

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Л.В. Антилогова, Е.С. Белова, Ю.В. Кудашова

ИНФОРМАЦИОННО- ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ ПО ЭКОЛОГИЧЕСКИМ ПРОБЛЕМАМ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Монография

Рекомендовано к изданию ученым советом федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Оренбург
2019

УДК 070:502.1
ББК 76.02+28.08
А 69

Рецензент: доктор политических наук, профессор МГЮУ, руководитель
СЦОМ «Общественное мнение» Г.В. Шешукова

Анпилогова, Л.В.

А 69 Информационно-публицистический потенциал региональных печатных СМИ по экологическим проблемам окружающей среды: монография / Л.В. Анпилогова, Е.С. Белова, Ю.В. Кудашова; Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург: ОГУ, 2019.

ISBN

Монография «Информационно-публицистический потенциал региональных печатных СМИ по экологическим проблемам окружающей среды» включает исследование средств массовой информации как неотъемлемой части современной инфраструктуры РФ в решении проблемы экологии и охраны окружающей среды.

Авторами рассматривается роль региональных печатных СМИ в освещении экологических проблем окружающей среды, исследуется интерес читателей к вопросам экологии, изучается процесс формирования экологического мировоззрения читателей, оцениваются публикации на данную тему как средство эмоционального влияния на читательскую аудиторию. В работе проводится анализ экологических проблем на примере публицистических материалов печатных СМИ Оренбуржья с точки зрения представления тематики публикаций, эмоциональной нагрузки журналистских текстов на экологическую тему на читательскую аудиторию.

Работа представляет практический интерес в плане анализа экологических проблем окружающей среды с точки зрения информационно-публицистического потенциала.

ISBN

УДК 070:502.1
ББК 76.02+28.08

© Анпилогова Л.В., Белова Е.С., Кудашова Ю.В., 2019
© ОГУ, 2019

Содержание

Введение	6
1 СМИ как неотъемлемая часть современного информационного пространства России в решении экологических проблем окружающей среды	12
1.1 Роль региональных печатных СМИ в решении проблем окружающей среды	14
1.1.1 Региональная пресса в системе печатных СМИ Российской Федерации	15
1.1.2 Освещение экологических проблем окружающей среды в региональных печатных средствах массовой информации	25
1.1.2.1 Смысловая сущность понятий экологии и окружающей среды в едином лексико-семантическом поле СМИ	26
1.1.2.2 Создание экологического контента в региональных печатных СМИ	31
1.2 Интерес читательской аудитории к экологическим проблемам окружающей среды	38
1.2.1 Сущность феномена читательской аудитории	39
1.2.2 Запросы читательской аудитории России по экологическим проблемам окружающей среды	44
1.2.2.1 Заинтересованность социума экологическими проблемами	45
1.2.2.2 Обратная связь между читательской аудиторией и региональными СМИ по вопросам экологии	57
1.2.2.3 Сравнительный анализ запросов аудитории Оренбургской области и разных регионов страны по проблемам экологии и охраны окружающей среды	63
1.3 Специфика освещения экологического тематического направления журналистским сообществом российских СМИ	67
1.3.1 Экологический информационный спектр публикаций федерального уровня	69
1.3.2 Тематический спектр экологических направлений публикаций регионального уровня на примере изданий Оренбургской области	74
1.4 Формирование экологического мировоззрения читателей средствами журналистики	77

1.4.1 Сущность процесса формирования экологического мировоззрения читателей	77
1.4.2 Специфика влияния журналистики на формирование экологического мировоззрения читательской аудитории.....	81
1.4.2.1 Возникновение экологического тематического направления в журналистике	81
1.4.2.2 Процесс влияния экологической журналистики на формирование экологического мировоззрения читателя.....	83
1.5 Публикации на экологическую тему как значимое средство эмоционального влияния на читательскую аудиторию	89
2 Информационная политика Оренбургской области в сфере экологии	99
2.1 Специфика региональной информационной политики в экологической сфере	100
2.1.1 Государственная информационная политика в условиях развития гражданского общества.....	101
2.1.2 Понятие субъекта и объекта информационной политики региона....	108
2.1.3 Реализация региональной информационной политики в сфере экологии в Оренбургской области.....	113
2.2 Информационно-публицистический потенциал массмедиа Оренбургской области в решении экологических проблем окружающей среды.....	120
2.2.1 Специфика информационно-публицистического потенциала СМИ в раскрытии проблем экологии.....	121
2.2.2 Информационная политика СМИ Оренбуржья в области экологии	124
2.3 Рекомендации по реализации стратегии информационной политики Оренбургской области в экологической сфере	136
3 Анализ экологических проблем окружающей среды на примере публикаций печатных СМИ Оренбуржья	141
3.1 Место региональных изданий, освещающих вопросы экологии, в рейтинговой системе медиаресурсов Оренбургской области	143
3.2 Оценка проблем экологии в печатных изданиях Оренбуржья.....	150
3.2.1 Представление экологической тематики на страницах изданий.....	151
3.2.2 Эмоциональная нагрузка журналистских текстов на экологическую тему в издании «Комсомольская правда» - Оренбург».....	168

3.2.2.1 Фоносемантический анализ эмоционального влияния публикаций по экологическим проблемам на читательскую аудиторию.....	169
3.2.2.2 Публикации по экологическим проблемам как значимое средство эмоционального влияния на читателей.....	177
Заключение.....	190
Список использованных источников	203
Приложение А.....	213
Приложение Б	214
Приложение В.....	215
Приложение Г	216
Приложение Д.....	220
Приложение Ж.....	222
Приложение И.....	223
Приложение К.....	224
Приложение Л.....	225

Введение

Мировое сообщество за последние полвека столкнулось с рядом глобальных проблем, представляющих собой результат сложного и противоречивого технического прогресса общества, масштабного техногенного воздействия человеческой деятельности на природу и неравномерного социально-экономического и научно-технического развития человечества. Одной из таких проблем в настоящее время является охрана окружающей среды, на решение которой обращается особое внимание на мировом и государственном уровнях. Сегодня человечество живет в условиях жесткого экологического кризиса, одной из характеристик которого является тенденция ухудшения состояния окружающей среды, негативную роль в которой играют человек, общество и государство. Идет массовое осознание того, что антропогенное воздействие и стихийные бедствия разрушающе влияют на изменение природы, нарушают уравновешенное состояние окружающей среды.

Решение проблем экологии и охраны окружающей среды возможно благодаря взаимодействию многих структурных природоохранных подразделений на мировом, государственном и личностном уровнях. Большая роль в решении экологических проблем принадлежит средствам массовой информации, информационно-публицистический потенциал которых безграничен. В связи с тем, что общество XXI века характеризуется как информационное, то во многом именно СМИ являются исполнителями в решении значимых для человека проблем. Поэтому сегодня перед средствами массовой информации стоит серьезная задача, связанная с постановкой разных проблем экологии и охраны окружающей среды, которые ждут своего решения.

В настоящее время действуют различные международные природоохранные организации - специализированные учреждения и органы ООН (ЮНЕП, МСОП, ФАО, ВОЗ, ВМО), занимающиеся экологическими проблемами. В рамках Организации Объединённых Наций создана специальная Про-

грамма ООН по окружающей среде (англ. UNEP), установлен Всемирный день окружающей среды.

Осуществление экологической политики в Российской Федерации закреплено законодательно. Охрана окружающей среды регламентируется Конституцией РФ, в которой говорится о том, что «каждый имеет право на благоприятную окружающую среду...»; законами РФ (Федеральный закон от 14 марта 1995 г. №33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях», Федеральный закон от 10 января 2002 г. №7-ФЗ «Об охране окружающей среды» и др.), определяющими правовые основы политики государства в экологической области и регулирующими отношения в сфере взаимодействия человека и природы и т.д.[3; 4]; Постановлениями Правительства РФ[6; 7], региональными законами (например, Закон Оренбургской области от 06 марта 2015 года № 3010/821-V-ОЗ «Об экологическом образовании, просвещении и формировании экологической культуры населения Оренбургской области» [8]) и другими документами. В «Основах государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 года» говорится, что среди основных задач государственной политики в области экологического развития выделяются развитие экологического образования и воспитания, формирование экологической культуры [65].

Государственная информационная политика, являясь важной составляющей частью системы регулирования социально-политических, экономических отношений современного общества, обращает особое внимание на экологическую сферу, благодаря чему поднимаются такие значимые вопросы, как: состояние окружающей среды; факторы, воздействующие на неё; различные меры, применяемые с целью охраны экологической сферы; нормативные требования к хозяйственной и иной деятельности человека; различные мероприятия по охране окружающей среды и их финансирование; состояние здоровья, безопасность и условия эффективной жизнедеятельности человека и др. Региональная информационная политика при этом, обеспечивая вхождение региона в российское и мировое информационное пространство, создает необходимые условия

для формирования духовной сферы жителей региона такого уровня, при котором каждый человек может стать активным защитником окружающей среды.

Проблема окружающей среды и её охраны была актуальной на протяжении всего развития научной мысли. Одними из первых о гармонии человека с природой заговорили философы Античности (Платон, Цицерон, Диоген Лаэртский, Эпикур и др.), утверждая, что «всякий, желающий жить в согласии с природой, должен брать за исходное все мироздание и его управление». Именно они впервые наложили запрет уничтожать любое живое существо, по отношению к которому нельзя совершать никакого насилия. В средние века (А. Августин, Ф. Аквинский, У. Оккам и др.) экологическое значение философии рассматривалось в рамках христианского отношения к природе. Философы эпохи Возрождения (Т. Адорно, М. Монтень, Дж. Бруно и др.) впервые обратили внимание на проблему охраны окружающего мира, отмечая то, что за «возрастание своего могущества люди платят отчуждением от того, на чем они это могущество осуществляют, - от природы».

Термин «экология» был предложен известным немецким ученым-биологом Э. Геккелем в середине XIX века, под которым понимались взаимоотношения организмов, как друг с другом, так и со средой своего обитания. В работах естествоиспытателей XX века (М. Леруа, В. Вернадского, А. Чижевского и др.) рассматривался вопрос о силе воздействия людей на последствия развития жизни на нашей планете. О роли экологии в мире с точки зрения создания экологического императива, безусловным приоритетом которого является сохранение природы и защита окружающей среды, говорили Н.Н. Моисеев, Б. Коммонер и др. Экологическую стратегию развития мира рассматривали Н.И. Вавилов, А.М. Тарко, Д. Форрестер и др. Взаимодействие человека и природы анализировали В.Н. Сукачев, Н.В. Тимофеев-Ресовский, В.А. Ковда и др. Об ответственности человека за дальнейшее развитие природы говорил В.И. Вернадский. М.В. Ломоносов призывал не совершать эксперименты над природой, а изучать и описывать то, что было сохранено самой природой в ходе ее многовекового развития. Современный период развития экологии в мире связан с

именами таких крупных ученых, как: Ю. Одум, Дж.М. Андерсен, Э. Пианка, Д. Медоуз, К. Монтгомери, М. Реймерс, О. Яблоков и др. Проблемы охраны и защиты окружающей среды в своих работах поднимали А.Г. Банников, А.А. Вакулин, А.К. Рустамов, А.Д. Яншин и др.

Спектр исследований по сущности информационной политики в экологической сфере не так широк. Вопросами экологической политики занимались Ю. М. Арский, Р. И. Вяхирев, М. Ч. Залиханов, К. Я. Кондратьев, К. С. Лосев и др. Специфику государственной и региональной экологической политики исследовали В.Я. Дупак, Е.А. Высторобец и др. Природоохранную политику как стратегию выживания и постоянного развития страны в условиях охраны окружающей среды определял в своих работах А. Д. Урсул. Организационную деятельности государства, его органов с точки зрения управления природопользованием и охраной окружающей среды рассматривал Е. Ю. Винокуров. Особенности информационной политики региональной власти России в экологической сфере изучали Д. Гаврилов и др.

Сегодня актуализируется интерес к осмыслению нового тематического направления в журналистской деятельности - «экологической журналистике», ее предмету, объекту, целям и задачам. Экологическая журналистика как особый жанр журналистики формируется в конце XX столетия, что стало возможным в связи с негативными последствиями научно-технического прогресса и потребительским отношением человека к окружающей среде. Экологическая журналистика освещает различные экологические вопросы как глобального, так и регионального значений, касающиеся текущих событий, тенденций и проблем, связанных с окружающей средой, находящейся в постоянном взаимодействии с человеком.

На протяжении последних десятилетий исследователи разных научных направлений обращались к рассмотрению сущности экологического направления в журналистике. Экожурналистику с точки зрения формирования и становления экологического мировоззрения человека в своих работах рассматривали философы С. Мякинников, З. Палиева и др. О важной роли развития «зеленого»

тематического направления в российской журналистике в политическом контексте говорили С. Большаков, С. Сметанина, М. Потолкова и другие.

Современное состояние, развитие и проблемы экологической журналистики в российских СМИ изучают Я. Вайшля, Е. Шаркова, В. Смеюха и др. Образовательный аспект экожурналистики рассматривают Н. Епишина, Ю. Павельева, С. Васильев, А. Теплицкая и др. Сущность понятия экологической журналистики как обособленной тематической деятельности раскрывают в своих работах исследователи в сфере журналистики и связей с общественностью В. Колесникова, О. Берлова и др. Основные функции экожурналистики (информационную, организаторскую, просветительскую и контролирующую), совпадающие с функциями журналистики в целом выделяет В. Цвик.

Популяризации экологической культуры уделяют особое внимание не только исследователи-журналисты (Т. Васильева, А. Морозова, Т. Редькина и др.), но и экологи (Р. Риклефс, М. Бигон, А. Швейцер и др.), географы (А. Гумбольдт, В.В. Докучаев, Л.С. Берг, К. Тролль, Л.Г. Раменский и др.), физики (В.Н. Бакулин, Е.М. Брещенко, Н.Ф. Дубовкин, О.Н. Фаворский, В.С. Фридман и др.) и представители других направлений научной мысли. Однако следует констатировать, что экологическое направление в журналистике на сегодняшний день недостаточно изучено, но при этом представляет большой интерес для дальнейших исследований.

Освещение проблем экологии и охраны окружающей среды в журналистике - это относительно новое тематическое направление, развивающееся вследствие антропогенного воздействия человека на природу и его последствий. Этому способствует также и тот факт, что у аудитории СМИ есть потребность в получении экологической информации. По опросу ВЦИОМ «Пароль дня: Безопасность. Стабильность. Суверенитет», проведенному в августе 2016 г., более 60% респондентов заинтересованы в безопасности общества с экологической точки зрения. Данные опроса о качестве жизни в России, проведенного в 2017 году, показали, что 56% респондентов считают экологию одной из основных характеристик качества жизни населения. В 2018 году ВЦИОМ

провел исследование «Экологическая ситуация в России: мониторинг», положительную характеристику состоянию окружающей среды в месте своего проживания дали 59% участников опроса, назвав при этом основные проблемы окружающей среды: загрязнение атмосферного воздуха выбросами тяжелого производства, отсутствие тотального контроля над процессом сбора, хранения и реализации мусора.

Следует обратить особое внимание на то, что одной из ведущих целей современной экологии как науки является изучение рационального взаимодействия в системе «человек - общество - природа», которое позволит вывести Человечество из глобального экологического кризиса на путь гармоничного существования человека в мире природы. В развитии этого процесса немаловажную роль должны сыграть средства массовой информации, обеспечивая, прежде всего, экологическое просвещение населения, развитие экологической культуры каждой личности.

1 СМИ как неотъемлемая часть современного информационного пространства России в решении экологических проблем окружающей среды

Современное мировое информационное пространство представляет собой сложную систему, включающую совокупность объектов, вступающих между собой в информационное взаимодействие, обеспечиваемое различными технологиями. Оно образуется благодаря информационным ресурсам, средствам информационного взаимодействия и информационной инфраструктуре. В центре информационного пространства находится субъект (человек, социальная группа, компания, органы государственного управления и т.д.), создающий и передающий информацию, делающий ее доступной для всех субъектов данного пространства. Информационное пространство динамично, обуславливает его постоянное движение система взаимоотношений между субъектами и объектами (информацией), которыми первые оперируют, обеспечивая при этом развитие социокультурной среды, в которой протекает жизнедеятельность человека.

Неотъемлемой частью инфраструктуры информационного пространства являются средства массовой информации, которые постоянно передают аудитории различные информационные сообщения, образуя представления человека о проблемах, стоящих перед обществом, формируя тем самым общественное мнение, благодаря которому меняется или укрепляется мировоззрение человека как образного представления о мире и роли человека в нём.

Сегодня СМИ уделяют внимание разным актуальным проблемам современности, среди которых, например, система международных отношений, роль РФ в геополитических процессах, терроризм и борьба с ним, глобализация экономики, деградация нравственных основ современного общества, проблемы экологии и охраны окружающей среды и другие. Все эти проблемы находят отклик у аудитории федеральных СМИ, но не всегда являются актуальными для региональных средств массовой информации.

Зачастую больший интерес у людей вызывает то, что происходит непосредственно рядом с ними, что напрямую касается каждого. Поэтому журналисты, работающие в регионах, занимаются проблемами, способными вызвать интерес у массовой аудитории на местах. Одним из вопросов, поднимающимся в региональных изданиях является проблема экологии и охраны окружающей среды. При этом следует заметить, что современное состояние экологии регионов способствует появлению все новых тем для публикаций и сюжетов. В таких материалах чаще всего содержится сигнал о проблемах, которые содержат для человека определенную опасность, поэтому в них зачастую дается негативная оценка происходящего.

Исходя из этого, попробуем разобраться в том, какую роль материалы местных СМИ играют в решении проблемы охраны окружающей среды? Для этого в первой главе исследования перед нами будут стоять следующие задачи:

- рассмотреть роль региональных печатных СМИ в решении проблем окружающей среды, обратив внимание на место региональной прессы в системе печатных СМИ Российской Федерации с точки зрения освещения экологических проблем окружающей среды через осмысление смысловой сущности понятий экологии и окружающей среды в едином лексико-семантическом поле СМИ и понимание необходимости создания экологического контента в региональных печатных СМИ;

- изучить интерес читательской аудитории к проблемам экологии и окружающей среды с точки зрения сущности феномена читательской аудитории и запросов читательской аудитории России и Оренбургской области по экологии и проблемам окружающей среды;

- определить специфику освещения темы экологии и проблем охраны окружающей среды журналистским сообществом российских СМИ, исходя из экологического информационного спектра публикаций федерального и регионального уровней;

- исследовать процесс формирования экологического мировоззрения читателей средствами журналистики, рассмотрев сущность данного процесса,

изучив специфику влияния журналистики на формирование экологического мировоззрения читательской аудитории с точки зрения возникновения экологического тематического направления в журналистике и процесса влияния экологической журналистики на формирование экологического мировоззрения читателя;

- проанализировать публикации на экологическую тему как значимое средство эмоционального влияния на читательскую аудиторию.

1.1 Роль региональных печатных СМИ в решении проблем окружающей среды

В современном информационном пространстве России особое место занимают региональные средства массовой информации, так как именно они в основном освещают проблемы местного значения, учитывая специфику и актуальность той информации, которая значима для аудитории определенных регионов нашей страны. Исходя из этого, необходимо рассмотреть роль региональных печатных средств массовой информации в решении глобальной проблемы сохранения, защиты и охраны окружающей среды. С учетом этого перед нами в этом параграфе будут стоять следующие задачи:

- рассмотреть региональную прессу в системе печатных СМИ Российской Федерации;

- исследовать, каким образом осуществляется процесс освещения проблем окружающей среды в региональных печатных средствах массовой информации через осмысление смысловой сущности понятий экологии и окружающей среды в едином лексико-семантическом поле СМИ и понимание необходимости создания экологического контента в региональных печатных СМИ?

1.1.1 Региональная пресса в системе печатных СМИ Российской Федерации

Средствам массовой информации на протяжении их существования отводилась главная роль в освещении проблем как местного, так и глобального масштаба. Сегодня **СМИ** являются тем организационно-техническим комплексом, который работает на все уровни коммуникаций, получает постоянную обратную связь, ведет непрерывный мониторинг общественного мнения, отслеживает настроения масс. Эти факторы позволили средствам массовой информации и журналистике, как их составляющей, стать органичной частью общества, уверенно обосновавшись в его социально-экономической, политической и культурной жизни. Согласно Закону Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 года «под массовой информацией понимается предназначенные для неопределенного круга лиц печатные, аудио, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы» [2].

Современные условия технического прогресса и уровень медиапотребления способствуют постоянному созданию и организации новых средств массовой информации. По-прежнему остается актуальным их разделение по территории распространения (общенациональные, межрегиональные, территориальные и т.п.), по предметно-тематической направленности (универсальные и специализированные), по цели назначения (информационные, развлекательные, рекламные и т.п.), по периодичности (ежедневные, еженедельные и т.п.), охвату аудитории (крупнейшие, крупные, средние и т.д.) и по праву собственности (государственные, частные). Согласно традиционной классификации, предложенной С. Корконосенко, СМИ подразделяют на:

- печатную прессу (газеты, журналы, еженедельники, дайджесты, бюллетени, повременные календари) как классическую форму существования СМИ, имеющую постоянное название, текущий номер и выходящую в свет не реже одного раза в год;

- аудиовизуальные СМИ - это совокупность теле- и радиоканалов. При помощи визуальных, аудиальных, аудиовизуальных, вербальных и невербальных средств передачи информации они отличаются сильнейшим влиянием на аудиторию;

- информационные службы (телеграфные агентства, рекламные бюро, пресс-службы, агентства по связям с общественностью и т.д.) – это специализированные информационные предприятия, не только обслуживающие, но и выполняющие роль СМИ. Их основная функция заключается в концентрации и снабжении оперативной информацией другие издания [46].

С.Г. Корконосенко также выделяет в отдельный класс интернет-издания, которые со временем своего развития, образовали следующую плеяду:

- электронные информационные агентства;
- сетевые копии периодических изданий;
- сайты радиостанций и телеканалов [46];
- сетевые средства массовой информации.

Говоря об интернет-изданиях, стоит сказать о самодельных СМИ – это явление новых медиа. Издания представляют собой группы, страницы в социальных сетях, блоги (канал Mash, телевидение в сети InstagramNewsbox24, сайт «Блогер 51», группа ВКонтакте «Все котята Твери»), созданные, в основном для региональной аудитории. Чаще всего они не зарегистрированы как средства массовой информации, при этом они имеют очень широкую аудиторию.

Для определения аудитории современных СМИ нами был проведен опрос «Реакция аудитории на проблемы экологии, поднимаемые в СМИ», организованный авторами монографии в феврале 2019 г., и представленный в приложении Г. В опросе приняли участие 55 человек из 33 городов и населенных пунктов РФ.

Респондентам было предложено ответить на вопрос задания № 1: «К постоянной аудитории каких СМИ Вы себя относите?». Результаты ответов приведены на рисунке 1.

К постоянной аудитории каких СМИ Вы относите себя?

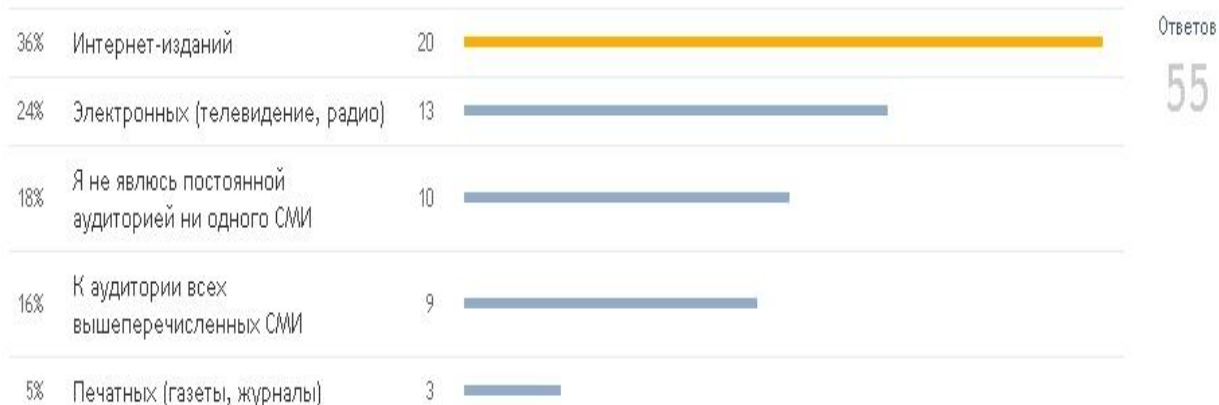


Рисунок 1 – Результаты опроса «Реакция аудитории на проблемы экологии, поднимаемые в СМИ» по заданию № 1

Результаты опроса по первому заданию показали, что 20 респондентов (36%) относят себя к пользователям Интернет-изданий, 13 человек (26%) – к пользователям электронных СМИ, 10 опрошенных (18%) не относят себя к постоянной аудитории каких-либо СМИ, 9 человек (16%) считают себя аудиторией всех СМИ, и только 3 респондента (5%) читают печатные издания (газеты, журналы и т.д.). Таким образом, опрос показал, что большинство является пользователями Интернет-изданий и электронных СМИ, читателей газет и журналов меньшинство, всего 5%.

Из всей типологической палитры современных средств массовой информации для нашего исследования больший интерес представляют печатные издания, несмотря на то, что их популярность с появлением аудиовизуальных и Интернет-изданий снизилась. Но при этом они не потеряли своих достоинств, основными из которых являются:

- для аудитории 30+ пресса остается важным медиа для выстраивания картины мира;
- печать отличается высокая степень аналитики;

- периодика предоставляет читателю свободу выбора материалов, которые он желает прочесть;
- читатель в любое удобное для него время может вернуться к повторному прочтению понравившейся публикации;
- региональная пресса в отличие от других СМИ, особенно новых, доступна жителям глубинки.

При анализе периодических изданий со второй половины прошлого века активно используют метод типологии, поэтому обратимся к традиционной типологической характеристике печатных СМИ, выделяемой С.Г. Корконосенко [46] и представленной в таблице 1.

Таблица 1 – Палитра типологических признаков печатных СМИ

Признак	Виды (примеры)
1 Территориальный	- федеральные («Российская газета», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда» и др.); - региональные («Южный Урал», «Самарская газета» и др.).
2 Предметно-тематическая направленность	1 Неспециализированные издания: - официальные издания («Российская газета»); - общественно-политические («Новая газета»); - издания общей социальной направленности («Аргументы и факты»); 2 Специализированные издания: - информационно-развлекательные издания («СтарХИТ»); - культурно-просветительские издания («Литературная газета»); - детско-юношеские издания («Бумеранг»); - специализированные издания («Общество и экология»); - рекламно-информационные издания («ЦентрПлюс»); - корпоративная пресса («Вестник ОГУ»).
3 Право собственности	- государственные (газета «Нижегородские новости»); - частные (газета «Орская хроника»).
4 Массовая и качественная пресса	- массовые: «Жизнь», «Комсомольская правда», «Аномальные новости»; - качественные: «Независимая газета», «Российская газета», «Коммерсант».

Продолжение таблицы 1

Признак	Виды (примеры)
5Издательские характеристики	1 Газета «Российская газета»: - тираж 166 675/3 500 000 экземпляров; - периодичность выхода: ежедневная/еженедельная; - тип: ежедневная; - формат: А2; - есть подписка. 2 Газета «Русский вестник»: - тираж 45 000 экземпляров; - периодичность выхода: один раз в две недели; - тип: еженедельная; - формат – А3; - есть подписка.

Стоит отметить, что перечисленные выше типологические признаки периодики в России и за рубежом никогда не поддавались жесткому регламенту. В зависимости от внешних и внутренних факторов газета или журнал могли изменить одну из своих характеристик. За все время своего существования периодические издания постоянно переживали трансформацию, что еще раз подтверждало их зеркальность по отношению к происходящим изменениям в обществе. Палитра типологических характеристик (по территории распространения, содержанию, тиражу, праву собственности) печатных СМИ способствует созданию и развитию большого количества различной периодики.

В контексте современной медиареальности типологические характеристики печатных изданий требуют расширения. Например, следует учитывать феномен интернетизации издания, т.е. присутствия аналога в Интернете:

- наличие официального сайта газеты или журнала;
- присутствие в социальных сетях (ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Telegram, Instagram);
- выпуск электронной версии издания;
- возможность электронной подписки и т.д.

Отметим, что все указанные в таблице 1 издания интернетизированы: они имеют официальные сайты:

- rg.ru - «Российская газета»;

- kp.ru – «Комсомольская правда»;
- ng.ru – «Независимая газета»;
- aif.ru – «Аргументы и факты» и т.д.

Издания присутствуют в самых популярных социальных сетях:

- сообщество типа интернет-СМИ в социальной сети ВКонтакте: <https://vk.com/rgru> «Российская газета»;
- группа в социальной сети «Одноклассники»: <https://ok.ru/kpru> «Комсомольская правда»;
- группа в социальной сети Twitter: https://twitter.com/nezavisimaya_g «Независимая газета»;
- группа в социальной сети Facebook: <https://www.facebook.com/aif.ru> «Аргументы и факты».

Все перечисленные в аспекте интернетизации средства массовой информации выпускают электронную версию газет, предлагают аудитории электронную подписку.

В рамках нашего исследования важное место занимает *территориальный признак*. Благодаря огромным географическим масштабам России в системе СМИ периодические издания выходят на всех территориальных уровнях, обозначим их еще раз:

1 Федеральные («Российская газета», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда»).

2 Региональные:

- республиканские («Республика Татарстан»);
- краевые («Новая Кубань»);
- областные («Оренбуржье»);
- издания автономной области («Биробиджанская звезда»);
- издания автономных округов («Няръянавындер»);
- районные («Светлый путь»);
- городские («Самарская газета») [46].

Региональные печатные средства массовой информации составляют достаточно большой массив изданий. Рассмотрим подробнее, что представляют собой региональные печатные СМИ?

Под *региональными изданиями* подразумевают печать или прессу, которая занимается информационным обслуживанием аудитории, проживающей на ограниченной территории. Региональные СМИ по-прежнему остаются коммуникатором в системе отношений «муниципальная власть – граждане», и в обратном направлении. Журналисты территориальных изданий имеют доступ к уникальным инфоповодам, которые позже становятся основами для сюжетов и публикаций и в федеральных СМИ.

Стоит отметить, что эта ниша стала регулярным объектом научного интереса. Свидетельством того являются многочисленные научно-практические, а также профессиональные мероприятия, например: «Стратегия развития региональных СМИ: проблемы и перспективы» (Курск, 2017), «Онлайн-конференция «Журналистика регионов: дискурсы и медиапрактики - 2018» (Томск, 2018), «Медиафорум этнических и региональных СМИ» (Москва, 2018). Особенности региональной прессы находят отражение в работах исследователей, принимающих участие в многопрофильных конференциях. В сборнике материалов Второй Всероссийской конференции «Медиаисследования молодых ученых» [55] представлены следующие работы, посвященные прессе регионов:

- Г. Алыева «Этнический праздник как тема в региональной прессе (на примере анализа печатных изданий г. Красноярск)»;
- К. Измайлова «Медиаотражение социальных аспектов жизни студенчества в региональной прессе»;
- Е. Падалко «Повестка дня в прессе провинциального региона: экология (на примере Оренбургской области)»;
- Д. Тимина «Использование интернет-технологий в региональной прессе (на примере газеты «Наш Костанай»)» и др.

В статье Г. Алыевой «Этнический праздник как тема в региональной прессе (на примере анализа печатных изданий г. Красноярск)» проводится

сравнительный анализ публикаций газет «Городские новости» и «Наш Красноярский край», посвященных мусульманскому празднику Курбан-байрам. Анализу подлежали выпуски изданий за последние пять лет. Цель исследования заключалась в том, чтобы оценить материалы на предмет уровня раскрытия культурных особенностей народов, способность журналистов знакомить аудиторию с традициями и обычаями этносов, празднующих этот праздник. Сравнительный анализ показал, что этническая журналистика в регионе находится на низком уровне, а материалы о праздновании Курбан-байрам в красноярских изданиях – это редкость: в газете «Городские новости» за пять лет этой теме посвящено всего две публикации, в газете «Наш Красноярский край» - три. В пяти изученных публикациях Г. Алыева выделила частое использование стандартных фраз и клише, а также отсутствие ярких эпитетов, фразеологизмов и иных речевых оборотов, которые могли бы украсить текст и сделать его более ярким, что в свою очередь, привлекло внимание аудитории.

В статье «Медиаотражение социальных аспектов жизни студенчества в региональной прессе» автора К. Измайловой дается контент-анализ публикаций двух общественно-политических региональных газет Ставропольского края «Открытая...» и «Ставропольская правда» выпусков 2014-2015 годов. Исследователю удалось выделить несколько информационных блоков, отражающих социальные аспекты жизни студентов: общественная жизнь, научно-образовательная и трудовая деятельность, самореализация в профессиональной среде, семейно-бытовые проблемы молодого поколения. К. Измайлова приходит к выводу, что социальные аспекты жизни студенчества находят регулярное отражение в региональных изданиях. Данная тема освещается в основном в положительной или нейтральной тональности (89% публикаций), что позволяет прессе формировать социально-приемлемый образ современного студента Ставрополья. В глазах читателей студенчество предстает активной частью общества, которая развивает личные и профессиональные качества, креативно проявляет инициативу в организации общественной жизни края.

В работе Е. Падалко «Повестка дня в прессе провинциального региона: экология (на примере Оренбургской области)» объектом исследования стала газета «Комсомольская правда» - Оренбург», предметом – экологическая повестка на страницах издания. Для обоснования выбора именно печатного СМИ автор приводит результаты опроса «Доверие к региональным СМИ», респондентами которого стали представители экономически активного населения г. Оренбурга: 83,4% опрошенных являются постоянной аудиторией печатных средств массовой информации. При контент-анализе номеров «КП» - Оренбург» за 2014 год было выявлено 10 публикаций, посвященных экологии. Шесть материалов, т.е. большая часть публикаций, освещают тему экологии экосистемы; три публикации раскрывают тему экологической культуры населения; только один материал посвящен теме общей экологии региона. Автор статьи делает следующие выводы: экологическая повестка представлена в издании слабо, но при имеющемся объеме публикаций повестка содержит три актуальных темы, одна из которых – экологическая культура и экологическое просвещение населения.

В публикации Д. Тиминой «Использование интернет-технологий в региональной прессе (на примере газеты «Наш Костанай»)» автор анализирует внедрение интернет-технологий в традиционный процесс издания печатного СМИ – газеты «Наш Костанай» - общественно-политического еженедельника Костанайской области Республики Казахстан. В статье идет речь о феномене веб-редакции – отдела, который отвечает «за редактирование страниц, кодировку исходного материала для представления на сайте». Феномен веб-редакции можно транслировать на российские региональные издания, при этом стоит отметить, что в небольших СМИ такого отдела не существует – пишущие для газет и журналов корреспонденты выполняют функции, возложенные на веб-редакцию.

Наличие регулярного проведения конференций и мероприятий, посвященных региональным средствам массовой информации, подробный анализ отдельных составляющих печатных изданий (веб-редакция, темы, повестка дня и

т.д.) свидетельствуют о том, что региональная пресса остается одной из составляющих частей системы СМИ России, имеет свои проблемы и достижения, представляет интерес для научного сообщества.

Обратимся к статистическим данным, представленным в таблице 2, по некоторым регионам Приволжского федерального округа для оценки состояния региональных информационных структур с целью выяснения обеспеченности населения региона печатными СМИ.

Таблица 2 – Состояние региональной информационной структуры некоторых регионов Приволжского федерального округа (по данным сайтов правительств 6 регионов из 14)

Регион ПФО	Количество газет	Население региона
Оренбургская область	106	1 994 435
Нижегородская область	52	3 214 375
Самарская область	50	3 205 858
Республика Мордовия	50	807 444
Пензенская область	42	1 348 382
Саратовская область	30	2 486 654

Данные таблицы позволяют увидеть, что самое большое количество печатных изданий представлено в Оренбургской области (106 газет на 1 994 435 человек). В Нижегородской области действует 52 издания на население (3 214 375 человек) в полтора раза больше, чем в Оренбуржье. Почти столько же газет (50) распространяется по территории Мордовии, которая из всех вышеперечисленных регионов отличается малым количеством населения, оно не достигает и миллиона (807 444 человек). В Самарской области с населением в более чем три миллиона человек издается также 50 газет. Информационным обеспечением Пензенской области, где проживает 1 348 382 человек, занимаются 42 газеты; в Саратовской области с населением в 2 486 654 человека – 30 газет.

Проведенный анализ показал, что количество региональных печатных изданий «не пропорционально» количеству населения. Регионы с небольшим количеством жителей обеспечены большим количеством печатных изданий (Оренбургская, Пензенская области, Республика Мордовия). И наоборот регионы с большим количеством жителей обеспечены меньшим количеством печатных изданий (Нижегородская, Самарская, Саратовская области).

Таким образом, печатная пресса остается частью инфраструктуры регионов России. Печатные региональные СМИ носят общественно-политический характер, при этом журналисты не ограничены в выборе тем для публикаций и имеют доступ к уникальным инфоповодам. Аудиторию газет составляет население либо всего региона, либо отдельных его муниципалитетов; сохраняется связь в системе «муниципальная власть – граждане».

1.1.2 Освещение экологических проблем окружающей среды в региональных печатных средствах массовой информации

Рассмотрев роль региональной прессы в системе печатных СМИ РФ, необходимо обратить внимание на процесс освещения различных проблем в региональных печатных средствах массовой информации, которые в своей основополагающей деятельности – журналистике не раз поднимали в обществе самые разнообразные вопросы, затрагивающие, в том числе, и основы жизнедеятельности человека.

Журналистика как вид деятельности актуализирует мировоззрение определенной социальной группы (общности, нации) средствами подбора фактов, оценок, комментариев, значимых в данный период времени [82]. Таких значительных проблем, которые важны для освещения в современных СМИ, достаточно много: это проблемы экономики, политики, культуры, демографии, расизма, терроризма, нравственности, социума и другие.

Одной из злободневных и важных является и проблема окружающей среды, которая нашла отклик в журналистском сообществе относительно недавно и является молодой по сравнению, к примеру, с политической, экономической или демографической темами, интерес к которым у аудитории появился много веков назад и не исчезает до сих пор.

Интерес к процессу освещения проблемы окружающей среды в региональных печатных СМИ позволил обратить внимание на решение следующих вопросов:

- в чем заключается смысловая сущность понятий экологии и окружающей среды в едином лексико-семантическом поле СМИ;
- каким образом создается экологический контент в региональных печатных СМИ?

1.1.2.1 Смысловая сущность понятий экологии и окружающей среды в едином лексико-семантическом поле СМИ

В настоящее время понятие *о окружающей среды* чаще всего воспринимается как синонимичное термину «*экология*». Но эти два понятия семантически отличаются друг от друга, хотя зачастую употребляются вместе, в едином лексико-семантическом поле. Это объясняется, прежде всего, тем, что в научном плане оба эти термина несут единую смысловую нагрузку: обеспечение рационального взаимодействия в системе «человек - общество - природа», которое позволит вывести Человечество из глобального экологического кризиса на путь гармоничного существования человека в мире природы. В развитии этого процесса немаловажную роль играют средства массовой информации, создавая необходимые условия, прежде всего, для экологического просвещения населения, популяризации экологической культуры.

Тема экологии и проблемы окружающей среды заняли свое место в повестке дня современных печатных изданий, выделив такой жанр журналистики, как экологическая журналистика. Это произошло благодаря тому, что состояние окружающей среды обеспечивает процессы функционирования и жизнедеятельности всего живого на Земле, в том числе и человека.

Для того чтобы понять глубину проблем экологии и окружающей среды через призму СМИ, обратимся к рассмотрению сущности этих понятий.

Экология - это, в первую очередь, наука о взаимоотношениях живых организмов и образуемых ими сообществ между собой и окружающей средой [94]. Этот термин в научной сфере впервые предложил немецкий биолог Эрнст Геккель в 1866 году. С развитием общества и увеличивающимся влиянием человека на природу экология стала пониматься как система взаимоотношений человека с окружающей его природной средой, включая использование природных ресурсов, их охрану и восстановление [94]. Экология важна для сохранения здоровья всей экосистемы нашей планеты.

Экология в контексте экологической журналистики предполагает изучение закономерностей и проблем взаимодействия современного общества с окружающей средой. С.Н. Глазачев отмечает, что сегодня экология из отрасли биологических знаний превращается в социальную науку о взаимодействии природы и общества: охраняя природу, человек разумный охраняет самого себя от человека неразумного. Именно в этом, по мнению исследователя, и заключается основная мысль экологической журналистики.

Необходимо четко понимать, что предметом социальной экологии является окружающая среда, а именно специфическое взаимодействие между человеком и окружающей средой. Поэтому необходимо определить сущность понятия окружающей среды.

Прежде всего, необходимо отметить, что термин «окружающая среда» является достаточно обоснованным с двух точек зрения обозначения совокупности условий и факторов, воздействующих на человека:

- во-первых, термин «среда» достаточно широкое понятие, которое употребляется для обозначения как совокупности естественных обстоятельств, значимых для жизнедеятельности человека, так и для определения границ, в рамках которых происходит взаимодействие людей в процессе их деятельности;

- во-вторых, человек как природное и общественное существо создает не только условия для своего природного (естественного) существования, но и образует общество, обеспечивающее ему социальную форму жизнедеятельности.

Наличие данных факторов позволяет понять, что человек на протяжении своей жизнедеятельности включен в различные естественные и общественные структуры, позволяющие ему выполнять различные естественные и социальные роли. Это значимо для человека, так как его естественное и социальное окружение не могут существовать друг без друга, составляя неразрывное единство. Именно эти две «действительности» окружающей среды проявляются как естественная и социальная системы, в которых и осуществляет свою жизнедеятельность человек [97].

Термин «окружающая среда» выступает как обобщённое понятие, характеризующее природные условия определенной местности и её экологическое состояние. Под окружающей средой также понимают среду, в которой осуществляется взаимодействие таких функционирующих организаций, как: воздух, вода, земля, природные ресурсы, флора, фауна, человек [94]. Окружающая среда обычно рассматривается как часть среды, взаимодействующей с каким-либо живым организмом (человеком, животным и т.д.), включая объекты живой и неживой природы.

Согласно определению «Экологического энциклопедического словаря», под окружающей средой понимается «совокупность всех материальных тел, сил и явлений природы, любая деятельность человека, находящиеся в непосредственном контакте с живыми организмами, оказывающими влияние на человека и его хозяйство [95].

