықтауға тырысады, жалған ақпаратқа негіз болған шынайы фактілерді іздейді. Визуалды материалдарды тексеруге Google Maps, Google Street View сияқты құралдарды қолданады. Мысалы, 2025 жылдың 15 мамыр күні жарық көрген Пәкістан портындағы жарылыс деп көрсетілген бейненің іс жүзінде Филадельфиядағы ұшақ апатының орны екені анықталған материалда «The video shared on social media miscaptioned as the Karachi port can be matched with aerial footage of the aftermath of the Philadelphia plane crash published on WBFF Fox45 Baltimore's YouTube channel as well as with 2022 Google Street View images» (Reuters, 2025).

Жалған ақпарат таралу ауқымын көрсету мақсатында ол ақпарат қандай әлеуметтік желіде қанша қаралым жинағанын да көрсетеді. Мысалы, британ үкіметі £11 млн. қаржыны Сирияның жана үкіметіне емес, гуманитарлық көмекке бергені туралы материалда жалған ақпараттың X желісінде 1.3 млн. рет қаралғаны, Facebook

желісінде 600 рет таратылғаны туралы айтылады: «A post on X published the next day and viewed more than 1.3 million times said the government was directly funding militant Islam and an identical post that surfaced on Facebook on May 1 was shared more than 600 times» (Reuters, 2025).

Агенттік факт-чекерлері жасанды интеллект арқылы жасалған материалдарға да жиі тап болып отырады. Мысалы, 2025 жылдың 16-қаңтар күні жарияланған Лос Анжелестегі өрт туралы материалда тексерілген бейненің алғашқы нұсқасы «#aiart» хэштегімен жарияланғаны анықталды: «The earliest iteration of the video was published on Jan. 9 by an Instagram account alongside the hashtag “#aiart”» (Reuters, 2025).

Материалда, сонымен қатар бейненің жасанды интеллект арқылы жасалғанын растаған үш маман (J. Rosenbaum, Siwei Lyu, James O'Brien) пікірі де келтіріледі.

Батыс медиакеністігінде сатиралық жанрындағы материалдар кеңінен жарияланады. Мұндай материалдар кейін түрлі манипуляция мен дезинформацияға арқау бола алады. Мысалы, Колумбия Университеті президентінің ұлтшылдық сарында сәлемдесу көрсеткені туралы материалда агенттік факт-чекерлері бұл ақпараттың алғаш рет сатиралық басылымда жарық көргенін анықтады: «...the altered image appeared with an article on the Babylon Bee website titled, «Oops: Columbia University President Accidentally Gives Nazi Salute When Being Sworn In For Congressional Testimony».

The Babylon Bee calls itself «the world's best satire site» and the bio for the outlet's official X account also states: «Fake news you can trust» (Reuters, 2025).

Сатиралық материал да, оны шынайы ақпарат деп таратқандар да Араб-Израиль қақтығысы туралы медиа кеңістіктегі талқылауды қыздыруға бағытталған деген болжам жасауға болады. Бұл рас болса, агенттік факт-чекерлері өз материалымен оқырмандардың жағдайды түсінуіне елеулі болса да өз үлесін қосты.

Факт-чекінг материалдары саясат, ғылым, мәдениет сияқты әр түрлі тақырыптарға арналады. Қоғамдық тәртіп, табиғи апаттар мен төтенше жағдайлар, өнер, спорт жұлдыздарына қатысты ақпарат тексерілгенімен, материалдардың басым көпшілігі саясат тақырыбына (Араб-Израиль қақтығысы, Украинадағы жағдай, Үндістан мен Пәкістан шекарасындағы жағдай, Д.Т.рампа және т.б. саясаткерлерге қатысты ақпарат, т.б.) арналады.

Айта кетерлік жайт, ҚазАқпарат агенттігі материалдарын бірден «Фейк» не «Жалған» сөздерінен бастаса, Рейтерс өз материалдарын бірінші жағдайды түсіндіріп, зерттеп, соңында ғана «Үкім» («Verdict») шығарып, қорытынды жасайды. Үкім де материал мазмұнына байланысты түрлі болуы мүмкін, мысалы:

- False (қате, жалған)
- Missing context (контекст ұсынылмаған)
- Miscaptioned (дұрыс сипатталмаған)
- Misleading (жаңылыстыратын)
- No evidence (дәлел жоқ)
- Altered (өзгертілген)
- Synthetic media (жасанды медиа)
- Satire (сатира).

Мысалы, Сирия президентінің Ұлыбританияға сапар шегетіні туралы X желісінде таралған мәтіндік ақпарат жоққа шығарылған материалда үкім «Жалған» деп берілді: «VERDICT: False. The UK government says there are no plans for Syria's interim president to visit Britain» (Reuters, 2025).

