

Конструктивная журналистика в рамках развития позитивной психологии

Научный руководитель – Гордеева Тамара Олеговна

Емельянова Юлия Дмитриевна

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
психологии, Москва, Россия

E-mail: yu.emelyanova2009@yandex.ru

Современная журналистика организует новостную ленту таким образом, чтобы её содержание привлекало внимание читателей, используя при этом яркие, негативно окрашенные заголовки и чрезмерно эмоциональное, неконструктивное содержание. Многие люди, в стремлении выяснить, кто, зачем и почему формирует новостной контент, концентрируясь на негативных происшествиях, забывают подумать об одном очень важном вопросе: а так ли безобиден тот факт, что нам день ото дня презентуют преимущественно негатив? Тема роли позитивных эмоций в психологическом благополучии, как научная и практическая проблема, в различных ее аспектах разработана многими западными исследователями (М.Селигман, Э. Диннер, К.Рифф, Ч. Снайдер, С. Любомирски, Б. Фредериксон, К. Шелдон, А.Карри,), однако решение практических задач в этой области не утрачивает своей актуальности.

Конструктивная журналистика - это новая область в журналистике, берущая свои истоки в позитивной психологии [1]. Она бросает профессиональный вызов нашим внутренним установкам «по умолчанию», где люди в основном выступают в качестве жертв, и напротив, стремится увидеть их стойкость и мужество и сообщить об этом миру. Центральная идея конструктивной журналистики заключается в том, чтобы расширить контекст истории и ввести в него читателя, предоставляя ему больше информации, что в итоге позволяет ему более реалистично смотреть на мир [2]. Конструктивная журналистика пытается создать привлекательный рассказ, корректный фактологически, без преувеличения чисел или реалий. Вместо того, чтобы освещать только проблемы, конструктивный журналист обращается к тому, что конкретно отдельно взятый читатель может делать с информацией, чтобы изменить положение дел.

Множественные исследования показали, что позитивные эмоции и конструктивное отреагирование продлевают жизнь и благоприятно сказываются на психологическом благополучии [5]. И здесь встает вопрос: как сделать так, чтобы у современного человека было больше поводов для радости и для позитивных эмоций вообще?

Конструктивная журналистика выступает практическим инструментом, который может стать эффективным ответом на укоренившиеся социальные проблемы [2]. Задача конструктивного журналиста - информировать общество о том, какие альтернативные решения могут быть приняты в отдельно взятой ситуации, потому что как журналист вы сильно влияете на то, как думают люди, главным образом из-за того, каким именно образом вы строите новости [5]. Результаты квази-эксперимента, проведенного профессиональной сетью Solutions Journalism Network и Project Engaging News выявили растущий интерес к практике конструктивной журналистики [3]. Но как в действительности функционирует конструктивная журналистика на читателях? Результаты исследований [3] показывают, что статьи, ориентированные на решение, могут быть эффективным журналистским инструментом, который удовлетворяет потребности как аудитории, так и новостных организаций, и что он имеет потенциал для расширения взаимодействия с читателем. В исследовании 2017 г. 755 жителям Америки была представлена одна из шести новостных статей.

Для каждой проблемной темы давались на сравнение две похожие статьи: одна из них была сосредоточена исключительно на проблеме (версия без решения), а другая имела потенциальный ответ на смягчение этой проблемы (версия с решением). Результаты этого теста показали крайнюю эффективность: повышение восприятия проблемы аудиторией, укрепление связи между читателями и новостными организациями и стимулирование потенциального участия в решении проблем.

Поскольку эффективность ориентированных на решение статей на российской выборке ещё не была проверена, мы приняли решение исследовать её самостоятельно. Респондентам предлагалось в случайном порядке ознакомиться с двумя статьями, ориентированными на решение и аналогичной, но не предлагающей выхода из ситуации, и ответить на несколько шкалированных [3] вопросов. В исследовании участвовали 70 человек. Результаты в настоящее время обрабатываются, однако мы предполагаем, что в случае с «конструктивными» статьями, будут обнаружены значимые различия в уровне вовлеченности и самоэффективности относительно проблемы у читателя, а также в уровне потенциального участия в коррекции проблемной ситуации.

Источники и литература

- 1) Albeanu C\\ Why constructive journalism can help engage the audience\\
- 2) Benesh, S. (1998). The Rise of solutions journalism. Columbia Journalism Review.
- 3) Curry A.L. , Hammonds K.H.. The Power Of Solutions Journalism, 2017.
- 4) Diener E, Martin Seligman E.P.. Very happy people, Psychological science, VOL.13, NO.1, January 2002
- 5) Gyldensted, Cathrine. How journalists could be more constructive – and boost audiences", The Guardian, 2014
- 6) <https://www.journalism.co.uk/news/why-constructive-journalism-can-help-engage-the-audience/s2/a557706/>
- 7) The project of Constructive Journalism <https://www.constructivejournalism.org/>