Словосочетание «окружающая среда» используется в международных соглашениях, применительно к описанию природных условий, существующих на поверхности Земли, состоянию её различных экосистем и их взаимодействию с человеком [62]. При этом особое внимание уделяется понятию «благоприятная окружающая среда». В Российской Федерации законодательное определение сущности этого понятия дано в статье 1 Федерального закона № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды» от 10 января 2002 года: «благоприятная окружающая среда – это окружающая среда, качество которой обеспечивает устойчивое функционирование естественных экологических систем, природных и природно-антропогенных объектов» [4]. Важным при этом является понимание того, что окружающая среда - это среда обитания и деятельности человека.

Журналисту важно понимать, что окружающая среда может принимать различные формы, а именно:

- окружающая среда, несмотря на влияние человеческой деятельности, сохраняет свои природные свойства, то есть сама природа с экологической точки зрения не может разрушаться;

- в результате техногенного воздействия человека на природу окружающая среда начинает утрачивать свои природные свойства, что проявляется в тех экологических разрушениях, которые угрожают всему живому [97].

В современном мире в массовом сознании людей проблемы экологии чаще всего сводятся к вопросам охраны окружающей среды. Во многом такое смысловое смещение произошло благодаря влиянию деятельности человека на окружающую среду, что приводит зачастую к необратимым экологическим последствиям.

Учитывая это, нам необходимо понять смысловую нагрузку понятия «*охрана окружающей среды*», под которой подразумевается комплекс мер, предназначенных для ограничения пагубного влияния человека и его деятельности на природу [66]. Под комплексом таких мер понимается совокупность определенных мероприятий, организация которых направлена на сохранение, использование и воспроизводство неживой и живой природы. С проблемами

охраны окружающей среды человечество сталкивается тогда, когда комплекс вышеперечисленных мер нарушен, или совсем не применяется на практике, отчего наносится вред экологии в целом и окружающей среде, в частности. Мерами, улучшающими общую экологическую обстановку могут являться:

- ограничение вредных выбросов в атмосферу;
- создание заповедников, национальных парков;
- ограничение ловли рыбы, охоты;
- ограничение выброса мусора и др. [66].

Сегодня охрана окружающей среды закреплена законодательно. Федеральный закон от 10 января 2002 г. №7-ФЗ «Об охране окружающей среды») [4] определяет правовые основы политики государства в области охраны окружающей среды; регулирует отношения в сфере взаимодействия человека и природы; регламентирует развитие научных исследований в области экологии и охраны окружающей среды и т.д.

Большую роль по охране окружающей среды в настоящее время играют СМИ, помогая государству повышать экологическую грамотность населения, популяризировать роль экологической культуры в жизни, как отдельного человека, так и общества в целом. Эта функция средств массовой информации реализуется в неформальном образовании в рамках реализации комплексного плана действий по вопросам образования в области экологии.

В настоящее время экологическое просвещение рекомендовано к активному применению, в частности, в образовательных программах для среднего звена (подростков). Свое воплощение оно находит в Интернете, так как современное поколение не представляет своего существования вне техносферы. Оно настолько поглощено Интернет-средой, что уровень отчужденности от природы достигает критических отметок. Так как значительную часть времени подростки уделяют использованию гаджетов, они имеют постоянный доступ к инфополю, где СМИ распространяют, в том числе, и экологическую информацию.

В связи с тем, что проблемы охраны окружающей среды сегодня заняли особую нишу среди актуальных проблем современности, разные издания СМИ

ежедневно выпускают соответствующие материалы об экологии. Функции «зеленой» журналистики являются основными рычагами в экологическом воспитании и формировании экологического мировоззрения населения. Как отмечает исследователь Е. Прохоров, идеологическая ориентирующая деятельность СМИ носит универсальный характер, охватывая все стороны духовного мира личности [70].

Таким образом, тема экологии и проблемы окружающей среды заняли свое место в повестке дня современных печатных изданий. Эти два понятия, хотя семантически отличаются друг от друга, но зачастую употребляются вместе, в едином лексико-семантическом поле. Это объясняется, прежде всего, тем, что в научном плане оба эти термина несут единую смысловую нагрузку: обеспечение рационального взаимодействия в системе «человек - общество - природа», которая сегодня защищается системой природоохранных нормативов, определяемых государством и обществом. Государственная политика в области охраны окружающей среды находит свою поддержку в средствах массовой информации, которые поднимают важные проблемы, связанные с сохранением положительной экологической обстановки, о чем более подробно пойдет речь в следующем параграфе исследования.

1.1.2.2 Создание экологического контента в региональных печатных СМИ

В каком состоянии в настоящее время находится окружающая среда, человек может узнать, как минимум, из четырех источников:

- отчетов специализированных ведомств и министерств;
- исследований природоохранительных организаций;
- различных средств массовой информации;
- тематических групп и сообществ в социальных сетях.

Но только СМИ в плане доступности информации ближе и понятнее пользователю. Читатель может без проблем найти необходимый материал на любую интересующую его тему, в том числе и экологическую, так как одной из главных функций журналистики является информационная, суть которой заключается в получении необходимой информации.

Региональные печатные СМИ важны с точки зрения получения информации, значимой для определенной местности, в которой живет и осуществляет свою профессиональную деятельность человек. Информация, носящая местный характер ближе и значимее для читательской аудитории определенного региона и местожительства.

Среди преимуществ получения экологической информации из региональных средств массовой информации по сравнению с другими источниками (отчетами специализированных ведомств, исследований природоохранительных организаций, тематических групп и сообществ в социальных сетях) также стоит выделить:

- итоговый материал, представляющий собой качественную и многогранную выжимку, обобщение какого-либо экологического события в регионе с фокусировкой на основных моментах;
- структура материала, позволяющая читателю погрузиться в событие, происходящее рядом с ним;
- именно региональные СМИ по-прежнему остаются самым достоверным источником формирования современного мира, окружающего человека, того, что происходит здесь и сейчас.

Вышеперечисленное составляет содержательное наполнение информационного ресурса, что является важным для читателя, который к нему обращается. Абсолютно любое информационно значимое или содержательное наполнение информационного ресурса является контентом (от англ. content - содержание). Контент публикации – это все её информационное содержание: текст, фотографии, рисунки, схемы, графики и пр. Именно контент играет значимую

роль в функционировании печатного СМИ: влияет на ранжирование издания, вовлеченность аудитории, покупательский спрос и т.д.

Основными ориентирами для оценки качества контента являются: полезность информации, правдивость в изложении фактов, красивая подача материала с точки зрения структурирования и изображения, соответствие публикационным требованиям, разнообразие и комбинированность материала, авторская грамотность, информационная актуальность, законодательное соответствие, регулярность в подаче информации, поддержание интереса аудитории и другие. Все это имеет непосредственное значение по отношению к созданию журналистами *экологического контента*.

Сегодня освещение вопросов ресурсосбережения и экологической информации стоит на одном из первых мест по значимости проблемы в мировом масштабе. Но, по мнению первого зампреда комитета по экологии и охране окружающей среды Госдумы Н. Валуева и руководителя организации «Альянс Зеленых» А. Закондырина, «информационная зеленая повестка сегодня – это сплошной поток скандалов, негатива, слухов и недостоверной информации, которая вводит в заблуждение граждан». К сожалению, о серьезных мерах по сохранению экологии знает лишь ряд специалистов. Необходимо менять создавшуюся в СМИ ситуацию. Согласно Конституции РФ, граждане имеют право на получение правдивой информации о состоянии окружающей среды, задача средств массовой информации обеспечить это право.

В настоящее время важно обратить особое внимание на создание экологической редакции, как крупных федеральных, так и региональных СМИ, помогающей повысить экологическую грамотность населения страны.

Средства массовой информации предоставляют читателю экологическую информацию в наиболее удобочитаемой и простой форме для восприятия. Рассмотрим это в таблице 3 на примере расширенной заметки из федерального СМИ Н. Толстоуховой «Зеленое» финансирование обсудят на форуме в Сочи», опубликованной на сайте rg.ru 11 февраля 2019 года [88], Знакомя читателя с

информацией, журналист предлагает ответы на пять главных вопросов: что? где? когда? зачем? почему?

Таблица 3 – Анализ журналистского материала на информативность (на примере заметки из федерального СМИ Н. Толстоуховой «Зеленое» финансирование обсудят на форуме в Сочи»)

Вопрос	Информация
Что?	«Участники сессии «Зеленое» финансирование: развивая рынок ответственных инвестиций» обсудят перспективы объединения государственного и частного финансирования «зеленых» отраслей, их инвестиционную привлекательность и возможности для расширения доступности финансирования. Важным вопросом на повестке станет также контроль за инвестициями в проекты с высоким уровнем риска негативного воздействия на окружающую среду»
Где?	«Одна из сессий деловой программы Российского инвестиционного форума в Сочи будет посвящена «зеленому» финансированию...»
Когда?	14 февраля 2019 года
Зачем?	«Внедрение НДТ получило статус отдельного федерального проекта, что позволит сформировать спрос на продукцию отечественного экологического машиностроения. Одним из механизмов стимулирования инвестиций в экологические проекты станет реализация нового для России финансового инструмента – «зеленых облигаций», ставка купонного дохода по которым будет субсидироваться Минпромторгом»
Почему?	«В последние годы была проведена большая работа по переходу отечественной промышленности на современные экологические стандарты. Разработаны справочники наилучших доступных технологий (НДТ), запущены проекты по созданию российского природоохранного и технологического оборудования»

Анализ расширенной заметки наглядно показывает, какой объем информации, и по какому принципу потребляет её читатель. Автор, сообщая подробности повестки Российского инвестиционного форума в Сочи, дает дозированно информацию, не сообщая иных подробностей самого крупного мероприятия. При этом для журналиста это является инфоповодом для других публикаций.

На примере заметки «Воздух над Медногорском очистит «зеленый щит» (автор не указан), опубликованной на сайте gia56.ru 19.11.2018г. [27], рассмот-

рим, как в СМИ регионального уровня отрабатываются проблемы охраны окружающей среды (см. таблицу 4).

Таблица 4 – Анализ журналистского материала на информативность (на примере заметки из регионального СМИ «Воздух над Медногорском очистит «Зеленый щит»)

Вопрос	Информация
Что?	Вокруг самых загрязненных городов России создадут «зеленые щиты». Одним из них станет г. Медногорск Оренбургской области. Такого решения добились эксперты Общероссийского народного фронта. Теперь мероприятия по формированию лесопарковых зеленых поясов вокруг городов с самым загрязненным воздухом отражены в федеральном проекте «Чистый воздух».
Где?	До 2024 года щиты появятся вокруг крупных промышленных центров: гг. Братска, Красноярска, Липецка, Магнитогорска, Медногорска, Нижнего Тагила, Новокузнецка, Норильска, Омска, Челябинска, Череповца и Читы.
Когда?	До 2024 года
Зачем?	Лесопосадки будут способствовать улучшению экологической обстановки.
Почему?	По словам модератора тематической площадки ОНФ «Экология», депутата Госдумы РФ Владимира Гутенева, между экспертами ОНФ и представителями проектного офиса национального проекта «Экология» из Минприроды РФ было достигнуто соглашение. <...> Также, по его словам, необходимы дополнительные мероприятия по защите и остальных зеленых насаждений городов, которые делают атмосферный воздух чище. – Уже сейчас необходимо предусмотреть мероприятия по установлению границ городских лесов, их расширению и постановке на кадастровый учет, по посадкам деревьев. Также следует рассмотреть поэтапное внедрение «зеленой энергетики», в первую очередь, в городах с очень высоким уровнем загрязнения воздуха. Данные предложения Народного фронта уже отправлены в Минприроды России. Рассчитываем, что они будут проанализированы и включены в соответствующие федеральные проекты, – резюмировал Гутенев.

Как и в предыдущем примере, благодаря анализу расширенной заметки виден небольшой объем экологической информации и логический принцип ее

потребления аудиторией. Автор, сообщая о внедрении нового проекта «Чистый воздух», информирует читателей, что вокруг крупных промышленных городов в скором времени появится настоящий «зеленый щит» из леса.

Информацию о состоянии окружающей среды и ее проблемах в различных журналистских жанрах аудитория может получить как из неспециализированных, так и специализированных изданий различного уровня территориального распространения, в том числе и регионального.

Специализированные издания, посвященные проблемам экологии, не приобрели у россиян особой популярности, при этом они представлены для читательской аудитории достаточно широко: выпускаются газеты, журналы, бюллетени, ежегодники и альманахи. Их главная особенность заключается в том, что они не представляют собой традиционные СМИ, чаще всего это научно-публицистические или информационно-методические издания.

К данной категории относится, например, газета «Зеленый мир. Экология: проблемы и программы», которая своим читателям предлагает материалы об экологической ситуации в стране, регионах, а также за рубежом; авторы издания обращают внимание на экологические и эколого-образовательные проблемы всех уровней. На страницах газеты также можно найти комментарии и обзоры на национальные и международные проекты, законодательные документы, касающиеся вопросов экологии. Научно-популярным журналом является издание Российской академии наук «Природа», первый номер которого вышел в 1912 году. В основном публикации здесь носят естественнонаучный характер, но авторы затрагивают и тему экологии в том числе.

Бесспорным преимуществом специализированных изданий является то, что авторами всех публикаций выступают ученые, обладающие знаниями и навыками в сфере экологии, природопользования и т.д. Это гарантирует то, что на страницах подобных газет и журналов всегда выходит достоверная и проверенная информация.

Среди недостатков специализированных изданий можно выделить узкую аудиторную направленность: ученые; сотрудники ведомств, отвечающих за

охрану окружающей среды; сотрудники предприятий и тяжелых производств, приоритетным направлением которых является снижение отрицательного влияния на экологию. Эти издания не адресованы широким массам, которым как раз предлагаются публикации о проблемах экологии в неспециализированных изданиях общественно-политических СМИ, адресованных всем в пределах своего территориального распространения [85].

Неспециализированные периодические издания нередко обращаются к теме экологии и проблемам окружающей среды. Публикации на эти темы носят междисциплинарный характер: освещение проблем постоянно дается в контексте экономики, политики, общества и т.д. Это объясняет тот факт, что ключевые газеты России такие, как: «Известия», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец» - до сих пор не выделили для темы экологии отдельную рубрику. О проблемах охраны окружающей среды в изданиях говорится в общих центральных рубриках: «Россия-Новости» («Известия»), «Картина дня» («Комсомольская правда»), «Срочно в номер» («Московский комсомолец»). Отдельно рубрика «Экология» существует только в «Российской газете». Вышеперечисленные издания читатель может приобрести почти в любом киоске, а также прочитать электронную версию выпусков на официальных сайтах газет.

Наличие разных видов изданий и их обращение к проблемам экологии говорит о том, что со стороны аудитории постоянно проявляется интерес к ней. Читатели нуждаются в свежей и оперативной информации о состоянии окружающей среды и ее охране. Зачастую именно они являются источниками информации, сообщая журналистам о возникновении или «заброшенности» той или иной экологической проблемы. Например, публикация Е.С. Сарычевой «Снег из Оренбурга вывозят в пойму Урала и Микутки» [75]. Автор в самом материале опосредовано говорит о проблеме вывоза грязного снега с территории города в пойму Урала и к озеру, о чем сообщили горожане: «Жители ул. Донковцева жалуются, что мимо них постоянно снуют грузовики, груженные снегом» [75].

Обратная связь от читателей имеет огромное значение для самого издания и авторов с точки зрения решения проблемы, над которой работают журналисты. Именно поэтому в следующем параграфе исследования нами будет рассмотрен феномен читательской аудитории и проанализирован её интерес к проблемам экологии и окружающей среды.

Таким образом, основными ориентирами для оценки качества экологического контента печатных СМИ, в том числе и региональных, являются: полезность информации, правдивость в изложении фактов, красивая подача материала с точки зрения структурирования и изображения, соответствие публикационным требованиям, разнообразие и комбинированность материала, авторская грамотность, информационная актуальность, законодательное соответствие, регулярность в подаче информации, поддержание интереса аудитории и другие. С экологическим контентом читатель может познакомиться как в специализированных, так и неспециализированных изданиях разного уровня территориального распространения.

1.2 Интерес читательской аудитории к экологическим проблемам окружающей среды

Аудитория для средств массовой информации является отражением взглядов и интересов общества, благодаря запросам которой журналисты понимают, какие тексты ждет читатель. Аудитория СМИ выступает как совокупность индивидов, вступающих в контакт с источником информации с целью получения общего для всех её членов сообщения [84]. Исходя из этого, журналисту важно знать, каков интерес аудитории к той или иной проблеме, в нашем исследовании, проблеме экологии и окружающей среды. Для того, чтобы выявить данный интерес, перед нами в этом параграфе будут стоять следующие задачи:

- рассмотреть сущность феномена читательской аудитории;
- проанализировать запросы читательской аудитории России по экологии и проблемам окружающей среды;
- провести сравнительный анализ запросов аудитории Оренбургской области и разных регионов страны по проблемам экологии и охраны окружающей среды.

1.2.1 Сущность феномена читательской аудитории

Для средств массовой информации важна аудитория, ради которой пишутся и печатаются материалы. СМИ отвечает информационным запросам человека. *Аудитория* является составной частью системы журналистики, функционирующей на определенном этапе развития [80].

Под аудиторией (публикой) понимается совокупность слушателей, зрителей или читателей, являющихся объектом воздействия искусства, пропаганды, рекламы, литературы, развлекательных мероприятий или просвещения [19]. Аудитория СМИ трактуется с разных точек зрения. Это может быть:

- совокупность людей, которые пользуются определённым СМИ (газетами, журналами, радио, телевидением, ресурсами Интернета);
- публика конкретного СМИ (периодического издания, радиостанции, телеканала, интернет-сайта);
- потребители определенного медиатекста (радиопередачи, телепрограммы и т. п.) [19].

С точки зрения социологии журналистики, аудитория возникает на основе общности интересов потребностей информации, форм, способов и каналов их удовлетворения [80]. С.Г. Корконосенко считает, что аудитория характеризуется как неопределенная, достаточно многочисленная и неоднородная группа

людей, которая вступает во взаимодействие (активное или пассивное) со СМИ [46].

Исследователи (С.Г. Корконосенко, Е.П. Прохоров, А. Балабанов и др.) выделяют ряд характеристик аудитории:

- объединение людей (разных и несхожих по социально-демографическим признакам) по интересам к определенному источнику информации;
- величина аудитории как показатель социальной значимости и масштабов влияния источника информации на людей;
- уровень образования как качественная характеристика аудитории, оказывающая прямое влияние на выбор определенного источника информации с точки зрения понимания содержания предлагаемой информации;
- выделение первичной (информация поступает напрямую из СМИ) и вторичной (информация идет уже от тех, кто непосредственно контактировал со СМИ) аудитории [80].

Сегодня существует многообразие форм проявления отношения аудитории к СМИ: мотивы обращения к материалам тех или иных СМИ; тематические интересы аудитории, её предпочтения, ожидания, оценки, пожелания и т.д.

В нашем исследовании важно рассмотреть аудиторию прессы (читательской аудитории). Аудитория печатных СМИ, достаточно самостоятельна, так как читателем человек становится по собственной воле. Интересна система взаимоотношений прессы и читательской аудитории. Исходя из того, что информация в печатных СМИ фиксируется на бумажном носителе, то она и воспринимается читателем «без посредников», что способствует проявлению ряда важных свойств данных взаимоотношений:

- быстрое обзорное ознакомление со всем материалом номера;
- получение первичной, целостной информации напрямую во всём её объеме и разнообразии;
- возможность использования «отложенного чтения» [70].

Система взаимоотношений читательской аудитории и прессы будет эффективна тогда, когда журналист печатных СМИ будет четко понимать, что со-

бой представляет аудитория, для которой он пишет, другими словами, он для себя должен составить портрет (характеристику) читательской аудитории. Умение определить характеристики аудитории позволяет журналисту более точно выбирать правильный жанр для публицистического материала. Особенности аудитории продиктуют ему и правильное направление в раскрытии содержания, и нужную композицию, и языковые средства выражения, благодаря которым он точнее и ярче сможет выразить свою мысль и оказать правильное воздействия на формирование необходимых индивидуальных и коллективных мыслей и чувств [73].

Возникает логичный вопрос: как же добиться того, чтобы читатели стали единомышленниками журналиста? Как суметь точно предвидеть реакцию каждой аудитории на ту или иную тему, освещаемую в прессе?

Для этого, прежде всего, необходим точный и полный анализ будущей аудитории, помогающий выработать правильную стратегию подачи материала. Вопрос «Кому?» - один из важнейших для СМИ. Ему должно быть уделено самое пристальное внимание.

Чтобы понять особенности читательской аудитории, рассмотрим ее параметры и характеристики с точки зрения теории ораторского искусства [10; 11; 24; 53 и др.], которые представлены в таблице 5. Все параметры аудитории, прежде всего, делятся на объективные (не зависящие от журналиста и его материала и являющиеся неотъемлемым признаком аудитории) и субъективные (зависящие от того, кто именно предлагает материал (какое издание и какой журналист), и может меняться в зависимости от автора публикации) [73]. Исходя из этого, нами и будет анализироваться читательская аудитория с точки зрения её взаимодействия с публицистическим материалом.

Таблица 5 – Параметры и характеристика читательской аудитории

Объективные параметры	Их характеристики			
1 Демографическая характеристика	естественные черты: пол, возраст, национальность, общий уровень образования и культуры	социальное положение: рабочие, крестьяне, интеллигенция, «новые русские» и т. п.	должность: чиновники, учителя, руководящие работники и т. п.	выявление ситуативных групп, связанных с состоянием общества, государства (например, беженцы)
2 Интеллектуальная характеристика	уровень профессиональной подготовки читателей, уровень знаний по теме публикации (специалисты - неспециалисты)	преимущественная ориентация читателей (например, единомысленники) и особенности их мировоззрения (например, верующие)	специфика увлечений читательской аудитории (например, футбольные болельщики, филателисты, владельцы собак и т.п.)	
3 Количественная	межличностное, (когда индивидуальные черты читателя могут быть так или иначе учтены в публикации)	групповое (когда журналист ориентируется не на индивидуальные, личностные, а на социальные черты читателей (студенты, коллеги, члены определенной партии), объединенных работой, увлечениями, ситуацией и т.д.)	публичное (публикация рассчитана на весьма многочисленную и неоднородную аудиторию, но все же объединенную чем-либо (например, социальной принадлежностью, возрастной характеристикой и т.д.)	массовое (обращение ко всей читательской аудитории)
Субъективные параметры	Их характеристики			
1 Социальный портрет аудитории	степень известности аудитории журналисту	отношения равенства (журналист предполагает знакомство читателя с темой публикации) - неравенства (журналист предполагает, что читатель незнаком или мало знаком с темой публикации) журналиста и аудитории		

Продолжение таблицы 5

Объективные параметры	Их характеристики			
2 Отношение к мыслям журналиста	конструктивное, когда у читателей ценностные ориентиры совпадают с теми, что предлагает журналист	конфликтное, когда журналист предполагает, что читатели не разделяют его взглядов	согласительное, когда журналист предполагает, что у читателей пока нет своего мнения по обсуждаемой проблеме	инфантильное, когда журналист предполагает, что читатели равнодушны к теме публикации и их интерес необходимо простимулировать
3 Степень соприкосновения с темой публикации	прямая (отсутствует в печати) и косвенная (взаимодействие читателя с журналистом осуществляется через публикацию) аудитории		первичная (первое знакомство читателя с темой публикации) и вторичная (с темой публикации читатель уже знаком) аудитории	
4 Направленность аудитории	потенциальная аудитория, на которую рассчитывает журналист	реальная аудитория, на которую непосредственно ориентируется журналист	целевая аудитория, которая конкретно будет читать материал	

Итак, к объективным параметрам читательской аудитории относятся:

- демографическая характеристика, которая включает: естественные черты человека, его социальное положение, должность, выявление ситуативных групп;

- интеллектуальная характеристика имеет параметры, описывающие знания и убеждения аудитории: уровень профессиональной подготовки читателей по теме публикации, преимущественная ориентация читателей и особенности их мировоззрения, специфика увлечений читательской аудитории;

- количественная характеристика, которая является одной из самых важных с точки зрения количества читателей, обратившихся к данному материалу.

К субъективным характеристикам читательской аудитории относятся:

- социальный портрет аудитории, определяемый степенью известности аудитории журналисту и отношениями равенства–неравенства между читателем и журналистом;

- отношение к мыслям журналиста проявляется в конструктивной, конфликтной, соглашательской и инфантильной позиции аудитории по отношению к прочитанному;

- степень соприкосновения с темой публикации выражается в возможности взаимодействия журналиста с аудиторией напрямую и косвенно и в первичном и вторичном представлении журналистского текста аудитории;

- направленность аудитории проявляется в потенциальном, реальном и целевом взаимодействии читателей и журналиста.

Как видно из таблицы 5, читательская аудитория представляет собой сложную, в определенной степени разобщенную совокупность людей, как в идеологическом смысле, так и территориально. Наличие у читательской аудитории различных параметров и характеристик говорит о том, что массу получателей информации не следует оценивать только с одной стороны как получателей информации и делать определенные выводы, оперируя мнением и запросами лишь части аудитории.

Таким образом, аудитория печатных СМИ огромна и разнообразна, и журналисту, создающему текст будущей публикации, необходимо особое внимание обращать на параметры и характеристики той аудитории, на которую он работает, при этом отвечая на её запросы и потребности на определенную информацию, в нашем случае, экологическую.

1.2.2 Запросы читательской аудитории России по экологическим проблемам окружающей среды

Нами в параграфе 1.2.1 было определено, что журналист, работая над любым текстом, в том числе и на экологическую тему, должен ориентироваться на определенную аудиторию, которая имеет свои взгляды и интересы к той или иной проблеме. Какова заинтересованность читательской аудитории проблема-

ми экологии и окружающей среды возможно проследить, изучив её запросы. С учетом этого перед нами в данном параграфе были поставлены следующие задачи:

- посмотреть интерес социума к экологическим проблемам;
- проанализировать обратную связь между читательской аудиторией и региональными СМИ по вопросам экологии;
- провести сравнительный анализ запросов аудитории Оренбургской области и разных регионов страны по проблемам экологии и охраны окружающей среды.

1.2.2.1 Заинтересованность социума экологическими проблемами

Развитие журналистики находится в прямой зависимости от особенностей развития и запросов общества, в контексте СМИ – от развития и запросов аудитории. Без интереса читателей к определенной теме, работа журналиста не будет иметь успеха, не окажет никакого влияния на положительное решение назревшей проблемы, а, возможно, материал на проблемную тему может не появиться вовсе.

Рассмотрим, насколько тема экологии и проблем окружающей среды интересна аудитории. Для этого обратимся к исследованиям Всероссийского центра исследования общественного мнения (ВЦИОМ). По данным опроса, проведенного в июне 2013 года, 56% россиян отмечали экологическую обстановку в стране неблагоприятной, 84% сообщили, что им важна информация о состоянии окружающей среды. Это было время, когда вместе с ростом уровня материального благополучия в российском обществе развивалось гражданское сознание, именно поэтому вопросы охраны окружающей среды, состояния ее качества и улучшения становились актуальнее.

Сегодня на фоне политических процессов в мире, в которых прямо или косвенно задействована Российская Федерация, опросы ВЦИОМ, в большей степени, касаются вопросов политического характера, но место для экологии здесь все же находится. К примеру, в результатах исследования «Пароль дня: Безопасность. Стабильность. Суверенитет» от 15 августа 2016 года говорится: «Большинство наших сограждан – коллективисты и традиционалисты. В жизни они руководствуются интересами общества в целом (77%), нежели личными стремлениями (17%). И это «превосходство общественного» сочетается у опрошенных скорее с тягой к безопасности и ориентацией на традиции (58%), нежели авантюризмом и стремлением к неизведанному (35%)» [67]. Большинство респондентов данного опроса отметили, что им присуща характеристика человека, для которого важно делать что-то хорошее для общества, для которого важна забота об окружающей среде и природе. Показатели (77% и 58%) можно косвенно отнести и к проблемам охраны окружающей среды.

Обратимся к другому исследованию, которое было проведено весной 2016 года. В итоговой публикации «Карта страхов: весне на встречу» представлены данные опроса о том, каких проблем в жизни россияне опасаются больше всего [43]. Вот, о каких страхах думают россияне: международная напряженность, конфликты между странами, военные действия (20%); стали слишком дорогими или исчезли из продажи привычные товары, обесценились сбережения (24%); разгул преступности (12%); проблемы со здоровьем: ухудшение здоровья, трудности с получением медицинской помощи, лекарств (11%); беспорядки, конфликты внутри страны на политической, национальной, или религиозной почве (9%); снижение доходов (урезание зарплат, перевод на низкооплачиваемую работу, переход на неполную рабочую неделю, задержки с выплатой зарплаты и т.п.) (10%); наводнение, землетрясение, другое стихийное бедствие (7%); потеря работы (6%); конфликты в семье, разрыв с близкими людьми (2%) [67]. Из этого большого списка к проблемам охраны окружающей среды можно отнести только страхи, связанные со здоровьем, и стихийными

бедствиями. В 2016 году проблемы экологии занимали одно из последних мест среди страхов россиян.

По данным опроса, проведенного ВЦИОМ в 2017 году, 32% опрошенных отметили, что здоровье – это важная характеристика качества жизни, еще 28% респондентов считают данной характеристикой экологию, 24% участников опроса – качество продуктов питания. Стоит отметить, что от состояния экологии зависит здоровье населения и качество производимых продуктов питания, то есть 56% респондентов косвенно назвали экологию основной характеристикой качества жизни в стране.

Результаты опроса, проведенного в 2018 году, «Экологическая ситуация в России: мониторинг» свидетельствуют о том, что население интересуется состоянием экологии и следит за решением проблем охраны окружающей среды: в 2009 году положительно охарактеризовали состояние окружающей среды в месте своего проживания всего 39% респондентов, а в 2018 году – этот показатель вырос в полтора раза и составил 59%. Согласно данным этого опроса, основными экологическими проблемами для россиян являются: загрязнение атмосферного воздуха выбросами тяжелого производства, отсутствие тотального контроля над процессом сбора, хранения и реализации мусора.

Результаты вышеперечисленных опросов ВЦИОМ позволяют сделать вывод: проблемы экологии и охраны окружающей среды россияне выделяют среди основных проблем современной России. В зависимости от общественно-политической обстановки в стране интерес к ним то повышается, то снижается.

Для подтверждения наличия у россиян интереса к состоянию окружающей среды обратимся к сервису поисковой системы wordstat.yandex.ru, которая на основе статистических данных позволяет оценить интерес пользователей к определенным тематикам. В поисковую строку wordstat.yandex.ru ввели слово «экология». Сервис выдал количество запросов с этим словом за месяц (с 05.04 по 05.05.2017 года). Результат представлен на рисунке 2.

экология				
☒ По словам	☐ По регионам	☐ История запросов		
Все	Десктопы	Мобильные	Только телефоны	Толь
Что искали со словом «экология» — 1 557 564 показа в месяц				
Статистика по словам		Показов в месяц		
экология		1 557 564		
год экологии		182 848		
экология 2017		88 922		
2017 год экологии		67 863		
группа экология		58 518		
экология россии		55 626		
экология рисунки		55 524		
про экологию		55 384		

Рисунок 2 – Результаты выдачи wordstat.yandex.ru по запросу «экология» за период с 05.04 по 05.05.2017 года

Из результата выдачи wordstat видно, что по слову «экология» за месяц пользователями сделано более миллиона запросов. Одновременно россиян интересовали: «год экологии» (182 848 запросов), «экология 2017» (88 922 запроса), «2017 год экологии» (67 863 запроса), «группа экологии» (58 518 запросов), «экология России» (55 626 запросов), «экология рисунки» (55 524 запросов), «про экологию» (55 384). Наличие такого интереса Интернет-пользователей можно охарактеризовать тем, что 2017 год в России объявлен Годом экологии.

В поисковую строку wordstat также ввели понятие «охрана окружающей среды». Результаты выдачи представлены на рисунке 3.

охрана окружающей среды	
☒ По словам	☐ По регионам
☐ История запросов	
Все	Десктопы
Мобильные	Только телефоны
Что искали со словом «охрана окружающей среды» — 170 408 показов в месяц	
Статистика по словам	Показов в месяц 
охрана окружающей среды	170 408
области охраны окружающей среды	21 164
природопользование +и охрана окружающей среды	15 200
фз +об охране окружающей среды	13 352
закон +об охране окружающей среды	12 447
день охраны окружающей среды	11 168
департамент охраны окружающей среды	9 004
ресурсы +и охрана окружающей среды	8 600

Рисунок 3 – Результаты wordstat по запросу «охрана окружающей среды» за период с 05.04 по 05.05.2017 года

Из результата выдачи wordstat по запросу «охрана окружающей среды» видно, что пользователей интересовала данная система мер 170 408 раз. Одновременно с этим ими сделаны следующие запросы: «области охраны окружающей среды» (21 164 раза), природопользование +и охрана окружающей среды» (15 200 раз), «фз + об охране окружающей среды» (13 352 раза), «день охраны окружающей среды» (11 168 раз), «департамент охраны окружающей среды» (9 004 раза), «ресурсы + и охрана окружающей среды» (8 600 раз). Помимо самого комплекса мероприятий, организация которых направлена на сохранение, неживой и живой природы, пользователей интересуют области этой деятельности, нормативные документы данной сферы, структурные подразделения, отвечающие за реализацию охраны окружающей среды.

В поисковую строку wordstat ввели третий запрос: «проблемы охраны окружающей среды». Результат выдачи представлен на рисунке 4.

проблемы охраны окружающей среды	
☒ По словам	☐ По регионам
☐ История запросов	
Все	Десктопы
Мобильные	Только телефоны
Только	
Что искали со словом «проблемы охраны окружающей среды» — 2 622 показа в месяц	
Статистика по словам	Показов в месяц ?
проблемы охраны окружающей среды	2 622
охрана окружающей среды + и экологические проблемы	320
решение проблем охраны окружающей среды	257
международные проблемы охраны окружающей среды	213
химия + и проблемы охраны окружающей среды	162
проблемы развития охраны окружающей среды	145
правовые проблемы охраны окружающей среды	126
проблемы природопользования + охрана окружающей среды	126

Рисунок 4 – Результаты выдачи wordstat по запросу «проблемы охраны окружающей среды» за период с 05.04 по 05.05.2017 года

Из результатов выдачи wordstat видно, что за месяц количество запросов по теме «проблемы охраны окружающей среды» составило всего 2 622 раз. Одновременно с этим в очень маленьком количестве пользователей интересовало: «охрана окружающей среды + и экологические проблемы» (320 запросов), «решение проблем охраны окружающей среды» (257 запросов), «международные проблемы охраны окружающей среды» (213 запросов), «химия + и проблемы охраны окружающей среды» (162 запроса), «проблемы развития охраны окружающей среды» (145 запросов), «правовые проблемы охраны окружающей среды» и «проблемы природопользования + охрана окружающей среды» (126 запросов).

Анализируя результаты выдачи по всем трем запросам за период с 05.04.2017 года по 05.05.2017 года, можно сделать вывод, что на тот момент по теме экологии и охраны окружающей среды наиболее популярным запросом у Интернет-пользователей являлась «экология» (количество запросов за месяц достигло 1 557 564), значительно меньше россияне интересуются охраной окружающей среды (170 408 запросов), колоссально малое количество запросов сделано по проблемам охраны окружающей среды (2 622).

Рассмотрим, как изменился интерес к проблемам экологии у аудитории спустя год. На запрос «экология» система выдала следующий результат за период с 15.02 по 15.03.2019 года. Результат выдачи представлен на рисунке 5.

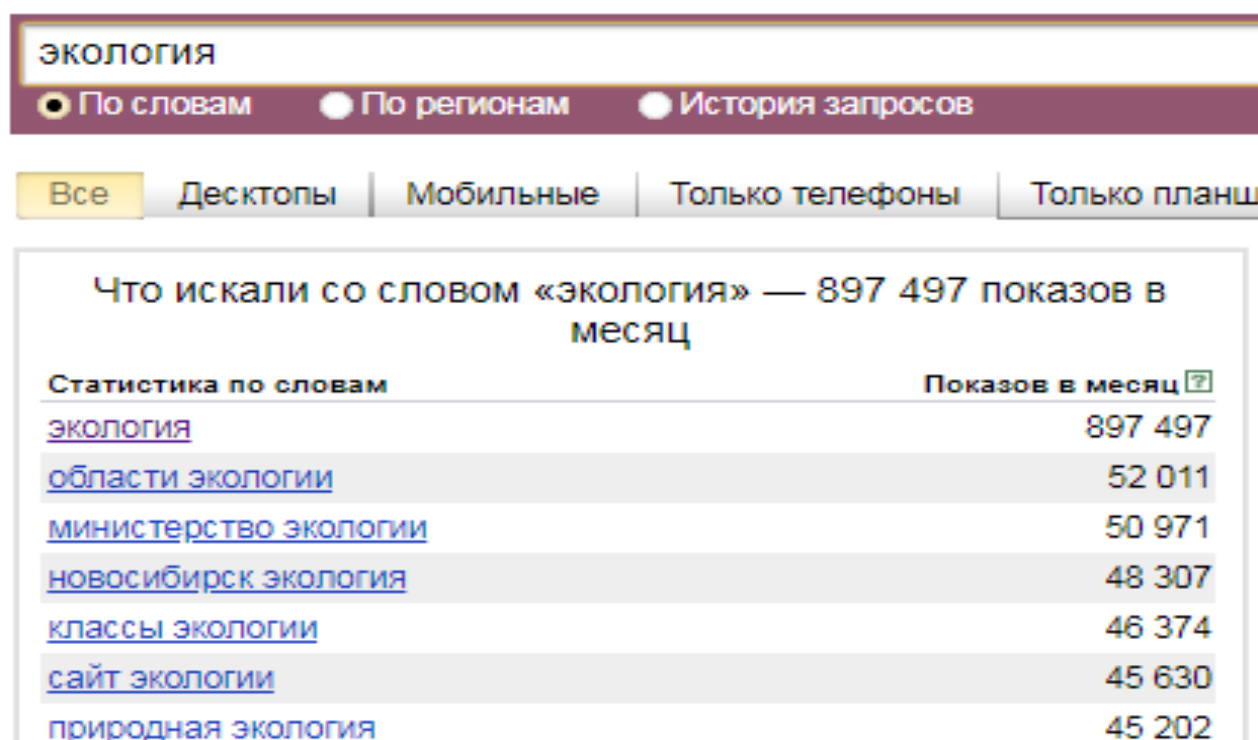


Рисунок 5 - Результат выдачи wordstat.yandex.ru по запросу «экология» за период с 15.02 по 15.03.2019 года

Из результата выдачи wordstat.yandex.ru видно, что по слову «экология» за месяц пользователями сделано 897 497 запросов, это почти в два раза меньше, чем за рассматриваемый период 2017 года. Вместе с тем мы видим, что ха-

рактер запросов пользователей также претерпел изменения. Сведения о Годе экологии утратили актуальность, и на смену им пришел поиск следующей информации: «области экологии» (52 011 запросов), «министерство экологии» (50 971 запрос), «новосибирск экология» (48 307 запросов), «классы экологии» (46 374 запроса), «сайт экологи» (45 630 запросов), «природная экология» презентация» (45 202 запроса), «экология официально» (40 143 запроса).

На запрос «охрана окружающей среды» был получен следующий результат, представленный на рисунке 6.

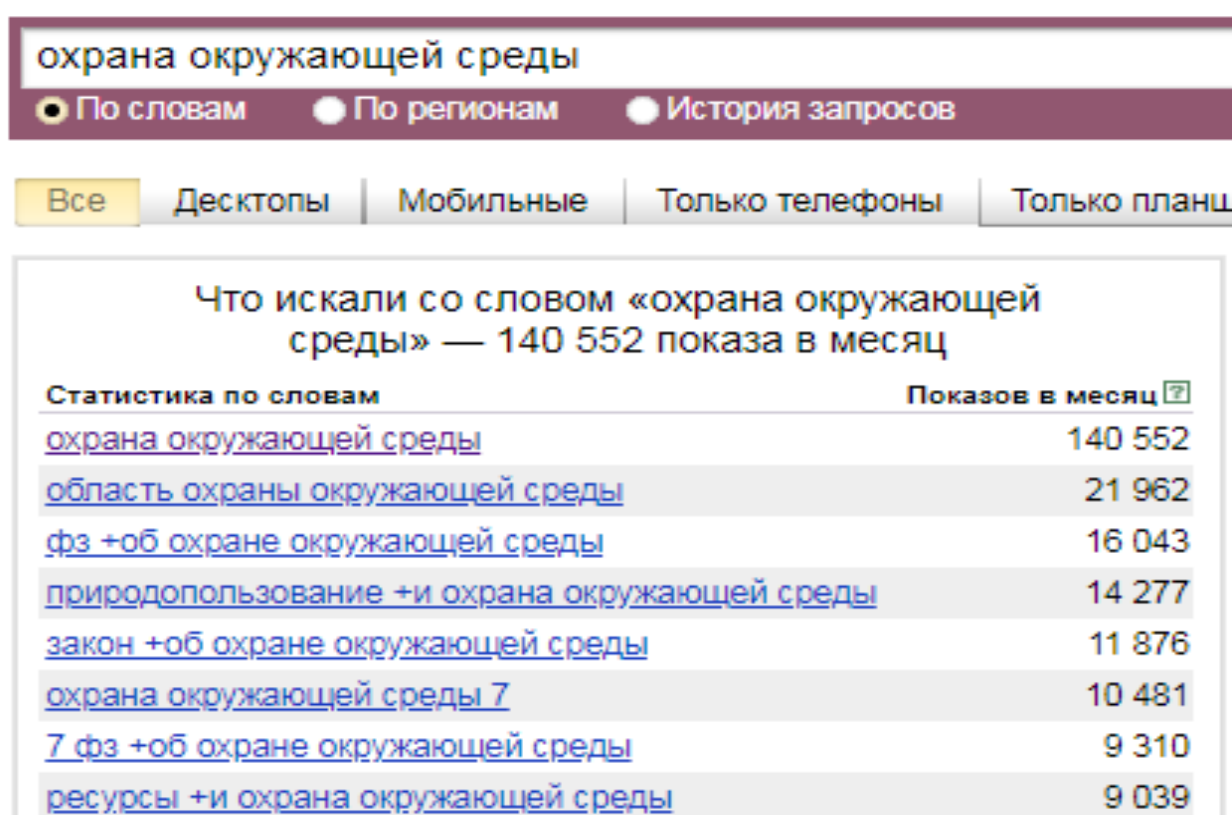


Рисунок 6 - Результаты выдачи wordstat.yandex.ru по запросу «охрана окружающей среды» за период с 15.02 по 15.03.2019 года

С запросом «охрана окружающей среды» наблюдаются изменения в сторону снижения интереса аудитории: количество запросов по сравнению с исследуемым периодом 2017 года уменьшилось почти на 30 000 и составило 140 552. В основной своей массе топ запросов не изменился, по-прежнему пользователи интересуют «область охраны окружающей среды» (21 962 запроса), «фз

+ об охране окружающей среды» (16 043 запроса), «природопользование + охрана окружающей среды» (14 277 запросов), «закон + об охране окружающей среды» (11 876 запросов), «охрана окружающей среды 7» (10 481 запрос), «7 фз об охране окружающей среды» (9 310 раз), «ресурсов + и охрана окружающей среды» (9 309 запросов). Отмечается рост интереса к нормативным документам и структурам, отвечающим за охрану окружающей среды.

