

УДК 070:316.6

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2022.28.268489>

КОНСТРУКТИВНІСТЬ КОНСТРУКТИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В КОНФЛІКТОГЕННОМУ СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Олена Іванова,

докт. наук із соціал. комун., професор,
декан факультету журналістики, реклами та видавничої справи
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова,
e-mail: ivanova_aa@ukr.net, ivanova_aa@onu.edu.ua

У статті осмислюються потенційні комунікаційні можливості такого нового медіафеномену, як конструктивна журналістика щодо його впливу на рівень конфліктогенності соціальнокомунікаційного простору. Також аналізуються перспективи конструктивної журналістики в питанні подолання конкуренції класичної журналістики із соціальними медіа та виходу з кризи традиційного журналізму.

Роздуми щодо потенціалу традиційної журналістики в аспекті зниження рівня конфліктогенності соціальнокомунікаційного середовища в статті розгортаються на тлі уявлень про рецептивні запити сучасної медіааудиторії на якісну, перевірену, ексклюзивну й корисну інформацію та видаються виправданими й актуальними в контексті аналізу комунікаційного потенціалу конструктивної журналістики / журналістики рішень як нового медіафеномену.

Розширення досвіду конструктивної журналістики в інформаційному просторі, поступове масштабування такого підходу до інформаційної діяльності, а можливо й домінування відповідних медіапроектів сприятиме формуванню картини світу окремої людини й громадськості загалом на засадах взаємодопомоги, згуртованості, порозуміння, адже в медіатизованому світі вплив журналістики є надзвичайно суттєвим.

Ключові слова: конструктивна журналістика / журналістика рішень, конфлікт, конфліктогенність, масова комунікація, медіааудиторія, традиційна журналістика, соціальнокомунікаційне середовище.

Актуальність дослідження. Постановка проблеми та її зв'язок із науковими та практичними завданнями.

Понад 30-літнє насолодження благами інформаційного суспільства, – відкритістю інформаційного простору, глобальністю контексту подієвості, беззаперечністю демократичного устрою, тотальністю плюралізму та свободи слова – все ж не забезпечило й не вберегло нас від численних парадоксів сучасності, подолання яких

і було очікуваною мрією міленіалів, що так багато сподівань покладали на культурні завоювання того ж таки інформаційного суспільства. Рахуймо разом: «футурошок» від швидкостей розвитку цивілізації; дезорієнтація особистості в соціальному просторі; ускладнення пошуків цінної інформації; зростання потреби в інструментах адаптації тощо. Однією з таких точок вразливості чи, точніше, ознак вразливості є конфліктогенність. Оскільки когнітивний, інформаційний та фізичний простори взаємопов'язані та взаємозалежні [див.: 5, 6], конфліктогенність досить чітко прослідковується на всіх цих рівнях, де присутня та чи інша активність: «Перед нами розгортаються два види впливу: реальний світ на віртуальний і віртуальний світ – на реальний. Вони, без сумніву, є взаємозалежними» [5, 181]. У когнітивному просторі конфліктогенність живиться суміщенням, синхронним виявом полярних уявлень про дійсність, що реалізується як зіткнення опозиційних наративів, контрастних картин світу, що мають різне смислове чи ідеологічне підґрунтя. В інформаційному середовищі потенційно конфліктогенними стають емоційно забарвлені визначення та описи соціокультурних явищ, очевидно упереджені коментарі подій і процесів, що при потраплянні в єдиний комунікаційний потік спричиняють зіткнення як при розгортанні конфлікту. Якщо в конкретній ситуації виникають підстави для «контакту» потенційно конфліктно налаштованих позицій чи висловів, маємо або явне зіткнення з емплікованими ознаками гостроти протистояння, або навмисне ігнорування контрастності, мовчазне протистояння задля уникнення відкритого протиборства, але з наявними латентними його ознаками.

Важливо, що конфліктність і на етапі її зародження, і в процесі реалізації в різних соціальних середовищах знаходить свою вокалізацію в інформаційному просторі. А відтак цікавим, актуальним і соціально значущим бачиться питання про вплив масмедіа на рівень конфліктогенності. При цьому варто окремо наголосити на тому, що конфліктність, яка фактично характеризує всі етапи розвитку людської цивілізації, в умовах інформаційного суспільства як поточних координатах соціокультурного життя актуалізується своєрідно та має певні особливості, спричинені властивостями цього типу соціуму.

У сучасному інформаційному полі очевидним тригером підвищення рівня конфліктогенності є його перенасиченість різномірною (якісною, сумнівною, патогенною, пустою) інформацією, рецепція якої вимагає значних зусиль від споживача та часто викликає у нього емоційні реакції і збурення, що в подальшому можуть виводити індивіда зі стану психологічної рівноваги та підштовхувати до участі в конфліктному контакті. Перманентне споживання інформації в режимі 24/7 задля того, аби «тримати руку на пульсі» та не вимикатися з процесу рецепції дійсності породжує в індивіда складне комплексне відчуття інформаційного голоду-перевантаження, що провокує до безперервного, але виснажливого інформаційного споживання. Такий стан часто призводить до формування однобокого, несистемного, некомплексного, а відтак і неадекватного, бачення реальності. У ситуації зіткнення з інакшою позицією така особис-

тість часто готова до конфліктного контакту. Значний обсяг інформації, що його споживає сучасна людина, також часто-густо веде її вбік від адекватного усвідомлення дійсності, адже спрацьовує принцип «більше інформації = менше розуміння». При цьому особиста потреба індивіда в обміні думками та позиціями з іншими, особливо якщо це стосується надважливих питань, призводить до протистояння та відкритого конфлікту, породженого «пошуками правди». Зараз, коли в Україні триває повномасштабна війна, ці особливості проявляються гостріше, сильніше, наочніше.

