Ольга Анатольевна Субботина

Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, г. Симферополь

subbotiny08@mail.ru

**Процедура фактчекинга: матрица стратегических альтернатив TOWS**

В работе представлены комбинации стратегий для фактчекинга медиаконтента. Методика TOWS позволяет сгруппировать стратегические альтернативы при процедуре верификации, которая осуществляется в пределах внутренних и внешних факторов медиасреды.

**Ключевые слова:** фактчекинг, стратегии, матрица TOWS, внутренние факторы, внешние факторы.

Глобальные информационные потоки, фиксируемые в период социально-экономических и общественно-политических вызовов, прогнозируют риски массовой дезинформации социума. Анализ совокупности фейковых сообщений позволяет выделить факторы, продуцирующие недостоверность [4]. Мы предлагаем определить объективные факторы создания фальсифицированной и верифицированной информации как внутренние факторы медиаконтента, а субъективные факторы – как внешние факторы медиасреды. Изучение эффективности факторов социальных феноменов и медиареалий осуществляется с помощью SWOT-анализа [2; 3]. Производная от SWOT-анализа методика TOWS («TOWS matrix») [5] обеспечивает разработку стратегий для укрепления сильных сторон и снижения влияния слабых сторон внутренних факторов медиапродукта, нейтрализации угроз и максимизации возможностей внешних факторов медиапространства, так как результативная оценка процедуры фактчекинга обусловлена острой необходимостью медиасообщества в верификации информации. Матрица альтернатив TOWS состоит из сочетаний внутренних и внешних факторов и представлена четырьмя типами стратегий:

1. SO (S – Strengths/сильные стороны; O – Opportunities/возможности): стратегия «Maxi-Maxi» (применение сильных сторон для максимальной реализации возможностей).

2. WO (W – Weaknesses/слабые стороны; O – Opportunities/возможности): стратегия «Mini-Maxi» (минимизация слабых сторон для интенсификации возможностей).

3. ST (S – Strengths/сильные стороны; T – Threats/угрозы): стратегия «Maxi-Mini» (реализация сильных сторон с целью сокращения угроз).

4. WT (W – Weaknesses/слабые стороны; T – Threats/угрозы): стратегия «Mini-Mini» (нейтрализация слабых сторон и угроз).

К сильным сторонам внутренних факторов, воздействующих на процедуру фактчекинга, следует относить использование фактологически достоверных сведений в корректном контексте: (S) – это факты, документы, статистические показатели, аргументированные сведения от экспертов, извлеченные из открытых официальных источников [1]. Слабые стороны внутренних факторов медиаконтента связаны с тем, что фактологическая часть не совпадает с общедоступными данными или что такая информация не подтверждается ни одним релевантным общедоступным источником: (W) – это фактические, документальные, статистические и экспертные сведения, верификация которых является затруднительной.

Субъективное (эмоционально-оценочное) отношение авторов, распространителей и адресатов сообщений к их контенту формирует внешние факторы медиасреды и в зависимости от целевых установок функционирует как возможность или угроза для процедуры фактчекинга. Возможности (O) – это оценка транслируемого контента, сформированная релевантными целевыми установками коммуникантов медиасреды: адресантами, носителями и адресатами информации, а угрозы (T) – это суждения об информации, сгенерированные в медиасреде иррелевантными целевыми установками участников медиакоммуникации.

Таким образом, комбинации внутренних и внешних факторов, влияющих на процедуру медийного фактчекинга, репрезентированы четырьмя типами стратегических альтернатив в рамках матрицы TOWS:

1. SO: стратегия «Maxi-Maxi» подразумевает оценку совокупности достоверной и верифицируемой информации, которая сопровождается идентичными коммуникативными установками у авторов, распространителей и получателей медиаконтента.

2. WO: стратегия «Mini-Maxi» включает результат анализа сведений, определение достоверности которых затруднено из-за невозможности/сложности получения доступа к источнику информации. Негативное влияние этого фактора снижается за счет оценки релевантного эмоционально-оценочного отношения участников медиакоммуникации к переданным и полученным сообщениям/новостям.

3. ST: стратегия «Maxi-Mini» базируется на успешной верификации фактических, документальных, статистических и экспертных данных, что снижает риски иррелевантной медиакоммуникации.

4. WT: стратегия «Mini-Mini» реализуется в ситуациях наименьшей транспарентности информации и несопоставимости целевых установок медиакоммуникантов.

**Литература**

1. Гороховский А. Фактчекинг как тренд журналистских расследований: возможности и перспективы. Алматы, 2017.

2. Майсак О. С. SWOT-анализ: объект, факторы, стратегии. Проблема поиска связей между факторами // Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. 2013. № 1 (21). С. 151–157.

3. Субботина О. А. Пресс-службы органов государственной власти в Республике Крым: стратегия эффективной коммуникации // Ученые записки Крымского фед. ун-та им. В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. 2019. Т. 5 (71). № 4. С. 197–213.

4. Суходолов А. П., Бычкова А. М. «Фейковые новости» как феномен современного медиапространства: понятие, виды, назначение, меры противодействия // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 2. С. 143–169.

5. Weihrich H. The TOWS Matrix – A Tool for Situational Analysis // Long Range Planning. 1982. Vol. 15. № 2. P. 54–66.