Ал Газа аумағына әуеден жіберілген көмек ретінде көрсетілген, бірақ тексеру нәтижесінде Қытай мен Мысырдың бірлескен әскери жаттығуларының бейнекадрлары екені анықталған ақпарат туралы материалда үкім «Дұрыс сипатталмаған» деп берілді: «VERDICT. Miscaptioned. The video shows a joint military exercise in Egypt, not the Chinese military air-dropping aid for Gaza» (Reuters, 2025).

Қорыта келсек, материалдардың барлығы ақпараттың жалған екенін дәлелдеген, дегенмен, жалған ақпараттың да бір-бірінен (елеулі болмаса да) айырмашылығы бар. Ақпарат дәлелсіз, түсініктемесіз ұсынылуы мүмкін, немесе толықтай қиялдан туып, техникалық (оның ішінде ЖИ (жасанды интеллект)) мүмкіндіктер арқылы жасалуы мүмкін, сондай-ақ, ескі ақпарат өзекті ақпарат ретінде ұсынылуы, сатира жанрындағы ақпарат шындық ретінде ұсынылуы мүмкін. Факт-чекерлер кез-келген ақпаратты толыққанды зерттеу арқылы оқырманды да кез-келген ақпаратқа сыни көзбен қарауға үйретіп, үндейді.

Агенттіктерге деген сенім жоғары болғандықтан атаулары фейк ақпаратта қолданылуы мүмкін. Мысалы, мұндай жағдай Интерфакс тәжірибесінде орын алды. Төменде агенттік өзінің Telegram арнасында (25 шілде, 2025 ж): «Бірқатар БАҚ «Интерфакс» агенттігінің атынан Сочидегі балалар лагерлері түнгі үшқышсыз ұшақтардың шабуылынан кейін көшуге дайындалып жатқаны» туралы ақпаратты жариялады.

Бұл жаңалыққа Интерфакстың еш қатысы жоқ. «Интерфакстың атынан Сочидегі балалар лагерлерінің түнгі үшқышсыз шабуылдардан кейін көшуге дайындалып жатқаны туралы тараған ақпараты жалған. Агенттіктің басылымдары мұндай жаңалықты жариялаған жоқ. Агенттік жариялаған ақпараттың барлығы мұқият тексеруден өтетінін атап өткім келеді», – деді Интерфакс бас директорының бірінші орынбасары Алексей Горшков.

Мұндай жағдайлардың алдын-алу мүмкін емес, дегенмен кем дегенде ЖИ арқылы жасалған ақпаратты белгілі бір деңгейде анықтап, таралуын қадағалауға болады. 3 мыңнан астам мүшесі, оның ішінде Reuters, Associated Press, Agence France Press агенттіктері бар The Content Authenticity Initiative жобасы және The Coalition for Content Provenance and Authenticity жобасы бірігіп Content Credentials жүйесін құрды. Бұл жүйе аясында медиа ұйымдар өздерінің түсірген суреттеріне сутаңба мен метадата қосып, ЖИ арқылы өңделген жағдайда бірден анықтай алады.

Факт-чекерлер процесі кешенді әрі технология дамуымен қатар өзгерістерге ұшырап, жетілдірілуде. Факт-чекерлер өз жұмыс сатысында әр түрлі құралды, бағдарламаны қолдана алады. Мұндай бағдарламалар тексеруге негіз бар мәлімдемелерді анықтауға, оларға қатысты барлық деректерді әлеуметтік желіде іздеуге, кез-келген материалдың авторын анықтауға, ақпарат көзі беделінің (репутациясы) деңгейін анықтауға көмектеседі. Автоматты факт-чекерлер жүйелері бұдан өзге тексеру тақырыбына байланысты осыған дейін жасалған факт-чекерлер материалын тауып, мәліметті сәйкестендіре алады.

Бұл ретте Duke Reporters' Lab ұсынған MediaVault жобасын атап өтуге болады. Бұл жоба аясында тексеріліп, жалған екендігі анықталған әлеуметтік желі материалдары архивтеледі, оларды арнайы сілтеме арқылы факт-чекерлер материалында қолдану мүмкіндігі ұсынылады. Бұл бірден бірнеше мәселені шешеді: біріншіден, фейк материал қаралымы көбеймейді, екіншіден, желі қолданушысы немесе әлеуметтік желінің өзі материалды өшірген не өңдеген болса да журналист бәрібір материалдың алғашқы нұсқасымен таныса алады.

Тәуелсіз факт-чекерлер жобаларының аудиториясы әдетте үлкен емес, сондықтан олар барынша өз материалын кеңінен таныстыру мақсатында сыртқы жарияланымға, серіктестерге көп сенім артуға мәжбүр. Серіктестер қаншалықты тұрақты болса факт-чекерлер жобасының тиім-

ділігі мен ықпалын анықтау, жобаға қатысты жоспар мен стратегияны әзірлеу де жеңілдейтіні анық.

