

**МЕДИАТИЗАЦИЯ ПРОЕКТА «ГРЕТА ТУНБЕРГ»
В ШВЕЦИИ
(на материале текстов газеты «Svenska Dagbladet»)**

И. В. Толстоногова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
irenetolstonogoff@gmail.com*

Автор рассматривает трансформацию локального действия обычной шведской школьницы в событие глобального уровня под воздействием медиатизации. В качестве материала исследования использовались тексты газеты «Svenska Dagbladet», посвященные экоактивистке Грете Тунберг за период с августа 2018 г. по декабрь 2018 г.

Ключевые слова: медиатизация; Грета Тунберг; «Svenska Dagbladet»; выбор героя; эмоциональная накачка; целевая аудитория; поддержание интереса.

**MEDIATIZATION OF THE «GRETA THUNBERG»
PROJECT IN SWEDEN
(on the material
of the newspaper «Svenska Dagbladet»)**

I. V. Tolstonogova

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: I. V. Tolsonogova (irenetolstonogoff@gmail.com)*

The author discusses the transformation of the local action of an ordinary Swedish schoolgirl into a global event under the influence of mediatization. The research was carried out on the material of one of the leading Swedish newspapers «Svenska Dagbladet». The author has studied the articles about the eco-activist Greta Thunberg for the period from August 2018 to December 2018.

Key words: mediatization; Greta Thunberg; «Svenska Dagbladet»; choosing a hero; emotional appeal; target audience; interest maintaining.

Медиатизация – одна из главных характеристик современного общества, которая вносит в жизнь как позитивные, так и негативные изменения. Под **медиатизацией** понимается процесс социальных изменений,

в котором средства массовой информации влияют на различные общественные институты и интегрируются в них, институты вовлекаются в диктуемую медиалогику и подчиняются ей [1]. Например, под воздействием медиатизации происходит трансформация локального действия в событие национального или даже глобального уровня, а имя субъекта этого действия становится настоящим медийным феноменом. Ярким примером такой трансформации является школьная забастовка Греты Тунберг.

В августе 2018 г. у здания шведского парламента в Стокгольме появилась никому не известная девочка с плакатом на шведском языке «Skolstrejk för klimatet» / «Школьная забастовка за климат», тем самым призывая власти Швеции соблюдать Парижские соглашения по климату о необходимости снижения выбросов CO₂. Естественно, ведущие шведские СМИ стали рассказывать об этом. Не стала исключением и газета «Svenska Dagbladet», которую выписывают и покупают по всей стране и которая позиционирует себя как независимая умеренная, но при этом из всех печатных органов Швеции получает наибольшую финансовую помощь от государства.

В качестве материала исследования использовались тексты названной газеты за период с августа по декабрь 2018 г. В этот период Грета Тунберг еще не приобрела мировую известность, и немаловажную роль в раскрутке ее действий и медиатизации отводилось именно национальным СМИ.

Первая большая публикация о Грете Тунберг появилась в газете «Svenska Dagbladet» 22 августа 2018 г. под заголовком «15-åring skolstrejkar för klimatet» / «15-летний подросток вышел на школьную забастовку за климат». Статья сопровождается фотографией девочки с плакатом в руках. Основная задача – рассказать не столько о самом событии, сколько о новом герое: «Greta Thunberg är 15 år och djupt engagerad i klimatfrågan» / «Грете Тунберг 15 лет и она глубоко вовлечена в проблемы экологии». Итак, герой выбран. Это обычная девочка, просто одетая, с косичкой, очень серьезная и совсем не милая (ей и не нужно быть милой, ее сила в протесте). Теперь имя и образ этого героя можно использовать для продвижения идей.

После этого появляется ряд публикаций о семье Греты. На первый взгляд, девочка растет в благополучной семье: мама – оперная певица, папа – актер. Но не все так просто:

«En familj och planet i kris» / «Семья и планета в кризисе»,

«En man om kriserna: “Vi är ingen vanlig tråkig familj”» / «Эрнман (мама Греты) о проблемах: “Мы не обычная скучная семья”».

Впервые упоминается о психическом заболевании Греты – синдроме Аспергера. Она не такая как все, она другая. Прослеживается использование эмоциональной накрутки читателей. Они испытывают смешанные эмоции, восхищение и стыд одновременно: больной ребенок находит в себе силы поступать правильно и бороться, а ты – здоровый сильный взрослый – нет.

Следующим этапом является расширение целевой аудитории. Если в начале речь шла лишь о единичной забастовке, то в сентябре появляются публикации о том, что все больше шведских школьников присоединяются к начатому Гретой движению:

«Jag trodde jag skulle bli ensam – vi blev många» / «Я думала, что буду одна – но нас много»,

«Manifestationer för klimatet i 100 städer: “Sprids snabbt”» / «Демонстрации за климат в 100 городах: “Быстрое распространение (движения)”».

В октябре – декабре на экоактивистку из Швеции обращает внимание мировая общественность и постепенно к ее акциям подключается молодежь из других стран:

«Arnold bjuder in Greta till Wien: “Du inspirerar mig”» / «Арнольд (Шварцнеггер) приглашает Грету в Вену: “Ты меня вдохновляешь”»,

«Elever i Australien gör som svenska Greta» / «Школьники в Австралии делают то же, что и шведка Грета»,

«Tusentals i klimatmarsch i Katowice» / «Тысячи людей в марше за климат в Катовице» (в декабре в Катовице в Польше проходил саммит ООН по климату, где Грета впервые встретила с генсеком Антонио Гутерешем, публикация об этой встрече также была в «Svenska Dagbladet»).

В 2019 г. о Грете Тунберг написали все ведущие мировые СМИ. А журнал «Time» даже назвал ее «Человеком 2019 года». До пандемии проект «Грета Тунберг» являлся мощным инструментом давления на международную политику и экономику. В настоящее время по понятным причинам акценты сместились, но в Швеции интерес к Грете Тунберг не угасает, во многом благодаря национальным СМИ. Так, газета «Svenska Dagbladet» периодически публикует материалы о ней. Из последнего: 5 декабря 2020 г. вышла публикация «Med en så stor plattform kommer ett stort ansvar» / «С такой большой платформой возникает огромная ответственность» (под словом «платформа» имеется в виду движение за климат). Эта публикация сопровождается большой фотографией очень серьезной Греты на первой полосе и представляет собой развернутое интервью на 3 страницы, в котором экоактивистка рассказывает, как пандемия ударила по движению, каково это – быть его неизменной звездой и что вселяет в нее надежду.

Таким образом, в процессе трансформации локального действия в событие глобального уровня под воздействием медиатизации можно выделить несколько этапов: выбор героя, имя и образ которого используется для продвижения идей; эмоциональная накачка читателей; расширение целевой аудитории; поддержание интереса постоянными обновлениями.

Библиографические ссылки

1. Каминская Т. Л., Помигуев И. А., Назарова Н. А. Экологический активизм в цифровой среде как инструмент влияния на государственные решения // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 5. С. 382–407.