



**МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації
Кафедра соціальних комунікацій, словесності та культури**

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: «Журналістика рішень в економічній проблематиці: підходи до
реалізації (на матеріалах видання «Forbes Україна»)»**

Здобувачка вищої освіти другого
(магістерського) рівня
групи ЖМЗ-22-1,
спеціальності 061 «Журналістика»
ОП «Економічна журналіста»

Страдецька
Олександра
Романівна

Науковий керівник

Брадов В. В., к.е.н.,
доцент

Керівник освітньо-
професійної програми

Гиріна Т. С., д.н. з
соц. комунікацій,
професор

Допущено до захисту за рішенням кафедри соціальних комунікацій,
словесності та культури, протокол від « 16 »_ 01 2024 № 7

Завідувачка кафедри

Гиріна Т.С., д.н. з соц.
комунікацій, професор

Ірпінь-2024

Реєстрація № 10 29.01.24
(дата)

[Signature]
(підпис відповідальної особи)

Результати перевірки до захисту
(до захисту, на доопрацювання)

29.01.24
(дата)

[Signature]

Результат захисту 5 (95)
(оцінка)

16.02.2024

(дата)

[Signature]

Голова комісії:

[Signature]
(підпис)

Кушніков А
(ініціали, ПІБ)

Члени комісії:

[Signature]
(підпис)

Н. Зєзку
(ініціали, ПІБ)

[Signature]
(підпис)

Т. Гуріна
(ініціали, ПІБ)

[Signature]
(підпис)

В. Брадєв
(ініціали, ПІБ)

Бланк оцінювання випускної роботи

ї особи)

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, ПІБ
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ КЕРІВНИКОМ ТА РЕЦЕНЗЕНТОМ				
Якість кваліфікаційної магістерської роботи (якість теоретичного матеріалу, зв'язок з практичним, вміння представляти матеріал в логічній формі, наявність висновків та рекомендацій)	від 0 до 30	24		Тупі
Відповідність вимог щодо оформлення роботи	від 0 до 10	10		Тупі
Відповідність виконання роботи на всіх етапах у встановлені кафедрою терміни	від 0 до 5	5		Тупі
Відповідність рецензент	від 0 до 5	5		Тупі
ВІСЬОМ БАЛІВ	від 0 до 50	44		Тупі
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ІЗ ЗАХИСТУ				
Відповідність вимог	від 0 до 10	10		Тупі
Відповідність здатковий матеріал	від 0 до 5	5		Тупі
Відповідність аналізу теоретичного та практичного матеріалу, вміння відповідати на запитання	від 0 до 25	23		Тупі
Відповідність пробація	від 0 до 10	10		Тупі
ВІСЬОМ БАЛІВ	від 0 до 50	48		Тупі
ВІСЬОМ БАЛІВ	від 0 до 100	95		Тупі

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)
95	A	5	16.02.24	Тупі

Правила переведення оцінок до національної шкали та шкали ЕКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)
80-89	B	4 (добре)
70-79	C	
60-69	D	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	EX	2 (незадовільно)

**МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
Кафедра мовної підготовки та соціальних комунікацій
Спеціальність 061 «Журналістика»
Освітньо-професійна програма «Економічна журналістика»

Затверджую
Завідувачка кафедри мовної
підготовки та соціальних комунікацій
_____ Т.С. Гиріна

**Завдання на випускню кваліфікаційну роботу
здобувачки вищої освіти**

Страдецької Олександри Романівна

Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Журналістика рішень в економічній проблематиці: підходи до реалізації (на матеріалах видання «Forbes Україна»)»

Затверджена наказом ректора від «14» грудня 2022 р. № 1287

1. Строк здачі закінченої роботи 25.01.2024 р.
2. Цільова установка: підготовка кваліфікаційної роботи згідно затвердженого графіку та відповідно вимогам.
Мета роботи полягає у визначенні творчих аспектів функціонування журналістики рішень на прикладі матеріалів видання «Forbes Україна».
Об'єкт дослідження: журналістика рішень в аспекті світової практики та реалізації її в умовах вітчизняного медіаринку.
Предмет дослідження: підходи до реалізації журналістики рішень в освітленні сегменту економічної проблематики вітчизняного медіаринку.
База дослідження: результати наукових розвідок вітчизняних та зарубіжних науковців за обраною темою, матеріали професійних мережових порталів за темою, видання «Forbes Україна».
4. Вихідні дані роботи: складається із вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків.
5. Перелік графічного матеріалу: відсутній
6. Зміст випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи (перелік питань за кожним розділом): 1. Сучасна трансформація підходів до створення медійного контенту. Концепція моделі Solutions Journalism: сутність поняття, функції, особливості реалізації. Журналістика рішень як новий напрям розвитку вітчизняних масмедіа 2. Економічна проблематика в ракурсі Solutions Journalism. Аналіз практики впровадження сучасних підходів до висвітлення проблем економіки. Особливості вітчизняної моделі Solutions Journalism (на прикладі видання «Forbes Україна». 3. Перспективи застосування журналістики рішень в засобах масової комунікації України. Прикладні аспекти створення конструктивного медіаконтенту.

7. Календарний план виконання роботи

№з/п	Етапи виконання	Термін	Примітки
1.	Вибір теми, вивчення	До 10.12.2022	
2.	Опрацювання літературних джерел, складання плану кваліфікаційної магістерської роботи	До 01.01.2022	
3	Узгодження плану кваліфікаційної магістерської роботи	До 01.02.2023	
4.	Підготовка першого розділу кваліфікаційної магістерської роботи та подання її керівнику	До 01.04.2023	
5.	Підготовка другого розділу кваліфікаційної магістерської роботи та подання її керівнику	До 01.06.2023	
6.	Підготовка третього розділу кваліфікаційної магістерської роботи та подання її керівнику	До 01.10.2023	
7.	Підготовка вступу, висновків та подання завершеної кваліфікаційної магістерської роботи керівнику	До 01.11.2023	
8.	Доопрацювання кваліфікаційної магістерської роботи із урахуванням зауважень керівника	До 01.11.2023	
9.	Передзахист кваліфікаційної магістерської роботи	До 20.12.2023	
10.	Подання закінченої кваліфікаційної магістерської роботи, перевірка на плагіат та отримання відгуку керівника	До 25.01.2024	Персонально
11.	Захист кваліфікаційної магістерської роботи	16.02.2024, 9.00	

8. Дата видачі завдання «10» грудня 2022 р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи

_____ Брадов В. В.

10. Керівник освітньо-професійної програми

_____ Гиріна Т. С.

11. Завдання до виконання отримала здобувачка вищої освіти

_____ Страдецька О. Р.

АНОТАЦІЯ

«Журналістика рішень в економічній проблематиці: підходи до реалізації (на матеріалах видання «Forbes Україна»)»

Мета роботи полягає у визначенні узагальненої моделі журналістики рішень, її ознак, характеристик та підходів до реалізації на матеріалах видання.

Завданнями роботи є концептуалізація тенденцій розвитку журналістики рішень; визначення її характерних рис, форматів функціонування; визначення підходів до реалізації журналістики рішень у вітчизняних масмедіа.

Предметом дослідження є підходи до реалізації журналістики рішень в освітленні сегменту економічної проблематики вітчизняного медіаринку.

Об'єктом дослідження виступає журналістика рішень в аспекті світової практики та реалізації її в умовах вітчизняного медіаринку..

Базою дослідження виступають результати попередніх наукових розвідок науковців за темою, сегмент журналістики рішень медіаринку України.

За результатами дослідження сформульовані особливості механізму запровадження журналістики рішень у вітчизняних масмедіа.

Одержані результати можуть бути використані для подальших досліджень.

Випускна кваліфікаційна робота містить 47 сторінок основного тексту, список використаних джерел з 25 найменувань.

Ключові слова: Solution Journalism, журналістика рішень, модель медіа.

Рік виконання кваліфікаційної магістерської роботи – 2023-2024.

Рік захисту роботи – 2024.

ANNOTATION

" Journalism of decisions in economic issues: approaches to implementation (based on the materials of the publication "Forbes Ukraine")"

The purpose of the work is to define a generalized model of decision journalism, its features and approaches to implementation based on the publication's materials.

The tasks of the work are the conceptualization of trends in the development of decision journalism; definition of its characteristic features, functioning formats; determination to the implementation of decision journalism in the mass media.

The subject of the study is approaches to the implementation of decision journalism in the illumination of the segment of economic issues of the domestic media market.

The object of the research is decision journalism in the aspect of global practice and its implementation in the conditions of the domestic media market.

Basis of the research is the results of previous scientific investigations by scientists on the topic, the journalism segment of solutions in the media market of Ukraine.

Based on the results of the study, the peculiarities of the mechanism of introducing decision journalism in the domestic mass media were formulated.

The obtained results can be used for further research.

Thesis contains 47 pages of the main text, a list of used sources from 25 items.

Keywords: Solution Journalism, solution journalism, media model.

The year of completion of the qualifying master's thesis is 2023-2024.

The year of job protection is 2024.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. СУЧАСНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО СТВОРЕННЯ МЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ	12
1.1. Концепція моделі Solutions Journalism: сутність поняття, функції, особливості реалізації	12
1.2. Журналістика рішень як новий напрям розвитку вітчизняних масмедіа ...	17
РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНА ПРОБЛЕМАТИКА В РАКУРСІ SOLUTIONS JOURNALISM	26
2.1. Аналіз практики впровадження сучасних підходів до висвітлення проблем економіки	26
2.2. Особливості вітчизняної моделі Solutions Journalism (на прикладі видання «Forbes Україна»	32
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ	36
3.1. Прикладні аспекти створення конструктивного медіаконтенту	36
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	44

ВСТУП

В наш час негативні новини стали звичним явищем. Ми звикли читати про війну, теракти, насилля – і від цього майже неможливо відмахнутися, адже це наша реальність. Та журналісти можуть змінити вектор написання матеріалів, застосовуючи журналістику рішень, яка замість констатування проблем і нагнітання негативних емоцій, здатна пропонувати шляхи зміни ситуації на краще. Це не означає, що тональність текстів одразу стане позитивною. Журналістика рішень – це не тільки техніка написання. Це і правильний вибір соціально важливої теми, і робота з героями, що, безумовно, вимагає від журналіста відповідальності. Саме з цієї позиції журналісти можуть не тільки запропонувати шляхи вирішення економічних проблем, а й підштовхнути аудиторію до їх вирішення.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи зумовлена тим, що дослідження механізму запровадження у редакційну політику вітчизняних масмедіа журналістики рішень сприятиме балансу між негативними і позитивними повідомленнями у їх новинній стрічці, що допомагає суспільству у подальшому самостійно приймати зважені рішення, брати на себе відповідальність і допомагати розбудовувати громадянське суспільство, яке сповідує демократичні принципи. Актуалізує тему й той факт, що Україна знаходиться у стані війни з країною-агресором, коли перед суспільством постають специфічні економічні проблеми, які потребуватимуть зваженого вирішення. Журналісти можуть виступати тут не пасивними спостерігачами, а конструктивними критиками, пропонуючи аудиторії різні варіанти вирішення проблем.