По третьему запросу «проблемы охраны окружающей среды» были получены следующие результаты, представленные на рисунке 7.

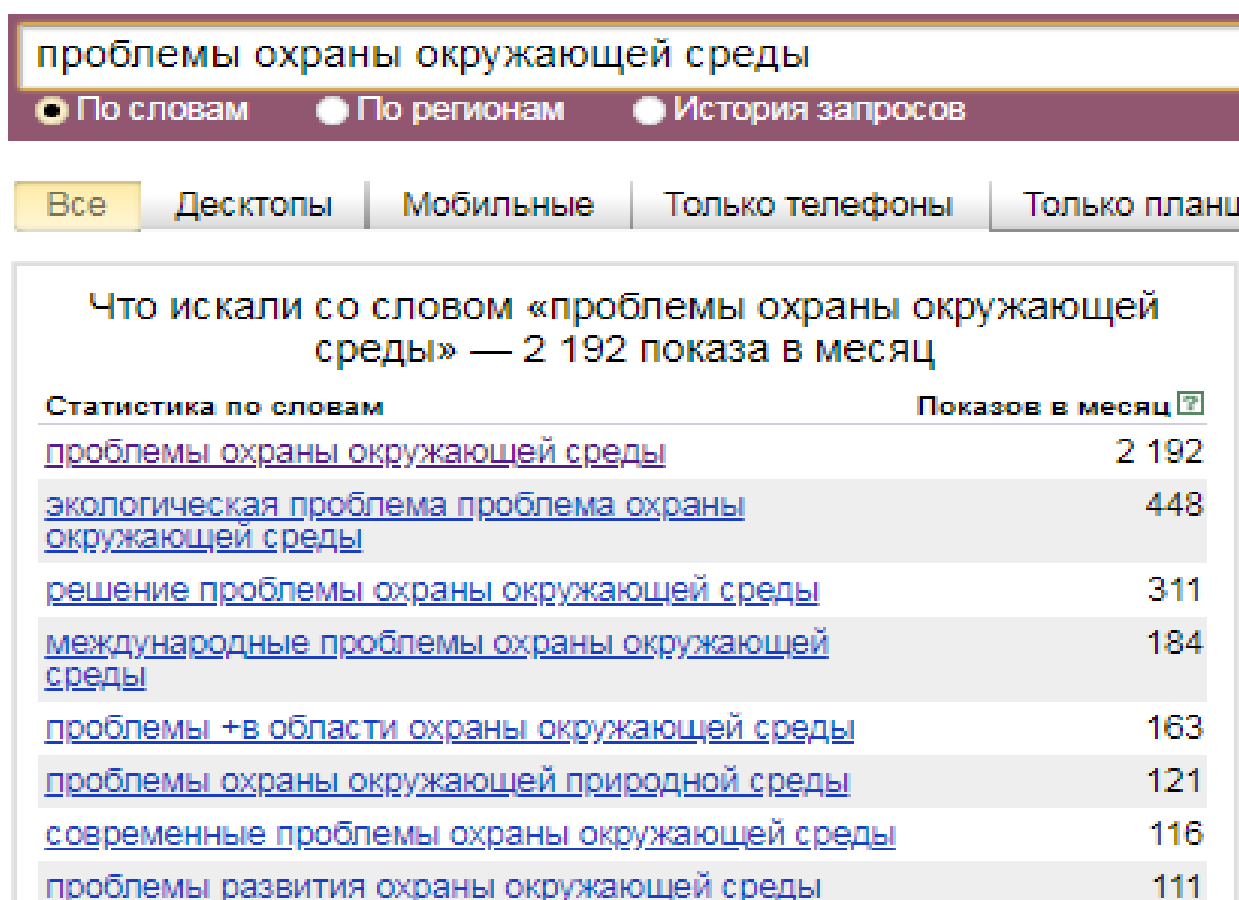


Рисунок 7 - Результаты выдачи wordstat.yandex.ru по запросу «проблемы охраны окружающей среды» за период с 15.02 по 15.03.2019 года

Мы видим снижение интереса аудитории по запросу «проблемы охраны окружающей среды», по сравнению с исследуемым периодом 2017 года количество запросов снизилось на 430 и составило 2 192. По-прежнему, в небольшом количестве пользователей интересуют связанные с этой темой запросы:

«экологическая проблема охраны окружающей среды» (448 запросов), «решение проблемы охраны окружающей среды» (311 запросов), «международные проблемы охраны окружающей среды» (184 запроса), «проблемы +в области охраны окружающей среды» (163 запросов), «проблемы охраны окружающей природной среды» (121 запрос), «современные проблемы охраны окружающей среды» (116 запросов), «проблемы развития охраны окружающей среды» (111 запросов).

Сравнивая статистические данные выдачи wordstat.yandex.ru за два периода 2017 и 2019 годов, можно сделать следующий вывод: интерес к экологии в период, относящийся к 2017 году, обоснован тем, что в это время в стране проходил Год экологии, и интерес пользователей к состоянию окружающей среды был повышен. Вместе с общим снижением количества запросов на темы экологии за исследуемый период 2019 года, у пользователей практически на прежнем уровне сохраняется интерес к охране окружающей среды и ее проблемам, появляются новые запросы, связанные с вопросами законодательства, что говорит о росте уровня правовой экологической культуры населения страны.

При проведении опроса «Реакция аудитории на проблемы экологии, поднимаемые в СМИ», представленного в приложении Г, респондентам было предложено задание № 2: «Какие новости Вас интересуют больше всего». Результаты ответов приведены на рисунке 8.



Рисунок 8 – Результаты опроса «Реакция аудитории на проблемы экологии, поднимаемые в СМИ» по заданию № 2

Проведенный анализ результатов опроса по второму заданию показал, что 10 человек (18%) предпочитают новости по теме «Социум», 9 респондентов (16%) – по теме «Спорт», 8 опрошиваемых (15%) – по теме «Здоровье и красота», 7 человек (13%) – по теме «Экология», 7 респондентов (13%) – новости шоу-бизнеса, 6 человек (11%) – по теме «Политика», 4 респондента (7%) – по теме «Криминал», 4 опрошиваемых (7%) дали другие варианты ответов, представленные на рисунке 9: технологии, новости региона, все понемногу, новости, рассказывающие о проблемах россиян.....

Какие новости Вас интересуют больше всего?

[« Вернуться к результатам](#)

☐ Технологии	 Респондент #9881621
☐ Новости региона	 Респондент #9876679
☐ все по немного	 Респондент #9840165
☐ Интересуют новости, которые рассказывают о проблемах россиян: это социум, здоровье, экология	 Респондент #9830700

Рисунок 9 – Результат опроса «Реакция аудитории на проблемы экологии, поднимаемые в СМИ» по заданию № 2 (ответ «другое»)

Таким образом, темой экологии интересуются всего лишь 13% опрошиваемых, что говорит о том, что интерес к экологическим проблемам есть, но он не настолько значим для россиян по сравнению с проблемами социума, спорта, здоровья и красоты, которым респонденты отдают предпочтение.

Нам в связи с полученными результатами необходимо было уточнить в задании № 3: «При прочтении/прослушивании новости об экологической проблеме Вы заостряете на ней внимание? Результаты опроса представлены на рисунке 10.



Рисунок 10 – Результаты опроса «Реакция аудитории на проблемы экологии, поднимаемые в СМИ» по заданию № 3

Результаты опроса показали, что 31 человек (56%) заостряют внимание на экологических проблемах, независимо от того, какие масштабы они имеют, 21 респондент (38%) только тогда заостряют на проблемах экологии внимание, когда они касаются их региона, 3 опрашиваемых (5%) вообще не интересуются проблемами экологии. Таким образом, 69% респондентов при прослушивании/прочтении новостей по экологическим проблемам обращают внимание на них в той или иной степени.

Таким образом, в последние годы наблюдается заинтересованность социума экологическими проблемами, о чем говорят результаты опросов ВЦИОМ и статистические данные wordstat.yandex.ru, которые свидетельствуют, что аудитория не просто заинтересована в получении актуальной информации об экологии и проблемах окружающей среды, но ей также интересны материалы о мероприятиях, направленных на ее охрану; законодательная база по вопросам природоохранной деятельности, что говорит о росте уровня правовой экологической культуры населения страны. Население страны обращает внимание при прослушивании/прочтении новостей на экологические проблемы.

1.2.2.2 Обратная связь между читательской аудиторией и региональными СМИ по вопросам экологии

В предыдущем параграфе нами была установлена заинтересованность социума экологическими проблемами, но всегда важен вопрос, насколько в журналистике существует не просто интерес аудитории к рассматриваемой проблеме, а наличие взаимосвязи между журналистами и читателями (пользователями информации). Иными словами, речь идет о наличии обратной связи между этими субъектами информационного поля.

Обратная связь (англ. Feed back «обратная подача») - в широком смысле означает отзыв, отклик, ответную реакцию на какое-либо действие или событие. Этот термин имеет место в технике, кибернетике, биологии, социологии и других научных направлениях. В журналистике обратная связь играет важную роль, так как всегда пресса, стремящаяся к популярности, уважительно относящаяся к читателям и рассчитывающая снискать авторитет у них, использует разные формы диалога с пользователем. Обратная связь в таком случае – это и возможность чему-то научиться, и способность решить чью-то проблему, и вероятность создать действенную рекламу. Отказываясь от диалога с читателем, редакция издания отсекает от него активную, готовую к контакту аудиторию [61].

В современных СМИ существуют разнообразные формы обратной связи с читателем. В исследовании нами анализировались комментарии к публикациям, предлагаемые печатными сетевыми изданиями, которые предоставляют возможность увидеть интерес читательской аудитории к материалам, затрагивающим разные экологические проблемы. Рассмотрим примеры ряда комментариев к опубликованным материалам.

К примеру, отчет «Экология Оренбурга: выбросы растут, не хватает чистой питьевой воды», опубликованный изданием Урал56.Ру 24 февраля 2016 года нашло отклик среди аудитории (см. приложение А). Читатели оставили под публикацией 9 комментариев, представленных на рисунке 11[96].



07 > 777 2016.02.24 10:12



777

собирались почистить урал-весь зарос, озеро-заросло, елшанка-заросла. кошмар. что дальше будет?

Собираться и обещать.. не значит сделать реально..

Чиновники клятвенно все мне обещают, а как за слова начинаю ... так все красные сидят и дуются..

Урал весь перерыт и в дамбе ужасной и сброс идет не контролируемый и не очищенный..

Можно было намного дешевле и и т.д. сделать. Вон в Москве строят высотки так даже деревья не уничтожают..

Про Елшанку скажу одно чиновники вообще подписывают все не глядя, магазины и гаражи и частные коттеджи, огороды с туалетами с выбросами прям в реку..

Озеро так уничтожают не глядя.. даже не чистят родники..

Орь - так же тупо сбрасывают отходы..



777 2016.02.24 09:11

собирались почистить урал-весь зарос, озеро-заросло, елшанка-заросла. кошмар. что дальше будет?



Оля 2016.02.24 08:34

Доходы лиц отвечающих за экологию растут не меньше, особенно после проверок...

Рисунок 11 - Примеры комментариев аудитории под отчетом «Экология Оренбурга: выбросы растут, не хватает чистой питьевой воды» (Урал56.Ру)

В материале «Экология Оренбурга: выбросы растут, не хватает чистой питьевой воды» регионального ресурса Урал56.Ру журналист поднимает важный вопрос об отходах, накапливаемых под Оренбургом, которые влияют на запасы питьевой воды, необходимой для жизнедеятельности оренбуржцев. Тема, поднимаемая в отчете, является жизненно важной и актуальной для всего населения г. Оренбурга, именно поэтому горожане так активно откликнулись на данный материал. Анализ 9 комментариев читателей показал не просто их заинтересованность заявленной проблемой, а главным образом обеспокоенность бездействием чиновников решать данную проблему:

- «чиновники клятвенно ... обещают, а как за слова ...»;
- «доходы лиц, отвечающих за экологию растут ...»;
- «чиновники вообще подписывают все, не глядя ...» и т.д.

Аудиторию волнует то, что происходит с Уралом и озером:

- «Урал весь перерыт, и в дамбе ужасный сброс ...»;
- «Озеро так уничтожают, не глядя ... даже не чистят родники ...»;
- «Урал весь зарос ...» и т.д.

Для горожан значимы проблемы, поднимаемые в журналистском материале, так как они живут здесь и сейчас. И оттого, насколько будут решаться экологические проблемы водных ресурсов Оренбуржья, во многом зависит здоровье и жизнедеятельность их и детей.

Интервью «Рядом с нашей свалкой можно кофе пить: природоохранный прокурор рассказал о чистоте «Скоково» (см. приложение Б), опубликованное сетевым изданием Ярославской области 76.ру, набрало 28 комментариев, представленных на рисунке 12 [74].

Гость 23 апреля

+1

Любой полигон — это бомба замедленного действия. Рано или поздно, даже при правильном строительстве и эксплуатации, вещества просачиваются в грунт. А ветер разносит с полигона мусор и неприятный запах, что повышает заболеваемость дыхательных путей у людей, живущих поблизости

[Ответить](#)

Гость 23 апреля

+1

Королевство кривых зеркал.

[Ответить](#)

Гость 23 апреля

+1

Ярославл решили превратить в отхожее место для зажравшейся Москвы. Это переходит все разумные границы. Хотя я и не богат, но сделаю все чтоб мои дети уехали из России в ЕС.

[Ответить](#)

Маня 23 апреля

+1

Скоро в Скоково будут путевки давать, как на базу отдыха. В последнее время так много говорят об идеальной экологии на полигоне, что у нас не все жилые районы могут похвастаться таким воздухом, в чем нас пытаются убедить. Что касается прокуроров, многие из них держат в своих руках мусорный бизнес, пример - Московская область. А к нам пришел сынок самого главного, что тоже не имеет особой разницы. Все, что сейчас происходит в Ярославле - политические игры. С людьми никто никогда не считался.

[Ответить](#)

Рисунок 12 – Примеры комментариев аудитории под интервью «Рядом с нашей свалкой можно кофе пить: природоохранный прокурор рассказал о чистоте «Скоково» (76.ру)

В материале «Рядом с нашей свалкой можно кофе пить: природоохранный прокурор рассказал о чистоте «Скоково» регионального ресурса 76.ру поднимается важный вопрос по поводу московского мусора, привозимого в Ярославль, а также по гудронным прудам на заводе Менделеева и зелёному маслу.

Тема, поднимаемая в интервью, в котором приняли участие волжский межрегиональный природоохранный прокурор Вениамин Селифанов и северо-

западный транспортный прокурор Олег Колесов, является важной и актуальной для ярославцев, именно поэтому жители города так активно откликнулись на данный материал (28 комментариев). Их анализ показал, что любой мусорный полигон – «это бомба замедленного действия», которая обязательно найдет свое отражение на здоровье людей, живущих вблизи мусорной свалки. Осознавая значимость проблемы, читатели не просто негодуют, они не хотят жить в родных местах («...сделаю все, чтобы мои дети уехали из России в ЕС»).

Под расширенной заметкой «Запах с «Ядрово» не несет вреда здоровью, заявила подмосковный омбудсмен», опубликованной РИА Новости 22 марта 2018 года (см. приложение В), читатели оставили 12 комментариев, представленных на рисунке 13 [36].

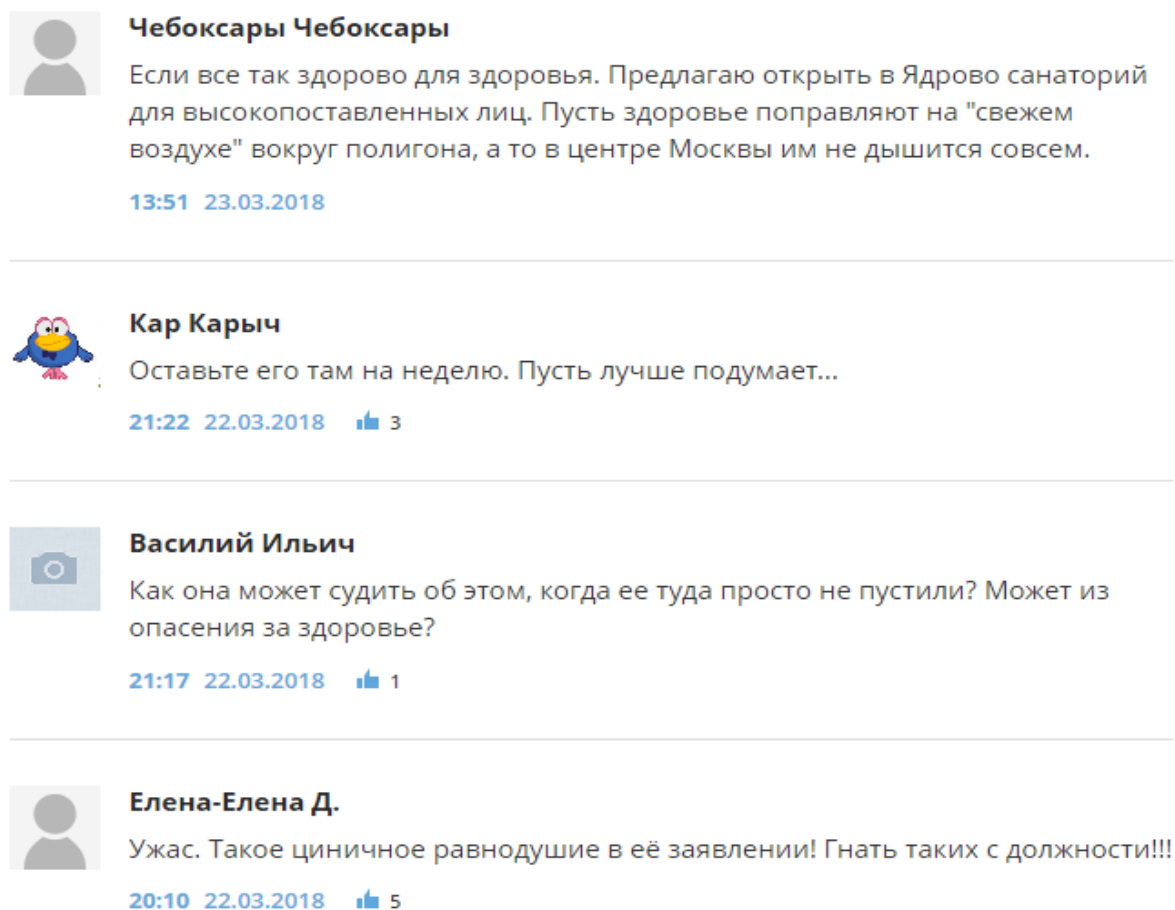


Рисунок 13 – Примеры комментариев аудитории под заметкой «Запах с «Ядрово» не несет вреда здоровью, заявила подмосковный омбудсмен» (РИА Новости)

В материале «Запах с «Ядрово» не несет вреда здоровью, заявила подмосковный омбудсмен» ресурса РИА Новости говорится о факте случившегося выброса запаха с полигона «Ядрово», приведшего к госпитализации шестерых детей. Тема, поднимаемая в публикации, вызвала тревогу жителей Волоколамского района, которые так активно откликнулись на данный материал. Анализ 12 комментариев читателей показал их негодование в адрес уполномоченного по правам человека в Подмосковье Екатерины Семеновой, которая сказала о том, что «конечно, это все очень неприятно, но не принесет вреда жизни и здоровью». В комментариях читателями были отмечены цинизм, равнодушие чиновника, который должен, прежде всего, защищать интересы граждан, проживающих на данной территории.

Таким образом, в приведенных в качестве примера публикациях аудитория выступает не только в своем классическом образе – адресата новой информации, одновременно с этим она становится активным участником общения. Коммуникативная роль читателя трансформируется: традиционная роль пассивного наблюдателя уходит на задний план. Читатель занимает позицию активного участника общественной дискуссии, в нашем случае касающихся проблем охраны окружающей среды. Авторы текстов в режиме реального времени смогли получить отклик аудитории на свои публикации. Читатели высказали свое мнение по поводу описанных в журналистских материалах фактах.

Итак, существующая между читателями и журналистами обратная связь во многом предоставляет возможность чему-то научить и способствует совместному решению разных жизненно важных проблем, касающихся экологии и охраны окружающей среды. При этом формируется неравнодушное отношение населения, которое заставляет каждого задуматься о существующих возможностях человека внести личностный вклад в создание условий для комфортного экологически правильного проживания на Земле.

1.2.2.3 Сравнительный анализ запросов аудитории Оренбургской области и разных регионов страны по проблемам экологии и охраны окружающей среды

Интерес пользователей к запросам «экология», «охрана окружающей среды», «проблемы охраны окружающей среды» были рассмотрены в целом по России в параграфе 1.2.2.1. Интересно рассмотреть интерес к этим же запросам на уровне нашего региона – Оренбургской области. Для анализа был взят период с 15.02 по 15.03.2019 года. При этом выборочно были использованы показатели по ряду регионов страны разных Федеральных округов, представленные в таблице 6, с целью дать более объективную оценку запросов жителей Оренбургской области по ряду показателей.

Для процентного соотношения в таблице представлена «региональная популярность», под которой понимается доля, которую занимает регион в показах по данному слову (фразе), поделенная на долю всех показов результатов поиска, пришедшихся на этот регион; популярность слова (фразы), равная 100%, означает, что данное слово в данном регионе ничем не выделено; если популярность более 100%, это означает, что в данном регионе существует повышенный интерес к этому слову, если меньше 100% - пониженный (wordstat.yandex.ru).

Таблица 6 - Выборочный результат региональной выдачи wordstat.yandex.ru по запросу «экология»

Регион	Показы в месяц (рейтинг)	Региональная популярность (в %)
Россия в целом	877 679	102
1 Москва и Московская область	151 853	78
2 Республика Татарстан	30 059	182
3 Краснодарский край	22 710	92
4 Челябинская область	21 242	127

Продолжение таблицы 6

Регион	Показы в месяц (рейтинг)	Региональная популярность (в %)
5 Воронежская область	10 259	86
6 Оренбургская область	8 114	108
7 Ярославская область	5 881	88
8 Республика Мордовия	4 074	131
9 Ивановская область	3 668	85
10 Амурская область	2 654	123

За месяц пользователи из Оренбуржья 8 114 раз запросили слово «экология» в Яндексе. При этом региональная популярность этого запроса составила 108%, что говорит о повышенном интересе к этому слову среди жителей области. Запрос «экология» отличается высокой региональной популярностью в таких субъектах РФ, как: Республика Татарстан (182%), Республика Мордовия (131%), Челябинская область (127%) и Амурская область (123%). Небольшой процент пришелся на следующие регионы: Москва и Московская область (78%), Краснодарский край (92%), Воронежская область (86%), Ярославская область (88%), Ивановская область (85%), что говорит о том, что у населения этих регионов снижен интерес к проблемам экологии.

Причины этого необходимо анализировать отдельно, но, возможно, это связано с отсутствием критических проблем охраны окружающей среды в регионе. Это подтверждает «Национальный экологический рейтинг регионов РФ», составленный по итогам зимы 2018-2019 гг. Общероссийской общественной организацией «Зеленый патруль». По результатам исследования, г. Москва входит в ТОП-10 лидеров общероссийского рейтинга, Краснодарский край отмечен как регион-лидер в Южном Федеральном округе. Ивановской области эксперты отдали 23 место рейтинга, Ярославской – 26, Воронежской области – 50 [59].

Количество запросов «охрана окружающей среды» по регионам представлено в таблице 7.

Таблица 7 - Выборочный результат региональной выдачи wordstat.yandex.ru по запросу «охрана окружающей среды»

Регион	Показы в месяц (рейтинг)	Региональная популярность (в %)
Россия в целом	148 497	100
1 Москва и Московская область	23 175	70
2 Республика Татарстан	3 197	114
3 Краснодарский край	3 333	80
4 Челябинская область	2 857	101
5 Ярославская область	2 200	195
6 Оренбургская область	2 045	162
7 Воронежская область	1 476	86
8 Ивановская область	570	78
9 Амурская область	530	146
10 Республика Мордовия	470	89

Количество запросов «охрана окружающей среды» по Оренбургской области составило 2 045, его региональная популярность достигла 162%.Повышенный интерес к теме охраны окружающей среды также высок у пользователей следующих регионов: Ярославская область (195%), Амурская область (146%), Республика Татарстан (114%) и Челябинская область (101%). Небольшой процент пришелся на следующие регионы: Москва и Московская область (70%), Краснодарский край (80%), Воронежская область (86%), Ивановская область (78%), Республика Мордовия (89%), что говорит о низкой региональной популярности.

В списке низкой региональной популярности видим те же регионы, что и при анализе запроса «экология». Новичком в списке является Республика Мордовия. Стоит отметить, что этот субъект оказался на 60 месте «Национального экологического рейтинга регионов РФ» по итогам зимы 2018-2019 гг., что свидетельствует о не самой благополучной ситуации в области охраны окружающей среды.

Рассмотрим интерес региональной аудитории к последнему запросу «проблемы охраны окружающей среды», представленному в таблице 8.

Таблица 8 - Выборочный результат региональной выдачи wordstat.yandex.ru по запросу «проблемы охраны окружающей среды»

Регион	Показы в месяц (рейтинг)	Региональная популярность (в %)
Россия	2 616	100
1 Москва и Московская область	261	45
2 Краснодарский край	65	89
3 Челябинская область	51	103
4 Республика Татарстан	45	92
5 Воронежская область	41	116
6 Оренбургская область	32	144
7 Ярославская область	18	90
8 Республика Мордовия	15	162
9 Ивановская область	15	118
10 Амурская область	1	15

Как видно из таблицы, пользователи из Оренбургской области 32 раза искали информацию по проблемам охраны окружающей среды, что составляет 144% региональной популярности. Данный запрос вызывает большой интерес у пользователей таких регионов, как: Республика Мордовия (162%), Ивановская область (118%), Воронежская область (116%) и Челябинская область (103%). Небольшой процент пришелся на следующие регионы: Москва и Московская область (45%), Краснодарский край (89%), Республика Татарстан (92%), Ярославская область (90%), Амурская область (15%), что говорит о низкой региональной популярности данной темы.

Таким образом, нами выявлен интерес аудитории к теме экологии и охраны окружающей среды, как у жителей Оренбургской области, так и других регионов страны. Оренбургская область в процентном соотношении занимает среднюю позицию по всем трем анализируемым параметрам: экология, охрана окружающей среды и проблемы охраны окружающей среды.

1.3 Специфика освещения экологического тематического направления журналистским сообществом российских СМИ

Рассмотрев роль региональных печатных СМИ в решении проблемы охраны окружающей среды и интерес читательской аудитории к проблемам экологии и окружающей среды, возникает вопрос: каким образом журналистское сообщество, отвечая на запрос аудитории, раскрывает тему экологии и проблемы охраны окружающей среды? Для журналиста, занимающегося изучением проблем окружающей среды, важным является получение экологической информации, которая содержит в себе, в независимости от формы представления, сведения о ком-то (лицах) или о чем-то (предметах, событиях, фактах, явлениях, процессах), имеющих отношение к охране окружающей среды и здоровью человека, обеспечению экологической безопасности населения и т.д. [93]. Экологическая информация отражает:

- состояние элементов окружающей среды: атмосферы, гидросферы, неживой природной среды, литосферы, мира растений и животных, живой природной сред, микроорганизмов;
- факторы, воздействующие на окружающую среду: загрязнения атмосферы, природных вод, почвы;
- те или иные меры (программные, административные), воздействующие на элементы окружающей среды;
- экологически нормативные требования к хозяйственной и иной деятельности человека;
- мероприятия (планируемые или реализуемые) по охране окружающей среды и их финансирование;
- деятельность, способная оказать воздействие на окружающую среду (например, принятие решения в процессе экологических проверок; расчеты и анализы, касающиеся окружающей среды и т.д.);

- состояние здоровья, безопасность и условия эффективной жизнедеятельности человека, объектов окружающей среды (здания, сооружения и т.д.) [97].

Журналисты различных изданий имеют возможность использовать экологическую информацию, обрабатывать ее и затем распространять среди читателей. При этом сама информация, с которой работают корреспонденты на подготовительном этапе, может быть одинаковой, но вот итоговые материалы, которые получает читатель, могут уже отличаться как разнообразным спектром тематик и проблем, так и масштабностью их представления. Во многом это зависит от статуса издания: федерального, регионального или местного. Это объясняется тем, что журналисты федеральных изданий могут затронуть темы мирового или государственного уровня (например, промышленное освоение Арктики в России и др.). Для раскрытия проблемы журналисты этих изданий могут получить большой объем информации для того, чтобы, написать хороший материал. При этом публикация может быть представлена как в информационном, так и в аналитическом жанре с элементами экологического анализа. Итоговая публикация попадет в руки постоянной аудитории, которая подготовлена к знакомству с материалами такого формата. А вот отработать эту же тему региональному журналисту, к примеру, из Оренбуржья, будет сложнее, скорее всего, даже не возможно; аудитория областного или городского издания будет не подготовлена читать в местечковой газете о проблемах промышленного освоения Арктики в России и его экологических последствиях. Из этого следует, что весь экологический информационный спектр можно разделить на ряд направлений на федеральном и региональном уровнях.

Учитывая это, в данном параграфе перед нами будут стоять следующие задачи:

- рассмотреть экологический информационный спектр публикаций федерального уровня;
- проанализировать спектр экологических тематических направлений публикаций регионального уровня на примере изданий Оренбургской области.

1.3.1 Экологический информационный спектр публикаций федерального уровня

Сегодняшнее многообразие средств массовой информации, осуществляющих деятельность на территории России, представляет собой сложную медиасистему. В этой системе каждое СМИ занимает определенное положение и оказывает влияние различной степени на информационную повестку. Безусловно, самыми мощными ресурсами обладают СМИ федерального уровня распространения. Среди их преимуществ можно выделить:

- трансляцию и распространение по всей территории страны;
- формирование информационной повестки;
- широкий тематический и проблемный спектр;
- конкурентоспособность и др.

Более подробно остановимся на широком тематическом и проблемном спектре. Он включает в себя все актуальные проблемы современности:

- политические проблемы («В Госдуме назвали цель полного запрета авиасообщения РФ и Украины» (rg.ru от 3.04.2019г.), «КПРФ назвала своих кандидатов на сентябрьских выборах глав регионов» (tass.ru от 29.03.2019г.);

- проблемы глобализации («Старейшины общин Эр-Рукбана заявили о доверии российской и сирийской сторонам» (tass.ru от 02.04.2019г.);

- экономические проблемы («Никому не нужный доллар. Почему американская валюта теряет статус мировой» (ria.ru от 15.03.2019 г);

- демографические проблемы («Голикова сообщила о росте смертности в 32 регионах России по итогам 2018 года» (tass.ru от 3.04.2019г.), «Член президиума ЦК КПРФ: Новым данным Росстата об уровне жизни населения РФ можно доверять» (echo.msk.ru от 2.04.2019г.);

- социальные проблемы («Россияне назвали минимальный доход, позволяющий «сводить концы с концами» (ria.ru от 03.04.2019г.), «Россиян просят

помочь создателям «Маминой школы» для детей с нарушениями зрения и слуха» (kr.ru от 2.04.2019г.);

- культурологические проблемы («Международный фестиваль национальных театров пройдет в Дагестане» (tass.ru от 2.04.2019г.);

- духовно-религиозные проблемы («Русская православная церковь призвала ОБСЕ изучить нарушения прав верующих на Украине» (echo.msk.ru от 2.04.2019г.);

- гендерные проблемы («В Копейске женщина сделала операцию по смене пола и официально стала мужчиной» (mk.ru от 3.04.2019г.);

- антикриминальные проблемы («Суд продлил арест Кокорина и Мамаева» (Вести.Ru от 3.04.2019г.),

- антинаркотическая профилактика («Полиция изъяла крупную партию наркотиков в Подмосковье» (ren.tv от 3.04.2019г.);

- проблемы современной журналистики («Самодельные СМИ: кто и как создает новые медиа в российских регионах rbc.ru/magazine от 26.07.2018г.) и др.

Перечень освещаемых проблем в СМИ очень широк и не ограничивается тем списком, что приведен нами. В свете последних событий, происходящих в мире, целесообразно расширить тематический перечень, добавив в него проблемы охраны окружающей среды. Более того, ряд экспертов сформировал спектр экологических тем, который на сегодняшний день отрабатывают российские средства массовой информации федерального уровня, он наглядно представлен в таблице 9.

Таблица 9 - Спектр экологических тем, представленных в федеральных СМИ

Тематика	Пример публикации
1 Экологические конфликты	статья «Красные реки России» (Газета.ru от 20.09.2016г.); - корреспонденция «Здоровье повредило экологии» (kommersant.ru от 21.02.2019г.)
2 Лесопользование и проблемы лесного хозяйства	- статья «Зеленая революция. Тушение бумагой», (газета «Ведомости» от 29.08.2016 №4148); - статья «Все балуются с огнем» (rg.ru от 9.04.2019г.)
3 Отходы	- статья «На порядок выше. С января в коммунальных платежах появится новая строка расходов - за мусор» («Российская газета – Неделя» от 6.10.2016 №7094); - интервью «Руслан Губайдуллин: «Мусорная» реформа коснется каждого жителя страны» (kr.ru от 30.10.2018г.)
4 Загрязнение воздуха и экология города	- статья «ВОЗ: 92 процента жителей планеты дышат загрязненным воздухом» (rg.ru от 27.09.2016 г.); - корреспонденция «Ученые: около 4 млн детей ежегодно заболевают астмой из-за загрязнения воздуха» (tass.ru от 15.04.2019г.)
5 Атомная энергетика и обращение с радиоактивными отходами	- статья «Цена вопроса» (газета «Коммерсантъ» №196 от 21.10.2016г.); - комментарий «Глава Росатома назвал «экологический вес» мировой атомной энергетики» (ria.ru от 15.04.2019г.).
6 Защита водных ресурсов	- статья «Озеро не терпит стоков» («Российская газета» №7127 от 16.11.2016г.); - расширенная заметка «В России вырастут штрафы за загрязнение водоемов» (kr.ru от 9.04.2019г.)
7 Защита биологического разнообразия, борьба с браконьерством	- статья «Суд Охотска поставил уголовный кодекс с ног на голову» (kr.ru от 14.11.2016г.); - расширенная заметка «Специалисты определили пол котят, родившихся у спасенной тигрицы Золушки в ЕАО» (tass.ru от 16.04.2019г.)
8 Изменение климата	- статья «Изменение климата может спровоцировать 250 тысяч смертей в 2030-2050 годах» (ТАСС от 12.11.2016г.); - расширенная заметка «Рубрика: В мире «В Британии арестовали больше сотни борцов с изменением климата» (rg.ru от 16.04.2019г.)

Продолжение таблицы 9

Тематика	Пример публикации
9 Арктика и Антарктика	- заметка «Ученые предупредили об ускоренных темпах таяния льдов в Арктике» (Lenta.ru от 14.11.2016г.); - «Газпром нефть» начала разработку гигантского Ямбургского месторождения» (rg.ru от 16.04.2019г.)
10 Устойчивое развитие и «зеленая» экономика	- заметка «Кандидат в президенты Узбекистана ратует за переход на «зеленую экономику», (ИА Regnum от 13.11.2016г.); - интервью ««Экономически выгодный поиск нефти и газа — залог прорывной экономики» (plus.rbc.ru от 16.04.2019г.).

Говоря о доле публикаций на экологические темы в общем информационном потоке, стоит отметить мнение аудитории.

При проведении опроса «Реакция аудитории на проблемы экологии, поднимаемые в СМИ», представленного в приложении Г, респондентам было предложено задание № 5: «Продолжите фразу: «По моему мнению, проблемы экологии в средствах массовой информации...». Результаты ответов приведены на рисунке 14.



Рисунок 14 - Результаты опроса «Реакция аудитории на проблемы экологии, поднимаемые в СМИ» по заданию № 5

Как видно по результату опроса, 21 респондент (38%) продолжили фразу «...по моему мнению, проблемы экологии в средствах массовой информации в повестке дня оказываются стихийно, уступая место материалам о политике, криминале и т.д.». 17 опрошенных (31%) отметили следующее: «... по моему

мнению, проблемы экологии в средствах массовой информации появляются в повестке дня редко, носят новостной характер и не содержат подробной аналитики». 14 человек, четверть опрошенных (25%), видят иную картину в СМИ, они дали следующий ответ: «... по моему мнению, проблемы экологии в средствах массовой информации регулярно входят в повестку дня, журналисты подробно отрабатывают темы». 3 респондента (5%) дали свои варианты ответа:

- «не слежу за новостями, поэтому сложно ответить»;
- «когда появляется новость о проблемах экологии, СМИ не раскрывают всей сути проблемы»;
- «не интересуюсь этой категорией новостей», что представлено на рисунке 15.

Продолжите фразу: По моему мнению, проблемы экологии в средствах массовой информации... [«Вернуться к результатам»](#)

☐ Не слежу за новостями, поэтому сложно ответить

 Респондент #9881621

☐ Когда, появляется новость о проблемах экологии, СМИ все хорошо отображают.

 Респондент #9871409

☐ Затрудняюсь ответить, так как не интересуюсь этой категорией новостей

 Респондент #9831211

Рисунок 15 - Результаты опроса «Реакция аудитории на проблемы экологии, поднимаемые в СМИ» по заданию № 5 (ответ «другое»)

Проведенный опрос показал, что аудитории не хватает экологической информации, и даже если она есть, то уступает место материалам на другие темы и не содержит подробной аналитики.

Таким образом, спектр экологических тем, представленных в федеральных СМИ не достаточно широк, включает в основном 10 тем, наиболее часто представленных на федеральном уровне. Аудитории в современных средствах массовой информации не хватает материала по экологическим проблемам.

1.3.2 Тематический спектр экологических направлений публикаций регионального уровня на примере изданий Оренбургской области

Региональная пресса – это одна из самых важных составных частей общей прессы. Более подробно ее место в системе СМИ России было проанализировано в параграфе 1.1.1.

Тематическое своеобразие прессы регионов не имеет значительных отличий от тематических направлений федеральных изданий. Здесь имеют место быть публикации о политике и экономике, культуре и образовании, здравоохранении и экологии. Главное отличие в данном случае заключается в масштабах проблем, которые освещают СМИ регионов: они могут касаться области, города, села или отдельной улицы в населенном пункте.

Более подробно рассмотрим экологическое тематическое направление в региональных изданиях. Здесь стоит отметить, что для читателей особый интерес представляет экологическая информация локального характера, человеку важно знать и осознавать, что происходит с непосредственно окружающей его средой.

Как и в федеральных изданиях, экологическую тему в региональных СМИ можно представить в нескольких направлениях, показанных в таблице 10.

Таблица 10 – Тематический спектр публикаций экологического направления в региональных СМИ

Тематические направления	Пример публикации
1 Экология экосистемы	- корреспонденция «Нефтяная игла нацелена на Бузулукский бор» (газета «Южный Урал», №24 от 14.03.2015 г.); - статья «Ученые предложили разработать для Байкала особые нормативы воздействий на экосистему»(irkutskmedia.ru от 5.02.2019г.)

Продолжение таблицы 10

Тематические направления	Пример публикации
2 Общая экология региона или города	- расширенная заметка «По экологическому развитию наш город скатился на 56-ое место» (газета «Комсомольская правда» - Оренбург» №119 от 21.09.2014г.); - корреспонденция «Сибайский карьер будет «дымиться» еще несколько недель» (ufa.mk.ru от 3.04.2019г.)
3 Экологическая культура населения и экологическое право	- статья «В Оренбурге наступает время безупречной чистоты» (сайт Orenday.ru от 3.09.2014 г.); - «Полевую кухню и экскурсию устроят эковолонтерам из Хабаровска в День Земли» (hab.kp.ru от 12.04.2019г.)

Как видно из таблицы спектр экологических тем в региональной прессе значительно меньше, чем в федеральной, где было выделено 10 тематических направлений. В прессе регионов он представлен более емко и состоит всего из трех пунктов: экология экосистемы, общая экология региона или города, экологическая культура населения и экологическое право. Это сказывается и на объеме информации, который получает аудитория. Отметим еще раз, что в контексте региональных изданий важна именно локальность проблемы, в решении которой заинтересовано местное население.

Если представленный спектр тематических направлений разложить в соответствии с актуальными проблемами охраны окружающей среды на определенный субъект, то экологическая тематика в региональных СМИ будет представлена шире. Рассмотрим это на примере Оренбургской области.

Выделим некоторые актуальные проблемы охраны окружающей среды Оренбуржья на основе государственного доклада «О состоянии и об охране окружающей среды Оренбургской области в 2017 году».

Проблема захламления и организации стихийных свалок для скопления ТБО освещена в журналистских материалах сразу по двум тематическим направлениям: «Общая экология региона или города», а также «Экологическая культура населения и экологическое право» (например, заметка «Мусор на ме-

сте клуба. «Народный Фронт» заявил о новых несанкционированных свалках на карте Оренбурга», опубликованная на портале RIA56 20.12.2018г.).

Проблема загрязнение воздушного бассейна промышленными предприятиями и выбросами от автомобильного транспорта отражена в материалах тематической направленности, посвященной темам: «Экология экосистемы», а также «Общая экология региона или города» (например, ряд публикаций на портале Orenday.ru: «Дурно пахнущий Оренбург: зарегистрировано около 900 жалоб горожан», «Оренбуржцы снова ощущали запах газа», «Жалобы оренбуржцев на неприятный запах продолжаются» и др., вышедшие в период с октября 2018 г. по апрель 2019г.).

Заиление русла рек, разрушение береговой линии, деградация пойменной растительности, сокращение биоразнообразия, истощение рыбных запасов, снижение водности реки - это те проблемы, которые раскрываются в публикациях тематической направленности «Экология экосистемы» (например, заметка «В Оренбуржье «Северное молоко» в загрязнении реки сточными водами», опубликованная на сайте Orenday.ru 1.11.2018г.).

