

Віктор Дяченко,

*аспірант кафедри «Могилянська школа журналістики»,
Національний університет «Кієво-Могилянська академія»*

vv.diachenko@ukma.edu.ua,

<https://orcid.org/0009-0004-6662-0568>

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ПРАКТИК В УМОВАХ ВІЙНИ: ПЕРЕХІД ДО РІШЕННЄВО- КОНСТРУКТИВНОЇ МОДЕЛІ ЯК ВІДПОВІДЬ НА КРИЗУ ДОВІРИ ТА ВТОМУ ВІД НОВИН

Сучасна журналістика переживає глибоку трансформацію, посилену цифровими медіа, що призводять до фрагментації, дезінформації та втрати довіри. Це посилює критику журналістики за надмірну проблематизацію та драматизацію, що спричиняє ефект «втоми від новин» (news fatigue), який супроводжується зневірою та емоційною виснаженістю (Newman, Fletcher, Nielsen, Eddy, & Robertson, 2023). В умовах повномасштабної агресії РФ в Україні це інформаційне навантаження є надмірним. У відповідь на ці виклики українські медіа змушені адаптуватися, що проявляється у використанні новітніх форм медіапрактик, зокрема журналістики рішень (Solutions Journalism — ЖР). ЖР постає як необхідний інструмент надання інформації, що акцентує на вирішенні проблем, а не лише на їхньому описі, підвищуючи актуальність та заохочуючи читачів до дій.

Журналістика рішень (ЖР) — це підхід, зосереджений на «точному та всеосяжному висвітленні відповідей на соціальні проблеми» (McIntyre & Lough, 2019), що вимагає емпіричних доказів та аналізу обмежень. Натомість конструктивна журналістика (КЖ) є ширшим, узагальнювальним терміном (umbrella term), що інтегрує методи позитивної психології до процесу створення новин, зберігаючи при цьому критичну

сутність. КЖ охоплює низку суміжних практик, включаючи ЖР, відновлювальну нарацію та журналістику миру. ЖР часто розглядається як підвид КЖ.

В українському медіаполі концепти ЖР і КЖ поки що майже не розділені, що призвело до де-факто формування гібридного концепту – рішеннево-конструктивної журналістики. Цей підхід доповнює традиційну журналістику конструктивністю та пропонує бачення того, як суспільство може рухатися вперед, трансформуючи роль журналіста від спостерігача до агента змін.

Теоретичною основою трансформації журналістських підходів є застосування фреймової теорії та принципів позитивної психології. КЖ переходить від «проблемних фреймів» до «рішенневих фреймів» або «фреймів можливостей» (*possibility frames*), які включають складнощі, але також підкреслюють зусилля, перспективу та агентність (McIntyre & Gyldensted, 2017). Експериментально доведено, що зміна фрейму від проблемного до рішенневого / конструктивного знижує трижовність, підвищує довіру до новин та мотивує до дії.

Практикуючі журналісти можуть створювати більш конструктивний контент, свідомо включаючи елементи моделі PERMA (Positive emotion, Engagement, Relationships, Meaning, Accomplishment), розробленої Мартіном Селігманом (Seligman, 2000), який досліджує добробут (*well-being*).

Модель PERMA є психологічною основою конструктивної журналістики, оскільки її застосування відповідає кінцевій меті КЖ – покращити індивідуальне та суспільне благополуччя шляхом інтеграції тактик позитивної психології у новинну роботу.

Дослідження підтверджують (Schäfer, Greber, Sülflow, & Lecheler, 2022), що конструктивний фреймінг кризової інформації значно зменшує страх та знижує рівень стресу в аудиторії, діючи як «психологічний буфер». Рішеннево-конструктивна журналістика також має перспективність щодо підвищення почуття ефективності (*self-efficacy*) в аудиторії

(Lough & McIntyre, 2018). Коли медіа демонструють приклади успішного вирішення соціальних питань, це каталізує потенційну взаємодію з проблемою, заохочуючи людей долучитися до роботи над вирішенням питання, пожертвувати або поговорити про проблему (Christians, Glasser, McQuail, Nordenstreng, & White, 2009).

Зміна підходів у створенні матеріалів вимагає надання «цілісної історії» — Tell the WHOLE story (Гондюл, 2019). Ця історія має відповідати п'яти ключовим компонентам: проблема (причини та ознаки), рішення (повторювані ідеї), впровадження (детальні відомості щодо введення рішення в дію), результати (прогрес, заснований на даних) та інформація / інсайти (уроки, які можна винести). До цих матеріалів є ряд вимог:

- надання відповіді на запитання «Як?» (How?), що розкриває механізм дії рішення;
- наведення інноваційного розв'язання проблеми, яке може повторити цільова аудиторія;
- наведення очевидних доказів результатів щодо ефективності чи неефективності рішення. Важливо включати не лише успіхи, а й обмеження (Includes limitations), оскільки від невдачі можна навчитися так само, як і від успіху (McIntyre & Lough, 2019);
- матеріал повинен містити коментарі незалежних експертів та людей, на яких розраховане рішення, при цьому слід уникати героїзації імплементаторів.

Українські медіа вже активно застосовують «журналістику рішень воєнного часу». Видання «Рубрика» позиціонує себе як медіа рішень, створюючи матеріали за методологією SJN, використовуючи композиційну форму з підзаголовками «У чому проблема?», «Яке рішення?», «Як це працює?». «Журналістика рішень воєнного часу» пропонує інструкції та пояснювальні матеріали на запитання, відповіді на які не знає Google.

Серед інших прикладів — соціальний проект «Люди Ідей+.#забутипровік» від «1+1 Media», а також проекти «Нові громади» та «Життя з “нуля”» від «Української правди». За-

стосування ЖР/КЖ має державне значення, оскільки цей підхід може «врятувати місцеву, локальну журналістику» та підвищити компетентність читачів щодо актуальних соціальних проблем. Це допомагає «формувати загальний настрій для переборювання важких обставин» тагуртування різних людей і громад заради спільних цінностей і перемоги.

Список використаних джерел

- Гондюл, О. (2019). Соціальна відповідальність медіа як ефективний результат «журналістики рішень». *Інтегровані комунікації*, 8, 14–24. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2019.2.2>.
- Christians, C. G., Glasser, T. L., McQuail, D., Nordenstreng, K., & White, R. A. (2009). *Normative theories of the media: Journalism in democratic societies*. University of Illinois Press.
- Lough, K., & McIntyre, K. (2018). Journalists' perceptions of solutions journalism and its place in the field. *ISOJ Journal: The Journal of the International Symposium on Online Journalism*, 8 (1), 33–52.
- McIntyre, K., & Gyldensted, C. (2017). Constructive journalism: Applying positive psychology techniques to news production. *The Journal of Media Innovations*, 4 (2), 20–34. <https://doi.org/10.5617/jomi.v4i2.2403>.
- McIntyre, K. E., & Lough, K. (2019). Toward a clearer conceptualization and operationalization of solutions journalism. *Journalism*, 22 (6), 1558–1573. <https://doi.org/10.1177/1464884918820756>.
- Newman, N., Fletcher, R., Nielsen, R. K., Eddy, K., & Robertson, C. T. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023* (pp. 16–29). Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/risj-p6es-hb13>.
- Schäfer, S., Greber, H., Sülflow, M., & Lecheler, S. (2022). A matter of perspective: An experimental study on potentials of constructive journalism for communicating a crisis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 101 (3), 774–796. <https://doi.org/10.1177/10776990221095751>.
- Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55 (1), 5–14. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.5>.