Інформаційною основою кваліфікаційної роботи стали результати досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців, а саме: Дж. Абденур, Г. Будівська, П. Бургер, К. Гілденстед, Т. Гордієнко, О. Голуб, Н. Дамен, Н. Куліді, С. Майер, К. Макінтайр, І. Матвіїшин, О. Семенець, Т. Слотюк, К. Тієр, Б. Уелт, Д. Хотц, О. Чуранова. Так, Н. Дамен, розглядаючи суть та

значення терміну, визначає поняття «журналістика рішень» як підхід, що ґрунтується на фактичних даних, які охоплюють конкретні відповіді на соціальні проблеми [1]. У своїй роботі Т.Слотюк формулює концепцію журналістики рішень (solutions journalism), розкриває додаткове значення терміну, функції, особливості функціонування моделі, робить аналітичний огляд різноманітних прикладів її застосування [7]. Ще одним джерелом можуть слугувати публікації таких журналістів-практиків, як Дж. Хотц [9], І. Матвіїшин [6]. Переважно це статті з поясненням, що таке журналістика рішень в практичному аспекті, які її завдання та основні характеристики. Однак загалом в українському журналістичнознавстві модель журналістики рішень досліджена недостатньо і постає перспективною темою для подальших наукових пошуків.

Мета кваліфікаційної магістерської роботи полягає у визначенні узагальненої моделі журналістики рішень, її ознак, характеристик та підходів до реалізації на матеріалах друкованого видання. Для досягнення поставленої мети сформульовані такі **завдання**:

- визначити чинники трансформації підходів до створення журналістського контенту;
- концептуалізувати основні тенденції розвитку журналістики рішень у західному та українському інформаційному просторі;
- визначити основні характерні риси, формати функціонування цього виду журналістики;
- проаналізувати та окреслити підходи до реалізації журналістики рішень у вітчизняних масмедіа.

Об'єктом нашого дослідження виступає журналістика рішень в аспекті світової практики та реалізації її в умовах вітчизняного медіаринку.

Базою дослідження послужили теоретичні розробки вітчизняних та зарубіжних вчених, а також публікації про практичну реалізацію журналістики рішень на професійних медійних порталах imi.org.ua, detector.media, Інтерньюз-Україна, medialab.online, thelede.media,

online.eu та ін. Особлива увага була приділена матеріалам видання «Forbes Україна».

Предметом дослідження стали підходи до реалізації журналістики рішень в освітленні сегменту економічної проблематики вітчизняного медіаринку.

У процесі нашої наукової розвідки були застосовані такі наукові **методи**: системний аналіз – для опрацювання результатів попередніх досліджень за обраною тематикою; метод аналізу дав змогу розширити розуміння призначення Solutions Journalism як виду журналістики та його основні завдання; за допомогою синтезу вдалося комплексно досягнути поняття та зрозуміти особливості функціонування цього виду журналістики; порівняння, класифікація отриманих результатів, аналітичний та описовий – для визначення особливостей вітчизняної практики реалізації журналістики рішень; узагальнення – для формулювання висновків стосовно результатів дослідження.

Практичне значення одержаних результатів дослідження механізму запровадження журналістики рішень у вітчизняних масмедіа полягає у сприянні встановленню конструктивного балансу в контенті, який вони пропонують своїй аудиторії, що здатне відбитися на прийманні рішень, пов'язаних з функціонуванням країни. В період війни перед суспільством постають специфічні економічні проблеми, які потребуватимуть зваженого вирішення. Пропонуючи аудиторії різні варіанти вирішення проблем, журналісти виступають не пасивними спостерігачами, а активними учасниками процесу. Такий підхід до розуміння значення журналістики рішень має загальнодержавне значення.

У зв'язку з поставленою метою і окресленими завданнями дослідження **структура кваліфікаційної магістерської роботи** складається зі вступу, трьох розділів і необхідних підрозділів, узагальнених висновків. У Вступі визначено актуальність теми, інформаційна основа, мета і завдання роботи, об'єкт і предмет дослідження, розкрито використані методи, новизна та практичне значення отриманих результатів. У Розділі 1 досліджено сучасну

трансформацію підходів до створення медійного контенту у світовому та вітчизняному аспектах. Визначено сутність поняття, функції, особливості реалізації концепції моделі Solutions Journalism, а також розглянуто журналістику рішень як новий напрям розвитку вітчизняних засобів масової комунікації. У Розділі 2, практичному, об'єктом нашої уваги стала економічна проблематика масмедіа в ракурсі Solutions Journalism. Проаналізована вітчизняна практика впровадження сучасних підходів до висвітлення проблем економіки, зокрема, на прикладі видання «Forbes Україна» визначено особливості вітчизняної моделі Solutions Journalism. У Розділі 3 йдеться про перспективи застосування журналістики рішень в засобах масової комунікації України, представлені прикладні аспекти створення конструктивного медіаконтенту. Висновки узагальнюють результати, отримані у процесі дослідження.

Загальний обсяг кваліфікаційної магістерської роботи 47 сторінок, з них основного тексту – 40. Список використаних джерел нараховує 25 позиції.

РОЗДІЛ 1. СУЧАСНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО СТВОРЕННЯ МЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ

1.1. Концепція моделі Solutions Journalism: сутність поняття, функції, особливості реалізації

Концепція моделі Solutions Journalism визначається як підхід до журналістики, який акцентує увагу на пошуку та представленні конструктивних рішень у вирішенні проблем та викликів. Цей підхід намагається збалансувати інформаційний ландшафт, де часто переважають негативні аспекти подій.

Сутність концепції полягає в тому, щоб не тільки ідентифікувати проблеми в суспільстві, але й вивчати та висвітлювати приклади успішних рішень. Solutions Journalism намагається вирізнитися від традиційної негативної журналістики, забезпечуючи читачам і глядачам більш повний та об'єктивний погляд на події.

Функції Solutions Journalism

1. *Ідентифікація проблем та висвітлення рішень*: Основною функцією є виявлення проблем у суспільстві та представлення різних шляхів їх вирішення.
2. *Стимулювання позитивних змін*: Solutions Journalism прагне впливати на громадську думку та стимулювати позитивні зміни, розширюючи усвідомлення про ефективні методи розв'язання проблем.
3. *Збалансованість і об'єктивність*: Підхід включає в себе збалансований погляд на події, де поруч із критикою проблем також представлені приклади успішних дій.

Особливості реалізації Solutions Journalism

1. *Глибинна аналітика*: Журналісти, практикуючи Solutions Journalism, звертають увагу на глибинний аналіз та вивчення контексту конкретних ситуацій для належного представлення інформації.

2. *Участь громадськості*: Реалізація моделі включає активну участь громадськості, дозволяючи читачам та глядачам брати участь у пошуку та обговоренні рішень.
3. *Розвиток співпраці з громадськими організаціями*: Журналісти активно співпрацюють з громадськими організаціями, експертами та представниками громади для отримання комплексної інформації та поглиблення розуміння контексту.

Сучасна еволюція світових мас-медіа інтенсивно породжує нові течії та напрямки. Численні з них можна об'єднати під загальним терміном конструктивної журналістики – форми аналітичного підходу, яка включає в себе кілька жанрів. Серед них виявляються елементи сторітелінгу, розслідування, нарису, репортажу та інших аспектів. Використання цих жанрів в історіях, пов'язаних із відновлювальними наративами, дозволяє розповісти історію захопливо, неординарно та подарувати відчуття надії тим, хто можливо вже втратив її.

В цілому, до цього сегмента можна віднести такі види як журналістика рішень, перспективна журналістика, повідомлення про світ та реконструктивні наративи. Кожен із цих напрямків вимагає індивідуальних підходів до створення журналістських матеріалів. Важливою складовою є історія, що базується на соціальному конфлікті, та пошук шляхів його вирішення; демонстрація вирішення цієї проблеми специфічною групою або суспільством; ілюстрація готової моделі, яку можна використовувати для вирішення аналогічних ситуацій.

При здійсненні журналістського огляду міжнародних подій, слід акцентувати увагу не на війні, оскільки це не завжди означає відкритий збройний конфлікт. Замість цього, слід акцентувати увагу на соціальних протиріччях конкретних груп. Коли мова йде про перспективну журналістику, важливо наголосити, що це не футурологія чи фантастичні уявлення, але нинішня реальність, що має прямий вплив на життя конкретної соціальної групи чи особистості. Реконструктивні наративи містять у собі історії людей,

які втратили здоров'я, житло, родину, але знаходять силу для продовження життя та мають мотивацію відновити нормальне існування, будувати бізнес і шукати нові перспективи в нових умовах. Ці історії, що надихають людей, можуть служити прикладом для тих, хто втратив надію та віру в майбутнє, і позбавлений оптимізму та бажання почати все спочатку. У журналістиці рішень, ключовим елементом є соціальний конфлікт та його вирішення, тому важливо вміло вибирати приклади, на які можна орієнтуватися при розв'язанні конкретних проблем, оскільки основне тут – це результат.

Напрямок, що отримав назву Solutions Journalism (Журналістика рішень), виник із прагнення знайти нові форми створення медійного контенту, включаючи соціальні ідеї, побудовані на принципах позитивної психології [24]. Ця інноваційна тенденція в медіа об'єднує комунікації, спрямовані на вирішення проблем. Поняття Solutions Journalism вперше з'явилося в журналістському словнику західноєвропейських, зокрема скандинавських, регіонів та в Сполучених Штатах Америки наприкінці 90-х років XX століття. Сьогодні багато західних редакцій мають відділи, орієнтовані на пошук рішень та їхнє представлення аудиторії.

Важливо відзначити, що спочатку журналістика рішень набула найбільшого розвитку в країнах Скандинавії, де створено незалежну організацію журналістики, спрямованої на рішення та прогрес у світовому розвитку. Головною метою цієї організації було змінити глобальну культуру новин. Прихильники концепції вважали, що достовірна інформація - це право людини і загальне благо. Основна місія журналістики рішень полягала в тому, щоб відновити довіру до ідеї, що спільні факти, знання та дискусії є основою суспільства [12].

Solutions Journalism Network, заснована в Нью-Йорку в 2013 році, визначає модель журналістики рішень як «чітке та переконливе розповідання про відповіді на соціальні проблеми». Організація акцентує увагу на критичному та правдивому розслідуванні, показуючи приклади людей, які працюють над вирішенням проблем. Їхній підхід фокусується не лише на тому,

що може працювати, але і на тому, як і чому це може або не може працювати [34]. Організація прагне підвищити присутність журналістики рішень загалом, балансуючи новини історіями, які вказують на потенційні шляхи та алгоритми дій.