В регионе также актуальна проблема загрязнения поверхностных вод, вследствие сброса загрязненных стоков предприятиями жилищно-коммунального хозяйства, которая раскрывается в публикациях тематической направленности «Экология экосистемы». Публикации об этой проблеме выходят реже (например, заметка «Гайских коммунальщиков накажут за 400 тонн хлоридов в реках», опубликованная на сайте ria56.ru 25.11.2014г.).

О проблеме ненадлежащего состояния бесхозных нефтяных скважин на территории области рассказывает публикация «Как на пороховой бочке: что делать, если в подвале дома бесхозная нефтяная скважина?», опубликованная на сайте vestirama.ru 25.07.2018г. и др. Подобные публикации относятся к такой тематической направленности, как «Экология экосистемы».

Таким образом, спектр экологических тем, представленных в региональных СМИ достаточно узок, включает в основном 3 темы, наиболее часто представленные на региональном уровне. Аудитории региона в современных регио-

нальных средствах массовой информации не хватает материалов по экологическим проблемам.

1.4 Формирование экологического мировоззрения читателей средствами журналистики

В процессе развития личности человека формируется и его мировоззрение как определенная система ценностей, оценок, взглядов и убеждений, одним из аспектов которого является экологическое мировоззрение, которое позволяет человеку понять свои место и роль в среде обитания (окружающей среде). Экологическое мировоззрение формируется разными средствами, в том числе и СМИ. Понимая это, перед нами в данном параграфе стояли следующие задачи:

- рассмотреть сущность процесса формирования экологического мировоззрения читателей;
- определить специфику влияния журналистики на формирование экологического мировоззрения читательской аудитории.

1.4.1 Сущность процесса формирования экологического мировоззрения читателей

В конце прошлого века среди причин общественного кризиса философы увидели мировоззренческую. С философской точки зрения мировоззрение трактуется как «система взглядов человека на его отношение к миру и самому себе, а также соответствующие этим взглядам основные жизненные позиции людей, их идеалы, принципы деятельности, ценностные ориентации» [89]. Мировоззрение, как обобщающая категория, основано, прежде всего, на осознании

отношений между человеком и окружающим его миром, которое возможно в том числе и на понимании значимости взаимосвязи человека с природой.

В начале XXI века человечество в связи с техногенной революцией как никогда оказалось перед угрозой всему живому на Земле. Сегодня ученые разных научных направлений начали поиск новых мировоззренческих идей и смыслов, которые могли бы помочь найти выход из ситуации неопределенности существования общества во взаимосвязи с природой.

Увеличение негативного влияния человека и его деятельности на состояние окружающей среды обусловлено тем, что мировоззрение общества пока остается исключительно потребительским. Потребительское (обыденное) мировоззрение, по мнению А.А. Уфимцевой, существует в формах зачастую стихийных или традиционных представлений о мире, и с учетом этого подразумевает под собой такой тип мышления, который предполагает брать от жизни и природы все. Такое отношение человека к природе не просто наносит ей значительный ущерб, а главным образом создает такие условия жизнедеятельности людей и социума в целом, при которых жизнь на планете станет невозможной.

Конечно, человечеству необходимо обратить особое внимание на снижение роста варварского потребления мировым сообществом богатства Земли. Но процесс формирования рационального мировоззрения, основанного на логике здравого смысла, продвигаются достаточно сложно и медленно. Ценность понимания рационального и логичного использования природных ресурсов планеты пока плохо осознается мировым социумом. Люди в большинстве своем не понимают того, что более умеренное потребление экологических ресурсов поможет сохранить природу и повысить уровень безопасности для человека окружающей среды. Сегодня следует констатировать тот факт, что природные ресурсы многих государств почти полностью исчерпаны, и население таких территорий испытывает на себе все тяготы экологического истощения и голодания.

В настоящее время, как никогда, остро встает вопрос о формировании у людей *экологического мировоззрения* как внешнего выражения их идей по от-

ношению к устойчивому развитию общества в соответствии с такой картиной мира, где природа выступает основным её компонентом [89]. Именно такое мировоззрение и является руководством к рациональному действию со стороны человека по отношению к окружающему миру, при котором его знания подчиняются законам природы, его поведение организуется в соответствии с экологическими нормами, принципами и правилами.

Осознавая это, экологическое мировоззрение выступает как система знаний (один из основных компонентов структуры мировоззрения) об окружающей человека природной среде, состоящая из тесно взаимосвязанных двух метасистем:

- природной (атмосфера, гидросфера, литосфера, биосфера);
- техногенной (искусственные сооружения, города, промышленные центры и т.д.) [92].

При этом важно понимать, что основными структурными элементами экологического мировоззрения выступают мировосприятие (итог познания мира при помощи органов чувств, восприятия и эмоций) и миропонимание (результат логического, рационального осмысления фактов объективного и субъективного миров) как реализация двух базовых способов освоения окружающей человека действительности [35].

Осознавая суть экологического мировоззрения, необходимо особое внимание уделить процессу его формирования, под которым понимается «сознательное управление процессом развития человека или отдельных сторон личности, качеств и свойств характера и доведение их до задуманной формы» [89].

Процесс формирования мировоззрения является достаточно сложным, так как человек не получает от рождения все виды мировоззрения (повседневное, религиозное, мифологическое, философское, научное и др.), они могут формироваться только прижизненно. При этом важную роль в этом процессе играет социализация человека, когда он начинает задаваться общечеловеческими и философскими вопросами. Формирование мировоззрения человека протекает в нескольких плоскостях одновременно, когда он накапливает опыт и знания, у

него формируются интересы и умения, появляются собственные принципы и идеалы, он приобретает определенные стереотипы, в его сознании закрепляются нормы, он начинает верить - все это в итоге становится компонентами его мировоззрения.

Отправной точкой в формировании мировоззрения является поиск своего места в социуме, где важную роль играют самооценка и направленность личности. Поэтапно система оценок окружающего мира и своей роли в нем закрепляется в сознании человека и переходит в разряд его убеждений и представлений, составляющих основу мировоззрения. Процесс формирования мировоззрения не просто долгий, а возможно, даже и бесконечный, начинающийся в детстве и закрепляющийся в зрелом возрасте, когда происходит кристаллизация мировоззрения, его осознание и коррекция.

Важную роль в формировании мировоззрения играет система образования, которая на протяжении всей жизни человека приводит его к тому, что мировоззрение принимает все свои формы и варианты, являющиеся результатом его осмысления окружающей действительности, которые имеют непосредственное отношение и к вопросам экологии. По нашему мнению, сегодня, наряду с образованием, и журналистика занимает ведущее место в **формировании экологического мировоззрения**, основанного на позиции защиты экологических законов и принципов охраны окружающей среды. Суть влияния журналистики на формирование экологического мировоззрения читательской аудитории будет рассмотрена нами в следующем параграфе.

Таким образом, сегодня формирование экологического мировоззрения человека рассматривается как долгий и сложный процесс, связанный с развитием внешнего выражения его идей в соответствии с такой картиной мира, где природа выступает основным её компонентом. Такое мировоззрение является руководством к рациональному действию со стороны человека по отношению к окружающему миру, при котором его знания подчиняются законам природы, а его поведение организуется в соответствии с экологическими нормами, принципами и правилами.

1.4.2 Специфика влияния журналистики на формирование экологического мировоззрения читательской аудитории

В процессе формирования экологического мировоззрения читателей особую роль играет журналистика, обеспечивающая создание экологических принципов и убеждений. Именно поэтому в исследовании важно рассмотреть историю возникновения экологического тематического направления в журналистике и проанализировать процесс влияния экологической журналистики на формирование экологического мировоззрения читателя.

1.4.2.1 Возникновение экологического тематического направления в журналистике

Развитие экологического тематического направления в журналистике способствует формированию экологических принципов и убеждений человека. Осознавая это, хочется разобраться в том, каким образом журналистика вышла на экологическое направление?

Ряд исследователей отмечает, что истоки возникновения данного направления в журналистике были заложены еще в XVIII веке. Но тогда «зеленая» журналистика в основном описывала природные ландшафты, особенности флоры и фауны, специфические явления природы.

Экологическая журналистика (экожурналистика) зародилась в середине XX века. Этот период характеризуется расцветом индустриального производства, высокой степенью урбанизации большей части государств Европы, ростом благосостояния населения в этих регионах. Это способствовало росту интереса населения к вопросам качества жизни и проблемам окружающей среды.

В середине 1960-х годов в наиболее промышленно-загрязненных регионах Европы (Германия, Англия и др.) начали возникать экологические, или «зеленые» движения. Основной движущей силой «зеленых» стала молодежь, экология «пришлась по вкусу», наряду с другими важными для того времени проблемами. В 1970-ые годы к экологическому движению молодежи стали присоединяться большие массы людей. К 1980-ым «зеленые» движения начали преобразовываться в партии и официально зарегистрированные некоммерческие организации. Все эти процессы находили свое отражение в СМИ, описывающие социально-экологические протесты и рассматривающие новости экологии как науки.

Общепринятого термина «экологическая журналистика» пока не существует. Но некоторые исследователи предлагают дать ей следующее определение. Например, исследователи в сфере журналистики и PR В. Колесникова и О. Берлова характеризуют экологическую журналистику как «тематический раздел журналистики, который занимается непрерывным и широким освещением экологических вопросов, как глобального, так и локального значения» [40].

В настоящее время материалы экологической журналистики могут присутствовать во всех рубриках СМИ:

- «политика» (экологическая политика и государственное регулирование);
- «экономика» («зеленая экономика»);
- «наука» (новости науки и экологии);
- «здоровье» (здоровый образ жизни и экологически-дружественное потребление);
- «общество» (экологические проблемы, значимые для жизнедеятельности человека);
- экология как отдельный полноценный раздел СМИ и др. [95].

Таким образом, развитие экологического направления в журналистике всегда было непосредственно связано с расширением влияния человека на окружающую среду, с теми технологическими процессами, которые постоянно сопутствуют техническому прогрессу. И «зеленая» журналистика как тематиче-

ский раздел журналистики, всегда занималась непрерывным и широким освещением экологических вопросов и проблем.

1.4.2.2 Процесс влияния экологической журналистики на формирование экологического мировоззрения читателя

Современным печатным средствам массовой информации регионального распространения отводится важная роль в получении, обработке и распространении экологической информации и экологических знаний. Аудитория получает данный материал в виде аналитической, реже оперативной информации. Вместе с тем население заинтересовано в получении актуальных экологических сообщений, что подтверждает анализ информационных запросов, анализируемых в параграфе 1.2.2.1.

На протяжении последних десятилетий пресса регулярно поднимает вопросы охраны окружающей среды, в результате чего экологическая журналистика приобрела четкие очертания и начала выполнять следующие функции:

- информационная функция: распространение актуальных сведений о состоянии окружающей среды, оповещение о существующем или возможном риске для здоровья населения и стабильного функционирования экосистемы;
- просветительская функция (экологическое просвещение населения): распространение знаний об основных законах существования экологической системы, о результатах антропогенного воздействия на природу (к примеру, использование химудобрения для почвы ведет к глобальным процессам – загрязнению водных ресурсов, а, следовательно, изменению климатических условий и потенциальной опасности для здоровья;
- идеологически-ориентирующая функция позволяет затрагивать духовный мир человека, а также все без исключения компоненты массового сознания

(общественного мнения, исторического сознания, мировоззрения и миросозерцания);

- организационная функция является рычагом к «стимулированию» населения для принятия конкретных действий для решения экопроблемы;

- контролирующая функция, делающая возможной реализацию права человека на знание о состоянии окружающей среды и защиту своего право на благоприятную природную среду: в контексте экологических проблем журналистика информирует аудиторию о действиях власти в отношении деятельности по охране окружающей среды, предприятий, которые оказывают значительное влияние на состояние окружающей среды [37; 38].

Перечисленные функции (информационная, просветительская, идеологически-ориентирующая, организационная и контролирующая) стали инструментом экологической журналистики в процессе формирования экологического мировоззрения населения – важного компонента массового сознания.

В представлении Е. Прохорова массовое сознание словно атом, который состоит из совокупности неделимых между собой компонентов: общественно-го мнения, исторического сознания, миросозерцания, мировоззрения. Последнее является ядром данной структуры, представленной на рисунке 16. Правильное понимание массового сознания журналистами и редакционными коллегиями позволяет успешно настраивать взаимодействие с массовой аудиторией.

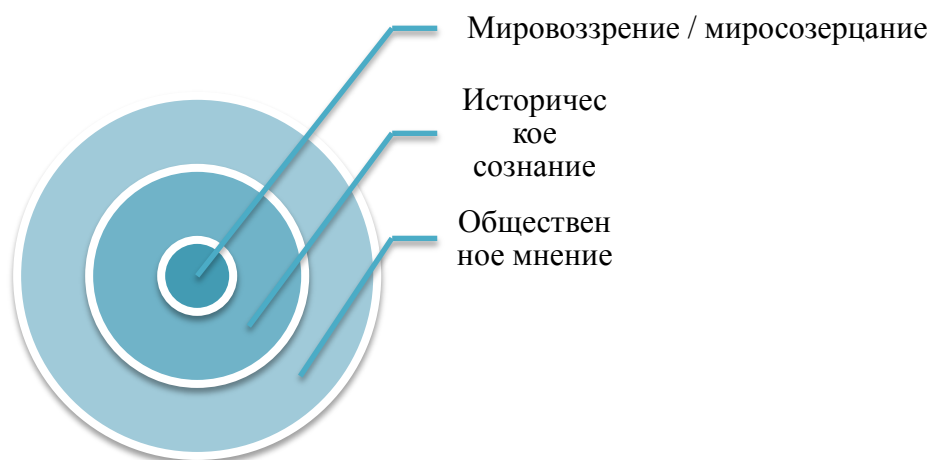


Рисунок 16 – Структура массового сознания (по Е. Прохорову)

Анализируя рисунок 16, можно проследить, с какими препятствиями сталкивается экологическая информация, которую готовят журналисты с целью формирования «зеленого» мировоззрения.

В первую очередь, материалы в любых жанрах, положительного и негативного содержания сталкиваются с общественным мнением - «одобрением или неодобрением публично наблюдаемых позиций и поведения, которые выражаются определенной частью общества или обществом в целом» [57]. Как выглядят проблемы охраны окружающей среды с точки зрения общественного мнения, нам дают понять социологические опросы ВЦИОМ в 2013-2018 годов (см. 1.2.2.1), результаты которых говорят о том, что проблемы экологии и охраны окружающей среды россияне выделяют среди основных проблем современной России. В зависимости от общественно-политической обстановки в стране интерес к ним то повышается, то снижается. Можно сделать вывод, что общественное мнение об угрозе экологии и проблемах охраны окружающей среды в настоящее не имеет четкой позиции и продолжает формироваться. Это, в свою очередь, позволяет идейной нагрузке журналистских публикаций без особых препятствий «проходить» внешнюю оболочку структуры массового сознания и двигаться дальше к его ядру – мировоззрению.

Следующий компонент массового сознания – это историческое сознание. Оно представляет собой «оценку прошлого во всем его многообразии, присущим и характерном как для общества в целом, так и для различных социально-демографических, социально-профессиональных и этносоциальных групп, а также отдельных людей» [77]. Историческое сознание по отношению к экологии формировалось и подвергалось трансформированию у человеческого сообщества на протяжении всего периода его существования. На протяжении сотен лет человек брал от природы все, изменяя окружающую среду, что неизбежно порождало разрушительные, чаще всего необратимые, процессы в природе. Но это способствовало эволюции человека, помогало достичь обществу высокого уровня материальной и духовной культуры.

В середине XX века появляется острая необходимость в формировании экологического сознания общества. Об этом свидетельствует появление различных экологических движений и организаций, которые активизировались в странах Европы в середине 60-ых годов, позже в 80-ые годы они были преобразованы в политические партии, работа которых не прекращается и в настоящее время (Европейская партия зеленых). Общество было вынуждено «признать право на существование природы во всей ее самоценности и сознательному и свободному ограничению человеком своего вмешательства в жизнь природных сообществ» [94]. Теперь многие осознают, что второй слой массового сознания - историческое сознание - готов принимать и использовать ту информацию и те знания, которые помогут найти решения проблемы экологии и охраны окружающей среды различного масштаба.

В ядре массового сознания наибольший интерес представляет мировоззрение. Е. Прохоров отмечает, что именно мировоззрению отводится фундаментальную роль в структуре массового сознания.

Сам термин «мировоззрение» достаточно содержателен, что подтверждает не только его толкование, но и двусоставность слова. Мировоззрение - это «картина» мира, взгляд на тот или иной круг общественно значимых вопросов. Сущностные основы жизни общества и мира природы, движущие силы общественной эволюции, развитие самого человека как субъекта сложносоставных социальных отношений, определение его места в мире, ценностей и смысла жизни - все эти понятийные представления относятся к категории мировоззренческих. На трансформацию этих представлений и формирование нового экологического мировоззрения существенное воздействие может оказать «зеленая» журналистика. Этому процессу посвящена статья исследователя С. Мякинникова «Экологическое и эколого-ориентированное мировоззрение как философская проблема»[58]. Автор отмечает, что процесс становления экологического мировоззрения состоит из четырех процессуальных моментов, которые представлены в таблице 11. В нашем исследовании проанализированы журналистские работы, которые отражают процессы, описываемые С. Мякинниковым.

Таблица 11 - Особенности формирования экологического мировоззрения средствами СМИ с точки зрения философии

Процесс	Публикация в СМИ	Жанр	Особенности содержания
Формирование ценностей соответствующего познания и ценностных установок практической жизнедеятельности в природе	«Развитие туризма на Байкале возможно только после изменений в законодательстве» (Иркутск Медиа, 10.04.2019 г.)	Статья	Статья посвящена теме развития туризма на Байкале – жемчужине России. Автор материала интервьюирует экспертов и вместе с ними разбирается, какие экологические мероприятия должны предшествовать созданию полноценной туристической инфраструктуры на данной территории.
Накопление объективных знаний о сфере экологического бытия людей	«Раздельный сбор мусора: как это делать, чтобы помочь экологии» (Glamour, 27.02.2019 г.)	Статья	В статье идет речь о правилах обращения с отходами. Рассматривается феномен eco-friendly -дружественной экологии.
Непосредственное изменение поведения и деятельности людей в соответствии с принятой системой ценностей и ценностных приоритетов	«Столица проведет масштабную акцию по раздельному сбору мусора» (.....)	Информационная заметка	В публикации сообщается, что во второй половине апреля москвичам предлагается принять участие в экологической акции «Разделяй и используй». Для этого нужно принести раздельно собранный мусор в мобильный пункт приема. Акция не ограничится только сбором мусора. Образовательным учреждениям столицы предлагают принять участие в конкурсе: собрать наибольший объем отходов и получить сертификаты на озеленение кабинетов.
Изменение собственно экологического сознания как феномена социальной и экологической реальности в соответствии с ее трансформацией	«Ученые оценили наносимый домашними животными вред экологии» (Известия, 11.04.2019 г.)	Корреспонденция	В опубликованном материале рассказывается об исследовании швейцарских ученых о том, как домашние животные влияют на экологию, а именно углеводородные выбросы от их содержания.

Как видно из таблицы 11, на сегодняшний день в прессе существуют журналистские материалы, рассматривающие формирование ценностей соответствующего познания и ценностных установок практической жизнедеятельности человека в природе. Здесь в качестве примера приведена статья «Развитие турбизнеса на Байкале возможно только после изменений в законодательстве», где эксперты напоминают о важности сохранения экологии Байкала, о необходимости зонирования территории и пересмотре действующих законопроектов, когда речь идет о вопросах развития туристической инфраструктуры.

Накопить объективные знания о сфере экологического бытия людей помогает статья «Раздельный сбор мусора: как это делать, чтобы помочь экологии». Автор публикации знакомит аудиторию с основами раздельного сбора мусора, говорит о том, что необходимо сокращать потребление, осознано подходить к обращению с пластиком, использовать вещи и предметы повторно, а металл, стекло, макулатуру, батарейки и др. отдавать на переработку.

Информационная заметка «Столица проведет масштабную акцию по раздельному сбору мусора», продолжая тему предыдущей статьи, влияет на поведение и деятельность людей в соответствии с принятой системой ценностей и ценностных приоритетов. Автор информирует москвичей о том, что в столице пройдет акция по раздельному сбору мусора и предлагает принять в ней участие.

Способствуют изменению экологического сознания аудитории корреспонденция «Ученые оценили наносимый домашними животным вред экологии». Журналист знакомит читателей с весьма любопытным фактом: негативное влияние содержания домашних животных на экологию. Автор приводит выдержки из исследования швейцарских ученых: «Так, выяснилось, что наибольший вред экологии наносят лошади. Ученые рассказали, что содержание одного парнокопытного равно углеродным выбросам от ежедневных поездок на автомобиле в течение девяти месяцев или на расстояние 21,5 тыс. км».

Таким образом, мировоззрение как «картина» мира, взгляд на тот или иной круг общественно значимых вопросов формируется на основе тех эколо-

гических ценностей и убеждений людей, создаваемых под влиянием тех знаний, которые они получают в процессе информирования, чувств и эмоций, которые они при этом испытывают. В результате этого комплексного действия происходит формирование экологического мировоззрения, где журналистские материалы играют важную роль.

1.5 Публикации на экологическую тему как значимое средство эмоционального влияния на читательскую аудиторию

Следует констатировать тот факт, что сегодня большинство публикаций на экологическую тему появляются в связи с определенным, зачастую негативным, инфоповодом: какими-либо экологическими бедствиями (землетрясениями, геологическими катастрофами, наводнениями и т.д.), произошедшими в мире; экологическими датами (например, трагедия Чернобыля); акциями протеста (например, зеленых против уничтожения животных) и других.

Рассмотрим такой фактор как влияние на аудиторию темы охраны окружающей среды в журналистских текстах. Читатели поглощают огромный поток информации, посвященный проблемам угрозы экологии и всему тому, что связано с природой. Аудитория воспринимает текст, оценивает его, делает выводы, хранит информацию и, возможно, ее воспроизводит в общении. Любой текст производит на читателя определенные впечатления – «след, оставляемый в сознании человека» [60]. Плохо, если журналистский текст не оставляет у читателей никаких впечатлений. Если для аудитории собранная им информация не представили никакой ценности, можно сказать, что работа корреспондентом была проделана напрасно.

Публикации на экологическую тему всегда производят впечатления на читателя. Тексты о проблемах, касающихся каждого из нас, несут определенную эмоциональную нагрузку, которая влияет на мировоззрение и побуждает

человека к действиям. С помощью программы ВААЛ-мини, которая выполняет фоносемантический анализ текста, мы рассмотрели степень эмоционального влияния на читателей журналистских статей и заметок на экологические темы. На рисунке 17 представлен образец результата фоносемантического анализа публикации на примере статьи А. Юрков «Озеро не терпит стоков» («Российская газета» №7127 от 16.11.2016г.)[99].



Рисунок 17 – Образец фоносемантического анализа текста в программе ВААЛ-мини

На рисунке видно, что при прочтении данного материала читатель «заряжается» как положительными, так и отрицательными эмоциями. В своей совокупности они помогают произвести на читателя публикации «Озеро не терпит стоков» впечатление страшного, простого, угловатого, злого, величественного, грубого, мужественного, злого, величественного, громкого, храброго, могучего, большого, веселого, подвижного, активного, яркого и радостного.

С помощью программы ВААЛ-мини рассмотрим степень эмоционального влияния всех названных в параграфе 2.1 текстов на экологическую тематику

федеральных и региональных средств массовой информации. Результаты анализа представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Эмоциональная нагрузка текстов экологической тематики федерального уровня

Проблематика	Публицистические материалы	Эмоциональная нагрузка
Федеральные издания		
1 Экологические конфликты	статья «Красные реки России», Газета.ru от 20.09.2016г	величественный, мужественный, сильный храбрый, могучий, большой, яркий, радостный; страшный, шероховатый, злой, тяжелый, грубый, холодный
2 Лесопользование и проблемы лесного хозяйства	статья «Зеленая революция. Тушение бумагой», газета «Ведомости» от 29.08.2016 №4148	веселый; плохой, отталкивающий, страшный, шероховатый, злой, тяжелый, тихий, медлительны, пассивный, тусклый
3 Отходы	статья «На порядок выше. С января в коммунальных платежах появится новая строка расходов - за мусор», «Российская газета – Неделя» от 6.10.2016 №7094	величественный, мужественный, могучий, большой; отталкивающий, страшный, шероховатый, угловатый, злой, темный, тяжелый грубый, холодный
4 Загрязнение воздуха и экология города	заметка «ВОЗ: 92 процента жителей планеты дышат загрязненным воздухом» на сайте rg.ru от 27.09.2016	страшный, шероховатый, злой, грубый
5 Атомная энергетика и обращение с радиоактивными отходами	статья «Цена вопроса», газета «Коммерсантъ» №196 от 21.10.2016г.	шероховатый, тихий, трусливый, хилый, маленький, пассивный
6 Защита водных ресурсов	статья «Озеро не терпит стоков», «Российская газета» №7127 от 16.11.2016г.	мужественный, сильный, храбрый, могучий, большой, веселый; страшный, простой, злой, шероховатый, угловатый, тяжелый, грубый

Продолжение таблицы 12

Проблематика	Публицистические материалы	Эмоциональная нагрузка
7Защита биологического разнообразия, борьба с браконьерством, сохранение исчезающих видов	статья «Суд Охотска поставил уголовный кодекс с ног на голову», сайт kp.ru от 14.11.2016 г.	хороший, простой, светлый, мужественный, сильный, веселый, радостный, храбрый, большой; грубый, холодный, громкий
8Изменение климата	статья «Изменение климата может спровоцировать 250 тысяч смертей в 2030-2050 годах», ТАСС от 12.11.2016г.	шероховатый, злой, угловатый, холодный
9Арктика и Антарктика	заметка «Ученые предупредили об ускоренных темпах таяния льдов в Арктике», Lenta.ru от 14.11.2016г.	веселый
10Устойчивое развитие и «зеленая» экономика	заметка «Кандидат в президенты Узбекистана ратует за переход на «зеленую экономику», ИА Regnum от 13.11.2016г.	страшный, угловатый, тяжелый, медленный
Региональные издания		
1Общая экология региона или города	расширенная заметка «По экологическому развитию наш город скатился на 56-ое место», газета «Комсомольская правда» - Оренбург» от 21.09.2014г.	величественный, мужественный, сильный, громкий, храбрый, могучий, большой; тяжелый, грубый холодный, страшный, злой
2Экология экосистемы	корреспонденция «Нефтяная игла нацелена на Бузулукский бор», газета «Южный Урал» №14 от 15 февраля 2015 года.	величественный, тяжелый, грубый, мужественный, сильный; отталкивающий, страшный, шероховатый, угловатый, злой, темный
3Экологическая культура населения	статья «В Оренбурге наступает время безупречной чистоты», сайт Orenday от 3.09.2014г.	страшный, шероховатый, злой, угловатый, грубый

Как видно из таблицы, 12 текстов (девяти тематик федерального уровня и трех региональных) нагружают читателя отрицательными эмоциями: статья «Красные реки России» на тематику экологических конфликтов, статья «Зеленая революция. Тушение бумагой» на тематику лесопользования и проблем лесного хозяйства, статья «На порядок выше. С января в коммунальных платежах появится новая строка расходов - за мусор» на тематику отходов, заметка «ВОЗ: 92 процента жителей планеты дышат загрязненным воздухом» о загрязнении воздуха и экологии города, статья «Цена вопроса» на тематику атомной энергетики и обращения с радиоактивными отходами, статья «Озеро не терпит стоков» о защите водных ресурсов, статья «Суд Охотска поставил уголовный кодекс с ног на голову» о защите биологического разнообразия, борьбе с браконьерством, сохранение вымирающих видов, статья «Изменение климата может спровоцировать 250 тысяч смертей в 2030-2050 годах» на тематику изменения климата, заметка «Кандидат в президенты Узбекистана ратует за переход на «зеленую экономику» об устойчивом развитии и «зеленой» экономике; расширенная заметка «По экологическому развитию наш город скатился на 56-ое место» на тематику общей экологии города или целого региона, корреспонденция «Нефтяная игла нацелена на Бузулукский бор» об экологии экосистемы, статья «Майские спасенные тюльпаны» об экологической культуре населения.

При этом половина этих публикаций вовсе не несут положительной эмоциональной нагрузки (заметка «ВОЗ: 92 процента жителей планеты дышат загрязненным воздухом», статья «Цена вопроса», статья «Озеро не терпит стоков», статья «Изменение климата может спровоцировать 250 тысяч смертей в 2030-2050 годах», заметка «Кандидат в президенты Узбекистана ратует за переход на «зеленую экономику», статья «В Оренбурге наступает время безупречной чистоты»).

Единственный текст - заметка «Ученые предупредили об ускоренных темпах таяния льдов в Арктике», посвященный теме Арктики и Антарктики, оставляет у аудитории положительные впечатления после прочтения.

Фоносемантический анализ текстов позволяет сделать следующие выводы: эмоции, которые испытывает аудитория при прочтении текстов экологической тематики, помогают осознать человеку, что он является частью огромного механизма, который способен помочь в решении экологических проблем; отрицательные эмоции, которыми загружены заметки и статьи, предназначены не для подавления настроения, а для побуждения человека к действиям. Все это становится рычагом в формировании экологического мировоззрения средствами журналистики.

При проведении опроса «Реакция аудитории на проблемы экологии, поднимаемые в СМИ», представленного в приложении Г, респондентам было предложено задание № 4 – ответ на вопрос: «Что Вы испытываете после того, как узнаете о существовании новой экологической информации из новостей». Результаты ответов приведены на рисунке 18.

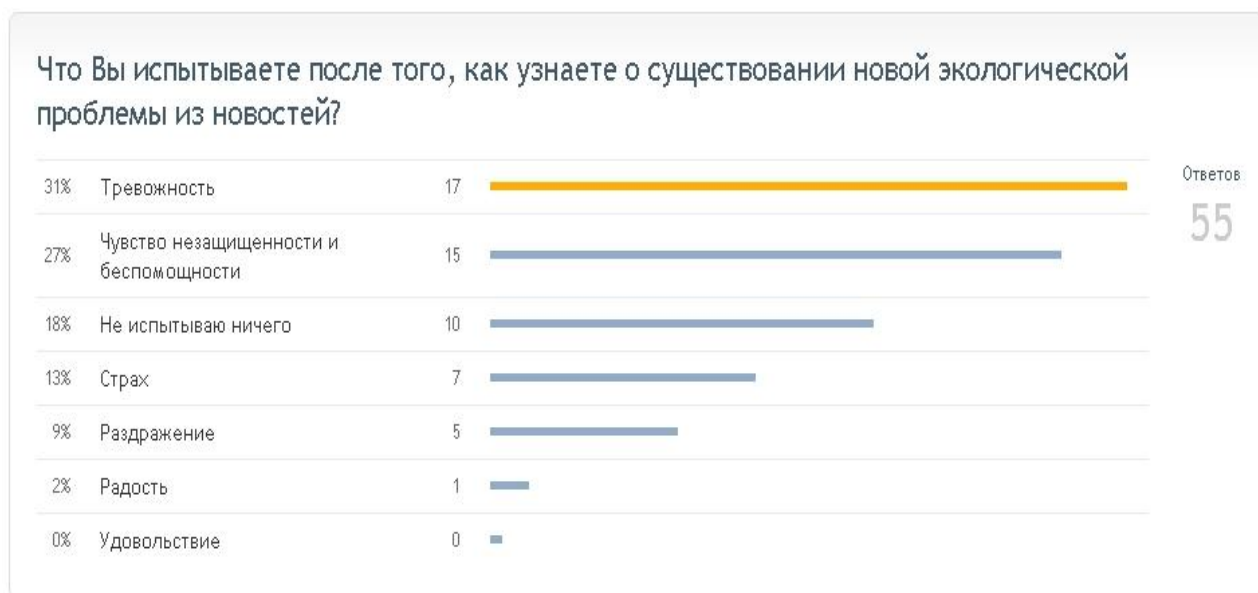


Рисунок 18 - Результаты опроса «Реакция аудитории на проблемы экологии, поднимаемые в СМИ» по заданию № 4

Результаты проведенного опроса показали, что 7 человек (31%) испытывают тревожность после того, как узнают о существовании новой экологической информации из новостей, 15 респондентов (27%) – чувство незащищенности и беспомощности, 10 опрошенных (18%) – не испытывают никаких эмоций, 7 человек (13%) – страх, 5 респондентов (9%) – раздражение, 1 опрошенный (2%) – радость, никто не испытывает удовольствие.

Таким образом, 80% респондентов испытывают отрицательные эмоции, когда узнают из новостей о существовании новой экологической информации. Это говорит о том, что любой материал по экологии, появляющийся в СМИ, несет, чаще всего, отрицательную (негативную) информацию. Сегодня небольшой процент публикаций и передач рассказывают о положительных моментах, связанных с вопросами экологии и окружающей среды.

Итак, сегодня формирование экологического мировоззрения населения осуществляется с помощью СМИ. Одним из рычагов этого процесса выступают публикации широкого тематического экологического спектра, которые нагружают читателей положительными и отрицательными эмоциями, что побуждает их к правильному отношению к природе.

X X X

Экология сегодня как одна из самых актуальных современных наук о взаимоотношениях между растительным, животным миром и окружающей средой значительно усложнилась разными аспектами: философскими, социальными, экономическими, техническими и географическими. Именно поэтому у современного человека должно формироваться экологическое мировоззрение, которое будет способствовать правильному пониманию места и роли человека в окружающей среде, являющегося не только её продуктом, но и её неотъемлемой составной частью. Основными компонентами в структуре мировоззрения

являются знания, ценности, убеждения, чувства и эмоции, которые во многом формируются средствами массовой информации.

Благодаря СМИ человек может получить широкое экологическое просвещение, способное обеспечить его разумное отношение к своему дому – Земле. Поэтому сегодня таким важным является анализ СМИ как неотъемлемой части современного информационного пространства России в решении проблемы окружающей среды. Исследуя потенциал этой проблемы в материалах СМИ, в том числе и региональных, нами были сделаны следующие выводы:

- каждый человек сегодня имеет право на благоприятную окружающую среду, которая обеспечивается системой природоохранных нормативов, определяемых государством и обществом; государственная политика в области охраны окружающей среды находит свою поддержку в средствах массовой информации, которые поднимают важные проблемы, связанные с сохранением положительной экологической обстановки;

- печатная пресса остается частью инфраструктуры регионов России, она носит общественно-политический характер, при этом журналисты не ограничены в выборе тем для публикаций и имеют доступ к уникальным инфоповодам; аудиторию печатных СМИ составляет население либо всего региона, либо отдельных его муниципалитетов, сохраняя связь в системе «муниципальная власть – граждане»;

- тема экологии и проблемы окружающей среды заняли свое место в повестке дня современных печатных изданий. Эти два понятия, хотя семантически и отличаются друг от друга, но зачастую употребляются вместе, что объясняется тем, что в научном плане оба эти термина несут единую смысловую нагрузку: обеспечение рационального взаимодействия в системе «человек - общество - природа»;

- сегодня читатель может познакомиться с экологическим контентом как в специализированных, так и неспециализированных изданиях разного уровня территориального распространения, при этом основными ориентирами для оценки качества экологического контента печатных СМИ, в том числе и регио-

нальных, являются: полезность информации, правдивость в изложении фактов, красивая подача материала с точки зрения структурирования и изображения, соответствие публикационным требованиям, разнообразие и комбинированность материала, авторская грамотность, информационная актуальность, законодательное соответствие, регулярность в подаче информации, поддержание интереса аудитории и другие;

- читательская аудитория представляет собой сложную, разобленную, огромную и разнообразную совокупность людей; и журналисту, создающему публицистический текст на экологическую тему, необходимо особое внимание уделять параметрам и характеристикам той аудитории, к которой он обращается;

- в последние годы наблюдается заинтересованность социума экологическими проблемами, свидетельствующая об интересе аудитории к актуальной информации об экологии и проблемах окружающей среды; материалам о мероприятиях, направленных на ее охрану; законодательной базе по вопросам природоохранной деятельности, что говорит о росте уровня правовой экологической культуры населения страны;

- обратная связь, существующая между читателями и журналистами, во многом способствует совместному решению разных жизненно важных проблем, касающихся экологии и охраны окружающей среды с целью обеспечения эффективной жизнедеятельности человека;

- у современной читательской аудитории разных регионов страны, в том числе и Оренбургской области, есть интерес к теме экологии и охраны окружающей среды, о чем говорят запросы по таким параметрам, как: экология, охрана окружающей среды и проблемы охраны окружающей среды;

- спектр экологических тем, представленных в федеральных СМИ не достаточно широк, он включает в основном 11 тем, наиболее часто представленных на федеральном уровне; аудитории не хватает экологической информации, и даже если она есть, то уступает место материалам на другие темы и не содержит подробной аналитики;

- развитие экологического направления в журналистике всегда было непосредственно связано с расширением влияния человека на окружающую среду; «зеленая» журналистика как тематический раздел журналистики, занимается непрерывным и широким освещением экологических вопросов и проблем;

- на современном этапе развития общества формирование экологического мировоззрения человека рассматривается как долгий и сложный процесс, связанный с развитием внешнего выражения его идей в соответствии с определенной картиной мира, в которой природа выступает основным её компонентом; именно такое мировоззрение является руководством к рациональному действию со стороны человека по отношению к окружающему миру, при котором его знания подчиняются законам природы, а его поведение организуется в соответствии с экологическими нормами, принципами и правилами;

- публикации СМИ на экологическую тему достаточно широкого тематико-экологического спектра обеспечивают процесс формирования экологического мировоззрения населения, что помогает читателям проявить разные эмоции, побуждающие их к выбору правильного отношения к окружающему миру и его охране;

- в информационном пространстве России экологическая тема является востребованной, что было наглядно представлено в проведенном нами опросе: 13% опрошенных сказали о том, что у них есть интерес к экологическим проблемам, при этом 69% респондентов при прослушивании/прочтении новостей по экологическим проблемам обращают внимание на них в той или иной степени; наличие у россиян интереса к состоянию окружающей среды показали и статистические данные поисковой системы wordstat.yandex.ru.

Рассматривая СМИ как неотъемлемую часть современного информационного пространства России в решении проблемы окружающей среды, хочется обратить особое внимание на информационную политику нашего государства и регионов РФ в области экологии, о чем и пойдет речь в следующей главе монографии.

2 Информационная политика Оренбургской области в сфере экологии

В настоящее время каждый регион Российской Федерации должен иметь свою научно-обоснованную эффективную информационную политику, которая обеспечивает целостность региона, создает необходимые условия для удовлетворения интересов граждан, общественных организаций и движений, органов власти, государственных организаций и коммерческих структур региона. Именно такая региональная информационная политика будет стимулировать рост производства и использования новых информационно-телекоммуникационных технологий, что позволит увеличить процесс потребления информационных продуктов и услуг.

Особое место в информационной политике региона занимает тема экологии, благодаря которой поднимаются важные вопросы, связанные, прежде всего, с проблемой охраны окружающей среды. Например, региональные исполнительные органы власти Оренбургской области (Министерство культуры и внешних связей, Департамент информационных технологий), обеспечивающие реализацию функций государственного регулирования в сфере печати, средств массовой информации, информационного обмена, издательской, полиграфической деятельности на территории Оренбуржья, обладают возможностью в условиях двухсторонней коммуникации обеспечить консенсус власти, журналистов и народа, консолидирующий общество по вопросам экологии и охраны окружающей среды.

Исходя из такого понимания вопроса, перед нами во 2 главе исследования стояли следующие задачи:

- рассмотреть специфику региональной информационной политики Оренбургской области в экологической сфере в условиях модернизации российского общества;

- исследовать информационно-публицистический потенциал экологической темы и проблемы охраны окружающей среды в массмедиа Оренбургской области, определив его специфику в СМИ;
- разработать рекомендации по реализации стратегии информационной политики Оренбургской области в экологической сфере.

2.1 Специфика региональной информационной политики в экологической сфере

В современных условиях информационная политика региональной власти в области экологии является неотъемлемой частью всей информационной политики региона, которая контролируется исполнительными органами государственной власти, содействуя реализации прав журналистов и граждан на получение и распространение достоверной информации, касающейся сложных экологических проблем и процесса их решения. По вопросам охраны окружающей среды для эффективной деятельности СМИ необходима постоянная поддержка со стороны государственных и региональных органов власти, как в законодательной, так и исполнительной сферах.

Исходя из этого, нам необходимо было решить следующие задачи:

- рассмотреть сущность государственной информационной политики в условиях развития гражданского общества;
- исследовать понятие субъекта и объекта информационной политики региона;
- проанализировать специфику реализации региональной информационной политики в экологической сфере.

2.1.1 Государственная информационная политика в условиях развития гражданского общества

В настоящее время развитое *гражданское общество* является важнейшей предпосылкой построения правового государства и его равноправным партнёром. Гражданское общество при этом выступает как сфера самопроявления свободных граждан и добровольно сформировавшихся некоммерчески направленных ассоциаций и организаций, не имеющих прямого вмешательства со стороны государственной власти.

В общественных науках существует ряд подходов к пониманию сущности термина «гражданское общество», как:

- союза индивидуальностей, где все члены обретают высшие человеческие качества (Т. Гоббс);
- политическое общество, как общественная сфера, в которой государство имеет свои интересы (Дж. Локк);
- общество враждующих людей, которое для прекращения вражды преобразуется в государство (Ш. Монтескьё);
- совершенное общество, мало нуждающееся в регулировании со стороны государства (Т. Пейн);
- сфера реализации частных целей и интересов отдельной личности (Г. Гегель);
- сфера материальной, экономической жизнедеятельности людей, первичная по отношению к государству (К. Маркс и Ф. Энгельс) и др.

Таким образом, гражданское общество является одним из гарантов соблюдения прав человека, это общество с развитыми экономическими, политическими, правовыми и культурными отношениями между людьми, независимое от государства, но взаимодействующее с ним, функционирующее ради реализации общественных интересов.

Такое общество имеет сложную структуру, строящуюся на основе хозяйственных, экономических, этнических, религиозных и правовых отношений. Условиями существования гражданского общества являются:

- автономизация общества;
- наличие частной собственности;
- демократия в социальной сфере;
- правовая защищённость граждан;
- определённый уровень гражданской культуры;
- высокие образовательный уровень и гражданская активность людей;
- обеспечение прав и свобод человека;
- самоуправление и плюрализм мнений;
- сильная социальная политика государства;
- многоукладная экономика и др.

Важной характеристикой гражданского общества является достижение высокого уровня самоорганизации и саморегуляции общества, возможных при соблюдении следующих функции гражданского общества:

- защиты частных сфер жизни людей;
- контроля за соблюдением конституционных принципов правового государства;
- стабилизации общественных отношений и процессов;
- защиты и продвижения общественных интересов;
- борьбы за внедрение в жизнь конституционного принципа правового государства и т.д.