Явне протистояння завжди є ознакою конфлікту та має причинно-наслідкові характеристики, які можуть свідчити про різну природу цієї конфліктності: конфлікт, що вилився у зіткнення, може бути удаваним і примарним, його можна штучно створити та підживлювати або він може бути реальним, глибоким та довготривалим. Російська війна проти України не лише продемонструвала агресію РФ як держави-терориста з її планами знищення нашої держави, а й експлікувала принципові відмінності когнітивного світу українського суспільства та російських громадян, що й знаходять втілення в інформаційних баталіях між представниками цих спільнот. Вказаний конфлікт довго був латентним, частковим, з обмеженим середовищем реалізації та обмеженими ресурсами, а з лютого 2022 року став відкритим, радикальним, простим у своїй очевидності, хоч і з давньою передісторією, тотальним за ресурсами й середовищем реалізації для нас. Відмінності в позиціях, оцінках, тлумаченнях в інформаційному полі «тут і зараз» перманентно є приводом для відкритого протистояння та боротьби. І це зрозуміло: ворог, який себе показує, має отримувати відсіч, зокрема й на інформаційному рівні.

Натомість табір «своїх», що з ключових питань війни має згуртовану позицію, являє собою досить строкату спільноту, яка демонструє цілий спектр думок та уявлень щодо менш масштабних емпіричних питань повсякденного життя в умовах війни. Чи поляризується ця спільнота, чи її сегментація містить підстави для потенційного підвищення рівня вже внутрішньої конфліктогенності, і головне: яку роль у потенційній поляризації та сегментації і, як наслідок, конфліктності цього середовища відіграють та можуть відігравати масмедіа?

Зрозуміло, що стратегічною комунікаційною метою журналістики є діяльність, спрямована на консолідацію суспільства, пошуки порозуміння та вибудовування умов для співжиття, співіснування різних спільнот і осередків. При цьому журналістика як сфера діяльності спрямована на інформування медіааудиторії про актуальні соціально значимі явища, процеси, події. Масмедіа підвищують чи знижують рівень конфліктогенності в середовищі власної реальної та потенційної аудиторії? І чи взагалі коректно так ставити питання в контексті намірів і цілей журналістики як професійної масовокомунікаційної роботи? Актуальні сьогодні і як ніколи непрості питання ми й спробуємо розкрити у своїй статті, адже відповіді на них накреслюють певну перспективу журналістської діяльності та можуть бути як орієнтиром для підготовки журналістських кадрів, так і чинником розробки інформаційної політики, оскільки ре-

альний чи потенційний конфлікт – це не лише когнітивний поєдинок та розмежування «різнородумців», а й шлях до інновацій, привід ревізії ресурсів і засобів спілкування, пошук нових позицій, з яких варто поглянути на знайому роботу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Для осмислення масмедійних явищ у науковій практиці широко застосовується структурно-функціональний підхід (серед його класиків – П. Лазарсфельд, П. Бурдє, М. Мак-Комбс, Дж. Карей, Н. Луман [див.: 1, 4]). При аналізі конфліктогенності інформаційного простору та впливу медіа на її рівень застосовувати такий підхід також доречно. Структурний аспект надає підстави для формування уявлень про конфлікт як детермінанту певної соціальної динаміки, а функціональний – для висновків щодо рівня й характеру впливу конфлікту на сталість, стійкість, стабільність соціального світу.

Логіка така: якщо при посиленні сегментації медіааудиторії зростає рівень її поляризації та відкритого протистояння в інформаційному просторі, то варто аналізувати роль ЗМІ в цьому посиленні. Також осмислення медіапрактик, що їх застосовують масмедіа, може свідчити про засоби медіавпливу, зокрема на рівень конфліктогенності соціальнокомунікаційного середовища, які при цьому ефективно чи неефективно використовують ЗМІ.

Конфлікт – це відсутність рівноваги, що призводить до зіткнення сил з різними векторами реалізації власної активності. Повноцінний конфлікт має місце там, де відбувається задоволення власних інтересів через протистояння, за рахунок протистояння, в умовах протидії. Конфлікт поглиблюється та розвивається, якщо сили демонструють несумісність своїх позицій (реальних чи потенційних, які можуть розвинути у подальшому), а кожна зі сторін схиляється до того, аби зупинити реалізацію намірів чи перекреслити можливість досягнення цілей супротивника. Для активної поведінки в конфлікті важливо, аби учасники протистояння мали власні цілі, які й відображаються в їхніх діях в умовах конфлікту. Такими цілями можуть бути влада, статус, цінності, капітал тощо.

Як масмедіа мають працювати з матеріалом, що є потенційно конфліктогенним для їхньої реальної чи потенційної аудиторії?

Журналістика здатна описувати конфліктність: виявляти конфлікти, що існують, пояснювати їхню природу та наміри сторін, артикулювати позиції учасників протистояння тощо. Також журналістика здатна демонструвати конфлікт через надання права голосу учасникам протистояння у форматі дискусії на тему, що спричинила конфлікт. При цьому журналіст має залишатися поза конфліктом і завдяки неупередженості та відстороненості показувати об'єктивно все те, що має місце в реальності. Стандарти журналістики та зважена мовна поведінка, недопущення надлишкової емоційності та суб'єктивності допомагають професійному виконанню завдання та, по суті, ведуть до уникнення ситуації підвищення рівня конфліктогенності.

(Це, до певної міри, нагадує поведінку митця класичного художнього твору стосовно персонажів, коли автор із позиції позазнаходження не втручається в реальність героя, не перетинає меж його світу – *О. І.*). Така поведінка журналіста прямо протилежна діям редакторського складу ток-шоу та інформаційних продуктів інших форматів, де конфліктність має настільки принципове значення, що штучно керується та розпалюється в прямому ефірі.