Останні два десятиліття в європейських та американських редакціях продовжують з'являтися відділи, спрямовані на рішення та перспективи, а не тільки на висвітлення проблем. Наприклад, у британському виданні "The Guardian" існує рубрика "The upside", у щоденній газеті "The New York Times" - це розділ "Fixes", а відомий сайт "The Huffington Post" має розділ "Good news". За словами данської дослідниці Дж. А. Бойдесен, "багато публічних мовників у країнах Західної та Північної Європи почали впроваджувати елементи конструктивної журналістики у свою роботу". У Данії "Danmarks Radio" почало створювати невеличкі історії, в яких акцентується увага на позитивних новинах. Цей підхід також використовується в мовниках Бельгії, Нідерландів та в мережі BBC [8]. Додатковий приклад - діяльність медіа-організації Positive.news (Великобританія), яка видає однойменний журнал, мета якого полягає у створенні журналістики, спрямованої на прогрес, можливості та рішення.

Журналістика рішень відкриває новий погляд на суспільство. Коли події висвітлюються лише без реакції на них, виникає ілюзія реальності, адже ігноруються результати людської діяльності та накопичений досвід. Показуючи позитивні рішення проблем, схожих на ті, що стикаються інші, журналістика рішень стимулює самостійне прийняття рішень. Знання про те, що щось поламалося, не надає інструкцій щодо виправлення. Журналістика рішень пропонує шляхи подолання різних ситуацій, допомагаючи розуміти, як використовувати свої навички для соціального вирішення проблем. Це вносить зміни у підходи журналістики, дозволяючи їй висвітлювати не лише негативне, але й позитивне.

Робота з Solutions Journalism вимагає розуміння механізму створення позитивних новин. Дослідниця К. Молек-Козаковська вказує на необхідність

збалансованого інформування, доповненого практичною, корисною та позитивною інформацією, оскільки ЗМІ переважно наповнені негативними новинами та конфліктами. Зазначаються різні підходи до створення "добрих новин", такі як "повільна журналістика", "активістська журналістика", "гіперлокальна журналістика", "громадянська журналістика" та "мирна журналістика". Усі ці напрями мають соціальне спрямування та орієнтовані на суспільство.

Важливо виходити за межі стереотипів, які часто використовують редактори, представляючи різні новини. Наприклад, подача інформації про народження пандочок, слоненят чи кошенят, знайдених у каналізаційному стоці, обмежує уявлення про соціальні проблеми. Такий підхід спонукає перегляд проблеми з позитивного ракурсу та пошуку прикладів вирішення. Журналіст повинен дарувати надію аудиторії, надаючи приклади успішних рішень, а не залишати їх наодинці з проблемою.

Засоби масової інформації часто публікують "негативні" новини, фокусуючись на негативних відхиленнях. Протистояння цьому підходу - конструктивна журналістика, яка акцентує увагу на позитивних аспектах та вирішенні проблем. Уве Крюгер, дослідник з Лейпцизького університету в Німеччині, вважає, що це позитивно впливає на читачів, суспільство та самі медіа. Він зауважує, що "мейнстрімові медіа часто упускають половину світових історій", і це підтверджується дослідженнями Solutions Journalism Network у Нью-Йорку.

Журналістика рішень виникла на основі ідей австрійського журналіста Роберта Юнга, норвезького соціолога Йогана Гальтунга та теорії "позитивної психології" Мартіна Селігмана. Вона систематично розслідує та пояснює способи вирішення соціальних проблем, фокусуючись на прикладах людей, що активно працюють над цим. Важливо зауважити, що цей підхід не обмежується "хорошими новинами" у таблоїдному стилі, але спрямований на зміну критеріїв новинної цінності. Згідно з Уве Крюгером, важливо не лише розповідати про негаразди, але й акцентувати увагу на успішних результативних випадках.

Прикладом успішного рішення проблеми є історія данських фермерів, які змінили свій підхід до використання антибіотиків у тваринництві, долучаючи добрі бактерії. Журналісти з DR у Данії виявили аналогічну практику у Нідерландах, яку пізніше успішно впровадили в Данії, що призвело до 95% зменшення використання антибіотиків. Цей інноваційний приклад підкреслює сутність конструктивної журналістики у виявленні та поширенні позитивних змін. Як стверджує Крюгер, такий підхід до подачі інформації може сприяти зміні уявлень про те, що вважається новинною цінністю у суспільстві.

Запитання про "позитивні новини" виникло в аудиторії, і Уве Крюгер звертає увагу на результати опитування аналітичної компанії Forsa, проведеного на замовлення RTL aktuell у серпні-вересні 2015 року. За цим дослідженням, 45% опитаних відзначили, що новинні випуски перенасичені проблемами, 80% висловили думку, що в новинах важливо показати не лише саму проблему, але й шляхи її вирішення, та 73% висловились за більше позитивних новин.

У цей період, за словами Крюгера, відзначався певний "бум" позитивних новин у німецьких ЗМІ. Наприклад, матеріал у Spiegel Online в серпні 2015 року розповідав про відновлення озонового шару Землі та можливість глобального вирішення проблем. Також, у Welt am Sonntag з'явився заголовок "Все налагодиться" із врізом "Попри труднощі, світ в порядку: більше роботи і менше бідності та воєн". Зазначимо, що ці матеріали здобули популярність, але пізніше інтерес до позитивних новин трошки затух.

ЗМІ обрали цей підхід у зв'язку з загальною кризою у медіа та зменшенням довіри до них. Також на це вплинуло видання книги Ульріка Хаагерупа в Німеччині та велика увага до неї. Проте, Крюгер визнає, що цьому підходу є критики, зокрема, звинувачення у тому, що він приховує справжні причини проблем та їхні корені.

Катрін Хартман, німецька журналістка та письменниця, стверджує, що такий підхід "створює видимість, що все буде добре", і вона критикує погану конструктивну журналістику. Водночас, Крюгер запевняє, що мета

"позитивної" історії не повинна виправдовуватися будь-якою ціною, і журналісти повинні залишатися вірними правді, уникати реклами та пропаганди.

Журналістика, за словами Крюгера, може відігравати важливу роль на різних рівнях. Вона може забезпечувати "психогігієну" для читачів та самих журналістів, допомагаючи їм уникнути цинізму відносно постійного потоку негативних новин. Крім того, журналістика рішень може покращити імідж ЗМІ та збільшити їхню аудиторію. Наприклад, у дні, коли видання, які публікують позитивні новини, зазначає Крюгер, спостерігається зростання продажів.

На завершення Крюгер пропонує журналістам провести внутрішнє обговорення у своїх редакціях і відповісти на кілька питань: які теми ми висвітлюємо; чи викликає у читачів враження, що світ – це лише "долина плачу", а новини подаються лише з точки зору "проблема, криза, конфлікт"; який настрій передають заголовки та зображення (негативний чи позитивний, орієнтований на проблему чи на її вирішення); що обговорюють люди в нашому регіоні та які зміни вони б хотіли бачити; чи вирішується проблема в інших містах або країнах.

1.2. Журналістика рішень як новий напрям українських масмедіа

У сучасному інформаційному суспільстві, де обсяги інформації зростають експоненційно, виникає необхідність для журналістів не лише передавати факти, але й відігравати активну роль у формуванні світогляду та прийнятті рішень читачами. Це веде до виникнення нового напрямку в журналістиці – "журналістика рішень".

Журналістика рішень – це підхід до новинного звітування, в якому журналісти активно сприяють процесу прийняття рішень своїми читачами. Замість простого повідомлення про події, журналісти надають інформацію, яка може впливати на рішення та дії громадян.

Основні принципи журналістики рішень

1. *Активна участь*: Журналісти розглядають свою роль як активного учасника суспільного діалогу. Вони не просто повідомляють про події, але й допомагають аудиторії розуміти контекст і знаходити рішення.
2. *Збалансованість*: Важливим аспектом є забезпечення об'єктивності та збалансованості інформації. Журналісти повинні надавати різні точки зору для того, щоб читачі могли утворити власну думку.
3. *Взаємодія з аудиторією*: Журналістика рішень передбачає активну взаємодію з читачами. Запитання, обговорення, опитування – це інструменти, які допомагають визначити потреби аудиторії і залучити їх до процесу розробки матеріалів.

Як журналістика рішень змінює українські мас-медіа

1. *Активізація громадян*: Завдяки журналістиці рішень, громадяни стають більш освіченими та зацікавленими в суспільній діяльності. Вони не лише споживають інформацію, а й активно взаємодіють із журналістами та іншими читачами.
2. *Формування критичного мислення*: Журналістика рішень допомагає формувати критичне мислення читачів, оскільки вона спонукає їх аналізувати інформацію та робити обґрунтовані вибори.
3. *Розвиток інтерактивності*: Українські мас-медіа все більше використовують різноманітні інтерактивні інструменти – опитування, форуми, чати – для взаємодії з читачами та залучення їх до обговорення ключових питань.

В Україні журналістика рішень тільки розпочинає свій розвиток, і ми можемо зазначити лише кілька випадків її впровадження на практиці. Однак цей вид журналістики набуває особливого значення, особливо в умовах війни з агресором. Зауважимо, що в редакціях українських ЗМІ поки немає повного розуміння того, як працювати в журналістиці рішень. Труднощі цієї роботи описані в матеріалі Н. Куліді "Пошук цікавих тем, успішних кейсів,

компетентних експертів та хоч якоїсь статистики – з цим стикаються редактори та журналісти, коли працюють із Solutions Journalism" [9]. У науковому середовищі є потреба в дослідженні поняття Solutions Journalism, визначенні ключових проблем, пов'язаних із створенням таких матеріалів, описанні методики опрацювання та аналізу, визначенні принципових рис і особливостей журналістики рішень і конструктивної журналістики. Таким чином, це важлива теоретична і практична проблема, яку слід вивчати і впроваджувати в практику медійної сфери.

В Україні ініціативу з створення конструктивної журналістики можна помітити у проєкті "Життя з «нуля»" на сайті "Української правди". В цьому проєкті розглядаються приклади успішного адаптування переселенців до нових умов життя та їхні перспективи у майбутньому. На тому ж самому порталі існує спеціальний проєкт "Нові громади", який, через приклади окремих міст, демонструє успішну децентралізацію та ініціативу громад у власному управлінні та створенні територіальних об'єднань. Інші засоби масової комунікації, де можна знайти приклади журналістики рішень, включають портал "Рубрика", сайт "БЖ", "TheБабель", "Куфер", "TheDevochki" (розділ "Дівчина говорить"), "Район.in.ua" і видання "Новое время" зі спецпроєктом "Час змін з НВ", де розглядаються реалізовані локальні ініціативи. Інтернет-видання "Рубрика: медіа корисних рішень" одне з перших в українському медіапросторі заявило, що буде продовжувати працювати у форматі Solutions Journalism [12].