Бұдан бөлек, қазіргі таңда онлайн жалған ақпарат жедел және едәуір деңгейде тарап кететіндіктен, сәйкес деңгейде түзету, әсіресе факт-чекінг жобаларының әдетте қаржылай және кадрлық ресурсының шектеулі екенін ескеретін болсақ, әрдайым мүмкін бола бермейді. Қазіргі қоғам мен медиааудитория ерекшелігін ескеру қажет. Мысалы, зерттеу көрсеткендей, АҚШ-тағы 2016 жылғы сайлау кезінде Д.Трампың көптеген мәлімдемелерінің жалған екендігі анықталып, оның қолдаушыларына жеткізілді, бірақ бұл аталмыш кандидатты бағалауға, сайлаушылардың таңдау ниетіне аса қатты әсер етпеді: «Бұл зерттеудің нақты салдары саясаткерлер жалған ақпарат тарата алатынын көрсетеді, жақтаушыларын жоғалту сияқты жағымсыз салдары болмайды» (Swire et al., 2017).

Бұл ретте факт-чекінг процесінің ашық болуы аудитория сенімін арттыратынын ерекше атап өткен жөн: факт-чекінг қалай жүзеге асырылғаны, қандай құралдар қолданылғаны қорытынды факт-чекінг материалында көрсетілсе, оның аудиторияға ықпалы жоғары болады.

Зерттеушілер L. Dierickx пен С. G. Lindén (2024) жалпы медиа мен факт-чекінгтегі ашықтық қағидасына қатысты зерттеу жүргізіп, ашықтық қағидасын оқырманның факт-чекінг процесін түсініп, нәтижелерін өзі жеке тексере алатынына көз жеткізу ретінде анықтайды. Зерттеушілер финляндиялық FaktaVaari факт-чекінг жобасындағы осындай тәжірибені мысал ретінде келтіреді: атамаш жоба өз аудиториясын кез-келген бір мәлімдемені ұсынылған нұсқаулық арқылы тексеріп көруге, немесе қосымша ақпарат беру арқылы факт-чекерлерге көмек көрсетуге шақырады (Dierickx & Lindén, 2024).

Зерттеушілер С. Drolsbach, V. Solovev және N. Pröllochs (2024) әлеуметтік желілердегі факт-чекінг бойынша зерттеу жүргізіп, қолданушылардың елеулі бөлігі кәсіби факт-чекерлерге сенбейді деген тұжырымға келді. Зерттеушілердің пайымдауынша қауымдастық ұсынатын контекстілі факт-чекінгтің (community-based fact-checking systems) сенімге қатысты мәселелерді азайтуға әлеуеті бар. Жасанды интеллект арқылы жасалатын жалған ақпараттың артуына қатысты мәселеге тап болып отырған кезімізде факт-чекінгке деген сенімді арттыру өте маңызды. Ақпарат агенттіктері әлеуметтік желілерде

өз факт-чекінг жобаларын жүзеге асырып, ол жобаларға желі қолданушыларын белсенді қатыстыру арқылы аталмыш мәселенің шешіміне өз үлесін қосады (Drolsbach et al., 2024).

Аудиторияны тарту, қатыстыру факт-чекінг процесінің маңызды бөлігі екенін зерттеуші Х.С. Ким зерттеуінде ерекше атап өтеді: «... қазіргі медиа кеңістікте факт-чекінг аудиторияны қатыстыру арқылы кеңінен қабылданып, таратылады. ... факт-чекінг журналистикасының маңызды міндеті, яғни жалған ақпаратты түзеу, жүзеге асыру үшін аудитория факт-чекінг контентіне қатысуы, назар аударуы, қорытындысын қабылдап, кейінгі коммуникацияға қатысуы керек» (Kim et al, 2022).

Қорытынды

Мессенджерлер, әлеуметтік желілер арқылы тараған ақпаратқа қатысты зерттеулер нәтижесі көрсеткендей, мессенджер, желі қолданушылары бір контентті барлық платформаларда көрген кезде ақпарат сенімді деген идея қалыптасады, өйткені, ол барлық жерде қайталанды (Sultanbaeva et al, 2024). Бұл редактор, журналистердің барлық платформаларда белсенді, тарап жатқан ақпаратты бақылап отыруы маңызды екенін көрсетеді. Факт-чекінг материалдары жалған ақпарат алғаш қалай тарағанын анықтап қана қоймай, таралу ауқымын да анықтап, салдарын бағалауға тырысуы керек.

Ақпарат дайындауда жасанды интеллект қолданысы артып жатқанын ескерсек, ЖИ-дің факт-чекінгке қаншалықты көмектесетіні туралы сұрақ туындайды. Қазіргі таңда ЖИ фото не бейненің геолокациясын, бейне не аудиоматериалда қолданылған тілді, бір ақпараттың жалған екендігі байқалса соған ұқсас материалды іздеу барысында айқындалады. Дегенмен, қазақ тілінің әзірге кең көлемде қолданыста болмауынан ЖИ құралдардың дәлдігіне сыни тұрғыдан қараған жөн.

