**Журналистика решений: основные принципы социально ориентированного подхода**

*Научный руководитель – Иншакова Н.Г.*

**Петракова В.**

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, факультет журналистики, Москва, Россия*

*E-mail: victor1a.petrakova@yandex.ru*

Возникновение журналистики решений, или конструктивной журналистики, обусловлено воздействием тенденций современной медиакоммуникации. Прежде всего, как отмечают исследователи, это обилие негативного контента в информационной повестке [1-3]. С этим явлением связан еще один тренд: медиа в основном фиксируют наличие проблем, обходя вниманием информацию о том, как эти проблемы решаются или могут быть решены. В результате читатели чувствуют себя эмоционально перегруженными [5] и стараются избегать новостного потока [6]. Как следствие, у них пропадает желание участвовать в социальной жизни общества, повышается уровень недоверия к СМИ, а у медиа снижается численность аудитории [4]. Еще одна проблема, которая привела к осознанию необходимости изменить подход к подаче актуальной информации, – восприятие читателя исключительно в качестве объекта информационного воздействия [3]. Такая несимметричная медиакоммуникация также побуждает аудиторию дистанцироваться от актуальных социальных проблем.

Журналистика решений нацелена на нивелирование последствий перечисленных тенденций и предполагает более сбалансированное освещение в журналистских материалах негативной и позитивной информации. Журналистика решений сосредоточена не на констатации существующих общественных проблем, а на поиске и демонстрации потенциальных путей их решения [1]. Важно и то, что журналистика решений является альтернативой несимметричной медиакоммуникации. Сторонники этого подхода воспринимают аудиторию как субъект взаимодействия, как равноправного участника процесса решения общественных проблем. Такое сотрудничество СМИ и общества позволяет преодолеть отчужденность пользователей от социальной жизни, побуждает их к гражданской активности [2].

Таким образом, журналистика решений пытается разобраться с наиболее острыми проблемами современных медиакоммуникаций. Сейчас реализуют это направление лишь немногие социальные медиа, однако его изучением и формулированием «новой сверхзадачи профессии» уже активно занимаются исследователи, в том числе на факультете журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова [1].

**Cписок литературы:**

1. Вартанова Е.Л. «Конструктивная журналистика» – новая сверхзадача профессии //МедиаТренды. 2022. №3 (89). URL: <https://www.journ.msu.ru/about/mediatrends/40323/> (дата обращения: 11.02.2024).
2. Гатилин А. С., Фролова Т. И. Социальные проекты местных СМИ в контексте принципов партиципарной журналистики //Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2021. №. 3. URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2021/3/sotsialnye-proekty-mestnykh-smi-v-kontekste-printsipov-partitsiparnoy-zhurnalistiki/> (дата обращения: 11.02.2024).
3. Дзялошинский И. М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. 2006. URL: <https://dzyalosh.ru/04-Technologii-Kommunikacii/Souchastie/Dzyaloshinsky_book_part1-6.pdf> (дата обращения: 11.02.2024).
4. Cameron G. T., Kinnick K. N., Krugman D. M. Compassion fatigue: Communication and burnout toward social problems //Journalism & Mass Communication Quarterly. 1996. Т. 73. №. 3. URL: <https://www.researchgate.net/publication/254119961_Compassion_Fatigue_Communication_and_Burnout_Toward_Social_Problems> (дата обращения: 11.02.2024).
5. McIntyre K. E. Constructive journalism: The effects of positive emotions and solution information in news stories : дис. //The University of North Carolina at Chapel Hill. 2015. URL: <https://cdr.lib.unc.edu/concern/dissertations/rn3012085> (дата обращения: 11.02.2024).
6. Nielsen R. K., Toff B. How news feels: Anticipated anxiety as a factor in news avoidance and a barrier to political engagement //Political Communication. 2022. Т. 39. №. 6. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10584609.2022.2123073> (дата обращения: 11.02.2024).