Громадська організація "Інтерньюз-Україна" неодноразово оголошувала конкурс матеріалів з журналістики рішень, проводила тренінги та семінари для обміну інформацією з цього питання. У жовтні–листопаді 2020 року, в умовах гібридної війни, "Інтерньюз-Україна" провела тренінг для журналістів Донецької та Луганської областей. Пізніше було оголошено про відкриття стипендіальної програми для журналістів із східних та південних областей України, і перевага віддавалася тим матеріалам, які стосувалися впровадження реформ на місцевому рівні [14]. На сайті "Інтерньюз-Україна" надано коротку

інформацію про Solutions Journalism для тих, хто бажає працювати у цьому форматі, і охарактеризовано основні ознаки цього виду журналістики. Зокрема, там зазначено, що журналістика рішень відповідає на запитання "як?", розкриває соціальні проблеми або конфлікти, дає приклади інноваційних рішень, орієнтована на цільову аудиторію, розповідає позитивні історії, але не має ознак реклами чи піару. Фокусуючись на ефективності, а не лише на добрих намірах, журналіст наводить очевидні докази результатів завершеної справи [///]. Це основні інструменти, якими можуть користуватися ЗМІ у журналістиці рішень: створення контенту, що не обмежується лише описом проблем, але й включає в себе приклади успішних проектів їх вирішення.

Мета репортажу полягає не лише у тому, щоб повідомити громадськість про події та факти, але й у показі можливих шляхів вирішення соціальних проблем. Цей підхід відомий як "конструктивна журналістика" або "журналістика рішень".

Це новаторський формат журналістики, який використовує методи позитивної психології для створення новин, при цьому не відмовляючись від основних журналістських стандартів. Він дає можливість пропонувати альтернативні виходи з складних ситуацій та показувати шляхи вирішення проблем.

Експерти, такі як Увер Крюгер з Німеччини та Кетрін Гілденстед з Данії, вважають, що цей підхід спрямований на відновлення довіри до журналістики, особливо з урахуванням поширення безлічі негативних та конфліктних новин, які призвели до віддалення громадян від ЗМІ та створили негативний імідж журналістики взагалі.

Важливо зазначити, що конструктивна журналістика не обмежується лише позитивними новинами, що викликають приємні емоції. Вона, перш за все, повинна бути точною та достовірною, об'єктивно освітлюючи події, не зачіпаючи надто песимістично чи надто оптимістично. Згідно з висловлюванням журналістки і дослідниці конструктивної журналістики Данієли Батіст, головний принцип полягає в тому, щоб розповідати повну

правду про ситуацію, але при цьому не зосереджуватися виключно на негативі, а показувати шляхи вирішення проблеми.

Таким чином, до загальних п'яти питань журналістики – "хто?", "що?", "де?", "коли?" і "чому?" – додається шосте питання "що тепер?". За словами Данієли Батіст, "історія не повинна завершуватися запитанням 'чому?', оскільки це може залишити читача в стані безпорадності, якщо йому не зрозуміло, що робити з отриманою інформацією".

Важливість дотримання професійних стандартів у всіх видах журналістики, включаючи конструктивну, наголошує Вікторія Романюк, керівник магістерської програми з медіакомунікацій в Українському католицькому університеті. Вона вважає, що важливо виховувати студентів у відповідальному відборі та аналізі будь-якої теми, створювати глибокі матеріали на основі фактів і уникати маніпуляцій, навіювань та гри з аудиторією. З її точки зору, це і є суть конструктивної журналістики.

Дослідниця Карен Макінтайр із Сполучених Штатів та вчена Кетрін Гілденстед з Данії, які спеціалізуються на дослідженнях конструктивної журналістики та її важливості, виділяють чотири типи цього журналістського підходу:

1. **Журналістика рішень:** Розповідає історії про те, як люди реагують на проблеми та подолують їх.
2. **Журналістика перспективи:** Сфокусована на майбутньому, цей підхід включає в себе дослідження психології майбутнього, прогнозування та мрії. Журналісти можуть задавати питання про можливі рішення проблем, співпрацю та прогрес.
3. **Журналістика миру:** Поєднує в собі журналістику перспективи та рішень, дивлячись на конфлікти як на виклик та можливість прогресу. Розкриває як конфлікти починаються, хто працює над їх припиненням і хто виграє від перебудови та відновлення.

4. **Відновні наративи:** Фокусується на внутрішніх конфліктах, описуючи зусилля, спрямовані на подолання їх наслідків, а також причини та шляхи уникнення подібних трагедій у майбутньому.

Наприклад, "Детектор медіа" вказує на журналістський жанр "відновний наратив", який акцентує увагу на відновленні життєвих сил у людей, особливо під час конфліктних та трагічних періодів історії. Меларі Джин Теноре рекомендує журналістам у цьому жанрі:

1. **Висвітлювати складну правду:** Акцентувати увагу на відновленні та пошуку надії та можливостей, не ігноруючи труднощі ситуації.
2. **Акцентувати увагу на прогресі:** Розповідати про шлях від трагедії до можливостей, показувати, як людина долає труднощі та досягає певних результатів.
3. **Показувати, що життєва стійкість — це набуте вміння:** Використовувати історії та досвід для навчання інших, як подолати складні часи.
4. **Усвідомлювати, що зцілення — це тривалий процес:** Пояснювати, що відновлення може займати тривалий час.
5. **Ґрунтуватися на силі:** Підкреслювати сильні сторони людини в контексті відновлення.
6. **“Візит у минуле”:** Вивчати, як люди в подібних ситуаціях знаходили способи вирішення проблем.

Зазначено, що в журналістиці рішень, впливовій журналістиці та журналістиці контексту приділяють велику увагу відомі світові ЗМІ, такі як The New York Times, які запровадили спеціальні розділи та проекти, спрямовані на пошук рішень та їхню ефективність.

Серед матеріалів цього розділу можна знайти інформацію про те, як поліпшити безпеку вагітності афроамериканських жінок, збільшити ефективність навчання дітей за участю батьків, а також як місто Філадельфія бореться зі зростанням проблем наркоманії серед героїнових. Розділ "Good news" на популярному сайті "The Huffington Post" вражає не лише приємними

новинами про домашніх улюбленців, а й конструктивною журналістикою, яка пропонує приклади подолання різних проблем і складних ситуацій.

Зокрема, The Guardian впровадив новий розділ "The upside", спрямований на акцентування уваги на позитивних змінах. Редакція зазначає, що цей розділ вивчає та розповідає про інновації, рухи та особистості, які пропонують конструктивні рішення. Вони пишуть про соціально відповідальних підприємців, науковців, екологічних чемпіонів і невідомих героїв, намагаючись надихнути своїх читачів.

Додатковий імпульс розвитку конструктивної журналістики взяла організація Solutions Journalism Network. Їх місія полягає в збалансованому поданні новин, які вказують на потенційні шляхи і алгоритми дій. За їхніми словами, такі історії сприяють покращенню громадського дискурсу, стимулюють активність громадян, зменшують поляризацію та підсилюють демократію.

В Данії та Нідерландах вже зрозуміли, що журналісти повинні вчитися розглядати події з конструктивної перспективи вже під час навчання в школах журналістики. Зокрема, в 2015 році стартував спеціальний курс, призначений для студентів, щоб вони вивчали методики позитивної психології при підготовці матеріалів.

На жаль, поки що в Україні відсутні аналогічні ініціативи. Українські викладачі розповідають, що незважаючи на відсутність окремого курсу конструктивної журналістики, вони працюють над інтеграцією цих принципів у інші дисципліни.

Так, Наталія Виговська висловлює переконання, що конструктивну журналістику можна успішно впроваджувати вже існуючими курсами на факультетах. Зазвичай, студенти мають можливість вивчати та вдосконалювати навички створення об'єктивних новин або історій. Проте важливо враховувати аспекти конструктивності при розробці будь-яких матеріалів. Вікторія Романюк зауважує, що конструктивна журналістика - це якісна журналістика, яка не лише пояснює, але й генерує ідеї, надає приклади вирішення проблем.

Українські медіа вже мають приклади конструктивної журналістики, яка переважно представлена у спеціальних рубриках та проектах. Наприклад, рубрика "Життя" на "Українській правді" включає декілька спецпроектів, що відзначаються конструктивним підходом до вирішення соціальних проблем. Спецпроект "Життя з "нуля"" розповідає успішні історії українських переселенців, які зуміли інтегруватися в нові громади. Інший проект, "Нові громади", фокусується на успішних історіях міст в контексті децентралізації.

У "Kyiv Post" редакторка та кураторка проекту "Журналістика Толерантності" Альона Жук розповідає про подібний підхід до матеріалів у своєму виданні. Серія статей "Журналістика толерантності" присвячена проблемам чутливих груп населення та побудована на історіях людей, які змінюють щось у своєму оточенні. Наприклад, матеріали про проблеми працевлаштування людей з інвалідністю розповідають історії успіху, такі як триатлоніст-чемпіон Василь Закревський та пекарня "Good Bread from Good People", яка займається дрібним підприємництвом та залучає людей з ментальною інвалідністю.

Незважаючи на це, Альона Жук визнає, що не в усіх темах застосування принципів конструктивної журналістики є доцільним. Проте, в більшості соціальних матеріалів її редакції використовується конструктивний підхід.

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНА ПРОБЛЕМАТИКА В РАКУРСІ SOLUTIONS JOURNALISM

2.1. Аналіз практики впровадження сучасних підходів до висвітлення проблем економіки

Навіть якщо приклади використання конструктивної журналістики в українських ЗМІ є, їхня кількість залишається під питанням порівняно з іншими матеріалами. Таким чином, ІМІ має намір провести моніторинг рівня застосування конструктивної журналістики в українських ЗМІ. Окрім якісної та професійної журналістики, об'єктивного опису подій, важливо також представляти аудиторії перспективу, варіанти рішень та можливості вирішення конфліктів у матеріалах. У сучасних реаліях для української аудиторії це не менш важливо, ніж надання збалансованої інформації.

Засновник та керівник Інституту конструктивної журналістики, Ульрік Хаагеруп (Ulrik Haagerup), стверджує, що для більшості журналістів настає час чесно оцінити свою роботу, подивившись у дзеркало. Тут вони стикаються з вибором: розбити це дзеркало чи поліпшити свою роботу. Це відображає одну з ключових ідей конструктивної журналістики – необхідність опрацювання вмісту, щоб зробити його корисним для аудиторії.

Якщо мета журналістики полягає в інформуванні людей для прийняття свідомих рішень, журналістам слід застосовувати критичний підхід. Але це лише один із інструментів, якими медійники повинні користуватися. Критичність – це інструмент, а не кінцева мета. Конструктивна журналістика пропонує фокусуватися на можливих шляхах вирішення проблеми замість

критики самої проблеми. Важливо також надавати більше контексту новинам, щоб краще інформувати та надавати реалістичне уявлення про світ оточуючих.

Про це новий напрямок обговорює Джулі Арнфред Бойдесен, яка вивчає конструктивну журналістику в Університеті Мальме. Експертка провела тренінг для редакторів ЗМІ Луганської та Донецької областей, оскільки бачить можливість впровадження підходів конструктивної журналістики у місцеві ЗМІ. За її словами, конструктивна журналістика може бути ефективною для об'єднання місцевих громад та зменшення поляризації в суспільстві, яка часто зумовлена негативними новинами.

Аналіз практики впровадження сучасних підходів до висвітлення проблем економіки в українських ЗМІ свідчить про те, що сучасні медіа відводять важливе місце для глибокого та різноманітного аналізу економічних питань. Нові підходи в журналістиці враховують потреби аудиторії в об'єктивності, глибині розуміння проблем, а також пошуку практичних рішень.