Проблема формирования гражданского общества сегодня тесно связана с проблемой взаимодействия государственной власти и гражданского общества. В современной России процесс этот усложняется отсутствием:

- четко отлаженного выхода к цивилизованным рыночным отношениям;
- большого слоя собственников;
- механизма правовой защиты личности;

- высокого уровня правовой активности населения и его информированности со стороны разных ветвей власти и др.

Под формированием гражданского общества понимается осознанное участие населения в делах государства, в формировании органов власти.

В конце XX века в процессе перехода к гражданскому обществу возникла необходимость понятийного закрепления термина «**информационная политика**» в управлении различными системами информационной сферы в государстве, которое начало приобретать статус информационного. При этом, по мнению Ф.Ю. Кушнарева, ядром информационной политики в условиях построения информационного общества являлась особая сфера, связанная с управлением информацией, т.е. с управлением информационными процессами [51].

С точки зрения постановки вопроса о предметно-процессуальной и субъектно-объектной составляющих информационной политики можно выделить три направления в формулировках данного феномена:

1 *Фундаментально-теоретическое*, включающее следующие подходы:

- управленческий: информационная политика понимается как способ обращения с имеющимися потоками и ресурсами со стороны различных институциональных субъектов (государства, государственных органов, организаций, учреждений и т.д.);

- коммуникативный: информационная политика как особый тип коммуникаций, задающий способы поведения в пространстве информационных потоков и обменов между субъектами, формирующими ценностную и целевую структуру информационного пространства (по С.Э. Зуеву) [39];

- культурологический: в котором цель информационной политики заключается в формировании особого рода информационного пространства, способствующего реализации инновационного потенциала общества, где информационное пространство является предметом информационной политики (по Л.В. Габайдулиной)[38].

2 *Теоретико-прикладное*, рассматривающее такие подходы, как:

- государственный: информационная политика как совокупность целей, которые отражают национальные интересы государства в информационной сфере, стратегические направления достижения задач; основу национальной информационной политики составляет взаимосвязь информационной структуры с базовыми направлениями политического, социального и экономического развития государства (по Е.В. Ермишиной) [33];

- корпоративный: активизация исследований в области информационной политики компаний, подразумевающей управление информационными потоками[41];

- редакционный: информационная политика в средствах массовой информации, под которой подразумевается деятельность главной редакции издания с точки зрения а) проведения собственной согласованной политики, т. е. собирание полноценного редакционного «портфеля», удовлетворяющего информационные потребности аудитории, где важную роль играют источники информации (информационные агентства страны и мира, пресс-службы государственных ведомств институтов гражданского общества, организации, готовящие «эфирные дайджесты», синдикаты прессы и др.); б) организации цивилизованного и результативного диалога между всеми «субучредителями» издания (представителями всего спектра действующих в регионе, распространения государственных и общественных организаций, входящими в состав редакции) (по Е.П. Прохорову) [70].

3 *Проблемно-прикладное*, в рамках которого в определении информационной политики формулируется предмет решения конкретной управленческой задачи в рамках прикладного содержания. Например, в проектном документе ЮНЕСКО, где обозначаются руководящие принципы по созданию и продвижению информации для общественного доступа, область информационной политики ограничивается обсуждением ключевых вопросов, значимых для стран на национальном уровне [98]. Для СМИ информационная политика часто сводится к структурно-тематической направленности и формату данного печатного или сетевого издания, теле- или радиопрограммы.

Нами за основу будет взято следующее определение информационной политики: это особый тип коммуникаций, задающий способы поведения в пространстве информационных потоков и обменов между субъектами, формирующими ценностную и целевую структуру информационного пространства.

С точки зрения О.В. Скачко, в большинстве случаев использования понятия «информационная политика» его смысловое наполнение, по сути, отражает результат «среднего», научно-прикладного уровня исследований. Как разновидность прикладного знания такой подход ориентируется на описание и изучение конкретной стоящей перед субъектом проблемы [78]. Преодолеть «субъективизм» прикладного анализа возможно с помощью основных гносеологических методов исследования (в первую очередь дедуктивного анализа, типологизации и моделирования). Результаты же прикладных анализов наряду с иными формами информационной политики (различными формализованными моделями явлений социальной действительности: нравственностью, моралью, этикой, кодексами, системой законодательства, корпоративными отношениями и др.) должны использоваться в качестве эмпирической базы.

В современной информационной политике в качестве наиболее распространенных объектов исследования выступают социальные образования трех видов:

- государственного (национальный, общественный уровни и т.д.);
- корпоративного (производственный, профессиональный уровни и т.д.);
- редакционного (уровень СМИ).

Выделение данных уровней объектов исследования современной информационной политики основывается на следующих изменениях в системе принятия решений, составляющей суть политического контекста социальной динамики:

- признание возрастающей роли информации в качестве ресурса влияния;
- признание легитимности «информационного капитала», т.е. признание возрастающей роли информационных ресурсов в качестве объектов хозяйственно-экономической деятельности.

Государства, корпорации и СМИ представляются в виде основных полюсов политической деятельности в информационной сфере, осуществляемой в двух форматах: власти и управления. Это определено их статусом «информационных капиталистов», т.е. собственников определенных информационных ресурсов, обеспечивающих упрочнение их позиций в качестве субъектов принятия решений.

Предметом исследования государственной информационной политики является комплексная деятельность всех органов государственного управления по разработке и реализации стратегических целей развития процессов и явлений информационной сферы в соответствии с ценностно-целевой установкой национально-государственного типа социальной организации и управления.

В качестве предмета исследования корпоративной информационной политики рассматривается разработка и реализация целей управления информационными потоками компании в соответствии с ценностно-целевой установкой корпоративно-сетевого типа социальной организации и управления.

Предметом изучения информационной политики СМИ является редакционная деятельность по формированию и управлению «информационным портфелем» в соответствии с информационными интересами целевых аудиторий.

В настоящее время государственная информационная политика, являясь важной составляющей частью системы регулирования социально-политических, экономических отношений современного общества, обращая внимание на разные сферы жизнедеятельности человека, особое внимание уделяет и экологической сфере, благодаря чему поднимаются такие значимые вопросы, как: состояние окружающей среды; факторы, воздействующие на неё; различные меры, применяемые с целью охраны экологической сферы; нормативные требования к хозяйственной и иной деятельности человека; различные мероприятия по охране окружающей среды и их финансирование; состояние здоровья, безопасность и условия эффективной жизнедеятельности человека и др.

В «Основах государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 года» говорится, что среди основных задач государственной политики в области экологического развития выделяются развитие экологического образования и воспитания, формирование экологической культуры. Ставится задача научного и информационно-аналитического обеспечения охраны окружающей среды и экологической безопасности населения страны. Предусматривается формирование у людей экологически ответственного мировоззрения, развитие системы экологического образования [65]. Основные группы принципов государственной политики в области экологического развития представлены на рисунке 19.



Рисунок 19 - Принципы государственной политики в области экологического развития

Таким образом, информационная политика будет пониматься нами как особый тип коммуникаций, задающий способы поведения в пространстве информационных потоков и обменов между субъектами, формирующими ценностную и целевую структуру информационного пространства, обеспечиваю-

щего население доступной и верной информацией, касающейся разных сфер человеческой деятельности, в том числе и экологической.

2.1.2 Понятие субъекта и объекта информационной политики региона

В предыдущем параграфе нами рассматривалась сущность информационной политики государства. Исследуя данный феномен с точки зрения терминологической сути, нам важно было понять, насколько власть озабочена экологическими проблемами, как на государственном, так и региональном уровнях, а значит, и здоровьем населения, проживающего на определенной территории, и выполняется ли норма Конституции России, согласно которой каждый гражданин страны имеет право на благоприятную окружающую среду и достоверную информацию о ее состоянии и экологических правонарушениях, мешающих охране окружающей среды.

Система государственной информационной политики (ГИП), представленная на рисунке 20, помогает наглядно увидеть:

- во-первых, уровни государственной власти и управления, где особое место отведено региональным уровням власти;
- во-вторых, субъекты массового информирования и коммуникации, объекты ГИП, в том числе и на региональном уровне.

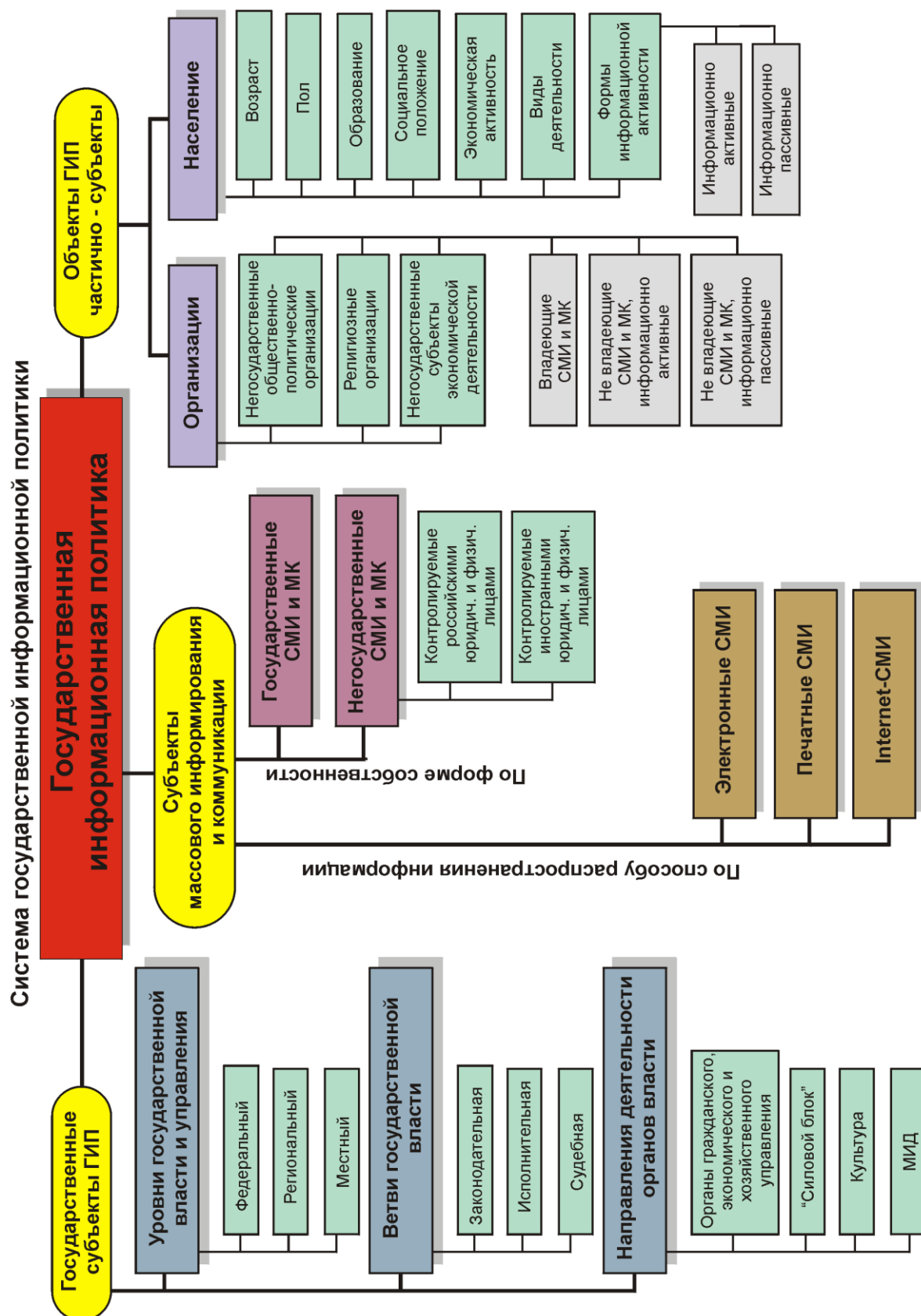


Рисунок 20– Система государственной информационной политики

Региональная информационная политика, обеспечивая вхождение региона в российское и мировое информационное пространство, создает необходимые условия для формирования духовной сферы жителей региона такого уровня, при котором каждый человек может стать активным участником всех жизненно важных процессов, происходящих в обществе, в том числе стать защитником окружающей среды. С учетом этого рассмотрим сущность понятий субъектов и объектов региональной информационной политики, благодаря которым поднимаются и решаются различные жизненно важные вопросы, в том числе и в области экологии и охраны окружающей среды.

К субъектам информационной политики региона относятся органы государственной власти и управления, в компетенцию которых входит регулирование социально-политических отношений, а также негосударственные субъекты, привлекаемые органами государственной власти для решения задач государственного регулирования в информационно-коммуникативной сфере.

Субъекты региональной информационной политики можно разделить на две категории:

1 Государственные субъекты:

- уровни власти и управления (региональный, местный);
- ветви государственной власти (законодательная, исполнительная, судебная);
- направления деятельности органов власти (органы гражданского, экономического управления, «силовой блок», культура, внешнеполитические ведомства).

2 Субъекты массового информирования:

- по виду собственности (государственные СМИ и МК, негосударственные СМИ и МК);
- по способу распространения информации (электронные, печатные, Интернет СМИ и МК).

Представленные субъекты реализации региональной информационной политики формируют отдельные отрасли, каждая из которых участвует в си-

стеме регулирования социально-политических взаимоотношений в информационно-коммуникативном пространстве региона. Региональная информационная политика реализуется:

- законодательной, исполнительной и судебной ветвями власти;
- различными органами государственной власти и управления по направлениям их деятельности;
- при участии электронных, печатных, Интернет СМИ и МК, как на государственном (негосударственном), так и региональном уровнях [54].

Все вышеперечисленные субъекты должны участвовать и в реализации региональной информационной политики, касающейся вопросов экологии и охраны окружающей среды.

Объектом региональной информационной политики может являться любой объект социально-политической сферы общества, по отношению к которому применяется информационное воздействие со стороны государственной власти и управления, благодаря которому будет осуществляться преобразование его свойств как информационной системы. К объектам региональной информационной политики относятся:

- массовое и индивидуальное сознание людей;
- социально-политические системы и процессы;
- информационная инфраструктура и её ресурсы;
- психологические ресурсы, включающие в себя систему ценностей общества, толерантность системы ценностей и сознания граждан, психическое здоровье людей и т.д.

Объекты региональной информационной политики делятся на два вида, каждый из которых формируют собственную информационную политику региона, в том числе и в области экологии:

1 Информационная политика по отношению к организациям разного вида (государственным органам и структурам, негосударственным общественно-политическим и экономическим, религиозным, СМИ и МК).

2 Информационная политика по отношению к населению (отдельным гражданам и различным социальным группам, различающимся по возрастным, половым признакам, уровню образования, социальному и экономическому состоянию, видам деятельности, формам информационной активности).

Сегодня средства массовой информации - это инструмент реализации региональной информационной политики, для его успешного функционирования следует решить проблему взаимодействия органов государственной власти со СМИ, прекратить процесс дегуманизации информации, инициировать закон о свободе доступа граждан к информации органов власти, необходима разработка и принятие закона о государственной информационной политике [38].

В настоящее время, по мнению Ю.Н. Авиновой, необходимо говорить о перспективах развития региональной информационной политики, обратив внимание на следующее:

- совершенствование законодательной базы в сфере СМИ и СМК;
- разработку системы экономической поддержки СМИ;
- создание системы экологии СМИ;
- осуществление системы формирования централизованного ежедневного новостного рейтинга;
- стимулирование формирования системы этического регулирования деятельности СМИ [9].

Все это поможет решить многие экологические проблемы на территории Оренбургской области, так как во многом такое решение зависит от того, насколько развита система СМИ на региональном уровне, насколько она законодательно защищена и экономически поддержана в плане освещения тех или иных, зачастую очень сложных, проблем, связанных с осуществлением производственно-хозяйственной деятельности человека, нарушающей экологическую безопасность людей.

Таким образом, реализация информационной политики региона возможна при условии четкого понимания роли и значения субъектов и объектов информационной политики, важность знаний функций которых позволит каждому

человеку стать полноправным участником информационного пространства региона, получающим возможность принять участие в решении значимых для субъекта РФ проблем, в том числе и в области экологии и охраны окружающей среды.

2.1.3 Реализация региональной информационной политики в сфере экологии в Оренбургской области

Информационная политика региона должна быть направлена на предоставление населению правдивой экологической информации, что позволит оценить эффективность и прозрачность деятельности государственной власти данного субъекта. Региональная информационная политика является составной частью общей политики органов власти региона, охватывающая все сферы его жизнедеятельности, направленные на реализацию целей и задач, отражающих интересы жителей региона в информационной сфере, определяющих основные направления информационной деятельности.

Региональная информационная политика в области экологии осуществляется в соответствии со статьей 42 Конституции РФ, в которой говорится о том, что «каждый имеет право на благоприятную окружающую среду, достоверную информацию о ее состоянии и на возмещение ущерба, причиненного его здоровью или имуществу экологическим правонарушением» [1]. Именно, исходя из этого, так важна степень предоставления информации экологического характера для населения страны и каждого региона для оценки прозрачности действий властей в области экологической политики.

В Законе Оренбургской области «Об экологическом образовании, просвещении и формировании экологической культуры населения Оренбургской области» [8] говорится о том, что экологическая культура каждого человека – это «неотъемлемая часть общечеловеческой культуры, уровень нравственного

развития общества, включая морально-этические нормы поведения людей на производстве, в быту и на отдыхе, формируемые в процессе жизни и деятельности поколений через систему непрерывного экологического воспитания, образования и просвещения, способствующие здоровому образу жизни, духовному росту общества, устойчивому социально-экономическому развитию, экологической безопасности территории Оренбургской области и каждого человека» [8]. Экологическая культура каждого формируется в процессе получения информации об экологическом состоянии той территории, на которой он проживает, и от того, насколько эта информация достоверна зависит степень ощущения человеком своей экологической безопасности.

Степень информационной открытости регионов в области предоставления информации по экологии была дана в работе Д. Гаврилова, исследующего 43 официальных сайта субъектов РФ, что составляет почти 50% от 89 субъектов [39]. Результаты исследования рассматривались с точки зрения информационной открытости в области экологической политики (см. рисунок 21).

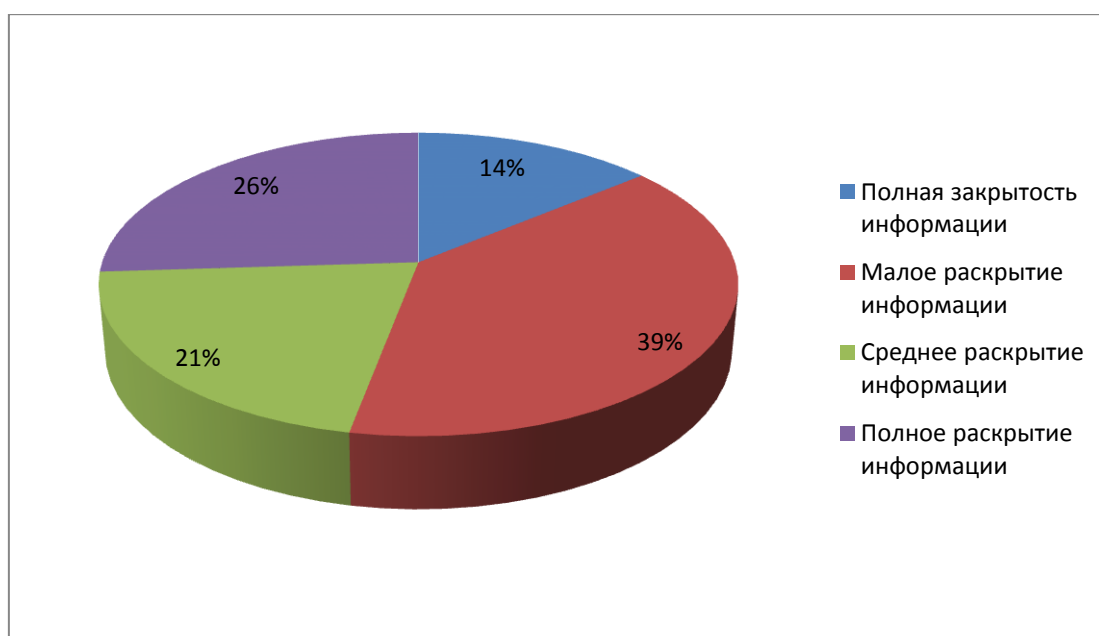


Рисунок 21 - Степень информационной открытости регионов в области экологической политики

Данные диаграммы позволяют сделать вывод о том, что только четверть субъектов РФ (26%) предоставляют наиболее полную информацию по экологии. Пятая часть субъектов (21 %) предлагают среднее раскрытие информации. Чуть больше трети (39%) регионов предоставляют населению некоторые сведения по экологическим вопросам. 14% регионов страны не дают информацию в области экологии, что говорит о полной закрытости со стороны властей этих регионов.

С учетом полученных данных следует констатировать, что на сегодняшний день не существует ни одного благополучного с экологической точки зрения региона, потому информация о реальной экологической ситуации чаще всего носит негативный характер, что не улучшает имидж власти регионов нашей страны [39].

В работе Д. Гаврилова анализировалась деятельность Законодательного собрания Оренбургской области в плане реализации информационной политики в области экологии. Результаты исследования, проведенного по данным сайта: <http://www.zaksob.ru/> [35] показали, что в сфере информационной открытости по экологическим вопросам Оренбургская область находится на уровне «малое раскрытие информации».

Исходя из представленных данных в области информирования граждан Оренбуржья об экологических проблемах и действий по их разрешению, можно сделать следующие выводы:

- несмотря на то, что Оренбургская область проводит свою экологическую политику, ее четкого информационного отражения не наблюдается;
- уровень развития информационной политики в экологической сфере нашего региона зависит от степени осознания органами исполнительной власти необходимости осуществления экологической политики в целом;
- предоставление региональными властями информации о состоянии окружающей среды говорит о признании наличия проблем экологического характера;

- отсутствие информации о состоянии экологической обстановки в Оренбургской области позволяет утверждать, что власти замалчивают проблемы, связанные с экологией и охраной окружающей среды на территории вверенного им региона.

Информационная политика в экологической сфере Оренбургской области регламентируется стратегической целью государственной политики в области экологического развития, заключающейся в решении социально-экономических задач, обеспечивающих экологически ориентированный рост экономики, сохранения благоприятной окружающей среды, поддержании целостности природных систем и жизнеобеспечивающих функций для устойчивого развития общества, повышения качества жизни, улучшения здоровья населения и демографической ситуации, обеспечения экологической безопасности страны.

Исходя из этого, основной *целью* информационной политики в области экологии и охраны окружающей среды Оренбургской области является обеспечение перехода региона к информационному обществу, благодаря чему станет возможным развитие духовной сферы жителей региона и создание необходимых условий для качественной жизни населения в экологически чистом регионе. При этом обеспечение полноценной и эффективной жизнедеятельности человека в информационном обществе требует согласованного взаимодействия органов власти и народа в сфере консолидации по вопросам природоохранительной деятельности [72], что позволит:

- создавать условия для внедрения новых информационных технологий, повышающих эффективность деятельности региона в системе экологического менеджмента;

- создавать условия, обеспечивающие в регионе права и свободы человека в информационной сфере, поднимающей вопросы охраны окружающей среды;

- развивать информационные потребности населения региона в знании экологической обстановки и их удовлетворение в системе СМИ;

- формировать экологическую информационную культуру жителей региона;
- обеспечивать условия для развития духовной сферы населения региона с целью активного участия в решении разного рода экологических проблем;
- превращать региональные информационные ресурсы в стратегические, направленные на улучшение качества жизни населения, его экологической безопасности;
- создавать условия для информационной открытости региона в экологической сфере;
- обеспечивать экологическую безопасность региона;
- создавать необходимые условия для экологически грамотного обоснованного размещения объектов хозяйственной деятельности человека.

Основными *направлениями* региональной информационной политики Оренбуржья в области экологии являются:

- обеспечение экологически безопасного и устойчивого развития региона в условиях рыночной экономики;
- формирование единого информационного пространства региона в вопросах экологической безопасности людей;
- подготовка населения региона к жизни в условиях постоянного внимания к природе и её ресурсам;
- создание политических, правовых, экономических основ для решения проблем экологии и охраны окружающей среды;
- создание свободного доступа к любой информации, касающейся такой деятельности человека, которая создает угрозу для его жизни;
- обеспечение охраны среды обитания человека;
- восстановление нарушенных деятельностью человека экосистем;
- участие каждого жителя региона в решении экологически значимых проблем.

Реализация основных направлений и достижение целей региональной информационной политики в экологической сфере Оренбуржья возможно лишь

при решении основных *задач*, напрямую связанных с использованием новых, современных информационно-телекоммуникационных технологий:

- создание условий для максимального использования потенциала региональных СМИ в вопросах экологического обоснования имеющихся проблем;
- повышение качества экологического образования населения региона;
- формирование такой информационно-коммуникационной инфраструктуры региона, которая сможет грамотно разъяснить каждому его жителю ту или иную проблему в области экологии;
- создание единой информационной среды по сохранению целостности природных комплексов региона;
- стимулирование науки и производства региона в экологической сфере;
- обеспечение граждан местной общественно значимой информацией по вопросам экологии;
- формирование нормативно-правовой базы, регулирующей информационную сферу в области экологии на территории региона;
- повышение эффективности взаимодействия органов власти и населения региона по вопросам экологии и правоохранительной деятельности;
- содействие развитию разных видов сотрудничества в области разработки новых экологических технологий;
- предотвращение негативных экологических последствий и др.

Информационная политика в экологической сфере нашей области должна опираться на следующие базовые *принципы*:

- открытости информации в системе природоохранительной деятельности, осуществляемой на территории региона;
- системности и комплексности в освещении использования природных ресурсов и экологических последствий проводимых мероприятий;
- социальной ориентации в осуществлении хозяйственных и иных проектов, связанных с воздействием на природные системы,

- государственной поддержки в плане возмещения населению региона и окружающей среде ущерба, нанесенного в результате нарушения законодательства, касающегося охраны окружающей среды;

- приоритетности права участия гражданского общества и органов местной власти в решении вопросов природоохранительной деятельности;

- эффективного управления природными комплексами;

- соблюдении права каждого человека на получение достоверной информации о состоянии окружающей среды и др.

Осуществление информационной политики в области экологии, направленной на формирование Оренбургского региона как полноценного участника мирового информационного пространства, обладающего развитой инфраструктурой и богатыми информационными ресурсами позволит данному субъекту РФ:

- эффективно выполнять природоохранное законодательство РФ;

- формировать и реализовывать стратегию социально-экономического развития региона с учетом природоохранительной политики;

- перейти к качественно новой системе управления за счет последовательного реформирования информационного производства в экологической деятельности человека;

- развивать духовную сферу жителей региона с целью активного участия в развитии своего региона с учетом экологически грамотного подхода к природным ресурсам региона и природе в целом;

- постоянно совершенствовать систему экологического менеджмента;

- снижать негативное воздействие на окружающую среду со стороны человека, внедряя современные экологические технологии;

- полноценно обеспечивать экологическую безопасность каждого жителя региона, всех производственных комплексов;

- признать невозможность развития человеческого общества при деградации природы.

Региональная информационная политика в сфере экологии и правоохранной деятельности человека должна способствовать серьезным преобразованиям. Для этого необходимо использовать следующие *механизмы* реализации данной политики: экономические, организационные, правовые; общественную поддержку; проведение постоянного мониторинга; управление процессом осуществления хозяйственно-производственной деятельности человека.

Таким образом, для успешной реализации информационной политики в экологической сфере Оренбургской области необходимо четко осознавать её цель и задачи, понимать стратегию, включающую направления развития и базовые принципы осуществления экологической политики и имеющую эффективные механизмы её проведения.

2.2 Информационно-публицистический потенциал массмедиа Оренбургской области в решении экологических проблем окружающей среды

Наличие интереса у аудитории и профессионального интереса у журналистского сообщества к теме экологии и охраны окружающей среды, о чем подробно рассказывалось в 1 главе монографии, говорит о том, что данная тема обладает определенным информационно-публицистическим потенциалом, для подробного рассмотрения которого перед нами в данном параграфе стоят следующие задачи:

- рассмотреть специфику информационно-публицистического потенциала темы экологии и проблемы охраны окружающей среды в СМИ;
- проанализировать информационную политику СМИ Оренбуржья в области экологии.

2.2.1 Специфика информационно-публицистического потенциала СМИ в раскрытии проблем экологии

В настоящее время в средствах массовой информации, как на федеральном, так и региональном уровнях (см. 1.3) все чаще поднимаются вопросы экологии и окружающей среды. Это вызвано, прежде всего, интересом читательской аудитории (см. 1.2) и журналистского сообщества (см. 1.3) к экологическим проблемам, которые ежедневно становятся информационным поводом в связи с их актуальностью и значимостью для мирового сообщества в целом и каждого человека в частности. В чем же заключается специфика публицистического потенциала данной темы в СМИ? Попробуем ответить на данный вопрос, рассмотрев термин *«информационно-публицистический потенциал»*, основным компонентом которого является понятие информации, остающееся одним из самых дискуссионных в науке. В силу своей широты сегодня нет строгого и достаточно универсального его определения. В разных отраслях человеческой деятельности информация понимается по-разному.

Первоначально «информация» воспринималась как сведения, передаваемые людьми устным, письменным или другим способом. С середины XX века термин «информация» превратился в общенаучное понятие, включающее:

- обмен сведениями между людьми, человеком и машиной, машиной и машиной;
- обмен сигналами в окружающем мире;
- передачу признаков (например, от организма к организму на уровне генетической информации) и т.д.

С нашей точки зрения информация является некой смысловой формой представления. И только в таком понимании появляется возможность её обмена между людьми в социуме, с помощью средств массовой информации в том числе. В этом смысле можно говорить о её потенциале как совокупности всех

имеющихся возможностей («запасных» средств), заложенных в содержательном представлении информации.

Исходя из этого, под информационным потенциалом будем понимать совокупность средств, методов и условий, позволяющих эффективно и рационально использовать информационные продукты [90]. Наиболее развернутое и точное определение данного понятия дается в Решении Совета глав правительств СНГ «О концепции информационной безопасности государств – участников содружества независимых государств в военной сфере» от 22 января 1993 года: информационный потенциал – это, прежде всего, информация, зафиксированная на материальных носителях или в любой другой форме, обеспечивающей ее передачу во времени и пространстве потребителям для решения широкого спектра задач, связанных с деятельностью государственных институтов, военно-промышленного комплекса и вооруженных сил. В них содержатся силы и средства, которые могут быть использованы для добывания, передачи, обработки, хранения и отображения информации, а также умонастроения людей, способные запускать и контролировать различные вещественно-энергетические процессы [79].

В нашем исследовании тема экологии и проблема охраны окружающей среды рассматривается через призму средств массовой информации, поэтому к термину «информационный потенциал» логично добавить понятие «публицистический», характеристика которого позволит расширить полисубъектность коммуникативной среды, ежесекундно подвергающейся воздействию огромного количества субъектов информационной деятельности, способных выразить свое мнение по поводу волнующих их событий и фактов. Журналистика в этих условиях становится важным фактором развития диалоговых стратегий между всеми субъектами медиадеятельности.

Именно такое направление журналистской деятельности обеспечивает развитие общественных инициатив и рост гражданского потенциала личности, формируемых на демократических принципах, которые позволяют создать для всех граждан страны возможность решать как федеральные, так и региональные

проблемы в рамках различных проектов, реализуемых благодаря участию традиционных СМИ. В этом случае, средства массовой информации становятся, с одной стороны, информационным ресурсом для развития общественных инициатив активных представителей социума, а, с другой, - включают широкую аудиторию в процесс совместного создания актуализированного контента, решающего актуальные для общества задачи, поднимаемые тем или иным средством массмедиа, тем самым формируя гражданское самосознание каждого человека. При этом журналистика превращается в достойного партнера любого потребителя информации, делая последнего активным субъектом медиатеатральности [63].

Только в таком контексте сущность информационно-публицистического потенциала напрямую связана с понятием информации, которое зафиксировано в такой форме, которая может обеспечить ее передачу во времени и пространстве потребителям для решения широкого спектра задач, связанных с деятельностью всех институтов гражданского общества. Отсюда информационно-публицистический потенциал напрямую взаимосвязан с проблемой формирования и развития информационной культуры российских СМИ.

Таким образом, информационно-публицистический потенциал - это совокупность средств, методов и условий, позволяющих эффективно и рационально использовать информационные продукты с целью формирования гражданского самосознания каждого человека в решении разнообразных проблем, волнующих современное гражданское общество. Говоря об экологических проблемах, необходимо отметить и тот факт, что сегодняшние СМИ, как на федеральном, так и региональном уровнях способны решать большую часть вопросов, затрагивающих разнообразные проблемы охраны окружающей среды на разных территориях нашей страны.

2.2.2 Информационная политика СМИ Оренбуржья в области экологии

Государственное регулирование деятельности средств массовой информации осуществляется в соответствии с Законом Российской Федерации от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 18.04.2018) «О средствах массовой информации» [2], Указом Президента РФ «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2020 годы» от 9 мая 2017 г. №203 [5]. На их основе разработана нормативно-правовая база функционирования и взаимодействия органов власти и СМИ в стране и Оренбургской области, в частности.

Из года в год расширяется информационное пространство Оренбуржья. На территории области по состоянию на 29.12.2018 г., по данным территориального управления Роскомнадзора, зарегистрировано 223 средства массовой информации. В том числе печатных изданий – 130, из них 106 газет, 23 журнала, 1 сборник; электронных изданий - 91, из них 11 телепрограмм, 2 радиопрограммы, 27 телеканалов, 51 радиоканал и два информационных агентства[69].

Жителям Оренбургской области доступна продукция всех печатных СМИ, их общий тираж по подписке составляет более 500 тыс. экз. В среднем по подписке на 100 жителей области приходится свыше 10 экз. газет и журналов [69]. Как выглядит структура подписки, можно увидеть на рисунке 22.

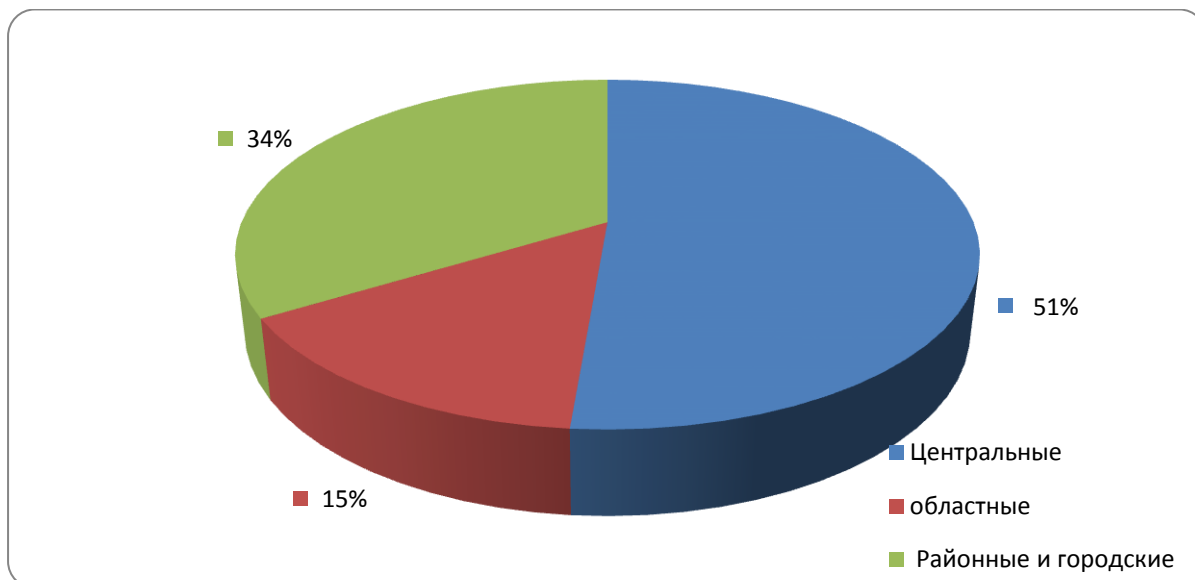


Рисунок 22 – Соотношение печатных изданий в общей областной подписке

Местная пресса играет важную роль в формировании правильных ориентаций и моделей участия в социальной жизнедеятельности у аудитории Оренбуржья. Однако следует констатировать, что в структуре сегодняшней местной прессы лишь некоторые издания предлагали (например, «Комсомольская правда» – Оренбург») и предлагают определенный спектр разнообразных тем, затрагивающих вопросы экологии и охраны окружающей среды: «Южный Урал», «Оренбуржье», «Аргументы и факты», различающиеся по периодичности и ареалу распространения.

Для наглядного представления нами, был осуществлен мониторинг номеров газеты «Комсомольская правда» – Оренбург с 1.08.2014 г. по 31.04.2017 г. с целью определения материалов на экологическую тему. За данный период в анализируемом издании было выявлено 33 публикации на исследуемую тему, в том числе и ряд публикаций одного из авторов данной монографии:

- серия публикаций Е. Падалко, освещающих отстаивание пригородной дубравы местными жителями от незаконной застройки: «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей» (№92 от 19.08.2014 г.) (см. приложение Д), «В дубраве под городом устанавливают забор» (№95 от 28.08.2014 г.) и др.;

- Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели» (№106 от 09.09.2014 г.);

- Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник» (№124 от 14.10.2014 г.);

- Е. Падалко «Выйди, вонь!» (№18 от 19.02.2015 г.) (см. приложение Е);

- Г. Коваленко «Депутаты Госдумы просят защитить Бузулукский бор» (№24 от 04.03.2015 г.) (см. приложение К);

- Г. Коваленко «Из Урала будут качать воду для полива 3000 гектаров земли» (№30 от 31.03.2015 г.) (см. приложение Л) и др.

Проведенный мониторинг показал, что за 2,5 года журналисты издания обратились к теме экологии и охраны окружающей среды всего лишь 33 раза. Это достаточно мало для такого издания.

Говоря об отношении власти и народа в понимании значимости рассматриваемой темы, необходимо сказать, что каждая публикация на экологическую тему вызывала интерес читателей. Они писали, звонили в редакцию, выражали свою позицию по этому вопросу. Зачастую, как отмечали сами журналисты, тему для публикации предлагали сами читатели. Например, серия публикаций Е. Падалко о лесном хозяйстве была инициирована читателями, именно они забили тревогу о гибели и уничтожении леса. Журналист на протяжении работы над материалом держала с ними постоянную связь, получала фотоматериалы.

При этом власти не спешат реагировать на проблемы, поднимаемые журналистами. Авторы публикаций «Комсомольской правды» - Оренбург» отмечают, что отправленные в органы власти запросы, на которые по закону должен быть получен ответ в течение 7 дней, остаются зачастую без ответа, либо приходят отписки, в которых говорится о том, что они ничего не могут сделать, так как вопросы решаются не только на местном уровне, есть закон, в рамках которого прошел конкурс, ничего мы сделать не можем (например, публикации о Бузулукском боре). При этом население активно принимало участие в подписании открытой петиции в защиту бора. Электронные версии публикаций набрали большое количество комментариев, чаще негативных.

Со стороны власти любая проблема – это минус в их работе, поэтому чиновники отстраняются от телефонных интервью, и от встреч с журналистами.

На наш взгляд именно экологической тематике сегодня следует уделять более пристальное внимание, анализировать уровень знаний населения в сфере охраны окружающей среды, описывать примеры правильного экологического поведения, разумного образа жизни, что повысит уровень экологической культуры аудитории. Осознание человеком своего вклада в охрану окружающей среды не позволит ему небрежно относиться к тому миру, в котором он живет.

Важнейшая роль в освещении жизни регионов, в том числе и с точки зрения экологических проблем, принадлежит электронным СМИ. Сегодня телевидение, Интернет особенно влияют на духовное развитие людей, их социальную стабильность и формирование институтов гражданского общества в регионах.

В информационном пространстве области сегодня действует 91 электронное издание, из них 11 телепрограмм, 2 радиопрограмм, 27 телеканалов, 51 радиоканал и два информационных агентства [69]. ТК «Регион», ТВЦ «Планета», «Орен-ТВ» охватывают своим вещанием Оренбург и часть близлежащих районов. На территории всей области вещает ГТРК «Оренбург». С 2007 года ГТРК «Оренбург» задействован на «Российском информационном канале» («Вести 24»), где местному вещанию отдано 4 часа в сутки.

В современных условиях местное телевидение лишено прежнего объема вещания, вследствие чего снижается степень влияния на формирование взглядов и ценностей зрительской аудитории. Местные телевизионные каналы отчасти удовлетворяют потребности жителей определенных городов и населенных пунктов в получении информации, значимой для их региона. Оренбургское телевидение в общественной жизни области могло бы играть большую роль, в полной мере выполняя такие важные функции, как организаторскую и просветительскую, благодаря которым жители региона могли бы получать в большем объеме объективную информацию обо всем происходящем в области.

Региональные электронные СМИ Оренбуржья в основном работают на освещении местных тем, при этом активно используя и сеть Интернет, где

представлены интернет-версии местных телевизионных выпусков новостей (56nv.ru, vestirama.ru, media56.ru).

Местные выпуски новостей – это неотъемлемая часть регионального информационного пространства. Так, программа «Вести Оренбуржья» за сутки выходит в эфир 4 раза (11:25 14:25 17:00 20:44) и есть врезки в «Утро России». На других местных телеканалах («Орен-ТВ», «Регион» и «Планета») новости выходят по 2–3 раза в сутки.

Чтобы определить информационную картину области, которую формируют оренбургские теленовости, было проведено исследование программы новостей «Вести Оренбуржья». Были просмотрены выпуски региональных новостей на телеканале «Россия 1» в январе 2019 года. В таблице 13 представлен перечень тем, по которым были сняты сюжеты в программах «Вести Оренбуржья». Было проанализировано 50 наиболее значимых сюжетов, выходящих в 20:44, где ведущими были М. Савин, П. Попова, К. Быкова, А. Здвижков, Е. Черных.