Однак і за умов бездоганної професійної поведінки журналіста гарантувати, що рівень конфліктогенності інформаційного середовища для медіааудиторії не буде підвищуватися, все ж не можна, адже сама аудиторія також впливає своїм вибором на рецепцію медіапродукту, оскільки має свої інтереси, цінності, що визначають способи тлумачення інформаційного повідомлення. Сегментована масова аудиторія як сукупність окремих меншин бачить і чує різну інформацію в одному повідомленні згідно з правилами когнітивного дисонансу та ритуальної моделі комунікації (що не відповідає моїм уявленням, відкидається як хибне, а вибір джерела інформації – це вибір такого каналу, котрий підтримує моє узвичаєне бачення і медіа, і реальності), формує різне бачення дійсності, що потенційно може спричинювати поляризацію позицій і, як наслідок, протистояння в інформаційному чи у фізичному просторі.

Тож журналістська діяльність, з точки зору структурно-функціонального підходу до осмислення конфліктності, здатна призводити як до зниження, так і до підвищення рівня конфліктогенності інформаційного середовища, де задовольняє свої інформаційні потреби медіааудиторія, навіть за умови дотримання стандартів інформаційної діяльності та зваженої мовної поведінки. Та чи варто журналістиці, зважаючи на це, уникати публічної артикуляції потенційно ризикованих тем, аби не підвищувати рівень конфліктогенності соціальнокомунікаційного середовища? Звісно, що ні. Швидше, варто ставити питання про обмеженість ресурсу традиційних форм журналістської роботи щодо зниження рівня конфліктогенності інформаційного простору та замислитись над інноваціями...

Традиційна журналістська діяльність переживає тривалу кризу, яка буде спричинена розвитком тих самих інформаційно-комунікаційних технологій, що виразно розквітли в інформаційному суспільстві й подарували журналістиці еру нових цифрових медіа. Висока конкуренція в системі масмедіа та широка пропозиція медіапродуктів і форматів урешті-решт породили вибагливу медіааудиторію, що швидко сегментується й розпоршується, стрімко змінює інформаційні запити, поступово підвищує інформаційну компетентність та знаходить при цьому альтернативні джерела інформації для задоволення власних інтересів і запитів. Цими успішними альтернативами класичній журналістиці в питаннях інформування громадськості поступово на наших очах стали соціальні медіа, пресслужби, блогосфера, офіційні канали інформації, лідери думок тощо.

Що не кажи, а традиційна журналістика поступово втрачає якщо не першість, то ексклюзивність у роботі з джерелами інформації, адже ньюзмейкери чи спікери ма-

ють усі можливості прямого контакту з аудиторією без посередництва ЗМІ. Сьогодні досить часто перші ексклюзивні повідомлення з місця подій також передаються не журналістами, а пересічними очевидцями чи громадянськими журналістами. Ґрунтовна аналітика, яку колись продукували й поширювали виключно якісні ЗМІ, сьогодні доступна широкій аудиторії через персональні телеграм-канали та ютуб-канали ключових осіб, що аналізують та коментують воєнні дії, політику, економіку, медицину тощо. Конкуренти-інформаційники із загалу нефахових журналістів мають значну кількість прихильників, велику чисельність підписників і чималі показники переглядів контенту.

Ще однією вадою традиційних медіа часом стають їхні застарілі – в тлумаченні реципієнтів і продуктивні в тлумаченні медійників – методи й форми роботи та загальна недовіра до системи масмедіа як ангажованого мовця.

Продуктивність традиційної журналістики варто спробувати оцінити в контексті її потенційного впливу на рівень конфліктогенності соціальнокомунікаційного середовища, про що йшлося вище. Видається, що саме традиційна журналістика з її оперттям на професійні інструменти спілкування з масовою аудиторією, стандарти інформаційної діяльності має тут певні перспективи.

Мета дослідження.

Мета нашої наукової публікації полягає в осмисленні потенціалу традиційної журналістики щодо зниження рівня конфліктогенності соціальнокомунікаційного середовища, зокрема зважаючи на запит на якісну, перевірену, ексклюзивну й корисну інформацію. Така постановка питання видається виправданою та актуальною в контексті аналізу комунікаційного потенціалу конструктивної журналістики / журналістики рішень як нового медіафеномену.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Уже в часи пандемії коронавірусної інфекції стало зрозуміло, що кожен пересічний громадянин, – він же представник медіааудиторії, – потребує якісної, перевіреної й при цьому корисної інформації, що спроможна вивести на вирішення поточної проблеми, отримання вчасної допомоги та, фактично, здатна рятувати життя. Натомість людина повсякчас і в будь-яких обставинах має потребу в якісній, надійній, корисній інформації, незалежно від радикальних соціальних катаклізмів, адже постійно стикається з численними викликами, що вимагають виважених кроків, уважного обмірковування, прийняття чітких рішень. Проте, за іронією долі, саме ризик для життя довів пересічній людині XXI століття необхідність бути уважною до поточної соціальної інформації. Нинішня повномасштабна війна ще більше продемонструвала цінність навичок фільтрувати інформаційні продукти, знаходити повідомлення, які вміщують корисну, своєчасну, об'єктивну інформацію, що уможлиблює швидке реагування на поточну ситуацію. І тут доречні й цікаві медіапрактики демонструє конструктивна журналістика / журналістика рішень.

Конструктивна журналістика – це новий тренд у полі журналістики, що характеризується кількома принциповими особливостями, які дають підстави стверджувати, що саме вона здатна надати нового імпульсу для подолання конкуренції з нефармовою журналістикою й допомогти професійній медіадіяльності вийти з кризи, у якій вона опинилась, та задовольнити описані вище аудиторні запити: «Журналістика рішень – це новітнє бачення можливостей комунікації з масовою аудиторією, яка передбачає інформування читачів через демонстрацію вирішення проблеми, актуальної та очевидної для спільноти... такий підхід ще називають «конструктивна журналістика» [3].

Конструктивна журналістика вже проникає в систему масмедіа на різних рівнях і в різних формах (новий медіапроект «Рубрика», який позиціонує себе як втілення конструктивної журналістики в українському інформаційному просторі, окремі матеріали й рубрики в місцевих друкованих та онлайн медіа [див.: 2, 7]), задаючи певні правила гри в традиційних координатах журналістської діяльності. У чому її сила?...