Халықаралық факт-чекінг желісінің (IFCN) директоры А.Д. Холанның пайымдауынша әзірге ЖИ фактілерді анықтау құралынан гөрі тіл құралы ретінде тиімдірек. Дегенмен, IFCN өз қызметінде жасанды интеллектті қолданады: ұйым факт-чек датабазасын жасап, оған қол жеткізу үшін ЖИ интерфейсін қосты. Мысалы, біреу чатботқа сұрақ енгізсе, чатбот факт-чек датабазасынан нәтижелерді ұсынады (Nash, 2025). ЖИ құралдары қарқынды дамып жатқандықтан, жағдайды үнемі бақылауда ұстаған жөн.

Факт-чекинг процесіне әр түрлі топтар (саяси, бизнес, әлеуметтік) ықпал етуі мүмкін. Жасанды интеллект бұл жағдайда көмектесе алады, өйткені, ол фактілерді тексеру мен бағалауды белгілі бір дейгейде бейтараптық қағидасын ұстанып жүзеге асырады.

Факт-чекинг жобаларының саны мен ауқымы кең болмаса да елеулі болғанына қарамастан олардың жалған ақпаратпен күрестегі тиімділігі әлі де зерттеу мен талқылауды талап етеді.

Ақпараттың жалған екені анықталса да оған деген сенім белгілі бір деңгейде қалатыны психологияда да мойындап отыр: «Жалған естеліктерді жасау және шынайы естеліктерді өзгерту оңайлығына қарамастан, кейінірек жалған екені анықталған (жалған) ақпарат үшін естеліктерді жою әлдеқайда қиынырақ екені дәлелденді. Адамдар бұл ақпараттың алып тасталғанын, жарамсыз болғанын немесе түзетілгенін анық мойындаса да, жалған ақпарат мінез-құлыққа әсер етуді жалғастырады» (Ecker et al., 2012, б. 492).

Қалыптасқан жағдайдың күрделілігін ескере отырып, журналистиканың жалған ақпаратқа қарсы іс-қимыл тетіктерін жетілдіру қажеттілігі туындайды. Сонымен қатар ақпарат ұсыну форматын және аудиториямен коммуникация жасау тәсілдерін қайта қарастыру мәселесі өзекті болып отыр.

Факт-чекингтің медиа сауаттылыққа қосатын үлесі де сынға ұшырайды: оқырмандар факт-чекинг материалдарын жаңа білім алу үшін емес, өз ойын тағы бір дәлелдеу немесе қарсыласының ойы бұрыс екенін көрсету үшін ғана қолдануы мүмкін. Дегенмен, бұл ретте факт-чекинг материалының нәтижесімен, шешімімен келіспесе де оқырман, кем дегенде, пікірдің түрлілігіне тағы бір көз жеткізетінін ескерген жөн.

Факт-чекинг жобаларының ерекшелігі ретінде тәуелсіз журналистикамен байланысын атап өтуге болады. Кей жағдайда саяси журналистер саясаткерлерге тым жақын бола бастайды, нәтижесінде «стенографиялық» ақпарат беру орын алады. Бұл ретте тәуелсіз факт-чекинг жобаларын сыни, сараптамалық журналистикаға қадам ретінде, ал мемлекеттік факт-чекинг жобаларын ел журналистикасындағы жағдайдың тағы бір айнасы ретінде қабылдауға болады.

Факт-чекингтің жеке көзқарасқа әсер ету, қолында билігі бардың іс-әрекетіне ықпал ету, журналистік тәжірибеге өзгеріс енгізу сияқты бағыттағы әлеуетін ескеріп, зерттеуді жалғастыру керек екендігі күмән туғызбайды.

Факт-чекинг күрделі де кешенді процесс, қаржылай және кадрлық ресурсты талап етеді. Дегенмен, ақпарат агенттіктерінің редакциялары, бұл процесті жүзеге асыруы керек, өйткені олар – медиа және коммуникация кеңістігінің басты әрі беделді ойыншылары. ҚазАқпарат агенттігі факт-чекинг қызметін кеңейтсе деген ұсыныс бар, өйткені, Қазақстанда Fact-Check.kz тәуелсіз жобасынан өзге ақпарат верификациясымен айналысатын жобалар жоқ. ҚазАқпараттың өзінің жеке де, өзге редакцияларды, редакторлар мен журналистерді біріктіріп те факт-чекинг жобасын жүзеге асыруға әлеуеті жетеді. Сонымен қатар агенттік әзірге тек WhatsApp, Telegram сияқты мессенджерлерде таралатын мәтіндік ақпаратты тексереді. Ақпаратты тексеру аясын кеңейтіп, елімізде кеңінен қолданылатын Instagram және Facebook желілеріндегі фото-бейне ақпаратты, әсіресе медиасауаттылығы енді қалыптасып келе жатқан жастар мен жасөспірімдер көп қолданатын TikTok желісінде жарияланатын бейнелерді де тексере бастаса, кем дегенде агенттіктің өз аудиториясы кез-келген ақпаратқа сыни көзқараспен қарау әдетін қалыптастырар еді деген болжам бар.