Таблица 13 – Тематическое своеобразие в программах «Вести Оренбуржья» (январь 2019 года)

№ п/п	Тема сюжета	Сферы сюжетов
1	Бузулукская вода с высоким содержанием железа из проблемы превратилась в источник прибыли	экономика, экология
2	«Золотой экспресс» помогает «ОрскГорТрансу» не растерять поклонников трамвая	транспорт
3	С января 2019 выросли страховые пенсии неработающих пенсионеров	социальная
4	На следующей неделе откроется выставка-ярмарка «Рыбак Камчатки»	торговля
5	В Оренбурге прикрыли подпольных цех по изготовлению алкоголя	работа правоохранительных органов
6	В Абдулино вандал разбил 15 уличных светильников	происшествия
7	Вновь избранный глава Бузулука принес присягу горожанам	политика

Продолжение таблицы 13

№ п/п	Тема сюжета	Сферы сюжетов
8	Оренбуржцы жалуются на таксистов в Роспотребнадзор	транспорт
9	После ремонта открылись обновлённые отделения Детской городской клинической больницы Оренбурга	здравоохранение
10	В больницах Орска и Новотроицка запустили обновленные томографы	здравоохранение
11	В канун Крещения сотрудники регионального МЧС проверили оренбургские храмы на безопасность	религия, надзор МЧС
12	Крещенский сочельник: сегодня в области откроются 104 купели	религия
13	На администрацию Орска подали в суд за темные улицы в п. Первомайский	социальная
14	Будьте бдительны: как отличить настоящего сотрудника газовой службы от мошенника	работа правоохрани- тельных органов
15	25-километровую пробку собралو ДТП с двумя большегрузами под Бугурусланом	происшествия на транспорте
16	Начинающие фермеры Оренбуржье вновь борются за гранты	экономика
17	Еще 40 новых «глаз» будут следить за водителями на трассах Оренбуржья	транспорт
18	Суд определил подозреваемому во взятке зам. главе Красногвардейского района меру пресечения	работа правоохрани- тельных органов, политика
19	Бродячих собак закон защитил. А кто защитит от них оренбуржцев?	социальная
20	Год театра: у оренбургского зрителя большой выбор	культура
21	Ряд крупных федеральным банком подняли свои процентные ставки по ипотечным кредитам	экономика
22	Огонь распространился мгновенно: подробности страшного пожара в Новоорском районе	происшествия
23	В ближайшие сутки в Оренбуржье ожидаются туман, гололед, изморозь	погода
24	Сегодня утром в Оренбурге произошло 2 ДТП, в которых получили травмы 3 человека	транспорт, происшествия
25	В свет вышли 2 книжные новинки Оренбургского издательства имени Геннадия Донковцева	культура
26	На полпроцента подняли процентные ставки по ипотечным кредитам некоторые крупные федеральные банки	экономика
27	В Оренбургском аэропорту усилен санитарно-карантинный контроль	транспорт, санитарный надзор
28	Театральное село: жители Краснояровка Курманаевского района сами себе режиссеры, актеры и сценаристы и др.	культура
29	Оренбуржье ждут морозные выходные	погода
30	Тотальная цифровизация: оренбуржцы активно уходят с аналогового ТВ	социальная
31	Глава Оренбурга представил нового вице-мэра	политика
32	Орские коммунальщики получили подкрепление в борьбе со снегом	социальная, транспорт

Продолжение таблицы 13

№ п/п	Тема сюжета	Сферы сюжетов
33	Медленный снег и потепление: где в Оренбурге ни пройти ни проехать?	социальная
34	Исходя из чего определяли тарифы на «Сбор и вывоз ТКО» и как часто они будут меняться	социальная
35	Блокаду помним	история
36	Освободить Оренбург от снега: новый глава Оренбурга Дмитрий Кулагин проверил улицы областного центра	социальная
37	Аварийная новостройка	социальная
38	Значимая годовщина: 27 января от блокады был освобожден Ленинград, жители которого были эвакуированы в том числе и в Оренбург	история
39	Шесть журналистов и оператор ГТРК «Оренбург» получили награды из рук губернатора	Праздник «День российской журналистики»
40	Переправа готова: жители с. Нижнеозерное оценили новый мост	социальная
41	В честь 75-ой годовщины полного освобождения Ленинграда в Оренбурге чествуют ветеранов блокады	история
42	В Оренбурге вспоминают писателя и сценариста Александра Саморядова	культура
43	Пианистка Юлия Святкина из Новотроицка победила в международном конкурсе	культура
44	В храме-часовне при ОГУ отслужили праздничный молебен в честь Татьянинного дня	праздники (День студенчества)
45	Общая жизнь: об одном дне из жизни студентов	праздники (День студенчества)
46	В мэрии наградили лучших студентов областного центра	праздники (День студенчества)
47	С 25 января откроется движение по новому мосту через Урал	социальная
48	В Медногорске после ремонта открыли городскую больницу	здравоохранение
49	Спортивный центр к юбилею города: в Гае активными темпами идет строительство нового ФОКа	спорт, строительство
50	Щели в окнах и плесень: почему дом в ЖК «Молодежный» практически непригоден для жилья	социальная

Проведенный анализ сюжетов показал, что за январь 2019 года:

- 9 сюжетов (18%), практически 5 часть, посвящены социальной теме (например, «Щели в окнах и плесень: почему дом в ЖК «Молодежный» практически непригоден для жилья» и др.);

- 6 сюжетов (12 %) (десятая часть) посвящены проблемам транспортной сферы (например, «Золотой экспресс» помогает «ОрскГорТрансу» не растерять поклонников трамвая», «Оренбуржцы жалуются на таксистов в Роспотребнадзор» и др.);

- 5 материалов (10%) затрагивают вопросы культуры (например, «В Оренбурге вспоминают писателя и сценариста Александра Саморядова», «Пианистка Юлия Святкина из Новотроицка победила в международном конкурсе» и др.);

- темам происшествий, работе правоохранительных органов, праздников посвящено по 4 сюжета (по 8%). При этом следует отметить, что в январе 2 праздника «День российской печати (сюжет «Шесть журналистов и оператор ГТРК «Оренбург» получили награды из рук губернатора») и «День студенчества» (3 сюжета: например, «В мэрии наградили лучших студентов областного центра» и др.);

- по 3 сюжета (по 6%) приходится на темы экономики (например, «Начинающие фермеры Оренбуржье вновь борются за гранты» и др.), истории (например, «В честь 75-ой годовщины полного освобождения Ленинграда в Оренбурге чествуют ветеранов блокады» и др.), что объясняется тем, что в январе юбилейная дата освобождения Ленинграда от фашистских захватчиков, а это касается каждого в нашей стране;

- по 2 сюжета посвящены темам политики, религии, надзорной деятельности, погоде;

- темам спорта, строительства, торговли, экологии было посвящено по 1 материалу;

- вообще не было сюжетов об образовании, сельском хозяйстве и др.

При всей тематической широте представленных сюжетов проблеме экологии в определенной мере в январе 2019 года был посвящен всего лишь один сюжет «Бузулукская вода с высоким содержанием железа из проблемы превратилась в источник прибыли», который рассматривал проблему воды в г. Бузулуке с точки зрения экономической проблемы. Это говорит о явно недостаточном внимании журналистов электронных СМИ к экологическим проблемам, хотя географическая палитра информации широка: здесь и новости городов Оренбурга, Медногорска, Орска, Новотроицка, Бузулука, Гая и ряда населенных пунктов (Красногвардейского, Курманаевского, Абдулинского и других

районов), в которых имеет место достаточно большое количество экологических проблем.

Говоря об информационной политике Оренбургской области, следует особое внимание обратить на роль власти в решении экологических проблем в разных СМИ и консенсусе народа и журналистов.

Например, журналисты программы «Вести Оренбуржья» отмечают, что власти принимают участие в решении проблем, поднимаемых в материалах: часто в сюжетах говорится о роли Губернатора области, меров городов Оренбуржья в решении той или иной проблемы (например, в сюжетах «Орские коммунальщики получили подкрепление в борьбе со снегом», «Шесть журналистов и оператор ГТРК «Оренбург» получили награды из рук губернатора», «Спортивный центр к юбилею города: в Гае активными темпами идет строительство нового ФОКа» принимал непосредственное участие Ю. Берг, в сюжетах «Глава Оренбурга представил нового вице-мэра», «Освободить Оренбург от снега: новый глава Оренбурга Дмитрий Кулагин проверил улицы областного центра» - глава г. Оренбурга Д. Кулагин, в сюжете «Вновь избранный глава Бузулука принес присягу горожанам» - мер г. Бузулука).

Чиновники на местах, как отмечают журналисты, также реагируют на проблемы, что можно было увидеть в представленных в январе сюжетах (например, в сюжете «Будьте бдительны: как отличить настоящего сотрудника газовой службы от мошенника» принял участие начальник отдела госнадзора г. Оренбурга, в материале «Аварийная новостройка» выступил с комментариями заместитель главы сельсовета поселка «Пригородный»). Журналисты отметили: «иногда приходится решать вопросы с чиновниками при помощи запросов. Это чаще всего касается каких-либо организаций, и не всегда ответы приходят быстро».

Однако следует заметить, что журналисты не сказали о том, что в решении экологических проблем, поднимаемых на TV, активное участие принимают чиновники разных рангов.

Для подготовки публикаций по вопросам экологии и охраны окружающей среды журналисты часто обращаются к профильным ведомствам. Один из вариантов взаимодействия власти и журналистов – это письменный запрос. Согласно государственному докладу Министерства природных ресурсов, экологии и имущественных отношений Оренбургской области, в 2017 году поступило 14 запросов по проблемам экологии от СМИ:

- о запланированных мероприятиях, связанных с Годом экологии в России (ООО «Издательский дом «Урал-Пресс», запрос от 11.01.2017 г.);

- о перераспределении федеральных полномочий в пользу регионов (Информационное агентство ТАСС, запрос от 18.01.2017 г.);

- о состоянии водного объекта (Региональное информационное агентство «Оренбуржье» РИА 56, запрос от 13.06.2017 г.);

- о добыче песчано-гравийной смеси и бутового камня в Оренбургской области (ООО «Издательский дом «Урал-Пресс», «Комсомольская правда», запрос от 19.06.2017 г.);

- о штрафах за воздействие на окружающую среду, о природоохранных мероприятиях на ведущих промпредприятиях региона (ООО «Урал – ТВ», запрос от 21.06.2017 г.);

- о доступности водоемов для населения Оренбургской области (ООО «Издательский дом «Урал-Пресс», «Комсомольская правда», запрос от 09.08.2017 г.);

- об экологической обстановке в регионе (АНО «ТВ – Новости», запрос от 06.09.2017 г.);

- о мероприятиях экологического характера (Издательский дом «Аргументы и факты», запрос от 12.09.2017 г.);

- о добыче полезных природных ископаемых на территории Сорочинского городского округа (ООО «Издательский дом «Урал-пресс», «Комсомольская правда», запрос от 26.09.2017);

- о создании нового заказника «Губерлинские горы» (ООО «Урал – ТВ», запрос от 09.10.2017 г.);

– о строительстве нового полигона ТКО (Радио «Эхо Москвы» Оренбург, запрос от 04.12.2017 г.);

– о реализации законодательства в области обращения с ТКО (ООО «Издательский дом «Урал-пресс», «Комсомольская правда», запрос от 20.12.2017 г.).

Необходимо заметить, что взаимодействие власти с региональными средствами массовой информации не ограничивается только перепиской. Профильное министерство организовало для региональных СМИ несколько брифингов и пресс-конференций по наиболее важным темам, представляющим общественный интерес:

– интервью заместителя министра В.С. Белова для записи программы областного радио России (тема беседы – состояние мусорных свалок, январь 2017 г.);

– подготовка интервью Губернатора Оренбургской области телекомпании «ВГТРК – Оренбург» по теме – Год экологии в Оренбуржье: основные акценты, мероприятия, и проекты (февраль 2017 г.);

– интервью заместителя министра В.С. Белова в эфире программы «Среда обитания», выпущенного по заказу Правительства Оренбургской области, по вопросу сортировки и переработки бытового мусора (телекомпания «ВГТРК – Оренбург», эфир – 13.06.2017 г.);

– подготовка итогового интервью Губернатора Оренбургской области «ВГТРК – Оренбург» по вопросам: о здании «гагаринской летки», о свалках, об итогах Года экологии в Оренбургской области.

Если говорить о реакции зрителей на информацию, представленную в публикациях на экологическую тему в региональных СМИ и программе «Вести Оренбуржья» то стоит заметить, что контакт журналистов с жителями региона существует. Например, на сайте программы «Вести Оренбуржья» есть вкладка «Написать нам», где любой житель Оренбургской области может либо написать жалобу, либо предложить материал для сюжета. Опрос журналистов ГТРК «Оренбург» показал, что связь со зрителями осуществляется и на уровне теле-

фонных звонков и писем на группу «ВКонтакте». Однако в январских сюжетах отработка социального запроса не отражена.

В газете «Комсомольская правда» - Оренбург» существует постоянная обратная связь с населением области. Многие публикации создаются на основе писем читателей (например, публикация Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей» была написана после обращения читателей, сообщивших о вырубке пригородного леса). Зачастую читатели контролируют процесс сбора информации, помогают, звонят в редакцию.

Сегодня экологическая тема в Оренбуржье достаточно актуальна, так как область занимает одно из первых мест в стране по онкологическим и кардиологическим заболеваниям, связанным непосредственно с деятельностью ряда промышленных предприятий, находящихся на территории области. Поэтому для жителей региона важно, чтобы СМИ не только отражали все значимые события дня с точки зрения информационной насыщенности, но и обращали особое внимание на проблемы, ценность которых жизненно значима для каждого. Речь идет об экологических проблемах. При этом информационные материалы по экологии должны иметь различные семантические оттенки, позволяющие расширить содержательный спектр такой информации, делая её особенно полезной.

Таким образом, местные пресса и телевидение не всегда соответствуют ожиданиям общества по профессиональному решению экологических проблем, но следует констатировать, что сегодня журналисты и жители региона стремятся найти консенсус, обеспечивающий решение некоторых насущных для области проблем, в том числе и по вопросам экологии и охраны окружающей среды. При этом власти области не всегда готовы сотрудничать с журналистами по этим проблемам.

2.3 Рекомендации по реализации стратегии информационной политики Оренбургской области в экологической сфере

С целью повышения эффективности реализации государственной политики в сфере раскрытия информации о деятельности региональных властей в области экологии нами предлагается проект программы повышения эффективности информационной политики Оренбургской области в сфере экологии.

Программа состоит из 4 разделов: выявленная проблема - предложенное решение - механизм реализации - ожидаемый результат. В данной программе рассмотрено 6 актуальных проблем, обеспечивающих повышение эффективности информационной политики Оренбургской области в области экологии, и даны предложения по их решению. Программа представлена в таблице 14.

Таблица 14 – Примерная программа повышения эффективности информационной политики Оренбургской области в экологической сфере

Выявленная проблема	Предложенное решение	Инструментарий	Ожидаемый результат
1 Отсутствие в открытых источниках достоверной информации для населения области, касающейся вопросов экологии	Размещение достоверной (выверенной) информации (или части информации), касающейся вопросов экологии, на сайтах органов власти (например, на Портале Правительства Оренбургской области) с указанием даты изменения; выработать единый стандарт предоставления информации об экологической обстановке в регионе	Регулярный мониторинг сетевых ресурсов, связанных с теми или иными экологическими проблемами; рекомендации к обновлению экологической информации	Наличие актуальной экологической информации и постоянный полный доступ к ней

Продолжение таблицы 14

Выявленная проблема	Предложенное решение	Инструментарий	Ожидаемый результат
2 Неполная информация о реализации приоритетных проектов в области экологии	По мере реализации проекта необходима точная отчетность (например, о соответствии сроков реализации проектов, их масштабы и т.д.)	Публикации на официальном портале Правительства области; пресс-конференции со СМИ, по итогам которых будут публиковаться достоверные и актуальные данные об осуществлении экологических проектов	Доступ к информации по экологическим вопросам, которая раньше была скрыта или неверна, что позволит населению отследить процесс реализации приоритетных проектов региона по экологии, ощущать положительную динамику решения проблемы.
3 Недостаточно эффективная работа районных СМИ по вопросам экологии	Организация постоянных рубрик, посвященных теме экологии. Регулярное освещение экологических проблем региона. Активное взаимодействие с аудиторией по выявлению и мониторингу актуальных экологических проблем.	Журналисты, которые должны отвечать за наполнение экологических рубрик и за взаимодействие с аудиторией по вопросам актуальных экологических проблем	Анализ районных СМИ позволит отслеживать экологические проблемы уже на уровне первоисточника, обеспечивая принятие оперативных решений, не допуская утечки отрицательной информации в издания областного и федерального уровней
4 Малоэффективное взаимодействие региональных СМИ с федеральными СМИ по вопросам экологии	Более тесное взаимодействие с корпоративными федеральными СМИ по вопросам экологии; формирование бюджета на рекламные публикации по экологическим вопросам региона и их публикация в федеральных СМИ	Увеличить количество пресс-туров, пресс-конференций с участием журналистов федеральных изданий не только на мероприятия, связанные с политикой, культурой, спортом, но и экологией и охраной окружающей среды и др.	Публикации на экологические темы региона в федеральных изданиях, что будет способствовать формированию положительного образа региона

Продолжение таблицы 14

Выявленная проблема	Предложенное решение	Инструментарий	Ожидаемый результат
5 Недостаточное взаимодействие по вопросам реализации экологической политики органов власти с журналистами разных СМИ и жителями региона	Организация общественных объединений, отвечающих за контроль экологической обстановки на определенной территории; регулярное взаимодействие власти, данных общественных объединений и СМИ	Регулярный мониторинг экологической ситуации на определенной территории объединенными силами: общественных организаций, чиновников, депутатов, журналистов	Отражение регулярных мониторингов экологической ситуации на определенной территории в СМИ, в официальных источниках власти и информационных площадках общественных организаций
6 Отсутствие оценки официальных сайтов региона по степени предоставления информации экологического содержания	Создать постоянный консультативный орган, проводящий оценку официальных сайтов региона по степени предоставления информации экологического содержания, на основе которой субъекты Федерации в последующем были бы обязаны размещать недостающую информацию в установленные сроки	Регулярный мониторинг сетевых ресурсов силами созданных консультативных органов, создание отчетов и рейтингов по результатам проведенной работы	Изменение системы предоставления информации экологического содержания на официальных сайтах региона на основании содержания мониторингов, отчетов и рейтингов

Представленная примерная программа повышения эффективности информационной политики Оренбургской области в экологической сфере поможет серьезно продвинуть регион к информационному обществу и потребует организации системной программно-целевой работы по реализации основных предложений, изложенных в Программе.

Государственная и региональная экологическая политика, как вершина экологической функции государства, является самостоятельной сферой общественной жизни в области охраны окружающей среды и природных ресурсов государства. Рассматривая специфику экологической политики государства и регионов, нами были сделаны следующие выводы:

- информационная политика – это особый тип коммуникаций, задающий способы поведения в пространстве информационных потоков и обменов между субъектами, формирующими ценностную и целевую структуру информационного пространства, обеспечивающего население страны доступной и верной информацией, касающейся разных сфер человеческой деятельности, в том числе и экологической;

- реализация региональной информационной политики возможна при условии четкого понимания роли и значения субъектов и объектов информационной политики, важность знаний функций которых позволит каждому человеку стать полноправным участником информационного пространства региона, получающим возможность принять участие в решении значимых для субъекта РФ проблем, в том числе и в области экологии и охраны окружающей среды;

- для успешной реализации региональной информационной политики в экологической сфере необходимо четко осознавать её цель и задачи, понимать стратегию, включающую направления развития и базовые принципы осуществления экологической политики и имеющую эффективные механизмы её проведения;

- информационно-публицистический потенциал проблемы окружающей среды заключается в возможности СМИ определять совокупность средств, методов и условий, позволяющих эффективно и рационально использовать информационные продукты с целью формирования гражданского самосознания

каждого человека в решении экологических проблем, волнующих современное гражданское общество;

- СМИ Оренбургской области не всегда соответствуют ожиданиям общества по профессиональному решению экологических проблем, но следует констатировать, что сегодня журналисты и жители региона стремятся найти консенсус, обеспечивающий решение многих насущных для области проблем, в том числе и по вопросам экологии и охраны окружающей среды; при этом власти области не всегда готовы сотрудничать с журналистами по этим проблемам;

- представленная примерная программа повышения эффективности информационной экологической политики Оренбуржья поможет серьезно продвинуть регион в плане решения экологических проблем и потребует организации системной программно-целевой работы по реализации основных предложений, изложенных в Программе.

3 Анализ экологических проблем окружающей среды на примере публикаций печатных СМИ Оренбуржья

В современных условиях развития общества СМИ уделяют большое внимание проблемам экологии и окружающей среды. Это связано, во-первых, с воздействием на природную среду производственной и экономической деятельности человека; во-вторых, с основными последствиями экологических проблем, а именно: потеплением климата, появлением озоновых дыр, вырубкой лесов, загрязнением водных ресурсов и т.д. В свете этого проблемы экологии и окружающей среды поднимаются и рассматриваются на самом высоком государственном уровне, так как пренебрежение ими чревато весьма опасными последствиями для всего человечества.

Интерес средств массовой информации к проблемам экологии мотивирован всем ходом развития современного научного прогресса, занимающегося преобразованиями окружающего мира. Исходя из этого, монография была рассмотрена роль СМИ как неотъемлемой части современного информационного пространства России в решении проблемы окружающей среды. В этой связи нами были в предыдущих главах монографии:

- исследованы региональные печатные СМИ в решении проблемы окружающей среды (рассмотрено понятие региональных средств массовой информации, даны характеристики печатных изданий, проанализированы особенности специализированных изданий по экологии и общественно-политических газет, освещающих проблему окружающей среды);

- изучен интерес читательской аудитории к проблемам экологии и окружающей среды (рассмотрена сущность феномена читательской аудитории, проанализированы запросы читательской аудитории России и Оренбургской области по экологии и проблемам окружающей среды);

- определена специфика освещения темы экологии и проблем охраны окружающей среды журналистским сообществом российских СМИ (выделены

основные спектры экологических проблем, освещаемых в изданиях федерального и регионального уровней);

- рассмотрен процесс формирования экологического мировоззрения читателей средствами журналистики (исследованы экологическая журналистика как отдельное тематическое направление, специфика формирования экологического мировоззрения средствами журналистики);

- проанализированы публикации на экологическую тему как значимое средство эмоционального влияния на читательскую аудиторию;

- исследована специфика региональной информационной политики в экологической сфере в условиях модернизации российского общества;

- изучен информационно-публицистический потенциал экологической темы и проблемы охраны окружающей среды в массмедиа Оренбургской области, исходя из его специфики в СМИ;

В третьей главе монографии нам необходимо рассмотреть, каким образом решается проблема охраны окружающей среды в региональной прессе, и какую оценку дают печатные СМИ в решении значимой для региона экологической проблемы? Для этого в исследовании были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть место региональных изданий, освещающих вопросы экологии, в рейтинговой системе медиаресурсов Оренбургской области;

- дать оценку проблем охраны окружающей среды в ряде печатных СМИ Оренбуржья, при этом обратив внимание на эколого-тематическую представленность материалов на страницах издания и эмоциональную нагрузку журналистских текстов на экологическую тему.

3.1 Место региональных изданий, освещающих вопросы экологии, в рейтинговой системе медиаресурсов Оренбургской области

В нашем исследовании будут рассмотрены публикации на экологическую тему, представленные в региональных газетах: «Комсомольская правда» - Оренбург», «Аргументы и факты» - Оренбург», «Оренбуржье». Прежде всего, нам необходимо было выяснить, какое место данные издания занимают в рейтинговой системе медиаресурсов Оренбургской области.

В определении места регионального издания в системе средств массовой информации на протяжении последних лет помогает автоматизированная система мониторинга СОЦМЕДИА и СМИ – проект «Медиалогия». С помощью мониторингов «Медиалогии» обозначим места вышеназванных СМИ в системе медиаресурсов Оренбургской области.

Публикации по экологии, взятые из газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» и представленные в исследовании, датированы 2014-2015 годами – до Года экологии, который прошел в Российской Федерации в 2017 году. Публикации из газет «Аргументы и факты» - Оренбург», «Оренбуржье» датированы 2019 годом, т.е. после проведения Года экологии. Исходя из этого, нами были рассмотрены результаты мониторингов «Медиалогии» за 2014, 2015, 2017 и 2019 годы.

Медиарейтинг Оренбургской области в 2014 году был представлен в основном интернет-изданиями, в топ-10 входило только одно печатное СМИ – газета «Орский вестник». Рейтинг по итогам 2014 года полностью представлен в таблице 15.

Таблица 15 – ТОП-10 самых цитируемых медиаресурсов Оренбургской области за 2014 год

СМИ	Категория	Индекс цитиру- емости
1 РИА Оренбуржье	Информагентство	467,75
2 Orsk.ru	Интернет	248,52
3 Time56.ru	Интернет	148,47
4 Oren.ru	Интернет	135,03
5 Ural56.ru	Интернет	94,80
6 Орский вестник	Газета	64,40
7 Orinfo.ru	Интернет	52,76
8 56orb.ru	Интернет	43,77
9 ГТРК Оренбург	ТВ	37,56
10 Orenday.ru	Интернет	33,43

Как видно из таблицы 23, по итогам 2014 года самым цитируемым СМИ Оренбургской области стало информационное агентство РИА Оренбуржье. Его индекс цитируемости составил 467,75. Стоит отметить, что данное информагентство и исследуемая нами газета «Оренбуржье» являются государственными изданиями, выпускаемыми ГУП «РИА «Оренбуржье».

Официальный сайт газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» Orenday.ru в рейтинге 2014 года занял 10 место с индексом цитируемости в 33,43. Двух других газет: «Оренбуржье» и «Аргументы и Факты» - Оренбург» - в данном рейтинге не представлено. Его сформировали такие СМИ, как интернет-издания Time56.ru (3 место, ИЦ 148,47), Oren.ru (4 место, 135,03), Ural56.ru (5 место, ИЦ 94,80), Orinfo.ru (7 место, ИЦ 52,76), 56orb.ru (8 место, ИЦ 43,77), газета «Орский вестник» (6 место, ИЦ 64,40), телеканал «ГТРК Оренбург» (9 место, ИЦ 37,56), наглядно разница в индексе цитируемости представлена на рисунке 23.

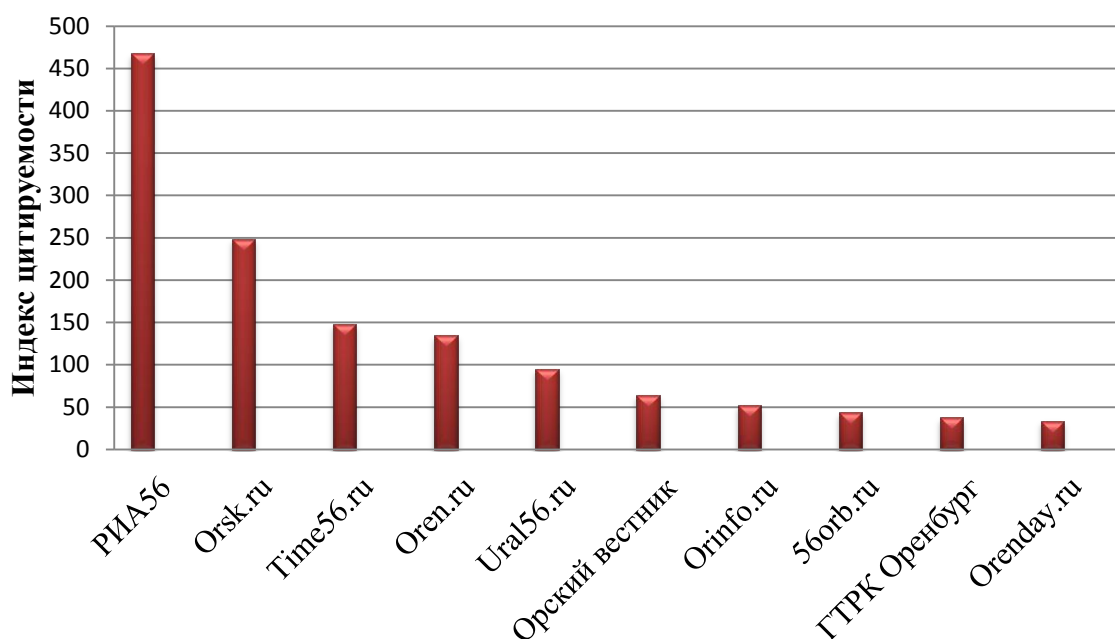


Рисунок 23 – ТОП-10 самых цитируемых СМИ Оренбургской области за 2014 год

Обратимся к рейтингу оренбургских средств массовой информации по версии «Медиалогии» за 2015 год, он представлен в таблице 16.

Таблица 16 - Рейтинг оренбургских средств массовой информации по версии «Медиалогии» за 2015 год

СМИ	Категория	Индекс цитируемости
1 РИА Оренбуржье	Информажентство	80,41
2 Orenday.ru	Интернет	33,73
3 Ural56.ru	Интернет	30,05
4Орская хроника	Газет	29,34
5 ГТРК Оренбург	ТВ	16,41
6 Orsk.ru	Интернет	15,45
7 Oren.ru	Интернет	14,61
8 Аргументы и Факты - Оренбург	Газета	11,69
9 Орский вестник	Газета	9,96
10 Оренбуржье	Газета	8,45

Как видно из таблицы 16 по прошествии года рейтинг цитируемости оренбургских СМИ значительно изменился. 40% рейтинга составляют печат-

ные издания: газеты «Орская хроника» (4 место, ИЦ 29,34), «Аргументы и Факты» – Оренбург» (8 место, ИЦ 11,69), «Орский вестник», (9 место, ИЦ 9,96) и «Оренбуржье» (10 место, ИЦ 8,45). В рейтинге медиаресурсов за 2014 года печатные СМИ были представлены только одним изданием – газетой «Орский вестник» (64,40).

Суммарный индекс цитируемости печатных СМИ за 2014 год не превышает индекса цитируемости лидера рейтинга информагентства «РИА Оренбуржье» (80,41). Отметим, что по сравнению с рейтингом, вышедшим годом ранее, индекс цитируемости этого СМИ снизился почти в 6 раз. Резкий скачок вниз свидетельствуют о том, что местные региональные издания перестали заимствовать информацию у информагентства, что говорит о более добросовестной работе журналистов других средств массовой информации, а также в их заинтересованности в актуальных и одновременно уникальных материалах.

Официальный сайт газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» Orenday.ru за год поднялся с 10 на 2 место в рейтинге «Медиалогии». При этом индекс его цитируемости практически не изменился: в 2014 году он составил 33,43, в 2015 – 33,73.

Третье место рейтинга заняло интернет-издание Ural56.ru. Его индекс цитируемости составил 30,05, что не намного меньше, чем у сайта у Orenday.ru. Индекс цитируемости почти в 2 раза меньше, чем у сайта Orenday.ru имеет телевизионный канал «ГТРК Оренбург» - 16,41 - с таким показателем он разместился на 5 строчке рейтинга. Интернет-издания Orsk.ru и Oren.ru расположились на 6 и 7 строчке с индексом цитируемости 14,61 и 11,69 соответственно. Это наглядно можно увидеть на рисунке 24.

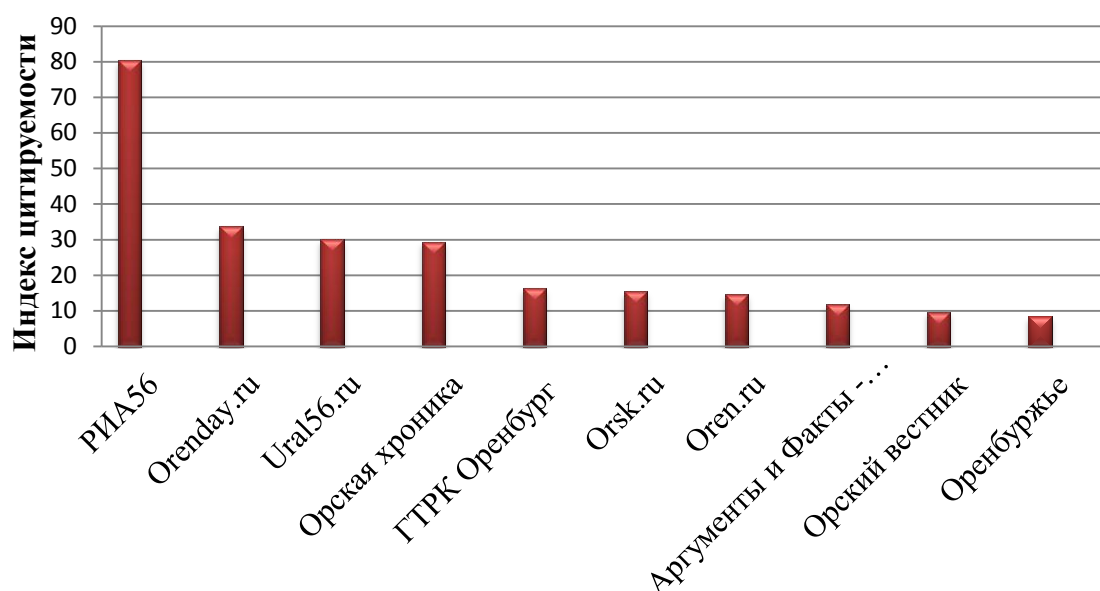


Рисунок 24 – Топ-10 самых цитируемых СМИ Оренбургской области за первый квартал 2015 года

Для сравнения обратимся к рейтингу цитируемости региональных изданий Оренбургской области за 2017 год, который представлен в таблице 17.

Таблица 17 – Топ-10 медиаресурсов Оренбургской области за 2017 года

СМИ	Категория	Индекс цитируемости
1 РИА Оренбуржье	Информационство	129,54
2 Orenday.ru	Интернет	57,57
3 Эхо Москвы в Оренбурге	Радио	44,98
4 Ural56.ru	Интернет	37,32
5 Orsk.ru	Интернет	27,55
6 Оренбуржье	Газета	23,51
7 ГТРК Оренбург	ТВ	21,93
8 56orb.ru	Интернет	16,69
9 Московский комсомолец – Оренбург	Газета	15,46
10 Орская хроника	Газета	16,47

В рейтинге «Медиалогии» за 2017 года официальная Интернет-площадка газеты «Комсомольская правда» - Оренбург», сайт Orenday.ru, по-прежнему занимает второе место, его индекс цитируемости составляет 57,57. У лидера ре-

гионального рейтинга информационного агентства «РИА Оренбуржье» этот показатель за 2017 года составляет 129,54. Это в 2,25 раза больше, чем у Orenday.ru, что наглядно представлено на рисунке 25.

На шестой позиции рейтинга расположилась газета «Оренбуржье», ее индекс цитируемости в 2017 году составил 23,51, что 5,5 раз меньше, чем у лидера информагентства «РИА Оренбуржье».

Третьего участника исследования – газеты «Аргументы и Факты» - Оренбург» в рейтинге за 2017 год не представлено.

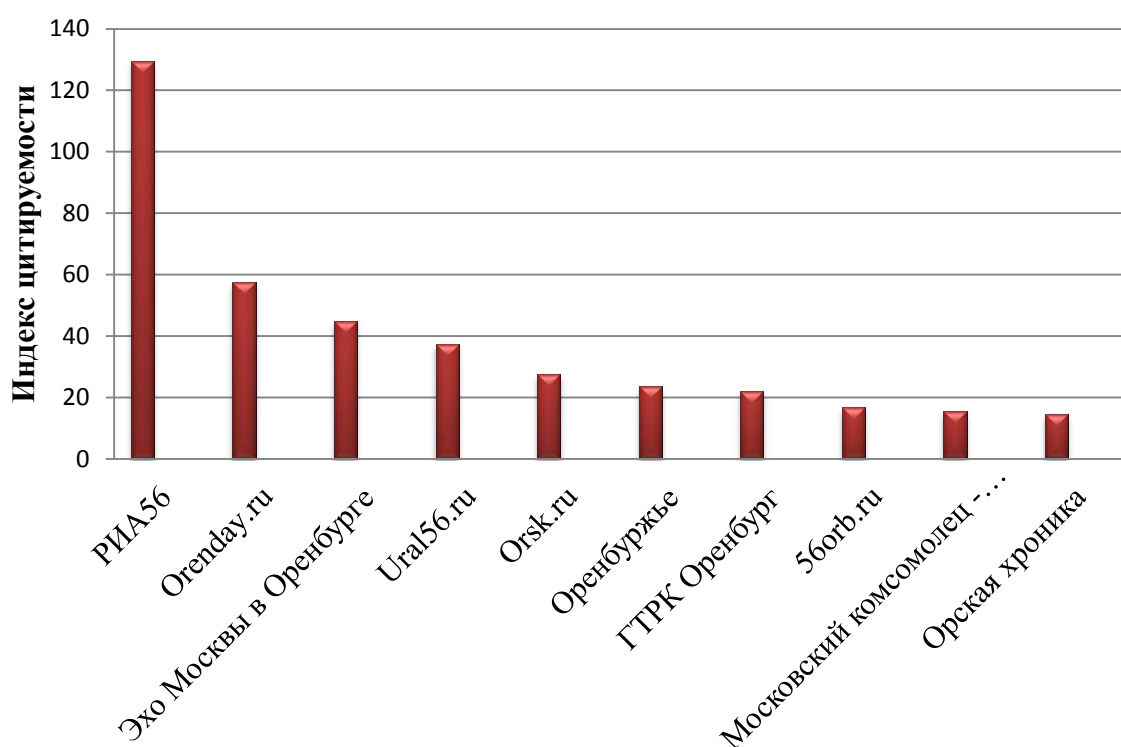


Рисунок 25 – ТОП-10 самых цитируемых медиаресурсов Оренбургской области 2017 года

Обратимся к данным проекта «Медиалогия» - рейтингу средств массовой информации Оренбургской области за 2018 год, который представлен в таблице 18.

Таблица 18 – ТОП-10 медиаресурсов Оренбургской области за 2018 год

СМИ	Категория	Индекс цитируемости
1 Ria56.ru	Информагенство	134,62
2 Orenday.ru	Интернет	98,01
3 Ural56.ru	Интернет	73,93
4Эхо Москвы в Оренбурге	Радо	58,68
5 Orsk.ru	Интернет	53,35
6 56orb.ru	Интернет	33,71
7ГТРК Оренбург	ТВ	22,85
8 Орен-ТВ	ТВ	15,01
9 Московский комсомолец - Оренбург	Газета	14,31
10 Оренбуржье	Газета	11,41

Лидирующие позиции по-прежнему занимают два издания - Ria56.ru и Orenday.ru. За год индекс цитируемости информационного агентства снизился до 134,62. У интернет-издания, напротив, индекс цитируемости вырос и по итогам 2018 года он составил 98,01.

В представленной таблице видно, что десятое место занимает газета «Оренбуржье», материалы которой будут рассмотрены в следующих параграфах. Индекс цитируемости государственного издания в 2018 году достиг отметки в 11,41, более чем в два раза меньше, чем по итогам 2017 года (23,51).

Рейтинг оренбургских средств массовой информации за 2018 год, наглядно показанный на рисунке 26, также представлен интернет-изданиями Ural56.ru (3 место, ИЦ 73,93), Orsk.ru (5 место, ИЦ 53,35), 56orb.ru (6 место, ИЦ 33,71) радиостанцией «Эхо Москвы в Оренбурге» (4 место, ИЦ 58,68), телеканалами ГТРК Оренбург (7 место, ИЦ 22,85), Орен-ТВ (8 место, ИЦ 14,31), газетой «Московский комсомолец - Оренбург» (9 место, ИЦ 14,31). Газета «Аргументы и Факты» - Оренбург», чьи публикации в следующих параграфах будут рассмотрены на предмет экологической тематики, в рейтинг СМИ по версии «Медиадиалогии» за 2018 год не вошла.

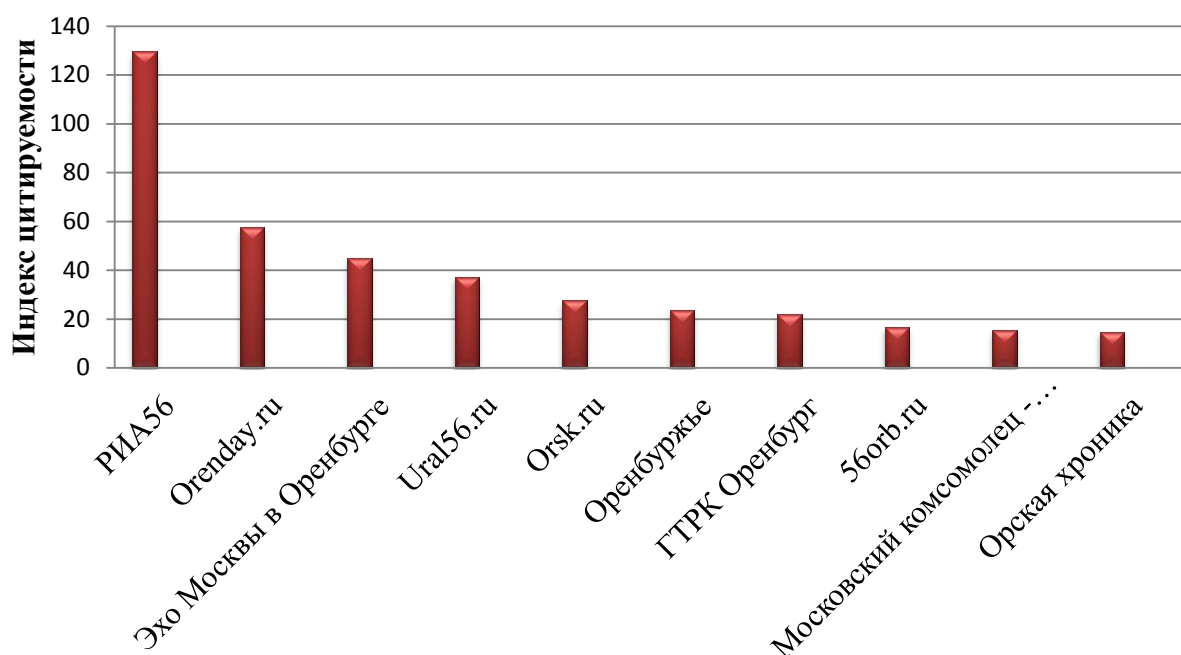


Рисунок 26 - ТОП-10 самых цитируемых медиаресурсов Оренбургской области 2018 года

Таким образом, на сегодняшний день сайт газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» – Orenday.ru является одним из лидеров в индексе цитируемости региональных средств массовой информации. С 2015 года он регулярно входит в тройку лидеров рейтинга. Газета «Оренбуржье» закрепились в рейтинге с 2015 года, ее позиции не всегда стабильны, но за рамки рейтинга в обозначенные годы издание не выходило. Газета «Аргументы и Факты» - Оренбург» вошла в региональный рейтинг только в 2015 году, заняв 8 место. В последующие годы издание в итогах исследования «Медиалогии» не обозначено.