1. Конструктивна журналістика – це «ревізія» журналістських намірів і можливостей щодо спілкування з медіааудиторією та відновлення соціального діалогу.

Конструктивна журналістика за своїми комунікаційними намірами виходить з такого бачення можливостей комунікації з масовою аудиторією, яке передбачає інформування реципієнтів про соціальні явища, події, процеси через демонстрацію варіантів, шляхів, форм, способів вирішення проблеми, яку громадськість уже відчуває й усвідомлює, а «детальний та конструктивний опис прецеденту, з опертям на усі журналістські правила та стандарти, так затребуваний сучасною аудиторією» [2], – стратегія конструктивної журналістики / журналістики рішень, через що вона й отримала такі визначення.

Конструктивна журналістика може тлумачитись як продуктивне рішення щодо забезпечення аудиторної привабливості медіадіяльності, адже вона потенційно зорієнтована на постійний інтерактивний соціальний діалог між інститутом медіа та громадськістю, діалог-реагування на поточні аудиторні запити щодо подій, проблем, ситуацій, очевидно актуальних «тут і зараз»: як швидко й зручно оформити документи, субсидії, пенсію; які є варіанти утеплення приміщення на зиму; чим відрізняються системи навчання в різних типах закладів середньої освіти; як хто прийшов у професію, позбувся залежності, знайшов особисте щастя після трагедії... Але справа не лише в цьому.

Війна багато чого робить очевидним: «ворог» VS «союзник»; «свій» VS «чужий». Натомість і серед «своїх», і серед «союзників» маємо цілий спектр уявлень, що за умови поляризації медіааудиторії, котра виказує прихильність до різних сегментів цього спектру, може спричинювати протистояння, конфлікти соціальнокомунікаційного характеру, виливатися в інформаційний і фізичний простори. Інтерактивний характер комунікації конструктивної журналістики з медіааудиторією може сприяти зниженню загального рівня емоційності, оскільки має шанси знімати певні

емоційні збурення швидким і якісним реагуванням на соціально вагому тематику й проблематику. При цьому полярні позиції в середовищі «своїх» щодо тих чи інших питань, крайні точки уявлень, що хибно тлумачаться як позиції «іншого», а відтак потенційно конфліктогенні, можуть бути проартикульовані спокійно, виважено, з позиції позазнаходження і тим самим стануть ближчими, більш відомими, більш зрозумілими, що вестиме до потенційної діалогічності й зменшуватиме шанси на пряме зіткнення таких полярних позицій у подальшому. Толерантний тон, без зверхності й повчальності, уважне ставлення, що базується на повазі й підтримці, – так працює конструктивний підхід. До речі, така «толерантна стратегія», як часто свідчать психологи, працює на зближення навіть полярних точок зору на проблему, тобто є конструктивною для спілкування загалом.

У згаданому вже українському медіа «Рубрика» зустрічаємо окрему рубрику «Кейси» зі вміщеними в ній цікавими матеріалами про продуктивні практики, зміст яких розкривається в заголовках та лідах, що стають дороговказами для медіааудиторії: «Покоління змінотворців: як у регіонах творять молодіжну спільноту України. Молодіжні працівники й працівниці – про ініціативи молоді, що покращують їхнє життя в громадах після 24 лютого»; «Як студенти наближають перемогу України: 20 рішень – від інновацій до концертів. До дня студента розповідаємо про студентські ініціативи, які рятують життя, підтримують дух та допомагають українцям вистояти»; «Світло й тепло з того, що під рукою: прості лайфхаки для кожного. Як картоплина може допомогти з освітленням, а пухирчаста плівка – з утепленням, розповідає «Рубрика»; «Словом закону і мовою сили: що жінкам слід знати про самооборону» [див.: 7]. Цікаво, що публікації цієї рубрики видання мають усталену композиційну форму, яка включає підзаголовки з промовистими орієнтирами для реципієнтів та до якої поступово звикають постійні читачі цього медіа: «У чому проблема?», «Яке рішення?», «Як це працює?», щоб ніщо важливе не залишилося непоміченим, не пройшло повз увагу. При цьому публікації містять історії конкретних людей від першої особи, розказані їхнім голосом, а, як відомо, персональний досвід завжди й ближчий, і цікавіший пересічній людині. Це ніщо інше, як діалог-взаємопідтримка різних людей через посередництво масмедіа.

Видається, що саме в питаннях відновлення соціального діалогу між системою масмедіа та широкою громадськістю, як і між окремими спільнотами всередині горизонталізованого громадянського суспільства можливості конструктивної журналістики надзвичайно солідні.

2. Конструктивна журналістика – це новий підхід до новинарності.

Конструктивна журналістика здатна запропонувати конкуретоспроможну для інформаційного середовища та медіааудиторії роботу з актуальною подієвістю, новинами. Вона зорієнтована на той варіант інформаційної діяльності, що передбачає доповнення такої бажаної для усіх медіаспоживачів новинарності інтерпретаційними матрицями.

Конструктивна журналістика здатна обійти новинну, яка натепер є мейнстрімом масмедійної роботи, адже вона спрямована на те, аби надати, поряд з актуальними соціально значимими новинами, їхнє бачення, осмислене тлумачення, спроектоване на емпіричний соціальний контекст. Конструктивна журналістика здатна репрезентувати шляхи вирішення проблем, що можуть спричинюватися поточним порядком денним, демонструвати діапазон можливостей та відповідей на питання, що постають перед кожним медіаспоживачем як громадянином чи індивідом, чого самі по собі новини не передбачають, зосереджуючись на оперативному інформуванні про дискретні явища, процеси, події, що сиплються на аудиторію, як калейдоскоп. Не секрет, що медіааудиторія має очевидну потребу саме в систематизації подієвого потоку й за відсутності відповідей на свої питання в якісних інформаційних каналах буде шукати їх деінде (чутки, соціальні медіа, міжособистісна комунікація тощо).

