

**Формирование позитивного мышления через информационно-развлекательный контент в англоязычных онлайн-изданиях**

**Научный руководитель – Свенцицкая Людмила Петровна**

***Шульман Ксения Игоревна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра иностранных языков для факультета журналистики, Москва, Россия

*E-mail: ksusha1shulman@mail.ru*

В дни технологического процесса человек, ежедневно страдающий от информационного перенасыщения, впитывает в себя ту подборку сообщений, которую составляет для него журналист. Именно поэтому в условиях современных реалий особая ответственность за то, сколько негатива и позитива получит индивид за день, лежит на информационно-новостных работниках.

Об актуальности развития и поддержания позитивной атмосферы через контент, публикуемый на различных интернет-платформах, 20 декабря 2018 года сказал президент Российской Федерации, В. В. Путин. (Большая пресс-конференция Владимира Путина-2018). Уже это говорит о важности и необходимости тщательно подходить к материалам, появляющимся в СМИ, в особенности в Интернете, где сконцентрировано наибольшее количество читателей. На сегодняшний день журналисты, создавая всевозможные развлекательные рубрики, пытаются самостоятельно откорректировать количество позитивного контента в русскоязычных СМИ.

Вместе с этим процессом в зарубежной среде идет активное развитие информационно-развлекательной журналистики. Именно она является залогом поддержания баланса между количеством позитивной и негативной информации, получаемой человеком ежедневно. Стоит отметить, что отрицательные эмоции плохо сказываются на физическом и душевном здоровье человека: они вызывают различные болезни, упадок сил, ухудшение памяти и т.д. Умение игнорировать неудачи и трудности - это залог формирования у человека внутреннего баланса, за поддержание которого отвечает позитивное мышление.

Позитивное мышление - это определенный способ мыслительной деятельности, при которой человек самостоятельно ограничивает себя от негативных аспектов жизни. Первым трудом, посвященным этому феномену, принято считать работу американского писателя и богослова Нормана Пила «The Power of Positive Thinking» («Сила позитивного мышления») [3]. По мнению ученого, вера в себя и доверие к своим способностям являются главными принципами позитивного мышления. Вместе с тем очевидно, что индивид не может постоянно очищать свой разум и образовавшееся пространство будет тут же заполняться непрерывно поступающей информацией, одним из источников которой является журналистика. Именно поэтому основоположник позитивной психологии, Мартин Селигман, отводил важную роль в развитии общества свободным СМИ.

Информационно-развлекательная журналистика (*infotainment*) - это та разновидность журналистики, которая ввела новый критерий для отбора событий: привлечение большего числа читателей при помощи позитивных материалов. Финский исследователь С. Юшкевич отмечает, что современные журналисты часто примеряют на себя роль «развлекателя и организатора досуга масс» [1, с.101], а повестку дня строят по принципу наличия сенсации. Несмотря на постепенное обесценивание материалов для глубокого и вдумчивого чтения, именно такие тексты вызывают у публики наиболее позитивный отклик. И хотя

Е. Е. Пронина относит подобные статьи к «гедонистическим» [2, с.152], т.е. к бездумному чтиву, за счет своей развлекательной составляющей они помогают читателю на время забыть о негативной стороне жизни.

Развлекательный контент - это юмористическое наполнение информационного ресурса. Считается, что его содержание должно составлять около 20% от общего числа материалов. Развлекательный контент можно найти в совершенно различных онлайн-изданиях. The BBC, The Independent, The Guardian относятся к крупным информационным ресурсам. Их новостная лента обновляется ежечасно. Помимо срочных новостей, на их платформах регулярно размещаются не столь важные с точки зрения злободневности новости. Однако они чаще становятся самыми читаемыми материалами.

В тематических изданиях i-D (Vice), AnOther Magazine, The Pool, Nautilus контент относится скорее к просвещающему, чем к развлекательному. Обновляются эти журналы редко, но и среди них выделяются материалы, которые способствуют формированию позитивного мышления. Это могут быть новости о забавных случаях из жизни поп-звезд, научные исследования на тему пользы шоколада для душевного здоровья или рассказы о художнике, рисующем картины на попкорне. Повестка дня в таких изданиях формируется в зависимости от их тематики, но обязательно включает в себя наличие материалов, вызывающих позитивный отклик.

Среди прочих онлайн-изданий в англоязычном Интернете выделяются такие площадки как Mashable (<https://mashable.com/>) или Bored Panda (<https://www.boredpanda.com/>). Они представляют собой платформу для ежеминутного размещения любой вирусной информации из всех социальных сетей. Чаще всего там публикуются подборки постов из твиттера, реже - новостные заметки или забавные научные открытия, но все они относятся к развлекательному контенту. Причем такие «несерьезные» материалы охватывают не только огромную, но и активную часть аудитории, о чем свидетельствуют сотни комментариев под каждым постом.

Развлекательный контент встречается почти во всех типах изданий в разном соотношении. Вне зависимости от интернет-издания, почти всегда он становится одним из самых читаемых. Это объясняется тем, что индивид подсознательно стремится к позитивной информации. Развлекательные статьи чаще вызывают у посетителей сайта эмоциональный отклик. Можно предположить, что развлекательный контент в подобных онлайн-изданиях обеспечивает человеку здоровое эмоциональное состояние и незаметно прививает индивиду навыки позитивного мышления.

### Источники и литература

- 1) Теория и социология СМИ. Ежегодник 2010 / сост. М.Е. Аникина. В 2-х частях. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2010.
- 2) Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества. М., 2002; - М., 2003. – С. 347.
- 3) Dr. Norman Vincent Peale. The Power of Positive Thinking / Vermilion, 2009.