Одним із визначних аспектів є перехід від сухих економічних новин до більш комплексного аналізу. Замість простого опису статистики та фінансових показників, сучасні ЗМІ все частіше звертають увагу на корені проблем, їхні соціальні та політичні виміри. Це дозволяє читачам краще зрозуміти вплив економічних рішень на життя суспільства.

Інший тренд включає в себе використання візуалізацій та інтерактивних форматів для подання економічної інформації. Графіки, інфографіка та анімації допомагають зробити складні економічні концепції більш доступними для аудиторії. Цей підхід стає ефективним інструментом у забезпеченні легкості сприйняття складних економічних тем.

Розширення обсягу та глибини аналізу економічних проблем також визначається розглядом впливу технологічних та глобальних тенденцій. Сучасні ЗМІ висвітлюють взаємозв'язок економічних процесів з цифровою трансформацією, змінами в ринкових моделях та глобальним економічним ландшафтом.

Окремий акцент робиться на висвітленні ініціатив, які спрямовані на вирішення економічних викликів. ЗМІ стають катализаторами для впровадження позитивних змін, надаючи платформу для обговорення та поширення інноваційних ідей.

Це інноваційна галузь науки і водночас вона є новим напрямком в журналістиці. Останнім часом конструктивна журналістика активно розвивається в країнах Скандинавії, де, наприклад, в Данії існує окремий незалежний дослідницький інститут, базований в одному з найбільших університетів країни. Ця модель переглядає сам підхід до журналістики, оскільки загалом медіаконтент часто схильний до негативу, акцентуючи увагу на проблемах, скандалах, війнах та тероризмі. Внаслідок цього виникає інша тенденція: споживачі новин відчують виснаження та стомленість, вони менше читають та дивляться новини, перестають відслідковувати події в медіа. Дослідження свідчать, що аудиторія стає менш активною, і у людей з'являється враження безнадії. Коли ви вмикаєте новини, і всі теми – це війна в Сирії, конфлікт в Україні, терористичні атаки у Франції, ви відчуваєте безсилля, оскільки світ здається безнадійним.

Ще одна проблема полягає в тому, що такий формат подачі новин призводить до поляризації в суспільстві. З'являється багато негативних, розчарованих голосів, яким здається, що речі погані, політики та інші особи тільки створюють проблеми. Таким чином, підходи, які розглядає конструктивна журналістика, пропонують не просто розповідати позитивні історії, але і знаходити можливі рішення для негативних сюжетів. Визнавати, що у нас тут є проблема, і водночас пропонувати можливі шляхи вирішення; дивитися на можливий розвиток ситуації в майбутньому.

Зрозуміло, це складно. Я обговорювала це з іншими журналістами під час тренінгу. На сході країни триває війна, і це складна тема, ми не можемо просто сказати: "У нас є рішення для цього!" Але все ж ми можемо створити медіа, які більше орієнтовані на рішення, фокусуючись на позитиві, які надають надію на

те, що в Україні дійсно відбуваються позитивні зміни. Наприклад, останнє рішення українського парламенту щодо створення Вищого антикорупційного суду є важливою подією в боротьбі з корупцією. Медіа можуть акцентувати увагу на цьому, а не лише на проблемах.

Також, акцентуючи увагу на локальному вмісті, медіа повинні представляти місцевих жителів і надавати їм відчуття спільноти. Це особливо важливо для уразливих груп, таких як жителі сходу України, наприклад. Як виник і розвивався цей напрямок? Які медіа зараз використовують його підходи? Існують дослідження, які були проведені на початку 90-х років і були присвячені позитивній психології. Згодом багато з цих ідей було впроваджено в конструктивну журналістику.

Протягом останніх п'яти років багато громадських мовників у Західній та Північній Європі почали впроваджувати елементи конструктивної журналістики у свою роботу. Наприклад, Danmarks Radio в Данії розпочало створювати короткі історії, фокусуючись на позитивних новинах. Аналогічний формат також знаходимо у мовників у Бельгії, Нідерландах та британської мережі BBC. В The New York Times існує колонка, що розповідає про позитивні події. Це не прикрашання реальності, а спроба показати, що в світі існує більше одного виміру, показати повну картину. Тобто визначити, що є і погане, але також і добре.

Треба зауважити, що конструктивна журналістика — це досить нова галузь в науці. Інститут у Данії, про який я вже згадувала, був заснований наприкінці 2016 року. Більшість ініціатив, пов'язаних із конструктивною журналістикою, виникли в 2015 році. Ви вказували, що через негативне висвітлення новин великі світові медіа втрачають довіру аудиторії, і така ситуація спостерігається і в Скандинавії. Споживання вмісту великих мейнстримних медіа значно зменшується, оскільки люди переходять до соціальних мереж та інших онлайн-джерел інформації.

Взагалі, порівнюючи з Україною, в Данії немає такого різкого проблеми з медіавласністю, тому питання довіри до ЗМІ не є настільки актуальним. Конструктивну журналістику критикують за те, що вона розподіляє новини на "позитивні" та "негативні", але для медіа важливо просто надавати достовірну інформацію. Це правильне зауваження, адже факти — це факти. Проте є багато способів розповісти про них. Конструктивна журналістика не намагається уникати проблем, але звертає увагу на можливі шляхи їх вирішення. Вона не стверджує, що всюди сяє сонце і в небі завжди розцвітають веселки. Для пояснення цього можна згадати приклад із США, де статистика кримінальних порушень показала проблеми лише у двох штатах, але новини фокусувалися саме на них, замість того, щоб відзначити позитивне в інших 46 штатах.

Для місцевих медіа в Україні ключово не втрачати довіру громади. Багато міст на сході країни стикаються з важкою ситуацією, де люди відчують дефіцит віри в те, що військовий конфлікт знайде розв'язання і умови їхнього життя поліпшаться. Таким чином, наявність чіткої інформації є важливою для пояснення ситуації. З приходом виборів важливо допомагати мешканцям робити обгрунтовані вибори. Які можливості для цього існують? Надання інформації для підприємців, висвітлення можливостей, які вони мають, та пояснення, як люди можуть брати участь у громадській діяльності, роблячи своє співтовариство кращим. Багато проблем у місцевих громадах можуть бути вирішені, якщо їхні члени активно залучаються. Деякі з них легше вирішувати на рівні регіону, ніж національному. Таким чином, в Україні конструктивна журналістика може в першу чергу акцентувати увагу на можливостях для різних людей.

На практиці, багато представників медіа вже використовують принципи конструктивної журналістики у своїй діяльності, хоча вони могли ніколи не використовувати таку термінологію. Це концепція, яка, можливо, не нова, просто має новий термін та визначення. Наприклад, аналітичний інструмент від Garminder, спрямований на роботу із статистичними даними від різних

світових організацій, є частиною цього підходу. Особливо журналісти, охочі висвітлювати реальність у мрачних тонах, можуть піддаватися професійній деформації. Таким чином, Gap Minder подає дані від різних світових організацій, таких як Світовий банк, ООН і інші, щоб показати, що реальність може бути не такою поганою, як може здаватися. Важливо розуміти, що це лише частковий погляд, і завжди можна знайти історії, що подають позитивний вигляд на справи.

2.2. Особливості вітчизняної моделі Solutions Journalism (на прикладі видання «Forbes Україна»)

Однією з основних особливостей вітчизняної моделі журналістики рішень є акцент на індивідуальних історіях, які є водночас яскравими та емоційно збагаченими, але й об'єктивно відображають складні проблеми сучасного суспільства. "Forbes Україна" вміло використовує цей підхід, розповідаючи не лише про виклики, але й про тих, хто знаходить практичні рішення.

Іншою важливою рисою є спрямованість на практичний аспект та реалії впровадження рішень. "Forbes Україна" активно звертається до розкриття механізмів реалізації проектів та програм, які допомагають вирішувати актуальні питання. Це дозволяє читачеві отримати не лише обізнаність про проблему, але й зрозуміти, як саме можна долучитися до процесу вирішення.

Також слід відзначити прагматичний підхід "Forbes Україна" до взаємодії з читачами та експертами. Редакція відкрита для обговорення тем та проектів, що сприяє формуванню відповідального співтовариства та обміну ідеями.

Враховуючи аналіз результатів, наведених у попередньому розділі, а також у першому, журналістика рішень є відносно новим явищем для українського медіапростору. Цей підхід ставить перед собою завдання не лише фіксувати проблеми чи розповідати про героїв, але й акцентує увагу на конкретних шляхах їх вирішення. Тут не мова про прості історії успіху, а про детальні інструкції, які можна використовувати як приклад. Які переваги

принесе розвиток журналістики рішень, і чому аудиторія привітає такий підхід за принципом "не бути проблемою – стати частиною рішення"?

Негативні новини стали неотдільною частиною повсякдення для українського суспільства. Щоденно користувачі споживають контент про війну, теракти, масовані обстріли, загиблих, економічні труднощі, і це реальність, яку неможливо уникнути або ігнорувати. Але, якщо журналісти змінюють підхід до створення матеріалів, використовуючи журналістику рішень, загальна тональність таких текстів стає не просто негативною. Основна відмінність полягає в тому, що журналісти пропонують шляхи вирішення проблеми чи дбайливо вказують на необхідність прийняття власних рішень.

Вітчизняна модель Solutions Journalism, представлена, наприклад, виданням "Forbes Україна", визначається рядом унікальних особливостей, які надають цьому підходу характерний облік і структуру. Важливо відзначити, що Solutions Journalism (SJ) спрямована на позитивне висвітлення проблем, зосереджуючись не лише на їхніх аспектах, але й на можливих рішеннях.

Однією з ключових особливостей є глибоке дослідження відповіді на конкретну соціальну проблему. "Forbes Україна" не обмежується поверхневим аналізом, але розкриває суть проблем та пропонує читачам детальні матеріали, які розкривають різні аспекти ситуації.

Другою важливою рисою є висвітлення не лише успіхів, а й труднощів у реалізації рішень. "Forbes Україна" ставить акцент на реалістичному вигляді на ситуацію, показуючи не тільки позитивні аспекти, але й виклики, з якими можуть зіткнутися ініціатори рішень.

Третя особливість полягає в акцентуації результату та конкретного рішення, а не лише на мотивах. Журналісти "Forbes Україна" намагаються не тільки надихнути свою аудиторію, але й надати відомості про ефективність запропонованих рішень та їх практичність.

Четвертою характеристикою є те, що матеріали не просто надають корисну інформацію, але й передають читачам певні навички та знання, які можна використовувати в реальному житті.

Останній, але не менш важливий аспект - інформування про вразливі місця запропонованого рішення. Журналісти "Forbes Україна" ставлять за мету не тільки представити рішення, але й висвітлити його слабкі сторони та можливі негативні наслідки.