У виданні «Рубрика», у рубриці «Що відбувається», зустрічаємо огляди поточних подій та явищ, що подають різнорідні новини та пояснюють їхній масштаб, значимість і контекст (до прикладу, публікація «Картина 45 тижня війни: фейкове “різдвяне перемир’я” від рф» подає наступне: «5 січня очільник російської православної церкви патріарх кирил, який відкрито схвалює війну рф проти України, раптом заявив, що закликає до “різдвяного перемир’я” <...> Після цього президент рф володимир путін доручив міністру оборони запровадити режим припинення вогню з 12:00 6 січня до 24:00 7 січня “по всій лінії бойового зіткнення сторін”. Україна відкинула всі пропозиції про “перемир’я” <...> оголошенням “різдвяного перемир’я” путін хотів зашкодити репутації України та перехопити ініціативу на полі бою»; «В Україні у співпраці з МОЗ стартував новий благодійний проєкт “Неопалимі”. Його мета – забезпечити комплексне безоплатне лікування для військових, добровольців, волонтерів, цивільних та дітей, які отримали опіки та рубці внаслідок військових дій, щоб відновити функціональність уражених частин тіла і повернутись до звичного життя. Команда проєкту вже налагодила співпрацю з 12 клініками, де відбуватиметься процес лікування для близько 200 пацієнтів щомісяця. До проєкту залучені професійні спеціалісти та команда волонтерів, використовується новітня лазерна апаратура та якісні медичні препарати»; «Прем’єр-міністр України Денис Шмигаль назвав головні економічні здобутки 2022 року. Ключове досягнення – уряду вдалось зберегти керованість економічними та фінансовими процесами»; «Новорічні гірлянди на батарейках цього року є не лише прикрасою оселі до свят, а й джерелом світла під час вимкнення електроенергії. Однак через них почастишали й випадки надзвичайних ситуацій. В ДСНС нагадали основні правила щодо їхнього використання <...>» [див.: 7]).

Загалом такий підхід, де конкретика повсякдення подається як картина життя, що складається з мікротем, мікрокроків, часто буденного й локального характеру, є продуктивним не лише з точки зору уваги до навколишнього світу в його подробицях і нюансах, а й тому, що мінімум глобальних узагальнень, пафосних визначень, які найчастіше працюють як клікбейт, поступово, при постійному споживанні аудито-

рією, налаштовує та призвичаює її до іншого формату спостереження й за новинами, і за самим життям у його подробицях. У такий спосіб, до речі, простіше бачити точки дотику та спільні позиції в поляризованому соціумі, що є надзвичайно важливою цінністю спілкування серед «своїх».

При цьому конструктивна журналістика, як показує досвід її реалізації в українському варіанті, здатна пакувати інформацію, створюючи продукт з ознаками інфотейменту, – зручний, привабливий товар [див.: 3, 7]. Конструктивна журналістика може забезпечити медіааудиторію новинною інформацією, що адекватно упакована та спроектована на смислове поле й готова до комфортного споживання. Видання «Рубрика» має цікаві естетичні, портретні фото; наочні, промовисті репортажні фото й відеоматеріали; чітку рубрикацію; зручні композиційні прийоми оформлення матеріалів тощо. Загалом орієнтирами для конструктивної журналістики тут є креативні технології у виробництві медіапродукту, з одного боку, та точність подачі інформації, перевірка достовірності й надійності джерел, уміння відчувати пульс соціального життя, настрої аудиторії, з іншої, – професійна журналістська робота.

3. Конструктивна журналістика – це нова журналістська пропозиція щодо комуніканта в процесі масової комунікації.

Сучасна медіааудиторія гостро потребує компетентного мовця, комуніканта. Запити щодо явної компетентності мовця – це запити чути особистість, що має статусну авторитетність та демонструє соціальну відповідальність, оскільки в соціальнокомунікаційному середовищі популістського, іміджевого, хайпового контенту вистачає з надлишком. При цьому нинішня медіааудиторія очікує ясності, виразності, очевидності повідомлюваного, адже інформаційне поле перенасичене також шумами, у ньому багато туману, неочевидних проблем, очевидної дезінформації тощо.

Варто також згадати феномен миттєвого впливу (instant-впливу), згідно з яким відбувається заміна стабільних авторитетів зірками: «На наших очах сьогодні увійшли і працюють системи, які можна назвати системами instant-впливу, тобто миттєвого впливу <...> справжні авторитети (які були авторитетами сторіччя) стали авторитетами дня <...>» [6, 8]. Специфіка авторитетів дня в тому, що, попри їхню відомість широкій аудиторії, вони все ж не мають потужного репутаційного капіталу, соціальної відповідальності та фахової компетентності, адже ці характеристики напружуються та перевіряються тривалий час.

У виданні «Рубрика» представлено рубрику «Небайдужа», де розміщуються матеріали з порадами чи коментарями фахівців: «Від насильства немає страховки: реальна історія та рішення від фахівців» (коментує – кураторка напрямку психологічної допомоги ГО «Дівчата»); «Найскладнішим було питання «коли це закінчиться?» – дитяча психологиня про пережиту окупацію» (коментує – дитяча й сімейна психологиня); «Двічі окуповані. Історії кримчанок, які пережили окупацію Херсону», про життя в окупації, боротьбу за свободу Криму та України (коментують – ті, хто пережили окупацію) [див.: 7].

Конструктивна журналістика може стати пакувальником інформаційного продукту, який має чіткі ознаки, релевантні запитами споживача, і водночас фахово компетентні та соціально відповідальні, серйозні й виважені: кейс, особиста історія, модель поведінки, консультація, стратегія захисту, покроковий план дій тощо. Для забезпечення таких комунікаційних намірів конструктивна журналістика може успішно співпрацювати з інститутом лідерів думок, що мають авторитет, фаховість, досвід спілкування з масовою аудиторією. Вона може стати платформою для спілкування з лідерами думок, що здатні транслювати конструктивні, цінні, цікаві, актуальні поради, прогнози, рішення, приклади, моделі, – саме такі, що відповідають запитам медіааудиторії, а не просто заповнюють канал прямою мовою відомого спікера.