Демек, факт-чекинг материалы тиімді болуы үшін: дереккөздің беделі жоғары, тілі түсінікті болуы, визуал мен нақты дәлел қолданылуы, қысқа әрі құрылымды форматта берілуі тиіс. Зерттеулер көрсеткендей, факт-чекинг жалған ақпараттың таралу жылдамдығын азайтады, бірақ аудиторияның бастапқы көзқарасына байланысты әсері әртүрлі болады. Факт-чекинг материалы аудиторияның ақпараттық сауаттылығын арттырып, жалған ақпаратқа сену деңгейін төмендетеді, алайда оның тиімділігі аудиторияның бастапқы сеніміне, медиасауаттылық деңгейіне және дереккөзге деген сеніміне тікелей тәуелді.

Сарапшылардың пайымынша, ақпарат агенттіктері мен әлеуметтік желілерді байланыстыратын жалғыз ортақ қағидат – бұл жеделділік. Бірақ бұл тұрғыда кәсіби БАҚ әрдайым ұтылады. Өйткені олар үнемі ақпаратты бірнеше рет тексеріп, оны объективті түрде беруге уақыт жұмсайды. Сондықтан факт-чекинг – өзін және оқырманын құрметтейтін кез келген редакцияның басты құндылығы. Бұл Kazinform агенттігіне де толықтай тән.

Қорыта келе, ақпараттық заманда жалған немесе манипуляциялық мәліметтердің таралуы себепті факт-чекинг медианың маңызды бағытына айналды. Осы ретте ҚазАқпараттағы факт-чекингтің ерекшелігі – мемлекеттік дерек-

терге, ресми мәліметтерге және сарапшылардың пікіріне сүйене отырып ақпараттың дұрыстығын қамтамасыз ету. ҚазАқпарат факт-чекінгінің тиімділігі біріншіден, агенттік ақпараттың дұрыстығын қамтамасыз ету арқылы оқырман сенімін арттырып, қоғамдық сенімге ие болады. Екіншіден, әлеуметтік желілердегі манипуля-

циялық контенттің таралуын төмендетіп, жалған ақпаратты азайтады. Ақпарат агенттіктерінің миссиясы – адамдар сенімді ақпаратты жедел алып қана қоймай, сонымен бірге оны сенімді дереккөздер арқылы қайта тексеруінде. Бүгінде дәл осы жауапты рөлді ақпарат агенттіктері атқарып отыр.

Авторлардың үлесі:

Құлтаева С.С. – зерттеу жүргізу, контент талдау, мақала жазу.

Жақсылықбаева Р.С. – хат-хабар авторы, дереккөздерді анықтау, зерттеу жұмысында қолданылған әдіс-тәсілді, деректерді сұрыптау.

Ким О.Я. – материал жинау, нәтижесін қорыту.

Тілеужанова Г.Т. – әдебиеттермен жұмыс және аударма ісі.

Әуезова Ә. – редакциялау, мақаланы техникалық талапқа сай рәсімдеу.

Әдебиеттер

Гороховский, А. (2017). Фактчекінг журналистика зерттеуінің тренді: мүмкіндігі мен болашағы: Практикалық оқу құралы. -Алматы, MediaNet Халықаралық журналистика орталығы және Factcheck.kz ресурсы.

Dierickx, L., & Lindén, C.-G. (2024). Transparency and fact-checking in open societies. *Journalism*, 27(1), 202-220. <https://doi.org/10.1177/14648849241292200>

Drolsbach, C.P., Solovev K, Nicolas Pröllochs N. (2024). Community notes increase trust in fact-checking on social media, *PNAS Nexus*, Vol. 3, No. 7 <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgae217>

Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S. & Tang, D.T.W. (2010). Explicit warnings reduce but do not eliminate the continued influence of misinformation. *Mem Cogn* 38, 1087–1100. <https://doi.org/10.3758/MC.38.8.1087>

Edgerly, S., Mourão, R. R., Thorson, E., & Tham, S. M. (2019). When Do Audiences Verify? How Perceptions About Message and Source Influence Audience Verification of News Headlines. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(1), 52-71. <https://doi.org/10.1177/1077699019864680> (Original work published 2020)

Graves, L. (2018). Boundaries not drawn: Mapping the institutional roots of the global fact-checking movement. *Journalism Studies*, 19(5), 613–631.

Kazinform. Шынайы хроника: Жылнама. /Идея авторы Жалдинов А. -Алматы: 2025. -45 б.

