

## Особенности освещения темы экологии в конструктивной журналистике (на примере изданий «Positive News» и «The Guardian»)

Научный руководитель – Киселева Екатерина Борисовна

*Фатеева Елизавета Александровна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра зарубежной журналистики и литературы, Москва, Россия

*E-mail: fateyeva.journ@yandex.ru*

Тема экологии сегодня является одной из ведущих тем, поднимаемых СМИ. Массмедиа освещают проблемы изменения климата, загрязнения окружающей среды и пассивную позицию власти в этой сфере. Читая новости об ухудшении экологии, аудитория не видит возможные пути решения и испытывает чувство безысходности. Однако есть направление журналистики, которое способно побудить читателей на действие — это конструктивная журналистика.

Современная концепция конструктивной журналистики сформировалась на рубеже XX-XXI веков. Датский исследователь К. Гилденстед дает следующее определение данной концепции: «Конструктивная журналистика — это подход, в рамках которого журналисты стремятся позитивно влиять на общество через медиаматериалы, не столько выявляя проблемы, сколько предлагая пути их решения» [3]. Для этого конструктивная журналистика применяет методики позитивной психологии, использует больше контекста, взаимодействует с аудиторией и задает дополнительный вопрос — «Что теперь?». Согласно результатам исследований, конструктивная журналистика действительно положительно влияет на вовлеченность и эмоциональное состояние людей [6, с. 14].

Целью данного исследования стало выявление особенностей освещения темы экологии в конструктивной журналистике. Эмпирической базой исследования стали материалы двух британских изданий, использующих конструктивный подход — «Positive News» и «The Guardian» (раздел «The Upside»). В период с июля 2020 по июль 2021 гг. в них было опубликовано более 200 материалов, посвященных темам экологии, глобального потепления, климатического кризиса, инноваций в сфере окружающей среды. В «The Guardian» было опубликовано 62 статьи, в «Positive News» — 173 статьи. В среднем, в «The Guardian» статьи выходили раз в шесть дней, а статьи «Positive News» — раз в два дня. Таким образом, «Positive News» более заинтересовано в экологической повестке.

Тематика материалов весьма разнообразна: издания публиковали истории отдельных людей и организаций, материалы про экологические движения, экопродукты, экотехнологии, новости о законах, касающихся окружающей среды. Большое место в обозначенных изданиях уделяется экологической повестке Великобритании. Темы почти никогда не повторяются. В целом, и «The Guardian», и «Positive News» описывают проблемы нейтрально, однако в статьях «The Guardian» чаще появляется критика каких-либо аспектов.

Примечательно, что у изданий есть схожие рубрики, где они публикуют успешные итоги недели: «Что удалось на этой неделе» у «Positive News» и «Еженедельный отчет The Upside» у «The Guardian». На наш взгляд, этот метод соотносится с позитивной психологией, ведь еще раз прочитав позитивные новости, аудитория будет чувствовать себя лучше.

Главная особенность статей, написанных по критериям конструктивной журналистики, которую мы проследили — ориентация на будущее и на решение проблем. Это проявляется и в темах материалов, и в заголовках: часто в заголовке либо представлен результат

положительного действия («Как 10-летний ребенок из Уэльса одержал крупную победу в войне с пластиковыми отходами» [7]), либо есть ориентация на будущее («Криптовалюта Ethereum сократит выбросы углекислого газа» [4]). Было замечено, что в заголовках часто встречаются такие слова, как «решение», «будущее», «борьба», и самое частое — «зеленый» (употребляется в 10 статьях «The Guardian» и в 13 статьях «Positive News»). Д. Атанасова называет это повторение намеренной цветовой метафорой [1, с. 8].

Еще одна особенность рассматриваемых нами статей — более пристальное внимание к контексту и представление большого количества точек зрения. Так, в одной статье «The Guardian» представлено мнение семи людей из разных сфер деятельности [8]. Что касается контекста, важную роль в выбранном нами периоде играет ситуация с экологией в период пандемии коронавируса. Оба издания освещали этот аспект: «Positive News» опубликовало статью о стартапах экобизнеса, запущенных во время карантина [2], а «The Guardian» исследовало, например, может ли пандемия Covid-19 сделать моду более устойчивой [5].

Также было замечено, что в изучаемых статьях большое внимание уделяется последнему абзацу. Статья либо оканчивается позитивно, ободряя аудиторию, либо в конце присутствует призыв к читателю, вовлекающий его в решение проблемы. В рамках проведенного исследования мы подтвердили данное предположение.

Таким образом, освещение темы экологии в конструктивных статьях действительно имеет свои особенности. Конструктивная журналистика предлагает пути решения проблем, включает в себя элементы позитивной психологии, освещает разные точки зрения и контекст. Все это помогает аудитории почувствовать, что проблемы экологии решаемы, и вдохновляет ее на действие.

### Источники и литература

- 1) Atanasova, D. How Constructive News Outlets Reported the Synergistic Effects of Climate Change and Covid-19 Through Metaphors. // Journalism Practice, 2021. — 20 p.
- 2) Bearne, S. Starting up against the odds: five progressive businesses launched during lockdown. // Positive News, 2021. [Электронный ресурс] URL: <https://www.positive.news/economics/five-progressive-businesses-launched-in-lockdown/> (дата обращения: 01.03.22).
- 3) Gyldensted, C. (2015). From Mirrors to Movers. // GGroup Publishing, 1st. edition. [Электронный ресурс] URL: <https://read.amazon.com/?asin=B013RL3D2U&language=en-US>
- 4) Hern, A. Ethereum cryptocurrency to slash carbon emissions. // The Guardian, 2021. [Электронный ресурс] URL: <https://www.theguardian.com/technology/2021/may/19/ethereum-cryptocurrency-to-slash-carbon-emissions> (дата обращения: 01.03.22).
- 5) Marriott, H. Could the Covid pandemic make fashion more sustainable? // The Guardian, 2020. [Электронный ресурс] URL: <https://www.theguardian.com/world/2020/dec/28/could-the-covid-pandemic-make-fashion-more-sustainable> (дата обращения: 01.03.22).
- 6) Meier, K. (2018). How Does the Audience Respond to Constructive Journalism? Journalism Practice, 12(6), 764–780.
- 7) Morris, S. How a 10-year-old from Wales scored a big win in the war on plastic waste. // The Guardian, 2021. [Электронный ресурс] URL: <https://www.theguardian.com/environment/2021/mar/23/how-a-10-year-old-from-wales-scored-a-big-win-in-the-war-on-plastic-waste> (дата обращения: 01.03.22).

- 8) Rankin, J. EU's green deal plans launched with 'make-or-break decade' warning. // The Guardian, 2021. [Электронный ресурс] URL: <https://www.theguardian.com/world/2021/jul/14/eus-green-deal-plans-launched-with-make-or-break-decade-warning> (дата обращения: 01.03.22).