4. Конструктивна журналістика – це ефективне конкурування професійної масмедійної діяльності з інформаційною активністю соціальних медіа.

Конструктивна журналістика здатна дещо змінити розстановку сил і зон впливу в конкурентному інформаційному середовищі, де традиційні ЗМІ витісняються соціальними медіа. Перевагою та сильною стороною описаного вище підходу до здійснення інформаційної діяльності, який має конструктивна журналістика, є саме опертя на фундаментальні основи професійної діяльності журналіста, що вирізняє її на фоні конкурентів. Якщо конструктивна журналістика – це акцентування уваги на вирішенні проблеми, яку сама медіааудиторія вже вважає актуальною й очевидною для себе, а завдання журналіста полягає в детальному описі прецеденту, його демонстрації, скрупульозному фіксуванні експертного судження з цього приводу, огляду проблеми, прискіпливого спостереження, то опертя на журналістські стандарти та правила обробки інформації тут надважливе. Це перш за все стандарти точності, достовірності, повноти, а також контраверсійності. А ще – опертя на принципи журналістської етики, які спрямовують інформаційну діяльність вбік пошуку порозуміння між соціальними суб'єктами та спираються на усвідомлення суспільних наслідків оприлюднення інформації. Конструктивна журналістика має опікуватись професійною авторитетністю та соціальною відповідальністю тих, на кого вона посилається й кого залучає до діалогу з медіааудиторією. За умови вдалого пакування інформації, такий продукт може ознайомлювати, пояснювати й бути привабливим при цьому, – унікальним інформаційним товаром, що вміщує вихід, пораду, приклад тощо. Такі продукти потенційно можуть знижувати рівень конфліктності, адже відновлюють баланс, показують перспективу, оцінюють шляхи розв'язання проблеми, що не виключають компромісів чи консенсусів між «своїми».

«Якісний» конфлікт передбачає задоволення власних інтересів за рахунок протистояння та в умовах протидії. Кожна зі сторін такого зіткнення готова за будь-яку ціну зупинити реалізацію намірів чи перекреслити можливість досягнення цілей супротивника. На це їх штовхає різниця чи, точніше, пряма протилежність цілей. Натомість у середовищі «своїх» часто різниця не є принциповою, стосуються лише засобів, а не цілей, та й протидіяти «за всяку ціну» сторони не мають намірів. Тож за-

вдання – побачити точки дотику, побачити спільні цілі й цінності та врешті-решт порозумітися й вийти з конфліктогенності, у чому й може допомогти конструктивна журналістика.

Конструктивна журналістика може реалізовуватись у формі окремих матеріалів у традиційних ЗМІ, рубрик у традиційних ЗМІ, що мають відповідну назву, а також як окремі мадіапроекти. Для регіональних масмедіа конструктивна журналістика – хоч і не тренд, але й не чужорідна практика. Медіамоніторинги одеських друкованих та онлайн ЗМІ останніх років показують, що місцеві медіа намагаються рухатись у цьому напрямі, перш за все інтуїтивно, шукаючи нові форми роботи з читачами, відгукуючись на їхні запити. Так зустрічаємо окремі рубрики («Вас слушаєт Вечерня Одесса» в газеті «Вечерня Одесса»; «Вырежи и сохрани», «Надо знать», «Коммунальный ликбез» в газеті «Одесская жизнь») [див.: 2, 3], окремі матеріали, де комунікаційні наміри, фокус подачі інформації близький до ідей конструктивної журналістики. В Україні промовисто заявило про себе видання «Рубрика», яке себе позиціонує саме в цьому сегменті масмедійної діяльності, збираючи до півтора мільйона переглядів [див.: 7].

Видання «Рубрика», узагальнюючи власний досвід інформаційної діяльності, публікує огляд своїх найвдаліших історій рішень за найближчий рік, – різних історій про різний досвід одного й того ж, – історій, що вражають силою героїв-українців, їхнім прагненням творити зміни та захищати власну країну в найтяжчих її випробуваннях. До ТОПу потрапили матеріали, заголовки яких досить чітко окреслюють проблемно-тематичне тло публікацій: «Хочеш змінити Донеччину – почни з себе», «Кулінарний фронт», «Боротьба з сексуальним насильством з боку окупантів», «Житло для переселенців», «Веганська кухня в Україні», «Прибирання» за росією й відбудова зруйнованого», «Як українські в'язниці допомагають ЗСУ?», «Врятувати бізнес і прокачати місто», «Підтримка родин тих, хто віддав за Україну життя» [див.: 7].

Не дивно, бо не випадково, – медіа «Рубрика» увійшло до першої європейської когорти ньюзрумів, що розвивають принципи інформаційної діяльності, характерні для журналістики рішень, про що «Рубрика» повідомила своїм читачам: «Першопроходцями» у Європі стали 5 медіа з країн Східної та Центральної Європи. Так, журналістику рішень розвиватимуть литовський публічний мовник LRT, Magazin Reportér з Чехії, щоденна словацька газета і сайт Dennik N, видання eTrafika.net з Боснії та «Рубрика» з України [див.: 7]. Між вказаними виданнями, як повідомляє «Рубрика», планується співпраця на рівні обміну матеріалами та досвідом, допомоги в створенні контенту й просуванні журналістики рішень: «Нам важливо показати інший шлях і для читачів, і для інших медіа – що варто зосереджуватися не лише на проблемах, а й цілеспрямовано шукати рішення. Плануємо створення більшої кількості матеріалів у різних форматах, залучення аудиторії, створення контенту, який теж провокуватиме зміни», – коментує випускова редакторка «Рубрики» Марина Смагіна [див.: 7]. Інформаційна діяльність «Рубрики» дає можливість робити історії рішень видимі-

шими, як стверджує головна редакторка медіа Анастасія Руденко, а, значить, здатними до поширення та масштабування. Журналістика рішень, за уявленнями редакції, зосереджується на конкретних кейсах, історіях конкретних людей, груп, громад, а відповідні матеріали акцентують увагу аудиторії на можливих варіантах вирішення конкретної проартикульованої проблеми [див.: 7].