Kim, H. S., Suh, Y. J., Kim, E. mee, Chong, E., Hong, H., Song, B., ... Choi, J. S. (2022). Fact-Checking and Audience Engagement: A Study of Content Analysis and Audience Behavioral Data of Fact-Checking Coverage from News Media. *Digital Journalism*, 10(5), 781–800. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.2006073>

Shapiro, S. P. (1990). Caution, this paper has not been fact checked! A study of fact checking in American magazines. New York, NY: Gannett Center for Media Studies.

Sultanbaeva, G., Tolegen, B., Lozhnikova, O., Buyenbayeva, Z., & Tyulepberdinova, G. (2024). Dissemination of fake and incorrect information on social networks. *Herald of Journalism*, 72(2), 25–35. <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v72.i2.3>

Swire, B., Berinsky, A.J., Lewandowsky, S., Ecker, U.K.H. (2017). Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon. *Royal Society open science*. <http://dx.doi.org/10.1098/rsos.160802>

Электронды ресурстары:

dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH, “Facts against fakes”: New web-site tackles internet disinformation (<https://www.presseportal.de/en/pm/8218/5448338>), 23.02.2023.

Fact Check: Video shows Philadelphia plane crash site, not attack on Pakistani port | Reuters

Fact Check: Britain gave £11m to fund humanitarian work for Syrians, not Syria’s new government | Reuters

Fact Check: AI-generated video purports to show apocalyptic scenes from Los Angeles wildfires | Reuters

Fact Check: Image of Columbia University president giving Nazi salute is satire | Reuters

Fact Check: No current plans for Syria’s president to visit UK, says government | Reuters

Fact Check: Video shows China, Egypt joint military exercise, not Gaza aid drop | Reuters

First Draft, CrossCheck: Our Collaborative Online Verification Newsroom (<https://firstdraftnews.org/about/crosscheck-newsroom/>) 2020.

Interfax, «Interfaks» pomozhet Yandex.Dzenu testirovat’ programmuy proverki faktov. [«Interfax» will help Yandex.Zen to test the fact-checking program]. 1.09.2020.

Kazinform, «COVID-19-dı lidokain jäne fziologiyalıq eritindimen emdeuge boladı» – feyk». [«It is possible to treat COVID-19 with lidocaine and saline solution» – fake». 20.01.2022 (https://kaz.inform.kz/news/covid-19-dy-lidokain-zhane-fziologiyalyk-eritindimen-emdeuge-bolady-feyk_a3888529/).

Kazinform, «Revakcinacyadan keyin adamdar «omikron» ştamın juqtıradı – feyk». [«After revaccination people are infected with «Omicron» strain – fake»]. 29.01.2022 (https://kaz.inform.kz/news/revakcinacyadan-keyin-adamdar-omikron-shtamyn-zhuktyrady-feyk_a3892524/)

Kazinform, «Reseylik keden organı qazaqstandıq uşqıssız uşw apparatın ustadı – feyk». [Russian customs authorities seize Kazakhstani drone – fake]. 24.09.2025 (<https://kaz.inform.kz/news/reseylik-keden-organi-kazakstandik-ushkishsiz-ushu-apparatın-ustadı-feyk-497689/>)

Kazinform, «SIM: Gaza turğındarınıñ Qazaqstanğa köşiriletini – feyk». [«MFA: The relocation of Gaza residents to Kazakhstan – fake»]. 23.06.2025 (<https://kaz.inform.kz/news/sm-gaza-turgındarınin-kazakstanga-koshrletn-feyk-f910d5/>)

Kazinform, «1949-2010 jıldar aralıǵında twǵan Qazaqstan azamattarına 70 000 teñge awdarıladı – feyk». [«70,000 tenge will be transferred to citizens of Kazakhstan born between 1949 and 2010 — fake»]. 07.09.2025 (<https://kaz.inform.kz/news/1949-2010-zhıldar-aralıǵında-tugan-kazakstan-azamattarına-70-000-tenge-awdarıladi-feyk-c5c55f/>)

Kazinform, Muqanova A. Talgardaǵı jasospirmnıñ jlimi: qaladaǵı qazirgi jagday qalay. 14.10.2024 (<https://kaz.inform.kz/amp/talgardagi-zhasospirmn-olm-kaladagi-kazrg-zhagday-kalay-608acb/>)

Nash A., «News companies should consider these 4 ideas of fact-checking», Newsroom Transformation Initiative Blog, 11.03.2025, (<https://www.inma.org/blogs/newsroom-initiative/post.cfm/news-companies-should-consider-these-4-ideas-of-fact-checking>).

The Agence France Press, «AFP’s fact-checks cited as benchmark by German study», 07.02.2023

The Associated Press, «AP to enhance fact checks with \$245,000 from Knight», 25.09.2017.

