

**Что такое журналистика решений
и как мы можем использовать ее
в своих коммуникациях**

Эшиева Тынымгуль

Тина Розенберг и Дэвид Борнштейн, основатели SJ Network



Ресурсы

- <https://www.solutionsjournalism.org/hub>
- <https://www.nytimes.com/column/fixes>

Как распознать журналистику решений?

Response

- Охватывает решение на проблему и как это решение произошло.

Evidence

- Показывает доказательства воздействия, глядя на эффективность, а не только намерения. Это может быть качественные показатели, количественные или, в идеале, оба варианта.

Insight. Обеспечивает понимание - "а ха!" момента, который может помочь другим.

Limitations. Объясняет ограничения ответа (реакции).

Что есть журналистика решений?

- ИСТОРИЯ ГЛУБОКО ИССЛЕДУЕТ РЕАКЦИЮ НА СОЦИАЛЬНУЮ ПРОБЛЕМУ.
- АВТОР ФОКУСИРУЕТСЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТИ, А НЕ НА БЛАГИХ НАМЕРЕНИЯХ, И ПРИВОДИТ ДОСТУПНЫЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВА РЕЗУЛЬТАТОВ.
- СТАТЬЯ НЕ ТОЛЬКО ВДОХНОВЛЯЕТ, НО И ПРЕДЛАГАЕТ ПОЛЕЗНЫЕ ЗНАНИЯ.
- АВТОР СООБЩАЕТ ЧИТАТЕЛЮ СЛАБЫЕ СТОРОНЫ ЭТОГО ПОДХОДА.
- В МАТЕРИАЛЕ НЕ УПУСКАЮТСЯ ЗНАЧИМЫЕ ДЕТАЛИ, КАСАЮЩИЕСЯ ЭТОЙ РЕАКЦИИ.



Что не является журналистикой решений

«Прославление героя»

- Материалы, которые прославляют либо воспевают отдельного человека, часто за счет идеи, которую воплощает этот человек. Например, журналист может разглагольствовать о том, как герой решил покинуть высокооплачиваемую работу ради спасения мира, не вдаваясь в детали того, чем же герой сейчас занимается.

«Палочка-выручалочка»

- Статьи этого типа часто встречаются в разделах об IT и новых технологиях. Они описывают новые гаджеты с помощью хвалебных эпитетов – например, как «спасающие жизнь». Помните и о том, что часто «волшебной палочкой» считаются деньги.

«Помощь другу»

- Этот вид «фальшивок» можно распознать по тому, что единственный или ведущий голос в них принадлежит одной организации, описываемой в статье. Так же как и статья о «волшебной палочке», такая история содержит мало полезной информации и как правило является слабо прикрытым пиаром.

Что не является журналистикой решений

«Аналитические» статьи

- Уже реализуемые решения проблем (и их результаты) могут присутствовать в журналистике мнений. Однако «аналитическая журналистика» обращает внимание на еще не воплотившиеся в жизнь, гипотетические решения.

Активизм «не отходя от кассы»

- Многие ассоциируют «журналистику решений» с поддержкой материалов, которые в конце просят читателя нажать на кнопку и пожертвовать \$5 на благое дело. Обычно в этих историях содержится эмоциональный призыв поддержать определенную инициативу как «решение» проблемы.

Что не является журналистикой решений

«Решение – второстепенно»

- Если короткая информация о попытках решить проблему появляется в самом конце материала, то это означает, что решения для автора второстепенны. Они не принимаются всерьез и вставляются в текст или звуковой файл «для приличия»

«Наполним добротой сердца»

- Вы узнаете о мальчике, продающем домашний лимонад, или о парне, который соорудил для своей свиньи (со странной кличкой Крис Бекон) инвалидную коляску. Такие истории рассказывают о том, что в мире есть хорошие люди, делающие добрые дела, однако при этом не описывают структурные проблемы, которыми должна заниматься журналистика решений.

Структурирование истории с решением

ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ ОТКЛОНЕНИЕ

- Статья «Токсичное пренебрежение».

НОВАЯ ТВОРЧЕСКАЯ ИДЕЯ

- Материал «Изнуренные героином в Танзании»

НЕОКОНЧЕННЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ

«[Меньше лекций, больше действий: новый подход к занятиям повышенной сложности](#)»

ПРЕОБРАЖЕНИЕ МЕСТА

Новый Подход к охране психического здоровья в Техасе

Вопрос

- Как встроить журналистику решений в ваш рабочий процесс?

Что мы можем предложить журналистам

- Определить приоритетные темы
- Предлагать журналистам решения социальных проблем с доказательствами, данными
- Выстраивать коммуникации, основанные на решении социальных проблем

Как создать историю с решением

- Определите тему или вопрос, которые вы хотите исследовать (например, глобальное потепление, общественная безопасность, низкий процент выпускников школ и т.п.).