Під час війни, на думку «Рубрики», журналістика рішень також стає «журналістикою рішень воєнного часу», яка покликана вирішувати нагальні проблеми та підказувати людям рішення, що потрібні терміново. «Це інструкції, пояснювальні матеріали, матеріали “Що робити, якщо...?”. Це докладні роз’яснення на запитання, відповіді на які не знає гугл, здобрені особистим досвідом тих, хто вже впорався з проблемою, і порадами експертів, які знають, як допомогти: Як чинити опір в окупації? Як підтримати Україну з-за кордону? Як допомогти дитині впоратися з війною? Як працюватиме вступна кампанія у 2022 році? Що робити, якщо накриває панічна атака? Що робити тим, кого згвалтували в окупації?» [див.: 7].

Опис конкретних прецедентів важливий не лише як приклад для наслідування, а й задля формування загального настрою для переборювання важких обставин, небайдужості, позитивного бачення майбутнього, длягуртування різних людей і громад заради спільних цінностей і перемоги.

У контексті впливу конструктивної журналістики на рівень конфліктогенності тут варто також зауважити, що описуючи конкретні продуктивні й цікаві рішення, вона здатна своїй строкатій і, можливо, поляризованій аудиторії демонструвати такі кейси, що в її уявленнях є досить далекими альтернативами та зовсім не спадали на думку, але описані виважено й переконливо, можуть видатися цілком прийнятними й привабливими. Це, у свою чергу, може зближувати різні позиції та знижувати рівень конфліктогенності соціальнокомунікаційного середовища.

Загалом розширення досвіду конструктивної журналістики в інформаційному просторі, поступове масштабування такого підходу до інформаційної діяльності, а можливо, й домінування відповідних медіапроектів, сприятиме формуванню картини світу окремої людини й громадськості загалом на засадах взаємодопомоги, згуртованості, порозуміння, адже в медіатизованому світі вплив журналістики є надзвичайно суттєвим. «Всю свою історію суспільство має інститути, які утримують в головах своїх членів ту чи іншу картину світу. Це може бути релігія, ідеологія чи журналістика, а також школа, мистецтво чи література. Але кожен раз додатково до своїх головних функцій об’єкта впливу передається та чи інша матриця чи інтерпретація. Всі основні інтелектуальні винаходи полегшують просування потрібної інтелектуальної платформи» [6, 7]. Чому б це не могла бути журналістика рішень? Якщо «ментальні засоби передбачають утримання домінуючої ментальної парадигми, за допомогою якої починається інтерпретуватися все навколо» [6, 10], то в разі розвитку журналістики рішень, саме її комунікаційні наміри можуть стати тлом для ментальної парадигми.

Висновки та перспективи дослідження.

Можливості журналістики як сфери фахової діяльності та як соціального інституту далеко не вичерпалися, хоч традиційній журналістиці нині доводиться прискіпливо оцінювати себе з усією об'єктивністю, неупередженістю й повнотою, як весь попередній час вона спостерігала та оцінювала соціум згідно зі стандартами професії. При цьому заради правди журналістиці варто констатувати необхідність змінювати власні підходи до роботи з медіааудиторією. Тут і питання професійного виживання (або конкуренти повністю витіснять на периферію інформаційного поля), і соціальна відповідальність (або сегментоване та поляризоване суспільство цілком загрозує в протистоянні й непримиренності).

Конструктивна журналістика здатна знижувати конфліктогенність соціально-комунікаційного середовища тим, що вона має потенціал та перспективи робити адекватнішою позицію медіааудиторії, знижуючи рівень її емоційної нестабільності та розширюючи поле усвідомлюваних і адекватно побачених явищ, процесів, питань поточного соціокультурного життя.

Де межа можливостей журналістики, чим масмедіа можуть заважати пошукам порозуміння, де вони працюють на підвищення конфліктогенності?

В умовах плюралізму думок і свободи слова потенційні можливості ЗМІ щодо подолання протистояння та пошуки порозуміння за допомогою комунікаційних технологій та впливу на аудиторію наштовхуються на правило когнітивного дисонансу та спіралі мовчання, згідно з якими реципієнт або відкидає неприємну й неприйнятну для нього інформацію, або мовчить. Правда для одного викликає агресію іншого, адже примушує розширювати свої горизонти або змінювати звичні уявлення, що лякає перспективою втрати своєї хибно витлумаченої ідентичності. Такий «правдоруб» в очах споживачів його правди бере на себе провину за їхні потенційні неприємності, чого не відбувається в разі відсутності комунікаційного контакту, за умов мовчання. Межею можливостей журналістики щодо впливу на рівень конфліктогенності соціальнокомунікаційного середовища є позиція медіааудиторії. ЗМІ напругу не можуть виходити на «чужу» територію, працювати на аудиторію, що внутрішньо чинить спротив і виставляє фільтри для інформаційного потоку від недружного, на її думку, джерела. Натомість у варіанті конструктивної журналістики професійна масмедійна діяльність може показувати, експлікувати, пояснювати позицію «іншого», аби вона там, де є перспектива уникнення зіткнення й протистояння, става менш далекою, менш непринятною, більш толерованою.

Війна глибоко травмує, а травмована людина потенційно конфліктніша, тож зниження рівня конфліктогенності соціальнокомунікаційного простору має стати спеціальним комунікаційним наміром, який пасує зокрема конструктивній журналістиці.

Відкритий конфлікт, – породжений полярністю позицій сторін чи штучно роздмуханий майже на рівному місці, – радикалізує настрої, позиції, дії сторін. Коли йдеться про війну з реальним ворогом – усе ясно: ворога треба здолати в протистоянні.