The Associated Press, «The fight against fake news». <https://blog.ap.org/announcements/the-fight-against-fake-news>, 15.12.2016

References

Dierickx, L., & Lindén, C.-G. (2024). Transparency and fact-checking in open societies. *Journalism*, 27(1), 202-220. <https://doi.org/10.1177/14648849241292200>

Drolsbach, C.P., Solovev K, Nicolas Pröllochs N., (2024). Community notes increase trust in fact-checking on social media, PNAS Nexus, Vol. 3, No. 7 <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgae217>

Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S. & Tang, D.T.W. (2010). Explicit warnings reduce but do not eliminate the continued influence of misinformation. *Mem Cogn* 38, 1087–1100. <https://doi.org/10.3758/MC.38.8.1087>

Edgerly, S., Mourão, R. R., Thorson, E., & Tham, S. M. (2019). When Do Audiences Verify? How Perceptions About Message and Source Influence Audience Verification of News Headlines. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(1), 52-71. <https://doi.org/10.1177/1077699019864680> (Original work published 2020)

Gorohovsky, A. (2017). Faktçeking jwrnalistika zertewiniñ trendi: mümkindiǵi men bolaşaǵı: Praktikalıq oqw quralı [Factchecking trend in journalism research: possibility and future: Practical training tool]. Almaty, MediaNet Xalıqaralıq jwrnalistika ortalǵı jáne Factcheck.kz reswrı.,

Graves, L. (2018). Boundaries not drawn: Mapping the institutional roots of the global fact-checking movement. *Journalism Studies*, 19(5), 613–631.

Kazinform. (2025). Shynay xronika: Jılnama. [True Chronicle: Yearbook /The author of the idea is Zhaldinov A. – Almaty. -45 p.

Kim, H. S., Suh, Y. J., Kim, E. mee, Chong, E., Hong, H., Song, B., ... Choi, J. S. (2022). Fact-Checking and Audience Engagement: A Study of Content Analysis and Audience Behavioral Data of Fact-Checking Coverage from News Media. *Digital Journalism*, 10(5), 781–800. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.2006073>

Shapiro, S. P. (1990). Caution, this paper has not been fact checked! A study of fact checking in American magazines. New York, NY: Gannett Center for Media Studies.

Sultanbaeva, G., Tolegen, B., Lozhnikova, O., Buyenbayeva, Z., & Tyulepberdinova, G. (2024). Dissemination of fake and incorrect information on social networks. *Herald of Journalism*, 72(2), 25–35. <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v72.i2.3>

Swire, B., Berinsky A.J., Lewandowsky S., Ecker U.K.H. (2017). Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon. Royal Society open science. <http://dx.doi.org/10.1098/rsos.160802>

Electronic resources:

dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH, “Facts against fakes”: New web-site tackles internet disinformation (<https://www.presseportal.de/en/pm/8218/5448338>), 23.02.2023.

Fact Check: Video shows Philadelphia plane crash site, not attack on Pakistani port | Reuters

Fact Check: Britain gave £11m to fund humanitarian work for Syrians, not Syria’s new government | Reuters

Fact Check: AI-generated video purports to show apocalyptic scenes from Los Angeles wildfires | Reuters

Fact Check: Image of Columbia University president giving Nazi salute is satire | Reuters

Fact Check: No current plans for Syria’s president to visit UK, says government | Reuters

Fact Check: Video shows China, Egypt joint military exercise, not Gaza aid drop | Reuters

First Draft, CrossCheck: Our Collaborative Online Verification Newsroom (<https://firstdraftnews.org/about/crosscheck-newsroom/>) 2020.

Interfax, «Interfaks» pomozhet Yandex.Dzenu testirovat' programmu proverki faktov. [«Interfax» will help Yandex.Zen to test the fact-checking program]. 1.09.2020.

Kazinform, «COVID-19-dı lidokain jäne fiziologiyalıq eritindimen emdewge boladı» – feyk». [«It is possible to treat COVID-19 with lidocaine and saline solution» – fake». 20.01.2022 (https://kaz.inform.kz/news/covid-19-dy-lidokain-zhane-fiziologiyalyk-eritindimen-emdeuge-bolady-feyk_a3888529/).

Kazinform, «Revakcinaciya dan keyin adamdar «omikron» ştamın juqtıradı – feyk». [«After revaccination people are infected with «Omicron» strain – fake». 29.01.2022 (https://kaz.inform.kz/news/revakcinaciya-dan-keyin-adamdar-omikron-shtamyn-zhuktyrady-feyk_a3892524/)

Kazinform, «Reseylik keden organı qazaqstandıq usqıssız ush apparatın ustadı – feyk». [Russian customs authorities seize Kazakhstani drone – fake]. 24.09.2025 (<https://kaz.inform.kz/news/reseylk-keden-organi-kazakstandik-ushkishsiz-ushu-apparatın-ustadı-feyk-497689/>)

Kazinform, «SIM: Gaza turğındarınıñ Qazaqstañğa köşiriletini – feyk». [«MFA: The relocation of Gaza residents to Kazakhstan – fake». 23.06.2025 (<https://kaz.inform.kz/news/sm-gaza-turgindarinin-kazakstanga-koshirletn-feyk-f910d5/>)