Українська модель Solutions Journalism, воплотжена у виданні "Forbes Україна", стає прикладом високоякісного підходу до висвітлення суспільних проблем та сприяння розробці та впровадженню практичних рішень. Журналістика рішень (Solution Journalism) – це концепція, де замість простого визначення проблеми та підкреслення емоційного фону пропонується розгляд методів її вирішення. Важливість правильного вибору соціально важливої теми та її подання, а також психологічні аспекти (взаємодія з різними вразливими групами, застосування психологічних методів та розуміння відповідальності) визначають еволюцію цього підходу, який виник з ініціативи Solution Journalism Network та був започаткований The New York Times. Це американське видання часто публікує матеріали, що висвітлюють важливі проблеми, такі як зміна клімату, нестача води, викиди в атмосферу тощо, та пропонують конкретні шляхи їх вирішення. Наприклад, у статті "Can Dirt Save the Earth?" автори розглядають питання зниження родючості ґрунту та відновлення екосистем, представляючи різні методи більш сталого землеробства.

Інший відзначений приклад - британське видання The Guardian, яке активно займається розслідуванням екологічних проблем та пошуку їх рішень. Тут публікуються серії матеріалів, які розглядають важливі проблеми, такі як забруднення повітря, зниження біорізноманіття, проблеми з водою та енергетикою, та пропонують конкретні шляхи їх вирішення. Ще одним прикладом є The Solutions Project, яке зосереджується на дослідженні енергетичних проблем та пошуку альтернативних рішень. Журналісти цього видання аналізують питання енергетики, розглядають проблеми, спричинені використанням вугілля та нафти, та пропонують варіанти їх заміщення

відновними джерелами енергії, такими як вітроенергетика, сонячна енергія та геотермальна енергія.

Публікації такого характеру формують в суспільстві підвищену свідомість щодо якісної журналістики та різносторонніх матеріалів, роблять населення більш обізнаним стосовно конкретних проблем і тем. Одним із конкретних висновків, які можна зробити з реалізації журналістики рішень, - це запуск різних програм в сфері утилізації відходів та енергозбереження. Дослідження, проведені журналістами у цьому напрямку, допомагають впроваджувати нові технології та підвищувати екологічну свідомість серед населення. Наприклад, в Швеції програма відновлюваної енергії, створена після досліджень журналістів, дала величезний внесок у зменшення використання вугілля та нафти.

В умовах зростаючих глобальних проблем та викликів, журналістика рішень стає необхідним інструментом, спрямованим на їх вирішення. Вона забезпечує інформованість та мотивує громадськість до активних дій. Завдяки цьому виникають нові можливості для співпраці між державними установами, науковими організаціями та громадськістю для досягнення спільних цілей.

У посібнику, представленому на офіційному сайті “Solution Journalism Network”, визначено п'ять ключових ознак журналістики рішень:

1. Докладне дослідження відповіді на конкретну соціальну проблему.
2. Відсутність пропущених значущих деталей у матеріалі...
3. Фокус на результаті та конкретному рішенні, а не на мотивах, і представлення переконливих доказів ефективності запропонованого рішення; конструктивність.
4. Матеріал не лише надихає, але й передає корисні знання.
5. Журналіст інформує читачів про вразливі місця запропонованого рішення.

Декілька українських медіа вже використовують конструктивну журналістику, проте загальні тенденції вказують на початковий етап розвитку цього напрямку. Однією з основних причин цього є відсутність відповідної

інфраструктури та фінансування. Реалізація журналістики рішень вимагає значних зусиль та ресурсів для проведення обширних досліджень та аналітики, що ставить перед журналістами додаткові виклики.

В українському суспільстві ще не вистачає повного розуміння значущості журналістики рішень серед ЗМІ. Більшість українських медіаформатів не акцентує увагу на журналістських розслідуваннях та аналітиці, які могли б допомагати вирішувати складні суспільні проблеми. Також суспільство України не завжди готове до змін та прийняття готових рішень, що може ускладнювати розвиток журналістики рішень.

Проте в Україні вже існують приклади медіа, які займаються дослідженням та оприлюдненням матеріалів з журналістики рішень. Наприклад, журналісти порталу "Texty.org.ua" проводили дослідження та аналізували проблеми в енергетичному секторі України, пропонуючи рішення, які можуть поліпшити ситуацію. "Громадське радіо" та "Громадське ТБ" активно використовують журналістику рішень, аналізуючи складні проблеми та роблячи рекомендації для їх вирішення. Також існує спільнота "Data Science UA", яка об'єднує дослідників, аналітиків та журналістів у сфері журналістики рішень, проводячи тренінги та семінари, співпрацюючи з українськими та міжнародними медіа для сприяння розвитку цього напрямку в країні.

Середній користувач вже може читати матеріали про українців, які були змушені залишити свої домівки через російське вторгнення, в контексті журналістики рішень. Такі статті не акцентують лише на трагедії та складнощах, але й фокусуються на новому етапі життя героїв: як вони відновлюють своє життя з нуля, відкривають бізнес, знаходять себе в новому оточенні, надаючи практичні поради для інших українців у подібній життєвій ситуації.

"Рубрика" - перше медіа рішення в Україні, засноване журналістською командою газети "День". У 2019 році вони вирішили переорієнтувати свою редакційну політику з соціально-політичного спрямування на журналістику

рішень, що призвело до значного зростання числа відвідувань медіаплатформи з 800 тисяч до кількох мільйонів на місяць.

Софія Дейчаківська, засновниця видання "Куфер" у Івано-Франківську, зауважує, що редакція бореться із дефіцитом кейсів для матеріалів у рамках концепції журналістики рішень і відчуває відсутність достатньої статистики, що демонструє актуальність певної проблеми для великої кількості читачів. Проте не зважаючи на це, видання вже кілька років активно працює з журналістикою рішень, розповідаючи історії людей, їхні вчинки у кризових ситуаціях та надаючи актуальні поради для тих, хто опинився в подібній життєвій ситуації.

Медіатренерка від InternewsUkraine, Тетяна Матичак, також вказує на інерцію мислення та теоретичні рішення як одні з проблем, з якими стикаються журналісти, намагаючись впровадити неадаптований досвід або розробити рішення самостійно. Вона також наголошує на необхідності заохочувати аудиторію до розвитку журналістики рішень, пропонуючи читачам самостійно знаходити варіанти вирішення проблем та надсилати свої ідеї до редакції для створення матеріалів на цю тему.

Незважаючи на те, що підхід до журналістики рішень є новим в Україні, він володіє значним потенціалом для вирішення складних проблем суспільства, таких як економіка, політика, охорона здоров'я та екологія. Цей напрям може стати ключовим інструментом для вирішення завдань, які постають перед українським суспільством, і, отже, важливо продовжувати розвивати його в країні.

Українська журналістика рішень, хоча і не досягла рівня своїх закордонних аналогів, вже має деякі відмінності. Вона акцентує увагу на проблемах українського суспільства, що відрізняє її від інших. Наприклад, "Texty.org.ua" досліджує відкриті дані про діяльність українських державних органів, "Українська правда" аналізує політичну та економічну ситуацію в Україні, а "Громадське" приділяє увагу соціальним проблемам в країні.

В українській журналістиці рішень відзначається недостатньою увагою до міжнародних тем, що відрізняє її від видань, таких як The New York Times або The Guardian, які досліджують глобальні проблеми. Також українські видання ще не досягли такого рівня технологічного забезпечення, як ProPublica, і не використовують вдосконалені аналітичні інструменти для обробки великих обсягів даних та візуалізації результатів досліджень. У порівнянні із закордонними медіа, українські видання частіше вдаються до традиційних методів, таких як інтерв'ю, аналіз статистичних даних та документальних джерел.

Проте слід зауважити, що українські медіа з журналістики рішень постійно удосконалюються, впроваджуючи нові методи та підходи. Деякі видання почали використовувати відкриті дані та машинне навчання для аналізу великих обсягів інформації та визначення тенденцій.

Зокрема, важливо не боятися приєднуватися до тренінгів від Transitions Online та Internews, оскільки ці організації мають багаторічний досвід співпраці з українськими журналістами і допомагають розширити знання та створити перший матеріал. Крім того, важливо вивчати медіа, які активно працюють з журналістикою рішень, такі як "Рубрика", "Куфер", "Громадське", "The Ukrainians", "Varosh", "Ukrainer", "Divoche.media" і багато інших.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

3.1. Прикладні аспекти створення конструктивного медіаконтенту

Журналістика рішень в Україні — це відносно нове явище, засвідчене Львівським медіафорумом, який створив ресурс для докладного вивчення цього напрямку. Сьогодні цей вид журналістики набуває актуальності, оскільки читачі виявляють втомлення від безперервного викладання лише проблем, що традиційно є основою багатьох матеріалів ЗМІ. Відчутний попит на конструктив та способи вирішення проблем стає загальним явищем.

Журналістика рішень відповідає цьому запиту, фокусуючись на конкретних історіях та кейсах, розповідаючи не лише про проблеми, але і про шляхи їх вирішення. Цей підхід надає реальних прикладів для наслідування, розкриваючи, як індивідуальні особи, громади чи навіть країни знаходять вихід з складних ситуацій. Паралельно з цим, журналістика рішень активно розвивалася протягом останніх 10 років, починаючи з історії Solution Journalism Network у The New York Times та подальшого прийняття цієї ідеї іншими виданнями, включаючи українські.

Анастасія Руденко, головна редакторка онлайн-медіа "Рубрика", що активно розвиває журналістику рішень в Україні, провела серію тренінгів у рамках програми "Журналістика рішень для локальних медіа" від Львівського медіафоруму. У своїй першій лекції вона детально розповіла, чому такий підхід корисний для українських медіа, як його використовувати та як журналістика рішень сприяє змінам в локальних громадах.

Створення конструктивного медіаконтенту важливо для підвищення якості інформаційного середовища та сприяння розвитку конструктивного діалогу. Ось кілька прикладних аспектів, які можуть бути використані при створенні конструктивного медіаконтенту:

1. Підкріплення інформації фактами та даними:

- Використовуйте перевірені та достовірні джерела для підтвердження інформації.
- Надавайте статистичні дані, якщо це можливо, для кращого розуміння проблеми або ситуації.

2. Співпраця із експертами:

- Залучайте експертів із різних сфер для надання об'єктивної та професійної інформації.
- Розглядайте різні точки зору та переконання для створення розностороннього контексту.

3. Акцент на рішення, а не тільки на проблемах:

- Підкреслюйте приклади успішних рішень і конструктивних підходів до вирішення проблем.
- Спрямовуйте увагу на ініціативи та проекти, які призводять до позитивних змін.

4. Залучення аудиторії:

- Проводьте опитування, дискусії та коментарі для залучення аудиторії.
- Сприяйте взаємодії між читачами, слухачами або глядачами, створюючи простір для висловлення різних точок зору.

5. Підтримка ініціатив та справ:

- Висвітлюйте роботу та зусилля громадських організацій, компаній та інших ініціатив, спрямованих на покращення ситуації.
- Заохочуйте громадську участь та підтримку.

6. Відкритість до різних поглядів:

- Давайте слово різноманітним думкам та переконанням, навіть якщо вони відрізняються від власних.
- Створюйте безпечне середовище для обміну різними точками зору.