У випадку відсутності рівноваги через наявність близьких, але неідентичних позицій у «своєму» середовищі, поляризація, педалювання відмінностей, акцентація відсутності достатніх підстав для порозуміння – сумнівна справа, адже це не сприяє вирішенню проблеми, що є спільною, та й не веде до пошуків точок дотику. У такій грі ставки мають бути на об'єднання.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Іванова О. А., Мойсеєва О. П. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. Київ: ТОВ «Бізнесполіграф», 2019. 232 с.
2. Іванова О. А., Мойсеєва О. П. 6 зі 100: баланс конструктиву. Інститут демократії імені Пилипа Орлика. 2022. 5 жовтня. URL: <https://idpo.org.ua/articles/4863-6-zi-100-balans-konstruktivu.html>
3. Іванова О. А., Мойсеєва О. П. Журналістика рішень як рішення для регіональної журналістики. Інститут демократії імені Пилипа Орлика. 2021. 20 вересня. URL: <https://idpo.org.ua/articles/4286-zhurnalistika-rishen-yak-rishennya-dlya-regionalno%d1%97-zhurnalistiki.html>
4. Луман Н. Реальність мас-медіа / за ред. В. Іванова та М. Мінакова. Київ: ЦВП, 2010. 158 с.
5. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.
6. Почепцов Г. Г. Контроль над розумом. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2012. 350 с.
7. Рубрика: Медіа рішень. URL: <https://rubryka.com>

UDC 070:316.6

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2022.28.268489>

Constructiveness of constructive journalism in a conflict-generating social-communication environment

*Olena Ivanova,*Doctor (social communications), professor,
Dean of the Faculty of journalism,
advertising and publishing

Odessa I. I. Mechnikov National University

e-mail: ivanova_aa@ukr.net, ivanova_aa@onu.edu.ua

The article considers the potential communication possibilities of such a new media phenomenon as constructive journalism / solution journalism in relation to its impact on the level of conflict-genicity of the social-communication space. The prospects of constructive journalism / solution journalism in overcoming the competition of classical journalism with social media and overcoming the crisis of traditional journalism are also analyzed.

Reflections on the potential of traditional journalism in the aspect of reducing the level of conflict-genicity of the social and communication environment in the article unfold against the background of ideas about the receptive requests of the modern media audience for quality, verified, exclusive and useful information and appear to be justified and relevant in the context of the analysis of the communication potential of constructive journalism / solution journalism as a new media phenomenon.

Constructive journalism / solution journalism is a new trend in the field of journalism, which is characterized by several fundamental features that give grounds for asserting that it is able to provide a new impetus to overcome competition with non-professional journalism and help professional media activity to get out of the crisis in which it found itself and satisfy the above-described audience requests. 1. Constructive journalism is a "revision" of journalistic intentions and opportunities for communicating with the media audience and restoring social dialogue. 2. Constructive journalism is a new approach to journalism. 3. Constructive journalism is a new journalistic proposal regarding the communicator in the process of mass communication. 4. Constructive journalism is an effective competition of professional mass media activity with the information activity of social media.

Constructive journalism / solution journalism can be implemented in the form of separate materials in traditional mass media, separate sections in traditional mass media with the appropriate name, and also as separate media projects.

Constructive journalism / solution journalism is able to reduce the conflict-genicity of the social communication environment because it has the potential and prospects to make the position of the media audience more adequate, reducing the level of its emotional instability and expanding the field of perceived and adequately seen phenomena, processes, issues of the current socio-cultural life.

In the variant of constructive journalism, professional mass media activity can show, explain, explain the position of the "other", so that it becomes less distant, less unacceptable, more tolerated where there is a prospect of avoiding collision and confrontation.

Reducing the level of conflict-genicity of the social-communication space should become a special communication intention, which fits constructive journalism in particular.

Keywords: constructive journalism / solution journalism, conflict, conflict-genicity, mass communication, media audience, traditional journalism, social communication environment.

REFERENCES:

1. Ivanova, O. A., Moyseyeva, O. P. (2019). Mistceva presa: posibnik dlya ZMI. Yak rehionalnym zhurnalistam pratsyuvaty za chasiv novikh media ta kryzy demokratiyi [Local Press: Media Guide. How regional journalists should work in the era of new media and democracy crisis]. Kyiv. 232 p. [In Ukrainian].
2. Ivanova, O. A., Moyseyeva, O. P. (2022). 6 zi 100: balans konstruktyvu [6 out of 100: constructive balance]. *Instytut demokratiyi imeni Pylypa Orlyka*. October 5. URL: <https://idpo.org.ua/articles/4863-6-zi-100-balans-konstruktivu.html> (accessed 3.11.2022) [In Ukrainian].
3. Ivanova, O. A., Moyseyeva, O. P. (2021). Zhurnalistyka rishen yak rishennya dlya rehionalnoyi zhurnalistyky [Journalism solution as a solution for regional journalism]. *Instytut demokratiyi imeni Pylypa Orlyka*. September 20. URL: <https://idpo.org.ua/articles/4286-zhurnalistika-rishen-yak-rishennya-dlya-regionalno%20d1%97-zhurnalistiki.html> (accessed 3.11.2022) [In Ukrainian].
4. Luman, N. (2010). Real'nist' mas-media [The reality of mass media] / za red. V. Ivanova ta M. Minakova, Kyiv. 158 p.
5. Pocheptsov, H. H. (2017). Vid pokemoniv do hibrydnykh viyn: novi komunikatyvni tekhnolohiyi XXI stolittya [From Pokémon to hybrid wars: new communication technologies of the 21st century]. Kyiv. 260 p. [In Ukrainian].
6. Pocheptsov, H. H. (2012). Kontrol' nad rozumom [Mind control]. Kyiv. 350 p. [In Ukrainian].
7. Rubryka: Media rishen' [Heading: media solutions] (2022-2023). URL: <https://rubryka.com> (accessed 3.11.2022) [In Ukrainian].