Kazinform, «1949-2010 jıldar aralıǵında twǵan Qazaqstan azamattarına 70 000 teñge awdarıladı – feyk». [«70,000 tenge will be transferred to citizens of Kazakhstan born between 1949 and 2010 — fake». 07.09.2025 (<https://kaz.inform.kz/news/1949-2010-zhildar-araligında-tugan-kazakstan-azamattarina-70-000-tenge-audariladi-feyk-c5c55f/>)

Kazinform, Muqanova A. Talgardaǵı jasospirminin jlimi: qaladaǵı qazirgi jagday qalay. [The death of a teenager in Talgar: what is the current situation in the city]. 14.10.2024 (<https://kaz.inform.kz/amp/talgardagi-zhasosprmn-olm-kaladagi-kazrg-zhagday-kalay-608acb/>)

Nash A., «News companies should consider these 4 ideas of fact-checking», Newsroom Transformation Initiative Blog, 11.03.2025, (<https://www.inma.org/blogs/newsroom-initiative/post.cfm/news-companies-should-consider-these-4-ideas-of-fact-checking>).

The Agence France Press, «AFP's fact-checks cited as benchmark by German study», 07.02.2023

The Associated Press, «AP to enhance fact checks with \$245,000 from Knight», 25.09.2017.

The Associated Press, «The fight against fake news». <https://blog.ap.org/announcements/the-fight-against-fake-news>, 15.12.2016

Авторлар туралы мәлімет:

Культаяева Сауле Сыздықовна – Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың Журналистика факультеті Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасының PhD докторанты. (Қазақстан, Алматы, e-mail: kultayeva.s@gmail.com).

Жақсылықбаева Римма Серікалиқызы (корреспонденттік автор) – Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың Журналистика факультеті Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасының қауымдастырылған профессоры, филология ғылымдарының кандидаты (Қазақстан, Алматы, e-mail: rimmazhak75@gmail.com).

Ким Ольга Яковлевна – педагогика ғылымдарының кандидаты, доцент, Халықаралық коммуникациялар кафедрасының меңгерушісі, Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті (Қазақстан, Алматы, e-mail: kmk@ablaikhan.kz).

Тілеужанова Гүлхан Тұрарқызы – Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың Жоғары оқу орнына дейінгі дайындық кафедрасының аға оқытушысы (Қазақстан, Алматы, e-mail: Gulhan_74@mail.ru).

Әуезова Эльмира – Тұран университетінің «Медиа және мәдениаралық коммуникация жоғары мектебінің» сениор-лекторы. (Қазақстан, Алматы, e-mail: e.auezova@turan-edu.kz).

Information about the authors:

Kultayeva Saule Syzdykovna – PhD candidate at the Department of Press and Electronic Media, Faculty of Journalism, Al-Farabi Kazakh National University (Kazakhstan, Almaty, e-mail: kultayeva.s@gmail.com).

Zhaxylykbaeva Rimma Serikalievna (corresponding author) – Associated Professor Faculty of Journalism, is a candidate of philological sciences, Al-Farabi Kazakh National University (Kazakhstan, Almaty. e-mail: rimmazhak75@gmail.com).

Kim Olga Yakovlevna – candidate of pedagogical sciences, docent, Head of the International communications Chair, Kazakh Ablai khan University of International Relations and World Languages (Kazakhstan, Almaty. e-mail: kmk@ablaikhan.kz).

Tileuzhanova Gulshan Nurarovna – Senior Lecturer of the Pre-University Preparation Departament of Al-Farabi Kazakh Natiional University (Kazakhstan, Almaty, e-mail: Gulhan_74@mail.ru).

Auezova Elmira – Senior Lecturer, «Higher School of Media and Intercultural Communication», Turan University. (Kazakhstan, Almaty, e-mail: e.auezova@turan-edu.kz).

Сведения об авторах:

Култаева Сауле Сыздыковна – PhD-докторант кафедры печати и электронных СМИ факультета журналистики КазНУ имени аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: kultaeva.s@gmail.com);

Жаксылыкбаева Римма Серикалиевна (автор для корреспонденции) – ассоциированный профессор, кандидат филологических наук кафедры печати и электронных СМИ факультета журналистики КазНУ имени аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: rimmazhak75@gmail.com);

Ким Ольга Яковлевна – кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой международных коммуникаций, Казахский университет международных отношений и мировых языков имени Абылай хана (Алматы, Казахстан, e-mail: kmk@ablaikhan.kz);

Тлеужанова Гульхан Тураровна – старший преподаватель кафедры довузовской подготовки КазНУ имени аль-Фараби (Алматы, Казахстан, e-mail: Gulhan_74@mail.ru);

Ауэзова Эльмира – сениор-лектор «Высшей школы медиа и межкультурных коммуникаций» Университета Туран (Алматы, Казахстан, e-mail: e.auezova@turana.edu.kz).

Келіп түсті: 18 қазан 2025 жыл

Қабылданды: 28 ақпан 2026 жыл