- Задайтесь вопросами: «Чего не хватает в общественном дискурсе? Быть может, общество не до конца осознает эту проблему? Или же осознание присутствует, но не вызывает значительного общественного резонанса?»
- Если так, то тут лучше применить традиционную журналистику, которая сообщает о проблеме. Но если недостающие части общественной дискуссии включают в себя вопросы «Что можно с этим делать? Кто лучше лучше справляется с этой проблемой?», то здесь может пригодиться журналистика решений.

- Начните искать кандидатов на истории с решением. Есть ли места, где постоянно решают проблемы лучше, чем у нас? Есть ли заметные решения проблем?
- Выберите темы для освещения с помощью старого доброго редакционного планирования. Затем просмотрите их с помощью наших пяти критериев и раздела «Как проверять историю с решением?».
- Держите в уме следующие вопросы: «Есть ли доказательства успеха? Являются ли эти доказательства надежными? Это единичный случай или же могут быть уроки для всех?» Если история имеет место за пределами вашего города или региона, можете ли вы сделать ее релевантной для местной аудитории, подчеркнув те элементы, которые заслуживает знать ваше сообщество?

- Выберите темы для освещения с помощью старого доброго редакционного планирования. Затем просмотрите их с помощью наших пяти критериев и раздела «Как проверять историю с решением?». Держите в уме следующие вопросы: «Есть ли доказательства успеха? Являются ли эти доказательства надежными? Это единственный случай или же могут быть уроки для всех?» Если история имеет место за пределами вашего города или региона, можете ли вы сделать ее релевантной для местной аудитории, подчеркнув те элементы, которые заслуживает знать ваше сообщество?

Структурирование истории с решением

- Системные ответы на глубоко укоренившиеся социальные проблемы требуют больше чем усилия нескольких даже самых неординарных людей. Они требуют армии обычных людей, которые используют стратегические и эффективные техники. Вот почему журналистика решений является более привлекательной, когда истории фокусируются на более богатых, многосторонних персонажах, а также создают напряжение в нарративе, а не полагаются на «героев».
- Каким образом можно удержаться от поклонения героям, если вы сами по-настоящему восхищаетесь чьим-то лидерством или гениальности? Вот несколько советов:
- Хорошая статья показывает, а не рассказывает. Вы наблюдаете за архитекторами решений из-за «клиентами» их действий, тем самым визуализируя это для своих читателей. Чем больше вы можете быть на месте, тем лучше.
- Если вы будете сообщать о том, что вы наблюдаете, без использования прилагательных «восхитительный» или «супер», вы сможете позволить читателям сделать собственные выводы о характеристиках ваших персонажей.

Структурирование истории с решением

- Не забудьте рассказать о проблемах, с которыми сталкиваются ваши персонажи. Это делается не для того чтобы пристыдить или осудить их, но чтобы сделать их более живыми и настоящими. Например, возможно, лидер организации является прекрасным дизайнером, но совершенно никудышным менеджером. Или же он никак не может масштабировать свою деятельность, потому что не может позволить себе лишиться контроля. Мы считаем, что на самом деле больше пользы человеку принесет то что кто-то напишет о нем честно, чем то что кто-то сведет его к общему знаменателю и назовет героем без изъяна.
- За историей каждого великого достижения что-то стоит. Это может быть привилегия, данная при рождении (например, крупная инвестиция от близкой родственницы), или же сильная ссора с сотрудником и единомышленником, а может быть – ужасная неудача. Не нужно драматизировать без повода, но не нужно и стесняться показать темные моменты в биографии вашего героя, которые могут чему-то научить читателей.

Структурирование истории с решением

- Ищите нетипичных персонажей. На самом деле, часто т.н. получатель может стать поводом для намного более интересной истории, чем социальный предприниматель. Или же вам могут быть интересны люди внутри организации, не занимающие лидерской позиции. Очень часто прекрасные персонажи не попадают в истории, потому что у них нет должности гендиректора или исполнительного директора. Джефф Дембицкий, репортер, который специализируется на вопросах устойчивости, приводит следующий пример: «Я обнаружил, что в некоторых узкоспециализированных темах мы, как правило, представляем одних и тех же типичных героев. Это либо эколог, на которого не обращают внимания, либо хитрый лоббист, либо безразличный консерватор и так далее. Иногда самым интересным аспектом истории с решением является появление нового архетипа героя. Например, я получил множество позитивных отзывов о моём портрете либертарианца-инсталлятора солнечных панелей на Гавайях, потому что это противоречило представлению людей, кто может или должен быть заинтересован вопросами экологии. Сам факт того что, что в воображении людей появляется новый неожиданный архетип, открывает возможность для нового вида дискуссии и рассказа о проблеме».

**На что может повлиять
журналистика решений?**