3.2 Оценка проблем экологии в печатных изданиях Оренбуржья

Определив место региональных изданий: «Комсомольская правда» - Оренбург», «Оренбуржье», «Аргументы и Факты» - Оренбург» («АиФ») в рейтинговой системе медиаресурсов Оренбургской области, необходимо перейти к

рассмотрению процесса освещения проблем окружающей среды в этих газетах. Для этого необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть спектр экологической тематики на страницах изданий;
- проанализировать эмоциональную нагрузку журналистских текстов на экологическую тему на читателей.

3.2.1 Представление экологической тематики на страницах изданий

Рассмотрим особенности освещения охраны окружающей среды в газетах «Комсомольская правда» - Оренбург», «Оренбуржье» и «Аргументы и Факты – Оренбург» с точки зрения раскрытых экологических тематик на страницах изданий. Анализ начинается с этого аспекта, так как выбор тематики для публикаций находится в прямой зависимости от наличия запроса аудитории и возможности корреспондента обеспечить наличие соответствующей экологической информации.

Для анализа экологической тематики нами были взяты два периода:

- 1 период – 3 месяца (август-октябрь) 2014 года;
- 2 период – 3 месяца (январь-март) 2019 года.

В первый период вошли публикации газеты «Комсомольская правда» - Оренбург». Этот отрезок времени характеризуется отсутствием четко-сформулированной экологической повестки (проблемы) в регионе.

Во второй период анализа вошли материалы изданий «Оренбуржье» и «Аргументы и Факты» - Оренбург» (региональное приложение). Данный отрезок времени характеризуется четко-сформулированной экологической повесткой в Оренбургской области – переход на новый порядок обращения с твердыми коммунальными отходами (поправки к № 89-ФЗ, вступившие в силу 01.01.2019 - Закон № 503-ФЗ).

Нами не анализировались публикации газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» за второй период, так как газета «перестала выходить в ежедневном формате (в том виде, в котором она анализировалась за первый период). И не анализировались материалы изданий «Оренбуржье» и «Аргументы и Факты» - Оренбург» за первый период, так как первоначально задачей нашего исследования был анализ только одной газеты и ею стала «Комсомольская правда» - Оренбург».

Также стоит отметить, что в «Комсомольской правде» - Оренбург» под анализ попали публикации, вышедшие в газете ежедневного формата выпусков за 2014-2015 годы – период, который был до Года экологии в России (2017 год). Публикации в газетах «Оренбуржье» и «Аргументы и Факты – Оренбург» были взяты за период с января по март 2019 года – период после Года экологии в России. Этот факт был значим для нашего исследования, так как необходимо было рассмотреть: изменилась ли тематика публикаций до 2017 года (Год экологии) и после него.

Спектр экологических тематик регионального уровня мы рассматривали ранее в параграфе 1.3.2. Он включил в себя только три позиции:

- общая экология региона или города (водные ресурсы, атмосферный воздух, отходы, почва и т.д.);
- экология экосистемы (биологические системы и природные комплексы, такие как дубравы, степи, национальные парки);
- экологическая культура населения и экологическое право (уровень экологических знаний населения и применения их на практике и в быту).

3.2.1.1 Тематическая направленность публикаций по экологии в газете «Комсомольская правда» - Оренбург»

Предварительно нами был проведен мониторинг материалов газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» за 2014-2017 гг. [44]. Это было сделано с целью рассмотреть, насколько эта тема актуальна, разнообразна для периодической печати и востребована читателями? За данный период было опубликовано 33 материала. Для подробного анализа нами были взяты материалы за период 2013-2014 гг. Многие материалы, опубликованные в газете за этот период, были написаны одним из авторов данной монографии – Е.С. Беловой (Е. Падалко). За это период было опубликовано 13 материалов. Разбивка журналистских материалов газеты за 2014-2015 годы по тематическим направлениям представлена в таблице 19.

Таблица 19–Тематическое направление публикаций экологической проблематики в газете «Комсомольская правда» - Оренбург»(13 публикаций) за 2014-2015 гг.

Тематические направления	Публикации	Проблемы
1 Общая экология региона или города	Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели»; Е. Падалко «По экологическому развитию наш город скатился на 56-ое место»	зеленые зоны на территории города экологическое развитие региона

Продолжение таблицы 19

Тематические направления	Публикации	Проблемы
2 Экология экосистемы	Е. Падалко «Выйди, вонь!»; Е. Падалко «На Сакмаре разрыли берег: из-за добычи ПГС река в опасности»; Г. Коваленко «Из Урала будут качать воду для полива 3000 гектаров земли»; Г. Коваленко «Депутаты Госдумы просят защитить Бузулукский бор»; Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник»; Серия публикаций Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей», «В дубраве под городом устанавливают забор», «В пригородной дубраве вместо щепок летит мусор», «Жители поселка им. Куйбышева: Оставьте в покое наш лес!», «Городская прокуратура требует восстановить дело по пригородной дубраве»	загрязнение воздуха защита водных ресурсов режим особой охраны территории национальных парков и заповедников, проблемы леса и лесопользования вырубка леса
3 Экологическая культура населения и экологическое право	Е. Падалко «Любителей мусорить оренбуржцы готовы поставить на место»	Обращение с отходами

Анализ публикаций показал, что к тематике «Общая экология региона или города» относится 2 публикации:

- «Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели» (автор Г. Коваленко), представленная в приложении И, в которой журналист повествует о том, что зеленая зона в плотной застройке города подверглась халатному отношению предпринимателей, которые организовали в небольшом сквере стихийный рынок;

- в тексте автора Е. Падалко «По экологическому развитию наш город скатился на 56-ое место» рассказывается об итогах регулярного экологического

рейтинга крупных городов Российской Федерации за 2013 год: «Но цифры озадачили местных экологов. Еще бы, в рейтинге 2012 года Оренбург был на 36-ом месте и отмечался среди лучших в категории «Водопотребление и качество воды», а тут резкое падение».

Ко второму тематическому направлению «Экология экосистемы» относятся следующие публикации:

- в материале Е. Падалко «Выйди, вонь!», представленном в приложении Е, описан эксперимент, который провели журналисты самостоятельно, он связан с исследованием чистоты воздуха в зимний период в четырех районах г. Оренбурга. Для сравнения корреспондент приводит результаты не только редакционного исследования, но и результаты анализов воздуха областного центра, сделанного экологическими службами;

- в тексте «На Сакмаре разрыли берег: из-за добычи ПГС река в опасности», написанном Е. Падалко, повествуется о вопиющем факте активизации черных копателей в Сакмарском районе, правонарушители орудуют по всей территории реки, промышляя незаконной добычей песчано-гравийной смеси прямо на берегу;

- проблема защиты водных ресурсов поднимается и в публикации Г. Коваленко «Из Урала будут качать воду для полива 3000 гектаров земли», представленной в приложении Л, в которой Г. Коваленко рассказывает о реконструкции оросительной системы;

- журналист Г. Коваленко в публикации «Депутаты Госдумы просят защитить Бузулукский бор», представленной в приложении К, поднимает проблему режима особой охраны территории национальных парков и заповедников, проблемы леса и лесопользования; автор рассказывает о том, что два народных избранника от Оренбургской области обратились к председателю Правительства РФ с просьбой защитить национальный парк Бузулукский бор от добычи на его территории нефти;

- в публикации Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник», представленной в приложении Ж, также поднимается проблема особой охраны

территории национальных парков и заповедников; в материале рассказывается о том, что на территории Оренбургской области появилась новая охраняемая природная территория – южная часть хребта Шайтан-Тау;

- серия публикаций Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей» (см. приложение Д), «В дубраве под городом устанавливают забор», «В пригородной дубраве вместо щепок летит мусор» и др. поднимает проблему вырубки леса; в материалах раскрывается конфликт между местными жителями и предпринимателем, который возник в результате кощунственной вырубки части лесного массива, подготовленного для незаконной застройки.

В процессе формирования экологического мировоззрения одну из ведущих ролей играет повышение уровня экологической культуры населения. Однако за анализируемый период в газете «Комсомольская правда» - Оренбург» этой тематике была посвящена только одна публикация Е. Падалко «Любителей мусорить оренбуржцы готовы поставить на место», поднимаемая проблема обращения с отходами. Это еще один журналистский эксперимент: корреспонденты на оживленных улицах города выкидывали мешок мусора на землю и наблюдали за реакцией прохожих, проводили с ними небольшое интервью.

Журналисты газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» в своих публикациях на тему охраны окружающей среды за период с 1.08.2014г. по 30.03.2015 г. обращались 13 раз. Большое внимание (десять публикаций из 13) уделено самой глобальной тематике – экологии экосистемы (Е. Падалко «Выйди, вонь!», Е. Падалко «На Сакмаре разрыли берег: из-за добычи ПГС река в опасности», Г. Коваленко «Из Урала будут качать воду для полива 3000 гектаров земли», Г. Коваленко «Депутаты Госдумы просят защитить Бузулукский бор», Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник», серия публикаций Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей», «В дубраве под городом устанавливают забор» и др. В публикациях раскрыты проблемы охраны окружающей среды.

Две публикации из 13 были посвящены экологии города и региона (Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели», Е. Падалко «По

экологическому развитию наш город скатился на 56-ое место»). Лишь один журналистский материал обращен к экологической культуре населения (Е. Падалко «Любителей мусорить оренбуржцы готовы поставить на место»). На наш взгляд именно этой тематике в контексте сегодняшней реальности необходимо уделять больше внимания, повышая уровень знаний населения в сфере охраны окружающей среды, знакомя аудиторию с примерами правильного экологического поведения и правильного образа жизни.

Следует отметить, что для объективного количественного сравнения материалов трех газет в рамках нашего исследования были рассмотрены публикации (в количестве 9), представленные за 3 месяца в газете «Комсомольская правда – Оренбург». Разбивка журналистских материалов газеты за период август-октябрь 2014 года по тематическим направлениям представлена в таблице 20.

Таблица 20 – Тематическое направление публикаций экологической проблематики в газете «Комсомольская правда» - Оренбург» по трем тематическим направлениям (9 публикаций) за 3 месяца 2014 года

Тематические направления	Публикации	Проблема
1 Общая экология региона или города	Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели»;	зеленые зоны на территории города
	Е. Падалко «По экологическому развитию наш город скатился на 56-ое место»	экологическое развитие региона

Продолжение таблицы 20

Тематические направления	Публикации	Проблема
2 Экология экосистемы	Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник» Серия публикаций Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей», «В дубраве под городом устанавливают забор», «В пригородной дубраве вместо щепок летит мусор», «Жители поселка им. Куйбышева: Оставьте в покое наш лес!», «Городская прокуратура требует восстановить дело по пригородной дубраве»;	режим особой охрана территории национальных парков и заповедников проблемы леса и лесопользования вырубка леса
3 Экологическая культура населения и экологическое право	Е. Падалко «Любителей мусорить оренбуржцы готовы поставить на место»	Обращение с отходами

Журналисты газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» в своих публикациях по теме охраны окружающей среды за период с 1.08.2014 г. по 31.10.2014 г. обращались 9 раз. Большое внимание (6 публикаций (66,7%) из 9) уделено самой глобальной тематике – экологии экосистемы (Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник», серия публикаций Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей», «В дубраве под городом устанавливают забор», «В пригородной дубраве вместо щепок летит мусор»).

Две публикации (22,2%) из 9 материалов были посвящены экологии региона или города (Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели», Е. Падалко «По экологическому развитию наш город скатился на 56-ое место»). Лишь один журналистский материал (11,1%) можно отнести к тематике экологической культуры населения (Е. Падалко «Любителей мусорить оренбуржцы готовы поставить на место»).

Соотношение объема материала по выделенным экологическим темам в газете «Комсомольская правда» - Оренбург» представлено на рисунке 27.

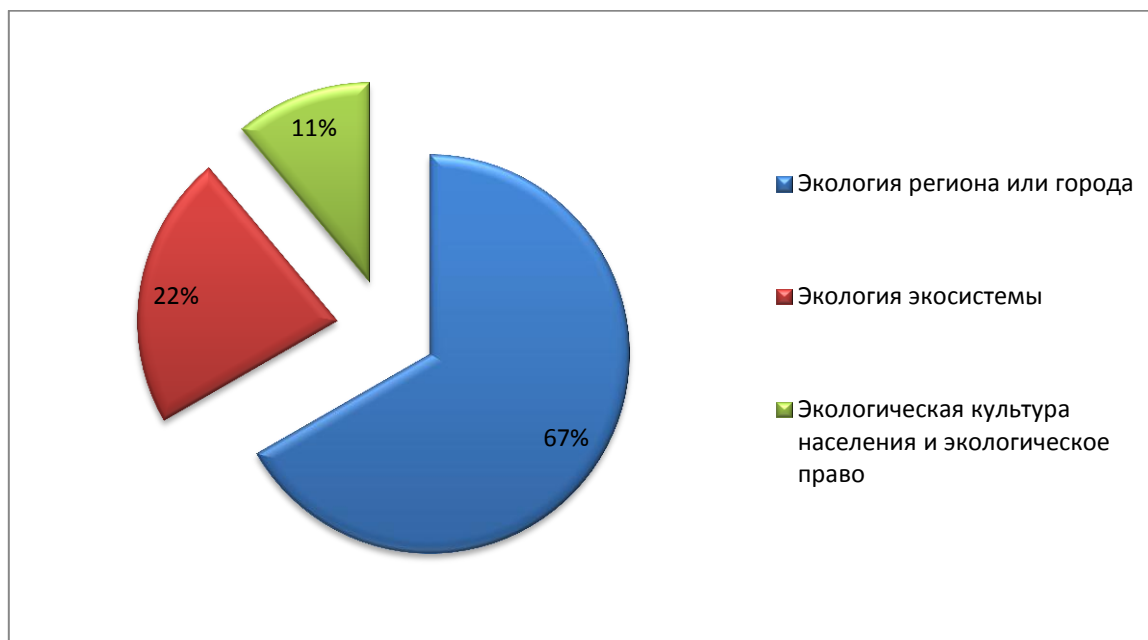


Рисунок 27 - Соотношение объема материала по экологии в газете «Комсомольская правда» - Оренбург» за период с 1.08.2014 по 31.10.2014 года

Таким образом, журналисты газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» за период, когда на территории Оренбургской области отсутствовала четко сформулированная экологическая повестка (2014-2015 гг.) обращались ко всему спектру экологических тематик региональной прессы и осветили такие проблемы, как:

- обращение с отходами;
 - зеленые зоны на территории города;
 - экологическое развитие региона;
 - режим особой охраны территории национальных парков и заповедников
- проблемы леса и лесопользования;
- вырубка леса.

3.2.1.2 Экологическая тематика журналистских материалов в газете «Оренбуржье»

Рассмотрим особенности освещения охраны окружающей среды в газете «Оренбуржье». Для анализа были взяты публикации 20 выпусков газеты (№1-20 за 2019 год) [64].

Разбивка журналистских материалов за январь-март 2019 года по тематическим направлениям представлена в таблице 21.

Таблица 21 – Тематическое направление публикаций экологической проблематики в газете «Оренбуржье» по трем тематическим направлениям (6 публикаций) за 3 месяца 2019 года

Тематические направления	Публикации	Проблемы
1 Общая экология региона или города	В. Войтин «Первый сбор комом?»; Ж. Обломкина «Не довести до конфликтов».	Отходы
2 Экология экосистемы	Не представлено материалов	-
3 Экологическая культура населения и экологическое право	Е. Черных «Вступают в силу»; Е. Черных «Понять и принять «Природу»; Е. Черных «Наш дорогой мусор»; Опрос «Как у вас вывозят мусор?»	Обращение с отходами, мусорная реформа

Анализ публикаций показал, что к тематике «Общая экология региона или города» относится 2 публикации:

- в публикации В. Войтина «Первый сбор комом?» автор описывает ситуацию обращения с отходами, которая сложилась в первые дни нового года в Оренбургской области в связи с началом действующей мусорной реформы;

- материал Ж. Обломкиной «Не довести до конфликтов» отчасти посвящено ТБО, а конкретно тому, что в области накопилось колоссальное количество мусора, в результате чего появилась необходимость во внедрении новых механизмов контроля за обращения с отходами.

Мониторинг 20 номеров газеты «Оренбуржье» за период с января по март 2019 года показал, что по тематическому направлению «Экология экосистемы» публикаций за данный период не было.

Как было отмечено ранее, сегодня существует острая необходимость в материалах по тематике экологической культуры населения и экологического права. Информационная политика газеты «Оренбуржье» отвечает данным требованиям. Как видно из таблицы данной тематике было посвящено три публикации, касающихся проблем обращения с отходами и мусорной реформе:

- Е. Черных в материале «Вступают в силу» делает обзор нововведений в законодательстве, вступивших в силу с наступлением 2019 года, напоминая читателем, что в рамках решения ликвидации накопившегося мусора в Оренбургской области (как и во всей России) приняты новые тарифы за вывоз и переработку твердых коммунальных отходов;

- публикация Е. Черных «Понять и принять «Природу» рассказывает о работе мусорной реформы на территории Оренбургской области; в ней анализируются возникшие проблемы, рассматриваются положительные моменты в реализации нового закона, а также говорится об отношении населения к новому порядку обращения с ТКО;

- в публикации Е. Черных «Наш дорогой мусор» и опросе постоянных читателей газеты «Как у вас вывозят мусор?» люди делятся своими наблюдениями за началом реализации мусорной реформы в тех населенных пунктах, где они проживают.

Журналисты газеты «Оренбуржье» в своих публикациях к теме экологии и охраны окружающей среды за период с 1.08.2019г. по 30.03.2019 г. обращались 6 раз. Все выделенные при анализе материалы посвящены актуальной на данный период экологической повестке – новому порядку обращения с твер-

дыми коммунальными отходами. Больше внимания - четыре публикации из шести (66,7%) – уделено тематике экологической культуры населения и экологическому праву (Е. Черных «Вступают в силу», Е. Черных «Понять и принять «Природу», Е. Черных «Наш дорогой мусор», опрос «Как у вас вывозят мусор?»)). Материалы, посвященные тематике экологии экосистемы в проанализированных номерах, не выявлены (0%). Тематике общей экологии региона или города журналисты уделили внимание в двух публикациях из шести (33,3%) (В. Войтин «Первый сбор комом?», Ж. Обломкина «Не довести до конфликтов»)).

Соотношение объема материала по выделенным экологическим темам в газете «Оренбуржье» представлено на рисунке 28.

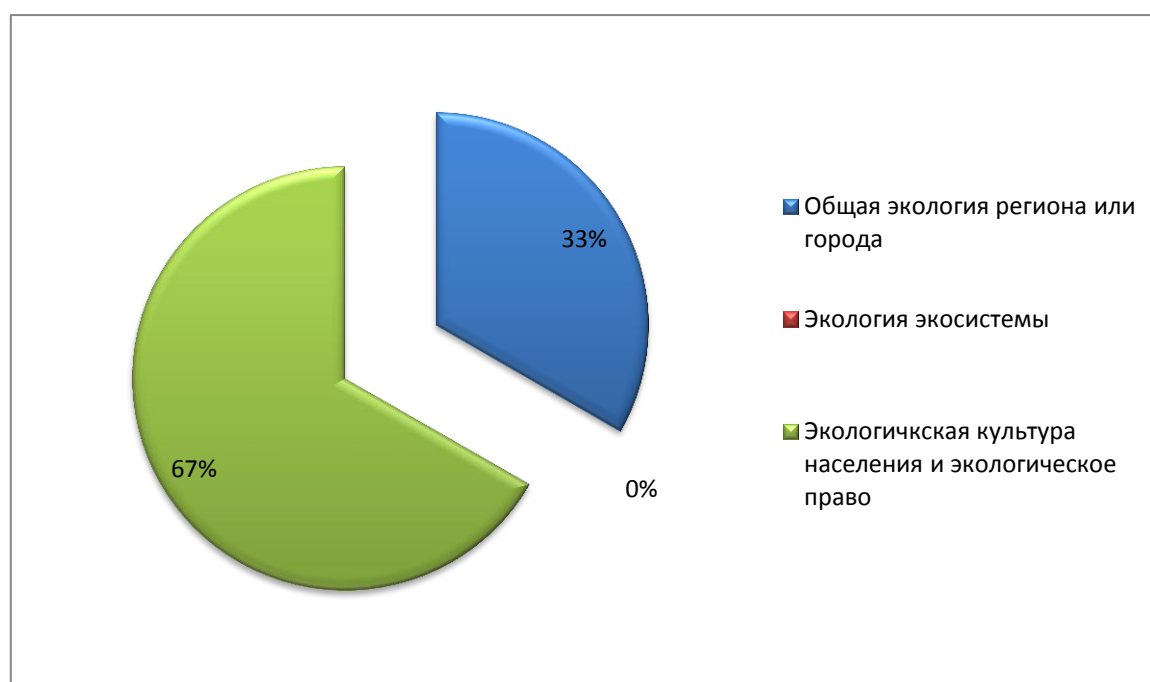


Рисунок 28 - Соотношение объема материала по экологии в газете «Оренбуржье» за период с 1.01.2019 года по 30.03.2019 года

Таким образом, журналисты газеты «Оренбуржье» за период, когда в информационном пространстве Оренбургской области существовала четко сформулированная экологическая повестка – новый порядок обращения с ТКО (1.01.2019 - 30.03.2019 г.) обращались к теме экологии и охраны окружающей

среды и осветили только одну проблему: обращение с отходами. Иная проблематика в материалах данного издания за выбранный для анализа период не представлена.

3.2.1.2 Тематическое направление публикаций экологической проблематики в газете «Аргументы и Факты - Оренбург»

Рассмотрим особенности освещения охраны окружающей среды в газете «Аргументы и Факты - Оренбург». Для анализа были взяты публикации 20 выпусков газеты (№1-20 за 2019 год)[18].

Разбивка журналистских материалов за январь-март 2019 года по тематическим направлениям представлена в таблице 22.

Таблица 22 –Тематическое направление публикаций экологической проблематики в газете «Аргументы и Факты - Оренбург» по трем тематическим направлениям (3 публикации) за 3 месяца 2019 года

Тематические направления	Публикации	Проблемы
1 Общая экология региона или города	А. Левина «Наше собачье дело»	Бездомные животные
2 Экология экосистемы	Не представлено материалов	
3 Экологическая культура населения и экологическое право	Е. Чернова «Основа тарифа – транспортные расходы»; Вопрос-ответ «...почему мусоросжигательные заводы устарели?»	Обращение с отходами, мусорная реформа

Анализ публикаций показал, что информационная политика издания «Аргументы и Факты – Оренбург» в начале 2019 года не направлена на освещение

проблем охраны окружающей среды, за этот период было представлено всего лишь три публикации.

К тематике «Общая экология региона или города» относится 1 публикация А. Левиной «Наше собачье дело», посвященная проблеме бездомных животных. Автор подготовила ответ на вопрос читателя о том, когда в областном центре появится приют для бездомных животных.

По теме «Экология экосистемы» в проанализированных номерах не было представлено материалов.

Тема «Экологическая культура населения и экологическое право» представлена в двух публикациях:

- в публикации Е. Черновой «Основа тарифа – транспортные расходы» анализируется работа реформы по обращению с твердыми коммунальными отходами на территории области, для читателей разъясняется система начисления тарифа за вывоз ТКО;

- в рамках рубрики «Я не понимаю» журналисты издания подготовили ответ на вопрос читателя «...почему мусоросжигательные заводы устарели?»; в публикации рассказывается о строительстве мусоросжигательных заводов за рубежом опыте обращения с отходами.

Журналисты газеты «Аргументы и Факты - Оренбург» в своих публикациях к теме экологии и охраны окружающей среды за период с 1.08.2019 г. по 30.03.2019 г. обращались всего лишь три раза. Теме общей экологии региона или города посвящена одна публикация (33,3%) (А. Левина «Наше собачье дело»). Материалы, относящиеся к тематике экологии экосистемы в номерах за выбранный период не представлены. Теме экологической культуры населения и экологического права посвящены две из трех публикаций (66,6 %) (Е. Чернова «Основа тарифа – транспортные расходы», вопрос-ответ «...почему мусоросжигательные заводы устарели?»).

Соотношение объема материала по выделенным экологическим темам в газете «Аргументы и факты» - Оренбург» представлено на рисунке 29.

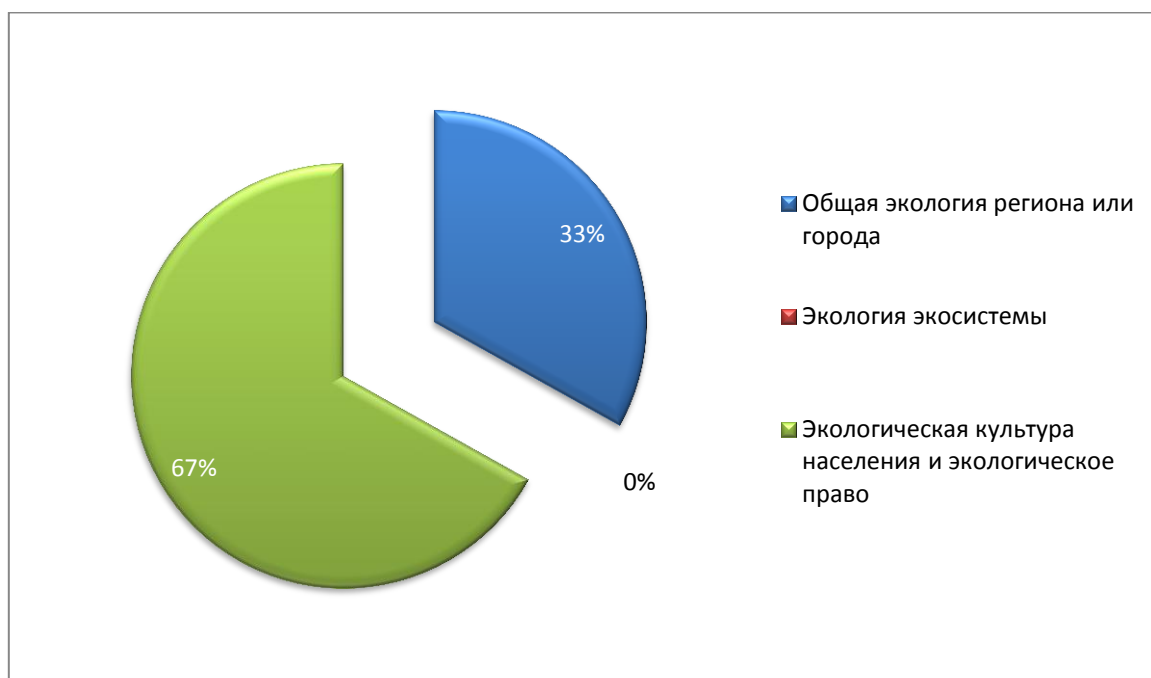


Рисунок 29 - Соотношение объема материала по экологии в газете «Аргументы и факты» - Оренбург» за период с 1.01.2019 года по 30.03.2019 года

Журналисты газеты «АиФ» - Оренбург» за период, когда на территории региона была актуальна и четко сформулирована экологическая повестка – новый порядок обращения с ТКО (1.01.2019 -30.03.2019 г.) затронули экологическую тему и осветили такие проблемы, как:

- обращение с отходами;
- бездомные животные.

Иная проблематика в материалах данного издания за анализируемый период не представлена.

Полученные данные по тематической направленности публикаций экологической проблематики трех изданий («Комсомольская правда» - Оренбург», «Оренбуржье», «Аргументы и факты» - Оренбург) представлены в таблице 23.

Таблица 23 - Соотношение объема экологической информации в проанализированных газетах

Газеты	Общая экология региона или города	Экология экосистемы	Экологическая культура населения и экологическое право
«Комсомольская правда» - Оренбург»	67%	22%	11%
«Оренбуржье»	33%	0%	67%
«Аргументы и Факты» - Оренбург»	33%	0%	67%

Анализ таблицы показал, что в газете «Комсомольская правда» - Оренбург» раскрыт большой спектр экологических тем, поднимаемых в региональной прессе, при этом упор делается на тематику экологии региона или города (67%), реже журналисты издания освещали тему экологии экосистемы (22%), меньшая часть экологической информации в данном издании представлена темой «Экологическая культура населения и экологическое право» (11%).

Журналистами газеты «Оренбуржье» не отработан весь спектр экологических тем, но при этом большинство своих публикаций они посвятили теме экологической культуры населения и экологическому праву (67%), 33% объема экологической информации – это тематика экологии региона или города. Такая же картина наблюдается на страницах газеты «Аргументы и Факты» - Оренбург». На рисунке 30 наглядно представлен объем экологической информации трех изданий.

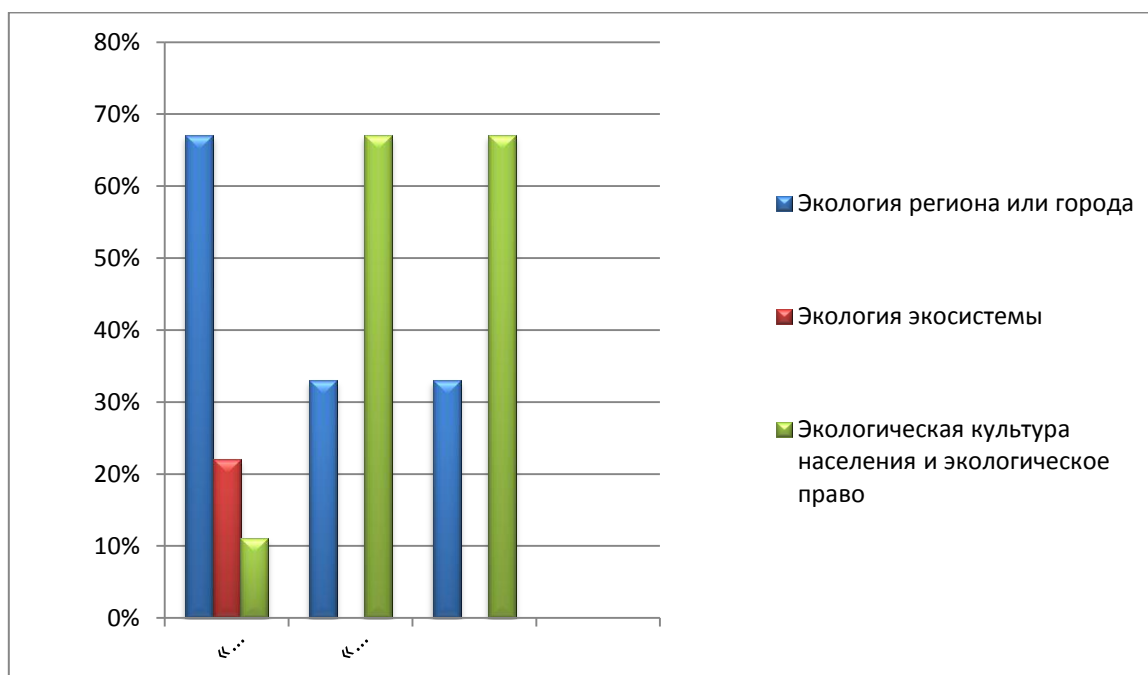


Рисунок 30 - Соотношение объема экологической информации в проанализированных газетах

Таким образом, региональные печатные издания Оренбургской области занимаются освещением проблем охраны окружающей среды независимо от того, существует ли на сегодняшний момент актуальная экологическая повестка. Это особенно ярко представлено на страницах газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» (2014-2015 гг.). Журналисты издания стремятся охватить весь спектр экологических тем: общая экология региона или города, экология экосистемы, экологическая культура населения и экологическое право. Соотношение объемов информации по выделенным тематикам чаще всего не равномерное.

На примере изданий «Оренбургье» и «Аргументы и Факты» - Оренбург» видно, как точно отрабатывается актуальная на сегодняшний день экологическая повестка - внедрение нового порядка обращения с ТКО на территории области. Журналисты изданий осуществляют просветительскую деятельность в плане нововведения.

Но следует констатировать и тот факт, что журналисты анализируемых печатных СМИ Оренбуржья не уделяют достаточно внимания экологическим проблемам:

- тематическая направленность материалов достаточно узка, журналисты рассматривают проблемы только по трем направлениям: общая экология региона или города, экология экосистемы, экологическая культура населения и экологическое право;

- круг проблем, поднимаемых в публикациях, слишком мал: зеленые насаждения в городе, экологическое развитие региона, загрязнение воздуха, защита водных ресурсов, режим особой охраны территории национальных парков и заповедников проблемы леса и лесопользования, проблема отходов, бездомные животные.

На сегодняшний день следует отметить, что необходимо увеличить количество материалов по экологическим направлениям, расширить спектр экологических проблем, так как Оренбургская область не является благополучной в экологическом плане.

3.2.2 Эмоциональная нагрузка журналистских текстов на экологическую тему в издании «Комсомольская правда» - Оренбург»

В параграфе 1.5 нашего исследования говорилось о том, что публикации на экологическую тему являются значимым средством эмоционального влияния на читательскую аудиторию. С целью доказательства этого нами был осуществлен анализ ряда публикаций газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» за период с 1.08.2014 г. по 31.03.2015 г. на исследуемую тему.

Такой временной отрезок был выбран не случайно, так как именно в этот период были опубликованы основные материалы соавтора данной работы Е.С. Беловой (Е.С. Падалко).

Для определения эмоциональной нагрузки журналистских текстов на экологическую тему в газете «Комсомольская правда» - Оренбург» перед нами стояли следующие задачи:

- провести фоносемантический анализ эмоционального влияния публикаций газеты на читательскую аудиторию;
- проанализировать публикации на экологическую тему как значимое средство эмоционального влияния на читателей.

3.2.2.1 Фоносемантический анализ эмоционального влияния публикаций по экологическим проблемам на читательскую аудиторию

Проведенный мониторинг показал, что за восемь месяцев к теме экологии и проблемам охраны окружающей среды журналисты издания обратились 13 раз.

Эмоциональное влияние ряда представленных публикаций на читательскую аудиторию определяли с помощью фоносемантического анализа, проводимого по программе ВАЛЛ-мини. Исследовательская техника анализа позволяет выделить основные эмоции, которыми журналисты нагружают тексты экологической тематики.

Наиболее подробно проанализируем следующие 4 публикации:

- Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей» (№92 от 19.08.2014 г.) (представлено в приложении Д);
- Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели» (№106 от 09.09.2014 г.) (представлено в приложении И);
- Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник» (№124 от 14.10.2014 г.) (представлено в приложении Ж);
- Е. Падалко «Выйди, вонь!» (№18 от 19.02.2015 г.) (представлено в приложении Е);

К примеру, публикация Е. Падалко, написанная в жанре эксперимента, «Выйди, вонь!» (см. приложение Е) характеризуется рядом прилагательных, выражающих положительные и отрицательные эмоции (см. рисунок 31).

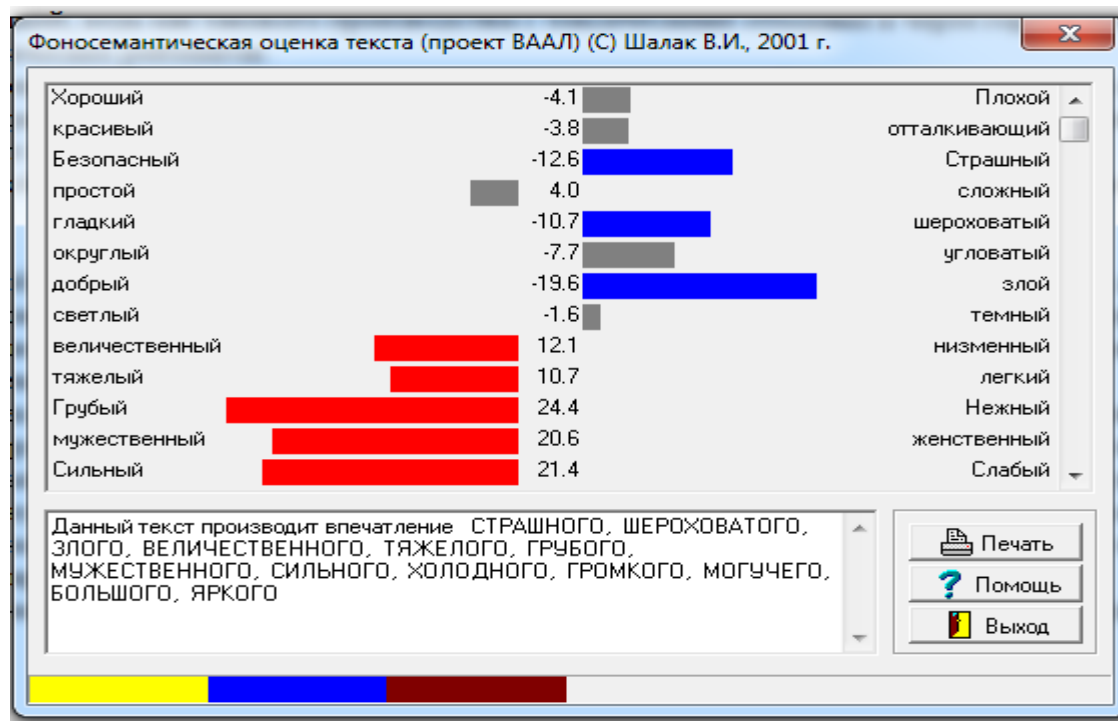


Рисунок 31– Фоносемантический анализ публикации Е. Падалко «Выйди, вонь!»

Модуль семантического дифференциала с оценками текста показал, что данная публикация производит впечатление страшного, шероховатого, злого, величественного, тяжелого, грубого, мужественного, сильного, холодного, громкого, могучего, большого, яркого. Текст написан в жанре эксперимента, цель которого заключалась в сопоставлении лабораторных анализов воздуха четырех районов г. Оренбурга и эмпирического исследования самого журналиста. Полученные данные совпали. Самым загрязненным районом города оказался Промышленный. Данный факт вызывает отрицательные эмоции, но сам интерес журналистов к проблеме чистоты воздуха г. Оренбурга, получение новой, детальной информации читателем порождает положительные эмоции –

надежду на позитивное решение проблемы Администрацией г. Оренбурга и руководством местных предприятий.

Заметка Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник» (см. приложение Ж) оказалась не наделена выраженными фоносемантическими характеристиками (см. рисунок 32).

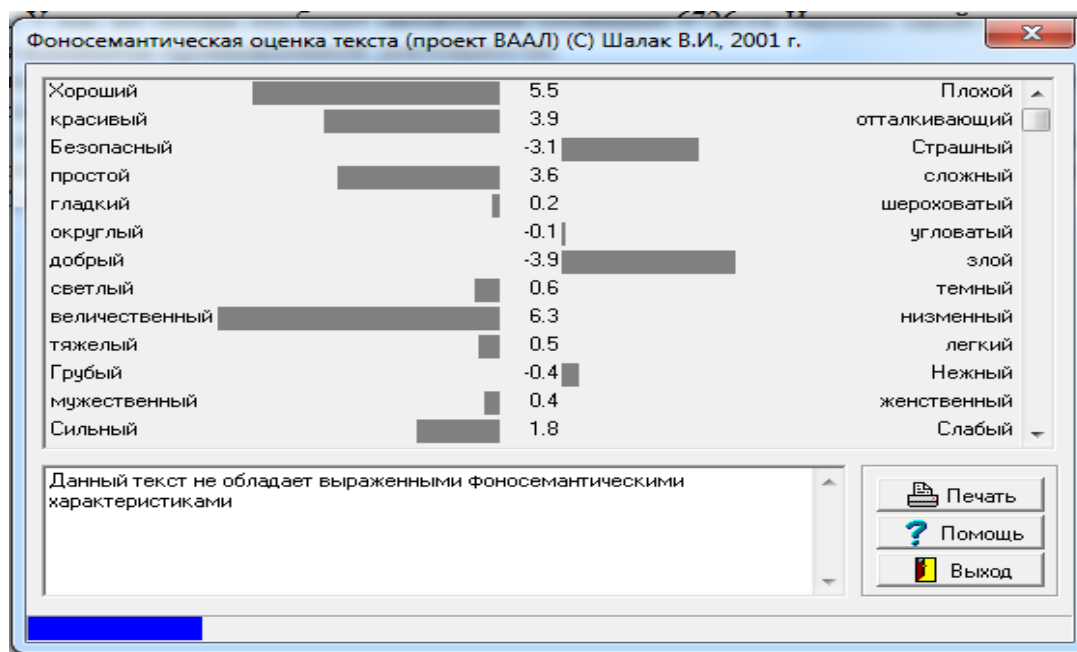


Рисунок 32– Фоносемантический анализ публикации «В Оренбуржье появился третий заповедник»

Заметка посвящена факту появления в регионе еще одной особо охраняемой природной территории – заповедника Шайтантау в Кувандыкском районе Оренбургской области. Автор заметки приводит комментарий руководителя отдела охраны окружающей среды администрации района, где специалист сообщает, что подписанию документа о присвоении уникальной горно-лесостепной зоне нового статуса предшествовал конфликт: местное население выразило свой протест планам чиновников. Однако эта информация не придала тексту ярко выраженных эмоций, что говорит только о констатации факта - организации заповедника.

Заметка Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали частники» (см. приложение И) отличается от предыдущих публикаций тем, что текст характеризуется только одним прилагательным (см. рисунок 33).

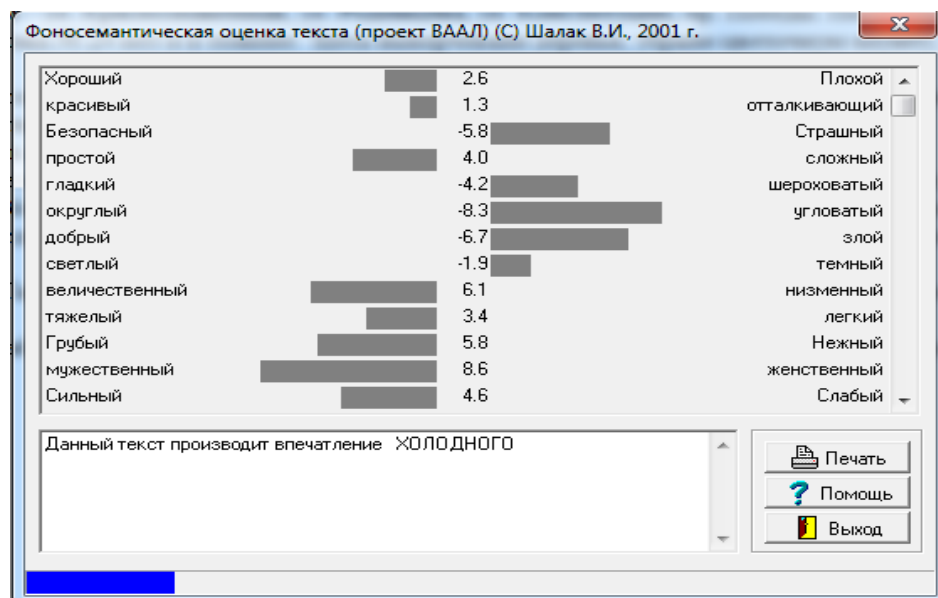


Рисунок 33– Фоносемантический анализ публикации «Сквер у «Салюта» облюбовали частники»

В данном тексте впечатление от прочитанного выражается одним прилагательным (холодный), что несет отрицательную эмоциональную нагрузку, и это объяснимо, так как заметка посвящена проблеме сокращения количества зеленых зон в городе Оренбурге. Приводится конкретный пример, как горожане своими руками уничтожают сквер, организуя на территории отдыха среди зеленых насаждений стихийный рынок. Несанкционированная уличная торговля привела к тому, что газон превратился в пустырь, деревья теряют свою жизнеспособность. Комментарий председателя комитета потребительского рынка администрации г. Оренбурга сообщает о лояльности закона к стихийным рынкам и о том, что протоколы об административном нарушении не оказывают на предпринимателей должного действия. Журналист привел лишь один пример стихийного рынка в зеленой зоне, что говорит об отсутствии других прецедентов. При всем негативе публицистического материала у читателя остается надежда, что проблема находится на контроле, и она будет решена.