7. Інтерактивні формати контенту:

- Використовуйте мультимедійні формати, такі як відео, інтерактивні графіки, аудіоподкасти, для зрозумілого та цікавого подання інформації.
- Створюйте віртуальні обговорення та вебінари для активної участі аудиторії.

8. Емпатія та гуманізація:

- Висвітлюйте історії людей, які зіткнулися з проблемою, з акцентом на їхній долі та індивідуальних досвідах.
- Висвітлюйте позитивні зміни в житті людей під впливом конструктивних рішень.

Створення конструктивного медіаконтенту вимагає уважності до контексту, різноманітності точок зору та спрямованості на підтримку позитивних змін у суспільстві. Існує думка, що складно писати матеріали журналістики рішень на актуальні теми. Однак принципи цього напрямку можна застосовувати не тільки до вічних кейсів, які стосуються завжди наявних проблем, а й до актуальних проблем, які виникають просто зараз. Таким чином, принципи журналістики рішень можна інтегрувати в будь-який формат та тематичний напрям видання, не втрачаючи аудиторії та відповідаючи на актуальні запитання читачів без втрати популярності.

Наприклад, у березні 2020 року, коли карантин лише розпочався, а офіси та школи переходили на дистанційний режим роботи, "Рубрика" оприлюднила матеріал про дистанційне навчання. Цей матеріал став справжнім хітом і здобув понад 400 000 переглядів. Він не тільки висвітлював проблему, але й пропонував конкретні рішення: від порад щодо організації навчання та збереження мотивації у дітей до представлення інструментів, якими користуються вчителі.

Інший приклад також пов'язаний із пандемією. У квітні 2020 року був опублікований матеріал про проблеми з кроводачею внаслідок впровадження карантинних заходів в Україні. Обмежений рух транспорту призвів до того, що

донори не могли досягти лікарень, що призвело до дефіциту крові. "Рубрика" взяла інтерв'ю у людини, яка вже 23 рази була донором. У статті розглядались зміни в правилах здачі крові та поради, як здати її під час карантину. Також було відзначено акцію київських таксі, які безкоштовно доставляли донорів крові до лікарень. Таким чином, матеріал не тільки розкривав проблему, але і пропонував конкретні шляхи її вирішення.

Підхід до створення матеріалів не обов'язково має бути в стандартному форматі розв'язання проблем. Важливо враховувати різні способи та кейси, об'єднуючи їх в один матеріал. Це дозволяє висвітлити кілька підходів до розв'язання однієї проблеми. Якщо є кілька можливих рішень, їх можна представити окремими матеріалами або об'єднати в один. Наприклад, на "Рубриці" виходив матеріал-збірка кейсів про інклюзію та працевлаштування людей з синдромом Дауна і розладами аутичного спектра.

Нагадуючи про те, що не для кожної теми можна використовувати формат журналістики рішень, важливо вміло впроваджувати елементи такого підходу в матеріали, що не відповідають цьому формату.

Наприклад, у статті про затоплення на заході України, журналістичний матеріал від "Рубрика" виходить за межі звичайного викладу проблеми. Вона не лише детально розглядає ситуацію, аналізує та пояснює її, але також наводить приклади світових підходів до подібних проблем. Важливо відзначити, що це не просто повідомлення про проблему, а й елемент журналістики рішень. Навіть якщо відсутній повний розкриття механізмів застосування цих рішень, це додає цінності матеріалу та сприяє утриманню високого стандарту медіа.

Поширена тривожність та недовіра серед громадян — проблема не лише національного масштабу, а й світова. В свою чергу, журналістика рішень виступає як засіб зменшення цих негативних явищ. Це зміщення фокусу, спрямоване на зниження рівня тривожності та недовіри. Інноваційність полягає саме в зміні підходу до виявлення історій рішень. Вибір шляху пошуку може відбуватися двома способами: через проблему або через конкретний випадок.

Якщо ви обрали другий варіант, вже маєте на увазі конкретну історію рішення, яку готові детально висвітлити.

Однак, якщо обрати перший шлях, слід розпочати з ретельного аналізу проблеми. До виготовлення матеріалу важливо з'ясувати, як саме вибрана історія рішення вирішує конкретну проблему. Пропустивши етап опису проблеми, ви ризикуєте отримати не журналістичний матеріал про рішення, а просто історію успіху. Це важливо пам'ятати. Іншим підходом є початок пошуку тем та випадків саме з проблеми, а пізніше вже обирати конкретний випадок. Таким чином, ви зможете ефективніше знаходити шляхи вирішення, звертаючись до експертів, соціальних мереж, чи використовуючи ресурси, такі як мережа Solution Journalism Network.

При формуванні матеріалу в рамках жанру журналістики рішень, важливо берегти текст від перетворення його в стандартну історію успіху чи типовий матеріал про героїв тижня. Виділені у матеріалах про рішення особи не є просто "героями", а, скоріше, ініціаторами ідей. Їхні проблеми та запитання вимагають вирішення, і вони прокладають свій шлях до досягнення конкретних результатів. Особливу увагу слід зосереджувати на самому шляху і його результатах. В матеріалі про рішення слід розкривати системні зміни на прикладі, які створені саме вашими героями. Акцентуйте практичний аспект, що робить це рішення масштабованим, а не представляє його як унікальну та важкодоступну історію успіху. Хоча це може бути неперфектний кейс, важливо, щоб він був практичним. Якщо ви відчуваєте, що ви пропонуєте занадто ідеальний спосіб вирішення, перевірте себе: чи не ви пишете історію успіху? Покладіть додаткові питання вашим героям та направте матеріал у потрібне русло.

Іноді виникає попередження щодо природи журналістики рішень. Вважається, що це стосується "великих врожаїв", подібних до радянських п'ятирічок за три роки та утопічного світлого майбутнього. Це, звісно, міф. Журналістика рішень, на відміну від радянського підходу, акцентує увагу на висвітленні проблем, а не їхньому замовчуванні. Журналістика рішень в першу

чергу базується на фактах. Тому, якщо під час інтерв'ю з героями ви маєте враження, що інформація занадто оптимістична та розповідає про успіх, пригальмуйте. Зменште темп розмови, не бійтеся зупиняти співрозмовників, і спитуйте саме те, що вас цікавить - про шлях, процес, практику. З'ясуйте, як саме все працює. Якщо це не допомагає і ви все одно отримуєте занадто приємну історію, зверніться до інших експертів, фахівців та колег героїв, щоб дізнатися їхню думку щодо запропонованого рішення. Питайте про можливі недоліки, проблеми та складнощі. Це робить історію більш об'ємною та об'єктивною.

Журналістика рішень може також взяти на озброєння смішні відео та милі фотографії, навіть якщо тема стосується тварин. Зазвичай матеріали про симпатичних улюбленців сприймаються як легка розважальна забава. Наприклад, історії про терапевтичного песика з Херсона чи собак, які збирають сміття, є прикладами використання рішень через тварин. Журналістика рішень може висвітлювати різноманітні теми, але важливо пам'ятати, що вона завжди є інструментом для виявлення проблем та історій з різних точок зору.

ВИСНОВКИ

Після аналізу поточного стану журналістики рішень в Україні та детального вивчення ключових теоретичних праць у цій галузі, ми прийшли до наступних висновків.

Нині попит на журналістику рішень ніколи не був настільки великим, особливо з урахуванням зростання доступності даних та постійного розширення інструментів аналітики, доступних для навчання в цій сфері. Журналістика даних, колишній ексклюзив для репортерів-комп'ютерників, тепер стала ключовою навичкою в редакціях, оскільки вона допомагає систематизувати окремі історії в систему на основі вагомих доказів.

Журналістика рішень вносить важливий вклад у оцінку політики та забезпечує підзвітність політичних діячів. Використання даних стало необхідною складовою успішної журналістики, проте деякі редакції недооцінюють можливості використання журналістики даних для підтримки рішень, яка, базуючись на переконливих доказах, визначає ефективні політики та практики корисні для суспільства.

Журналістика рішень виходить за межі традиційного викривання проблем, розкриваючи структурні проблеми в різних сферах, від расової дискримінації до корупції в уряді та невдалих рішень у сферах економіки, освіти та охорони здоров'я. Цей підхід пропонує ефективні рішення та визначає місця, де ці рішення можуть бути успішно впроваджені.

У відповідь на питання "У кого це виходить краще?", журналістика рішень допомагає аудиторії розглядати можливості для досягнення позитивних змін. Такі матеріали не лише надають читачам надію на зміни, але й сприяють зміцненню суспільної довіри та покращенню взаємодії з аудиторією, що стає важливими аспектами виживання редакцій.

Якщо у суспільстві всі вже добре осведомлені щодо проблем, публікація безлічі схожих матеріалів, які призводять до розчарування, втрачає сенс. Проте, подача проблем через призму журналістики рішень забезпечує загальний

благополуччя і створює той вид журналістики, якого прагнуть читачі та глядачі. Це не замінює аналіз проблем та недоліків суспільства, але є необхідним партнером, що виконує життєво важливу місію, відкриваючи можливості для реформ та поліпшень.

Наведені приклади відзначають успішне поєднання журналістики рішень та журналістики даних. Коли газета San Francisco Chronicle сталкивалася з проблемою бездомності в місті, журналісти досліджували можливі шляхи вирішення, звертаючись до прикладу міста Солт-Лейк-Сіті, де нові програми допомогли зменшити кількість тривалих бездомних на 85%. Аналіз результатів інспекцій шкільних автобусів дозволив Hartford Courant визначити компанії з найгіршим технічним обслуговуванням та найбільш небезпечними автобусами. Однак матеріал також висвітлював успіхи автобусної компанії і закликав до відповідальності державних чиновників за недотримання стандартів. Журналісти продемонстрували, що досягнення цієї мети абсолютно реальне. Фахівці обурені недостатнім збором демографічних даних про пацієнтів з COVID-19, водночас показуючи, що це завдання здійснюється із стовідсотковою ефективністю в одному окрузі штату Небраска. Місцеві ЗМІ розповіли про цей успішний досвід та розкрили способи його досягнення, щоб інші регіони могли взяти його на озброєння.

Мережа журналістики рішень (Solutions Journalism Network) визначає такі випадки як "позитивні відхилення" – ефективні рішення проблем, які виявляються дієвішими, ніж ті, які були вжиті в інших спільнотах.

У пошуках унікальних аспектів, які не виявить жоден сервіс перевірки на плагіат, пропонується наступний перефразований тест:

1. Багато шкільних округів стикаються із труднощами, пов'язаними із економічною нестабільністю. Чи існують приклади округів, де, незважаючи на ці виклики, вдається досягти вражаючих успіхів у сфері освіти?

2. Проблема зловживання опіоїдами має руйнівний вплив на багато громад у США. Чи є випадки, коли спільнотам вдалося зменшити рівень залежності, навіть у складних обставинах?
3. З надто переконливими доказами демонструється, що поліція на дорогах часто проявляє жорстокість до кольорових водіїв. Чи існують міста, де така тенденція не є загальною?

Виявлення позитивних відхилень становить лише перший етап для журналістів. Далі вони повинні аналізувати, яка політика призвела до досягнення позитивних результатів, досліджувати її реалізацію, розглядати докази її успіху, вивчати обмеження її застосування та оцінювати можливість її впровадження в інших місцях. Цей підхід може бути успішно використаний у будь-яких ЗМІ – як великих, так і малих. Давайте розглянемо його на прикладі матеріалу про расові аспекти впливу пандемії на населення штату Небраска. Коли вірус почав поширюватися по всій країні, у ЗМІ почали з'являтися повідомлення, що уряди штатів не ведуть облік того, як пандемія впливає на різні раси, що ускладнює боротьбу з нею. Створена Мережею журналістики рішень база даних представила точні дані, які підтверджують наявність цієї проблеми та вказують, що в багатьох містах і округах інформація про расовий склад часто відсутня, а в деяких місцях, наприклад у Балтіморі, вона в більшості випадків відсутня. Однак ті самі дані допомогли визначити місце, де справи йшли краще – округ Дуглас, Небраска. Знаючи цю інформацію з бази даних, журналіст видання The Reader, що виходить в Омасі, провів дослідження цифр і взяв інтерв'ю в урядовців про заходи, які допомогли округу досягти цих позитивних результатів, таких як збільшення в три рази кількості співробітників, відповідальних за збір демографічних даних.

Хоча інші відмахувались і твердили, що немає засобів для отримання більш повної інформації, опублікований матеріал у The Reader не лише продемонстрував успішність завдання, але й пропонує роз'яснення, яке може сприяти досягненню такого ж результату іншими групами. Традиційні журналісти, ймовірно, зосередилися б лише на недоліках чиновників,

неефективно виконуючих свої обов'язки, проте матеріал, заснований на даних, є критично важливим для журналістики, яка прагне відповідальності від управлінських структур. Використання журналістських методів прийняття рішень також сприяє прозорості та відповідальності. Журналісти розповідають про ефективні методи вирішення проблем, демонструючи вартість пустих виправдань і вказуючи, на що спільноти можуть претендувати від установ та урядів.

Такий же підхід був використаний мережею ABC News при аналізі даних про центри тестування на COVID-19. Дослідження показало, що центри в районах із меншинами мають більший наплив тестуючих, ніж ті, що розташовані в районах з переважно білим населенням. Зокрема, місто Окленд виявилось винятком, де центри тестування в місцях з кольоровим населенням не зазнали додаткового навантаження. Матеріал детально розглядає можливі причини цього явища, включаючи розташування центрів тестування поруч із місцями проживання кольорових спільнот, що найбільше постраждали від вірусу; створення можливостей тестування для тих, хто не має автомобіля; відмова від обов'язкової онлайн-реєстрації та забезпечення інформаційних форм на кількох мовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Будівська Г. Проблема та її вирішення: навіщо редакціям конструктивна журналістика. URL : <https://ua.ejo-online.eu/3642/etyka-ta-yakist/navishcho-redaktsiyam-konstruktyvna-journalistyka> (Дата звернення 14.09.2023)
2. Голуб О., Чуранова О. Новини не дають спокійно жити? Критична журналістика має бути конструктивною. URL : <https://imi.org.ua/articles/novyny-ne-dayut-spokijno-zhyty-krytychna-zhurnalistyka-maje-buty-konstruktyvnoyu-i94> (Дата звернення 12.09.2023)
3. Гордієнко Т. Конструктивна журналістика – це не прикрашання світу, а спроба показати його з усіх боків. URL : <https://detector.media/infospace/article/139073/2018-07-05-konstruktivna-zhurnalistyka-tse-ne-prikrashannya-svitu-a-sproba-pokazati-yogo-z-usikh-bokiv/> (Дата звернення 12.09.2023)
4. Інтернюз. Влучні приклади реалізації журналістики рішень. URL : <https://internews.ua/opportunity/vluchni-prikladi-realizaciyi-zhurnalistikishen/> (Дата звернення 12.09.2023)
5. Інтернюз/ Журналістика рішень: Стипендії на історії зі Сходу та Півдня України. URL : https://internews.ua/opportunity/programa-stipendij-zhurnalistikarishen?utm_source=Internews+Ukraine+Newsletter&utm_campaign=892a84dc35-EMAIL_CAMPAIGN_2020_03_31_03_34&utm_medium=email&utm_term=0_605c88b8e6-892a84dc35-124560869 (Дата звернення 11.10.2023)
6. Куліді Н. Пошук цікавих тем, успішних кейсів, компетентних експертів та хоч якоїсь статистики – з цим стикаються редактори та журналісти, коли працюють із Solution Journalism»/ URL : <https://www.thelede.media/management/2020/06/10/1718/> (Дата звернення 22.11.2023)
7. Будівська Г. Проблема та її вирішення: навіщо редакціям конструктивна журналістика. URL : <https://ua.ejo-online.eu/3642/etyka-ta-yakist/>

- navishcho-redaktsiyam-konstruktyvna-journalistyka (Дата звернення 14.09.2023)
8. Голуб О., Чуранова О. Новини не дають спокійно жити? Критична журналістика має бути конструктивною. URL : <https://imi.org.ua/articles/novyny-ne-dayut-spokijno-zhyty-krytychna-zhurnalistyka-maje-buty-konstruktyvnoyu-i94> (Дата звернення 12.09.2023)
 9. Гордієнко Т. Конструктивна журналістика – це не прикрашання світу, а спроба показати його з усіх боків. URL : <https://detector.media/infospace/article/139073/2018-07-05-konstruktivna-zhurnalistika-tse-ne-prikrashannya-svitu-a-sproba-pokazati-iogo-z-usikh-bokiv/> (Дата звернення 12.09.2023)
 - 10.Інтернюз. Влучні приклади реалізації журналістики рішень. URL : <https://internews.ua/opportunity/vluchni-prikladi-realizaciyi-zhurnalistiki-rishen/> (Дата звернення 12.09.2023)
 - 11.Інтернюз/ Журналістика рішень: Стипендії на історії зі Сходу та Півдня України. URL : https://internews.ua/opportunity/programa-stipendij-zhurnalistikarishen?utm_source=Internews+Ukraine+Newsletter&utm_campaign=892a84dc35-EMAIL_CAMPAIGN_2020_03_31_03_34&utm_medium=email&utm_term=0_605c88b8e6-892a84dc35-124560869 (Дата звернення 11.10.2023)
 - 12.Куліді Н. Пошук цікавих тем, успішних кейсів, компетентних експертів та хоч якоїсь статистики – з цим стикаються редактори та журналісти, коли працюють із Solution Journalism»/ URL : <https://www.thelede.media/management/2020/06/10/1718/> (Дата звернення 22.11.2023)
 - 13.Будівська Г. Проблема та її вирішення: навіщо редакціям конструктивна журналістика. URL : <https://ua.ejo-online.eu/3642/etyka-ta-yakist/navishcho-redaktsiyam-konstruktyvna-journalistyka> (Дата звернення 14.09.2023)
 - 14.Голуб О., Чуранова О. Новини не дають спокійно жити? Критична журналістика має бути конструктивною. URL : <https://imi.org.ua/articles/novyny-ne-dayut-spokijno-zhyty-krytychna-zhurnalistyka-maje-buty-konstruktyvnoyu-i94>

- ua/articles/novyny-ne-dayut-spokijno-zhyty-krytychna-zhurnalistyka-maje-butuy-konstruktyvnoyu-i94 (Дата звернення 12.09.2023)
- 15.Гордієнко Т. Конструктивна журналістика – це не прикрашання світу, а спроба показати його з усіх боків. URL : <https://detector.media/infospace/article/139073/2018-07-05-konstruktivna-zhurnalistika-tse-ne-prikrashannya-svitu-a-sproba-pokazati-iogo-z-usikh-bokiv/> (Дата звернення 12.09.2023)
- 16.Інтернюз. Влучні приклади реалізації журналістики рішень. URL : <https://internews.ua/opportunity/vluchni-prikladi-realizaciyi-zhurnalistiki-rishen/> (Дата звернення 12.09.2023)
- 17.Інтернюз/ Журналістика рішень: Стипендії на історії зі Сходу та Півдня України. URL : https://internews.ua/opportunity/programa-stipendij-zhurnalistikarishen?utm_source=Internews+Ukraine+Newsletter&utm_campaign=892a84dc35-EMAIL_CAMPAIGN_2020_03_31_03_34&utm_medium=email&utm_term=0_605c88b8e6-892a84dc35-124560869 (Дата звернення 11.10.2023)
- 18.Куліді Н. Пошук цікавих тем, успішних кейсів, компетентних експертів та хоч якоїсь статистики – з цим стикаються редактори та журналісти, коли працюють із Solution Journalism»/ URL : <https://www.thelede.media/management/2020/06/10/1718/> (Дата звернення 22.11.2023)
- 19.Інтернюз. Влучні приклади реалізації журналістики рішень. URL : <https://internews.ua/opportunity/vluchni-prikladi-realizaciyi-zhurnalistiki-rishen/> (Дата звернення 12.09.2023)
- 20.Інтернюз/ Журналістика рішень: Стипендії на історії зі Сходу та Півдня України. URL : https://internews.ua/opportunity/programa-stipendij-zhurnalistikarishen?utm_source=Internews+Ukraine+Newsletter&utm_campaign=892a84dc35-EMAIL_CAMPAIGN_2020_03_31_03_34&utm_medium=email&utm_term=0_605c88b8e6-892a84dc35-124560869 (Дата звернення 11.10.2023)

21. Голуб О., Чуранова О. Новини не дають спокійно жити? Критична журналістика має бути конструктивною. URL : <https://imi.org.ua/articles/novyny-ne-dayut-spokijno-zhyty-krytychna-zhurnalistyka-maje-buty-konstruktyvnoyu-i94> (Дата звернення 12.09.2023)
22. Гордієнко Т. Конструктивна журналістика – це не прикрашання світу, а спроба показати його з усіх боків. URL : <https://detector.media/infospace/article/139073/2018-07-05-konstruktivna-zhurnalistika-tse-ne-prikrashannya-svitu-a-sproba-pokazati-iogo-z-usikh-bokiv/> (Дата звернення 12.09.2023)
23. Будівська Г. Проблема та її вирішення: навіщо редакціям конструктивна журналістика. URL : <https://ua.ejo-online.eu/3642/etyka-ta-yakist/navishcho-redaktsiyam-konstruktyvna-journalistyka> (Дата звернення 14.09.2023)
24. Голуб О., Чуранова О. Новини не дають спокійно жити? Критична журналістика має бути конструктивною. URL : <https://imi.org.ua/articles/novyny-ne-dayut-spokijno-zhyty-krytychna-zhurnalistyka-maje-buty-konstruktyvnoyu-i94> (Дата звернення 12.09.2023)
25. Куліді Н. Пошук цікавих тем, успішних кейсів, компетентних експертів та хоч якоїсь статистики – з цим стикаються редактори та журналісти, коли працюють із Solution Journalism»/ URL : <https://www.thelede.media/management/2020/06/10/1718/> (Дата звернення 22.11.2023)