Информационная корреспонденция Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей» (см. приложение Д) оказывает на аудиторию двустороннюю эмоциональную нагрузку (см. рисунок 34).

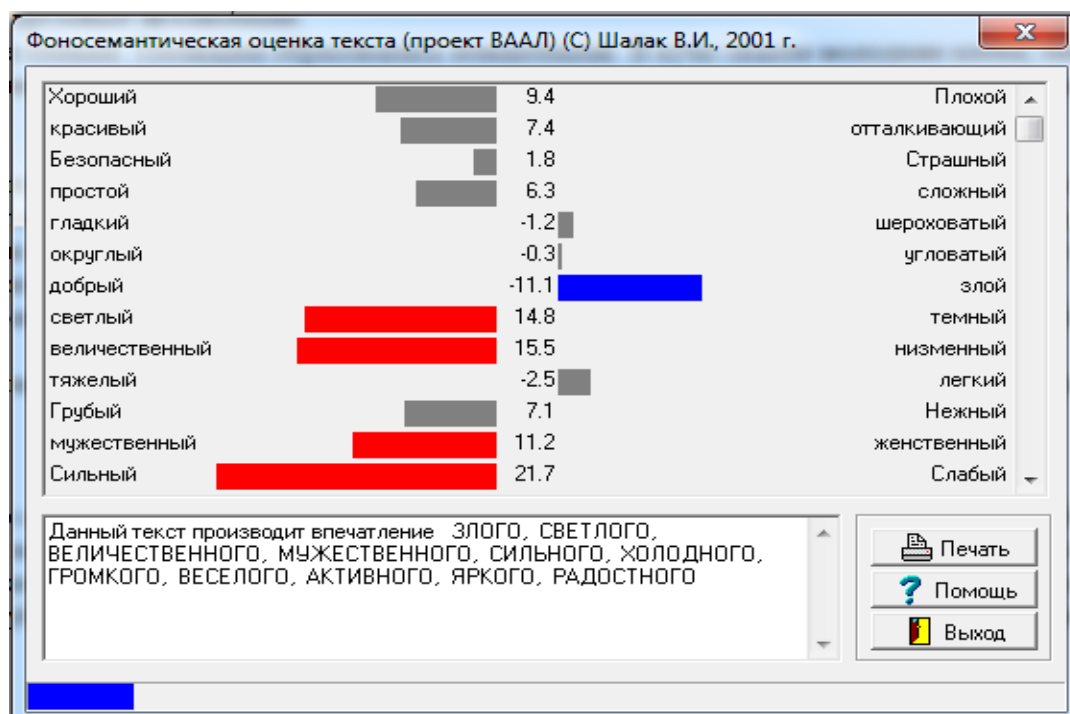


Рисунок 34– Фоносемантический анализ публикации «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей»

Модуль семантического дифференциала оценки текста сгенерировал следующие прилагательные: злой, светлый, величественный, мужественный, сильный, холодный, громкий, веселый, активный, яркий, радостный. Публикация выражает положительные и отрицательные эмоции. Автор сообщает о серьезной проблеме местного масштаба. Неизвестные люди, имея на руках «липовое» разрешение вырубili в пригородной дубраве деревья, нанеся урон природе; государству в виде материального ущерба в 5,5 миллионов рублей; местным жителям, для которых дубрава была излюбленным местом отдыха. Текст вызывает у читателей положительные эмоции за счет информации о том, что дубраву яростно защищают люди, а после публичной огласки проблемы к ним подключились чиновники, то есть возможно положительное решение проблемы.

Полученные результаты фоносемантического анализа всех исследуемых 13 публикаций газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» на тему экологии и охраны окружающей среды представлены в таблице 24

Таблица 24 – Эмоциональная нагрузка текстов (13 публикаций) экологической тематики в газете «Комсомольская правда» - Оренбург»

№ п/п	Название публикации	Эмоциональная нагрузка
	Информационные жанры	
1	Заметка Е. Падалко «По экологическому развитию наш город ска- тился на 56-ое место»	Величественный, мужественный, сильный, храбрый, могучий, большой, страшный, злой, тяжелый, грубый, хо- лодный, громкий
2	Заметка Е. Падалко «В дубраве под городом устанавливают за- бор»	Веселый
3	Заметка Е. Падалко «На Сакмаре разрыли берег: Из-за добычи ПГС река в опасности»	Веселый, активный, яркий, шерохова- тый, громкий
4	Заметка Е. Падалко «Жители по- селка им. Куйбышева: Оставьте наш лес в покое!»	Сильный
5	Заметка Е. Падалко «Городская прокуратура требует возобновить дело по пригородной дубраве»	Величественный, мужественный, сильный, храбрый, могучий, большой, подвижный, активный, яркий, радост- ный, страшный, злой, холодный, громкий, грубый
6	Заметка Е. Падалко «В Орен- буржье появился третий заповед- ник»	Данный текст не обладает выражен- ными фоносемантическими характе- ристиками
7	Заметка Е. Падалко «В пригород- ной дубраве вместо щепок летит мусор»	Величественный, мужественный, сильный, громкий, храбрый, могучий, большой, активный, яркий, страшный, злой, грубый, холодный
8	Заметка Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали предпри- ниматели»	Холодный

Продолжение таблицы 24

№ п/п	Название публикации	Эмоциональная нагрузка
	Информационные жанры	
9	Информационная корреспонденция Е. Падалко Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. руб.»	Светлый, величественный, мужественный, сильный, веселый, активный, яркий, радостный, злой, холодный, громкий
10	Информационная корреспонденция Г. Коваленко «Депутаты Госдумы просят защитить Бузулукский бор»	Величественный, мужественный, сильный, страшный, злой, холодный, громкий, грубый
11	Информационная корреспонденция Г. Коваленко «Из Урала будут качать воду для полива 3000 гектаров земли»	Хороший, величественный, мужественный, холодный, громкий, храбрый, могучий, активный, яркий, страшный, злой, грубый
	Аналитические жанры	
12	Эксперимент Е. Падалко «Любителей мусорить оренбуржцы готовы поставить на место»	Храбрый
13	эксперимент Е. Падалко «Выйди, вонь!»	Величественный, мужественный, сильный, могучий, большой, яркий, страшный, злой, шероховатый, тяжелый, грубый, громкий, холодный
	Итого:	20 прилагательных, выражающих эмоции

Фоносемантический анализ публикаций газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» на тему экологии и охраны окружающей среды показал, что восемь из 13 текстов заряжены как положительными, так и отрицательными эмоциями: «Выйди, вонь!», «На Сакмаре разрыли берег: Из-за добычи ПГС река в опасности», «Депутаты Госдумы просят защитить Бузулукский бор», «Городская прокуратура требует возобновить дело по пригородной дубраве», «Из Урала будут качать воду для полива 3000 гектаров земли», «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей», «В пригородной дубраве вместо щепок летит мусор», «По экологическому развитию Оренбург скатился на 56-е место».

Три текста несут в себе только положительные эмоции: «Любителей мусорить горожане готовы поставить на место», «Жители поселка имени Куйбышева: Оставьте в покое наш лес!», «В дубраве под городом устанавливают забор». Это можно объяснить тем, что эксперимент «Любителей мусорить горо-

жане готовы поставить на место» помог выявить журналистам высокий уровень экологической культуры населения в плане того, как нужно правильно обращаться с мусором и отходами. В заметке «Жители поселка имени Куйбышева: Оставьте в покое наш лес!» журналист показывает стойкость жителей поселка во время «отвоевания» живого уголка природы – дубового массива – от незаконной застройки. Этот текст несет в себе одну положительную эмоцию – силу. Другая заметку на эту тему «В дубраве под городом устанавливают забор» производит впечатление веселого, так как автор показывает абсурдность ситуации, которая может вызвать у читателей усмешку.

Один текст – заметка «Сквер у «Салюта» облюбовали частники» – заряжен отрицательной эмоцией: холодом.

Как уже было отмечено, при фоносемантическом анализе заметки «В Оренбуржье появился третий заповедник» программа ВААЛ-мини выявила, что данный текст не обладает выраженными фоносемантическими характеристиками. Лишь один текст, не способен оставить глубокий эмоциональный след в сознании читателя. Сказать о том, что журналист сообщил бесполезную информацию в заметке «В Оренбуржье появился третий заповедник» будет неправильно. Образование новой заповедной зоны – это всегда положительное событие. Возможно, автор текста неверно расставил акценты, не подобрал правильных слов, чтобы сообщить об этом событии, поэтому программа не выделила конкретной эмоциональной нагрузки.

Нами уже отмечалось, что, эмоциональная нагрузка, которой заряжены публикации на экологические темы, является действенным средством при формировании экологического мировоззрения аудитории. Эмоции заставляют человека переживать, осознавать то, к каким печальным последствиям могут привести нерешенные экологические проблемы, заставляют его пересмотреть свое отношение к природе, окружающей среде.

Выделенные нами тексты газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» в основном заряжены одновременно и положительными, и отрицательными эмоциями: величественность, мужественность, силу, громкость, храбрость, могу-

честь, активность, яркость, страх, злость, шероховатость, тяжесть, грубость. Положительные эмоции – это те, которые «выражают одобрение, являются благоприятными», отрицательные – «свидетельствующие об отсутствии чего-нибудь, противоположные ожидаемому» (по Ушакову). Соответственно, аудитория из прочитанных текстов получает негативную информацию (факт существующей проблемы), но одновременно с этим ей поступает положительная информация (к примеру, наличие действий, направленных на решение проблемы).

Таким образом, журналисты газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» редко говорят о положительных моментах проблемы охраны окружающей среды. Но публикации выступают рычагом воздействия на мировоззрение читателей: обывателей, чиновников, активистов и просто равнодушных граждан. У этих людей есть возможность внести свой вклад в благоприятное решение экологических проблем местного масштаба.

3.2.2.2 Публикации по экологическим проблемам как значимое средство эмоционального влияния на читателей

В параграфе 3.2.2.1 был проведен фоносемантический анализ 13 публикаций газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» на тему экологии и охраны окружающей среды. Более подробно были рассмотрены журналистские материалы четырех публикаций:

- Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей» (см. в приложении Д);
- Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели» (см. в приложении И);
- Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник» (см. приложение И);

- Е. Падалко «Выйди, вонь!» (см. приложение Е).

Помимо использования возможностей программы ВААЛ-мини, дополнительно был проведен опрос аудитории «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей». В опросе приняли участие 45 респондентов – студентов 1 и 3 курсов (группы: 18 Ж(бп)ОП, 18 РСО(бп)ОП, 16 Ж(бп)ОП Оренбургского государственного университета. Им было предложено познакомиться с анализируемыми четырьмя публикациями из газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» и отметить, какие эмоции вызывал каждый из прочитанных текстов:

- уровень положительных эмоций;
- уровень, не вызывающий никаких эмоций;
- уровень эмоционального переживания;
- уровень эмоционального беспокойства;
- уровень страха;
- другое (вариант ответа, где респонденты могли указать иные эмоции, вызванные после прочтения журналистского текста).

При этом каждый респондент получил список эмоций, относящийся к тому или иному уровню эмоционального восприятия текста, который представлен в таблице 25.

Таблица 25 –Уровни эмоций при восприятии публикаций по экологии

Уровни эмоций	Список эмоций
Уровень положительных эмоций	Удовольствие, радость, веселье, счастье, надежда, облегчение, определённости, уверенность, комфорт, расслабленность, спокойствие, устойчивость, позитив, симпатия
Уровень, не вызывающий никаких эмоций	Безразличие
Уровень эмоционального переживания	Волнение, грусть, сомнение, подозрительность, колебание, разочарование
Уровень эмоционального беспокойства	Обеспокоенность, осторожность, недовольство, неприятие, подавленность, настороженность, подавленность, утомление, расстройство, пренебрежение, презрение
Уровень страха	Тревога, напряжение, нервность, опасение, раздражение, гнев, бешенство, паника, нервозность, испуг, страх, страдание, ошеломление, устрашение, враждебность, потрясение, опустошённость

На рисунке 35 показан образец наглядного представления опроса «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей» по вопросу № 1.

Приглашение к участию в опросе

Приглашаем Вас принять участие в опросе «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей». Прежде чем ответить на вопросы, пожалуйста, прочтите журналистские материалы.

1

Оцените уровень эмоций, который у вас вызывает публикация Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей»



- ☐ Уровень положительных эмоций
- ☐ Уровень, не вызывающий никаких эмоций
- ☐ Уровень эмоционального переживания
- ☐ Уровень эмоционального беспокойства
- ☐ Уровень страха
- ☐ Другое...

Рисунок 35 - Образец наглядного представления опроса «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей», вопрос № 1

Аудиторная оценка показала преобладание негативной эмоциональной нагрузки: 44% респондентов (20 человек) отметили уровень эмоционального переживания; 29% респондентов (13 человек) указали на уровень эмоционального беспокойства; у 9% респондентов (4 человека) прочитанный текст не вызвал никаких эмоций; еще 9% респондентов (4 человека) пережили положительные эмоции при прочтении данного текста; 7% респондентов (3 человека) отметили, что испытали эмоции страха. Один респондент (2%) выбрал вариант ответа «Другое» и написал, что при прочтении публикации испытал гнев. Результаты аудиторной оценки эмоциональной нагрузки текста Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей» представлены на рисунке 36.



Рисунок 36 - Аудиторная оценка эмоциональной нагрузки журналистского текста Е.Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей»

Интересно было сравнить фоносемантический анализ журналистских текстов по программе ВАЛЛ-мини и результаты опроса «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей».

Фоносемантический анализ публикации показал, что текст Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей» оказывает на аудиторию двустороннюю эмоциональную нагрузку: положительную и отрицательную, что подтвердил и наш опрос.

На рисунке 37 показан образец наглядного представления опроса «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей» по вопросу № 2.

2

Оцените уровень эмоций, который у вас вызывает публикация Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели»



- ☐ Уровень положительных эмоций
- ☐ Уровень, не вызывающий никаких эмоций
- ☐ Уровень эмоционального переживания
- ☐ Уровень эмоционального беспокойства
- ☐ Уровень страха
- ☐ Другое...

Рисунок 37 - Образец наглядного представления опроса «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей», вопрос № 2

Результат аудиторной оценки эмоциональной нагрузки показал преимущественно уровень, не вызывающий никаких эмоций, это отметили 40% респондентов (18 человек). Уровень эмоционального переживания и уровень

эмоционального беспокойства указали после прочтения 36% и 20% соответственно (это 16 и 9 человек). Уровень положительных эмоций отметили 4% респондентов (2 человека). Вариант ответа «Уровень страха и «Другое» респонденты не выбрали. Результаты аудиторной оценки эмоциональной нагрузки текста «Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели» представлен на рисунке 38.

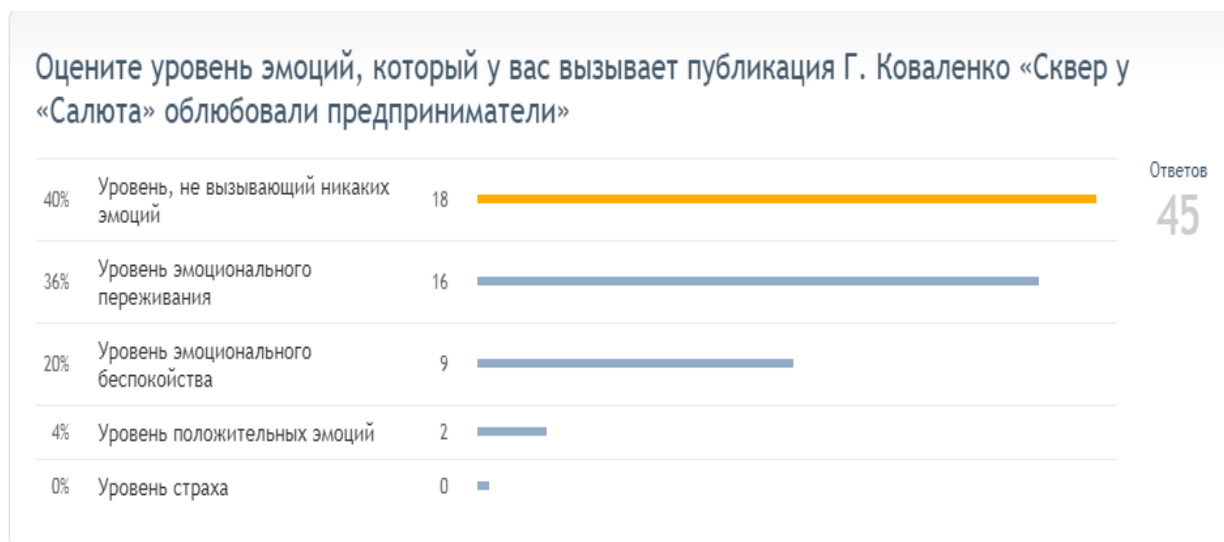


Рисунок 38 - Аудиторная оценка эмоциональной нагрузки журналистского текста Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели»

Фоносемантический анализ публикации Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели» показал, что текст несет отрицательную эмоциональную нагрузку, что подтвердило и в нашем опросе большинство респондентов (56%).

На рисунке 39 показан образец наглядного представления опроса «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей» по вопросу № 3.

Оцените уровень эмоций, который у вас вызывает публикация Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник»



- ☐ Уровень положительных эмоций
- ☐ Уровень, не вызывающий никаких эмоций
- ☐ Уровень эмоционального переживания
- ☐ Уровень эмоционального беспокойства
- ☐ Уровень страха
- ☐ Другое...

Рисунок 39 - Образец наглядного представления опроса «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей», вопрос № 3

Анализ аудиторного восприятия, представленный на рисунке 40, показал, что в данном тексте преобладает положительная эмоциональная нагрузка: уро-

вень положительных эмоций отметили 62% опрошенных (28 человек); вместе с тем 27% респондентов (12 человек) выбрали уровень, не вызывающих никаких эмоций; 7% респондентов (3 человека) после прочтения данного текста оценили свои эмоции на уровне переживания; один респондент (2%) выбрал вариант ответа «Другое» при этом не описав свои эмоции; еще один респондент (2%) выбрал вариант ответа «Уровень эмоционального беспокойства». Эмоции уровня страха не испытал ни один человек при прочтении публикации Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник».



Рисунок 40 - Аудиторная оценка эмоциональной нагрузки журналистского текста Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник»

Фоносемантический анализ публикации Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник» показал, что текст не наделен выраженными фоносемантическими характеристиками, что отличается от результатов читательского опроса, в котором большинство (62% опрошенных) отметили преобладание положительных эмоций.

На рисунке 41 показан образец наглядного представления опроса «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей» по вопросу № 4.

Оцените уровень эмоций, который у вас вызывает публикация Е. Падалко «Выйди, вонь!»



- ☐ Уровень положительных эмоций
- ☐ Уровень, не вызывающий никаких эмоций
- ☐ Уровень эмоционального переживания
- ☐ Уровень эмоционального беспокойства
- ☐ Уровень страха
- ☐ Другое...

Рисунок 41 - Образец наглядного представления опроса «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей», вопрос №4

Анализ аудиторного восприятия (см. рисунок 42) показал, что у читателей преобладают негативные эмоции. Уровень эмоционального беспокойства ощутили 36% респондентов (16 человек), уровень эмоционального переживания 24% респондентов (11 человек); уровень страха ощутили 11% респондентов (5 человек); уровень положительных эмоций ответили 4% респондентов (2 чело-

века); уровень, не вызывающий никаких эмоций, отметили 20% участников опроса (9 человек); еще 4% опрошенных отметили следующее:

- «уровень отвращения к бездействию властей»;
- «противоречивое чувство и чувство переживания».



Рисунок 42 - Аудиторная оценка эмоциональной нагрузки журналистского текста Е. Падалко «Выйди, вонь!»

Фоносемантический анализ публикации Е. Падалко «Выйди, вонь!» показал, что публикация производит впечатление страшного, шероховатого, злого, величественного, тяжелого, грубого, мужественного, сильного, холодного, громкого, могучего, большого, яркого. Согласно данным программы, журналистский материал несет и негативную, и положительную эмоциональную нагрузку, что подтверждает и читательский опрос, но респонденты в большей степени отметили негативные эмоции.

Таким образом, опрос читательской аудитории показал их равнодушное отношение к проблемам экологии и охраны окружающей среды. Все 4 публикации, предложенные для анализа, вызвали разные эмоции: и положительные, и отрицательные.

Сравнение программного фоносемантического анализа и аудиторной оценки эмоциональной нагрузки журналистских текстов газеты «Комсомоль-

ская правда» - Оренбург» показал, что в большинстве случаев результаты анализов совпадают: программа определяет наличие негативной и (или) положительной эмоциональной нагрузки, либо ее отсутствие, аудитория практически всегда отмечает то же самое, только чуть разнящееся в процентном соотношении (Е. Падалко «Выйди, вонь!», Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели», Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей»). И только публикация Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник» вызвала у читателей положительные эмоции в отличие от программы, которая посчитала, что текст не наделен выраженными фоносемантическими характеристиками.

При этом необходимо заметить, что благодаря эмоциональному отклику в душах читателей будет, безусловно, оказываться влияние на формирование их экологического мировоззрения.

X X X

Рассматривая решение проблем экологии и охраны окружающей среды в региональной прессе Оренбуржья нами были сделаны следующие выводы:

- в информационном пространстве Оренбургской области экологическая тема в определенной степени является востребованной; материалы, представленные в региональных газетах: «Комсомольская правда» - Оренбург», «Аргументы и факты» - Оренбург», «Оренбуржье», касаются данной темы;

- данные печатные издания, по итогам исследования «Медиалогии», на сегодняшний день являются наиболее читаемыми на территории области: сайт газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» – Orenday.ru с 2015 года является одним из лидеров в индексе цитируемости региональных средств массовой информации; газета «Оренбуржье» также с этого года закрепились в рейтинге, ее позиции не всегда стабильны, но за рамки рейтинга издание не выходит; газета

«Аргументы и Факты» - Оренбург» вошла в региональный рейтинг только в 2015 году, заняв 8 место;

- публикации экологической проблематики в газете «Комсомольская правда» - Оренбург» затрагивают 3 направления, предлагая следующий спектр проблем: 1) общая экология региона или города (проблемы: зеленые насаждения в городе, экологическое развитие региона); 2) экология экосистемы (проблемы: загрязнение воздуха, защита водных ресурсов, режим особой охраны территории национальных парков и заповедников проблемы леса и лесопользования); 3) экологическая культура населения и экологическое право (проблема отходов);

- экологическая проблематика в газете «Оренбуржье» представлена только по двум тематическим направлениям (общая экология региона или города и экологическая культура населения и экологическое право), при этом спектр проблем достаточно узок, в основном затрагиваются проблемы отходов;

- публикации по экологии в газете «Аргументы и Факты» - Оренбург» касаются двух тем (общая экология региона или города и экологическая культура населения и экологическое право), спектр проблем затрагивает бездомных животных и обращения с отходами;

- публикации на экологическую тему являются значимым средством эмоционального влияния на читательскую аудиторию: эмоции заставляют человека переживать, задумываться о том, к каким последствиям могут привести нерешенные экологические проблемы, заставляют его пересмотреть свое отношение к природе, окружающей среде; эмоциональная нагрузка, которой заряжены публикации на экологические темы;

- публикации на экологическую тему заряжены разными эмоциями: положительными и отрицательными (величественность, мужественность, силу, громкость, храбрость, могучесть, активность, яркость, страх, злость, шероховатость, тяжесть, грубость), только положительными или только отрицательными, или не обладает выраженными фоносемантическими характеристиками; при этом количество эмоций зависит от самого материала; журналисту очень

важно понимать, что положительные эмоции являются благоприятными и выражают одобрение со стороны читателя, отрицательные же свидетельствуют о противоположном ожидаемому;

- опрос читательской аудитории показал, что люди эмоционально воспринимают тексты на экологическую тему, при этом эмоции, появляющиеся у читателей, имеют достаточно широкий спектр: от положительных до эмоций страха;

- журналисты рассматриваемых печатных СМИ Оренбуржья не уделяют должного внимания экологическим проблемам; тематическая направленность материалов достаточно узка, журналисты рассматривают проблемы только по трем направлениям: общая экология региона или города, экология экосистемы, экологическая культура населения и экологическое право; при этом круг проблем, поднимаемых в публикациях, слишком мал: зеленые насаждения в городе, экологическое развитие региона, загрязнение воздуха, защита водных ресурсов, режим особой охраны территории национальных парков и заповедников проблемы леса и лесопользования, проблема отходов, бездомные животные;

- следует увеличить количество материалов на экологическую тему, расширить спектр экологических проблем, так как Оренбургская область не благополучна в плане экологии; информационная политика Оренбургской области должна особое внимание уделять данной теме.

Заключение

В XX веке мировое сообщество стало уделять особое внимание экологическому состоянию окружающего мира. Сегодня проблемы охраны окружающей среды все больше волнуют каждое государство, в том числе и Российскую Федерацию, что связано, прежде всего, с тем, что за 100 лет существования экологии в результате хозяйственной деятельности человека нашу планету постигли те изменения, которые по своим масштабам и темпам можно считать беспрецедентными.

Общество, осознавая значимость в решении экологических проблем, стоящих перед человечеством, заявило о потребности в получении экологической информации. Данный социальный заказ нашел свое место, прежде всего, в средствах массовой информации, вследствие чего появился особый жанр журналистики - экологическая журналистика. Такое тематическое направление журналистской деятельности представлено сегодня в различных специализированных изданиях (например, газетами «Общество и экология», «Экологическая вахта Санкт-Петербурга», журналом «Экологический отчет»), а также в рубриках и отдельных публикациях в неспециализированной печатной периодике.

Исходя из этого, нами и была определена тема монографии: «Информационно-публицистический потенциал проблемы охраны окружающей среды в материалах региональных печатных СМИ».

В монографии особое внимание было уделено роли региональных печатных СМИ в решении проблемы окружающей среды. В частности, рассматривалась региональная пресса в системе печатных СМИ Российской Федерации. При этом отмечалось, что сегодня СМИ являются органичной частью общества, уверенно обосновавшись в его социально-экономической, политической и культурной жизни.

Согласно традиционной классификации, предложенной С. Корконосенко, СМИ подразделяют на:

- печатную;
- аудиовизуальные;
- информационные службы.

При анализе периодических изданий нами было обращено внимание на традиционную типологическую характеристику печатных СМИ, выделяемую С.Г. Корконосенко. Актуальным остается их разделение по территории распространения (общенациональные, межрегиональные, территориальные и т.п.), по предметно-тематической направленности (универсальные и специализированные), по цели назначения (информационные, развлекательные, рекламные и т.п.), по периодичности (ежедневные, еженедельные и т.п.), охвату аудитории (крупнейшие, крупные, средние и т.д.) и по праву собственности (государственные, частные).

В современном мире региональные печатные средства массовой информации составляют достаточно большой массив изданий. Под региональными изданиями рассматривалась печать или пресса, которая занимается информационным обслуживанием аудитории, проживающей на ограниченной территории. Региональные СМИ по-прежнему остаются коммуникатором в системе отношений «муниципальная власть – граждане», и в обратном направлении. Журналисты территориальных изданий имеют доступ к уникальным инфоповодам, которые позже становятся основами для сюжетов и публикаций и в федеральных СМИ.

Анализируя процесс освещения проблемы окружающей среды в региональных печатных средствах массовой информации, было обращено внимание на то, что журналистика как вид деятельности актуализирует мировоззрение определенной социальной группы (общности, нации) средствами подбора фактов, оценок, комментариев, значимых в данный период времени. Таких значительных проблем, которые важны для освещения в современных СМИ, достаточно много: это проблемы экономики, политики, культуры, демографии, расизма, терроризма, нравственности, социума и другие.

Одной из злободневных и важных является и проблема окружающей среды, которая нашла отклик в журналистском сообществе относительно недавно и является молодой по сравнению, к примеру, с политической, экономической или демографической темами, интерес к которым у аудитории появился много веков назад и не исчезает до сих пор.

В монографии рассматривалась смысловая сущность понятий экологии и окружающей среды в едином лексико-семантическом поле СМИ. Сегодня понятие окружающей среды чаще всего воспринимается как синонимичное термину «экология», хотя они семантически отличаются друг от друга. Их сущностное единство объясняется тем, что оба эти понятия несут единую смысловую нагрузку обеспечения рационального взаимодействия в системе «человек - общество - природа» в лексико-семантическом поле средств массовой информации, создающим необходимые условия для экологического просвещения населения, популяризации его экологической культуры.

Важно, что журналистика понимает, что сегодня экология как наука о взаимоотношениях живых организмов между собой и окружающей средой из отрасли биологических знаний превращается в социальную науку о взаимодействии природы и общества, главным моментом которого является охрана природы, той среды, в которой осуществляет свою жизнедеятельность человек. Предметом социальной экологии и является окружающая среда, под которой понимается часть среды, взаимодействующей с каким-либо живым организмом (человеком, животным и т.д.), включая объекты живой и неживой природы.

Сегодня законодательно уделяется особое внимание понятию «благоприятная окружающая среда», качество которой обеспечивает устойчивое функционирование естественных экологических систем, природных и природно-антропогенных объектов.

Нами было выявлено, что в массовом сознании людей проблемы экологии чаще всего сводятся к вопросам охраны окружающей среды. Во многом такое смысловое смещение произошло благодаря влиянию деятельности человека на окружающую среду, что приводит зачастую к необратимым экологическим по-

следствиям. В плане охраны окружающей среды государством, различными природоохранными организациями, отдельными людьми принимается целый комплекс мер, предназначенных для ограничения пагубного влияния человека и его деятельности на природу. Федеральный закон от 10 января 2002 г. №7-ФЗ «Об охране окружающей среды» определяет правовые основы политики государства в области охраны окружающей среды; регулирует отношения в сфере взаимодействия человека и природы; регламентирует развитие научных исследований в области экологии и охраны окружающей среды и т.д.

Большую роль по охране окружающей среды в настоящее время играют СМИ, помогая государству повышать экологическую грамотность населения, популяризировать роль экологической культуры в жизни, как отдельного человека, так и общества в целом.

Осознавая значимость интереса читательской аудитории к проблемам экологии и окружающей среды, нами была рассмотрена сущность феномена читательской аудитории. Под аудиторией (публикой) понимается совокупность слушателей, зрителей или читателей, являющихся объектом воздействия искусства, пропаганды, рекламы, литературы, развлекательных мероприятий или просвещения.

Аудитория печатных СМИ, достаточно самостоятельна, она представляет собой сложную, в определенной степени разобщенную, совокупность людей, как в идеологическом смысле, так и территориально. Наличие у читательской аудитории различных параметров и характеристик говорит о том, что массу получателей информации не следует оценивать только с одной стороны как получателей информации и делать определенные выводы, оперируя мнением и запросами лишь части аудитории.

Журналист печатных СМИ должен четко представлять «портрет» читательской аудитории. Умение определять характеристики аудитории по объективным и субъективным параметрам позволят ему более точно выбирать жанр, тематическое направление, содержательный компонент, композиционную

структуру и языковые средства выражения для создания публицистического материала.

С помощью социологических опросов Всероссийского центра исследования общественного мнения за несколько последних лет нами был выявлен интерес аудитории в получении экологической информации, что подтвердила статистика запросов wordstat по темам: «экология», «окружающая среда», «проблемы охраны окружающей среды».

В монографии были рассмотрены спектры экологических тематик, которые представлены в изданиях федерального уровня: экологические конфликты, лесопользование и проблемы лесного хозяйства, отходы, загрязнение воздуха и экология города и др.

Спектр экологических тематических направлений на региональном уровне был определен на основе публикаций о проблемах охраны окружающей среды региональных СМИ:

- общая экология города или целого региона;
- экология экосистемы;
- экологическая культура населения.

Нами была рассмотрена сущность процесса формирования экологического мировоззрения читателей. В процессе исследования было выявлено, что мировоззрение, как обобщающая категория, основано, прежде всего, на осознании отношений между человеком и окружающим его миром, которое возможно, в том числе, и на понимании значимости взаимосвязи человека с природой.

В начале XXI века происходит увеличение негативного влияния человека и его деятельности на состояние окружающей среды, обусловленное тем, что мировоззрение общества пока остается исключительно потребительским. Ценность понимания рационального и логичного использования природных ресурсов планеты пока плохо осознается мировым социумом. В связи с этим остро встает вопрос о формировании у людей экологического мировоззрения как внешнего выражения их идей по отношению к устойчивому развитию общества в соответствии с такой картиной мира, где природа выступает основным её

компонентом. Такое мировоззрение является руководством к рациональному действию со стороны человека по отношению к окружающему миру, при котором его знания подчиняются законам природы, а его поведение организуется в соответствии с экологическими нормами, принципами и правилами.

Процесс формирования мировоззрения является достаточно сложным. Отправной точкой в нем является поиск человеком своего места в социуме, где важную роль играют самооценка и направленность личности. В формировании мировоззрения важна система образования, которая на протяжении всей жизни человека приводит его к тому, что мировоззрение принимает все свои формы и варианты, являющиеся результатом его осмысления окружающей действительности, которые имеют непосредственное отношение и к вопросам экологии. По нашему мнению, сегодня, наряду с образованием, и журналистика занимает ведущее место в формировании экологического мировоззрения, основанного на позиции защиты экологических законов и принципов охраны окружающей среды.

На современном этапе развития общества формирование экологического мировоззрения человека рассматривается как долгий и сложный процесс, связанный с развитием внешнего выражения его идей в соответствии с определенной картиной мира, в которой природа выступает основным её компонентом; именно такое мировоззрение является руководством к рациональному действию со стороны человека по отношению к окружающему миру, при котором его знания подчиняются законам природы, а его поведение организуется в соответствии с экологическими нормами, принципами и правилами.

В исследовании было обращено особое внимание на процесс эмоционального влияния публикации на экологическую тему на читательскую аудиторию.

Публикации на экологическую тему всегда производят впечатления на читателя. Тексты о проблемах, касающихся каждого из нас, несут определенную эмоциональную нагрузку, которая влияет на мировоззрение и побуждает человека к действиям. С помощью программы ВААЛ-мини, которая выполняет

фоносемантический анализ текста, нами была рассмотрена степень эмоционального влияния на читателей журналистских статей и заметок на экологические темы. При этом было определено, что прочтение текста заряжает читателя как положительными, так и отрицательными эмоциями.

Фоносемантический контент-анализ текстов позволяет говорить о том, что эмоции, которые испытывает аудитория при прочтении текстов экологической тематики, помогают осознать человеку, что он является частью огромного механизма, который способен помочь в решении экологических проблем; отрицательные эмоции, которыми загружены заметки и статьи, предназначены не для подавления настроения, а для побуждения человека к действиям. Все это становится рычагом в формировании экологического мировоззрения средствами журналистики.

В современных условиях информационная политика как важная составляющая системы регулирования социально-политических отношений современного общества оказывает несомненное воздействие на процесс его формирования с точки зрения политики, экономики, культуры и духовности. При этом важное место в развитии государства занимает региональная информационная политика, создающая единое информационное пространство региона и обеспечивающее вхождение этого субъекта в мировое информационное пространство. В монографии особое внимание было уделено специфике региональной информационной политики в области экологии в условиях развития гражданского общества.

Было определено, что в общественных науках существует ряд подходов к пониманию сущности термина «гражданское общество», на основе которых было сформулировано следующее определение: гражданское общество – это такое общество, в котором гарантируется соблюдение прав человека, это общество с развитыми экономическими, политическими, правовыми и культурными отношениями между людьми, независимое от государства, но взаимодействующее с ним, функционирующее ради реализации общественных интересов.

Проблема формирования гражданского общества сегодня тесно связана с проблемой взаимодействия государственной власти и гражданского общества. Под формированием гражданского общества понимается осознанное участие населения в делах государства, в формировании органов власти.

В конце XX в. в процессе перехода к гражданскому обществу возникла необходимость понятийного закрепления термина «информационная политика» в управлении различными системами информационной сферы в государстве, которое приобретает статус информационного. При этом, по мнению Ф.Ю. Кушнарева, ядром информационной политики в условиях построения информационного общества является особая сфера, связанная с управлением информацией, т.е. с управлением информационными процессами.

Нами за основу было взято определение информационной политики, предложенное С.Э. Зуевым. По его мнению, это особый тип коммуникаций, задающий способы поведения в пространстве информационных потоков и обменов между субъектами, формирующими ценностную и целевую структуру информационного пространства.

В работе было обращено внимание на специфику реализации региональной информационной политики в области экологии, представляющей собой деятельность региональных органов власти по формированию совокупности целей и задач, отражающих интересы региона в информационной сфере, определению основных направлений этой деятельности.

В свете этого были рассмотрены понятия субъекта и объекта информационной политики региона в экологической сфере, её основные цель и задачи, направления развития.

В исследовании была рассмотрена сущность термина «информационно-публицистический потенциал», основным компонентом которого стало дискуссионное понятие информации, являющееся некой смысловой формой представления человека об окружающем мире, только в таком понимании, по нашему мнению, появляется возможность её обмена между людьми в социуме, с помощью средств массовой информации в том числе. Исходя из этого, к термину

«информационный потенциал» логично было добавлено понятие «публицистический», характеристика которого позволяет расширить полисубъектность коммуникативной среды, ежесекундно подвергающейся воздействию огромного количества субъектов информационной деятельности, способных выразить свое мнение по поводу волнующих их событий и фактов. Журналистика в этих условиях становится важным фактором развития диалоговых стратегий между всеми субъектами медиатеатральности.

Отсюда информационно-публицистический потенциал заключается в возможности СМИ определить совокупность средств, методов и условий, позволяющих эффективно и рационально использовать информационные продукты с целью формирования гражданского самосознания каждого человека в решении экологических проблем, волнующих современное гражданское общество.

При построении информационной стратегии Оренбургской области в сфере экологии в информационном поле ставится задача корректировки существующего медиапортрета (медиаобраза) области. Отсюда стратегия по своей структуре представляет систему ориентиров, технологических приемов и методов информационной работы, направленных на продвижение этих акцентов, рассчитанных на эффективное позиционирование области. Государственное регулирование деятельности средств массовой информации осуществляется законодательно.

На территории области по состоянию на 29.12.2018 г. в Оренбургской области, по данным территориального управления Роскомнадзора, зарегистрировано 223 средства массовой информации, которые затрагивают темы экологии и охраны окружающей среды, но информации по этой теме явно недостаточно.

Региональные СМИ не всегда соответствуют ожиданиям общества по профессиональному решению экологических проблем, но следует констатировать, что сегодня журналисты и жители региона стремятся найти консенсус, обеспечивающий решение многих насущных для области проблем, в том числе

и по вопросам экологии и охраны окружающей среды. При этом власти области не всегда готовы сотрудничать с журналистами по этим проблемам.

Нами был предложен проект программы повышения эффективности информационной политики Оренбургской области в экологической сфере. В данной программе рассмотрен ряд актуальных проблем, обеспечивающих повышение эффективности экологической информационной политики Оренбургской области и даны предложения по их решению.

В монографии рассматривался ряд печатных изданий Оренбургской области, затрагивающих в своих публикациях проблемы экологии и охраны окружающей среды. В региональных газетах: «Комсомольская правда» - Оренбург», «Аргументы и факты» - Оренбург», «Оренбуржье» - журналисты освещают данную тему. Нами анализировались публикации именно этих печатных изданий, так как на сегодняшний день они являются наиболее востребованными на территории области, по итогам исследования «Медиаэкологии».

Публикации экологической тематики в газете «Комсомольская правда» - Оренбург» затрагивают 3 направления, предлагая следующий спектр проблем:

- экология региона или города (проблемы: зеленые насаждения в городе (Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели»), экологическое развитие региона (Е. Падалко «По экологическому развитию наш город скатился на 56-ое место»);

- экология экосистемы (проблемы: загрязнение воздуха (Е. Падалко «Выйди, вонь!)), защита водных ресурсов (Г. Коваленко «Из Урала будут качать воду для полива 3000 гектаров земли» и др.), режим особой охраны территории национальных парков и заповедников проблемы леса и лесопользования (Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник» и др.), вырубка леса (Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей»);

- экологическая культура населения и экологическое право (проблема отходов (Е. Падалко «Любителей мусорить оренбуржцы готовы поставить на место»).

Экологическая проблематика в газете «Оренбуржье» представлена только по двум тематическим направлениям (экология региона или города и экологическая культура населения и экологическое право), при этом спектр проблем достаточно узок, в основном затрагиваются проблемы отходов (В. Войтин «Первый сбор комом?», Ж. Обломкина «Не довести до конфликтов» и др.).

Публикации по экологии в газете «Аргументы и Факты» - Оренбург» касаются двух тем (экология региона или города и экологическая культура населения и экологическое право), спектр проблем затрагивает бездомных животных (А. Левина «Наше собачье дело») и обращения с отходами (Е. Чернова «Основа тарифа – транспортные расходы» и др.).

Сравнительный анализ тематических направлений трех анализируемых газет показал региональные печатные издания Оренбургской области занимаются освещением проблем охраны окружающей среды независимо от того, существует ли на сегодняшний момент актуальная экологическая повестка. Это особенно ярко представлено на страницах газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» (2014-2015 гг.). Журналисты издания стремятся охватить весь спектр экологических тем: общая экология региона или города, экология экосистемы, экологическая культура населения и экологическое право. Соотношение объемов информации по выделенным тематикам чаще всего не равномерное.

На примере изданий «Оренбуржье» и «Аргументы и Факты» - Оренбург» видно, как точно отрабатывается актуальная на сегодняшний день экологическая повестка - внедрение нового порядка обращения с ТКО на территории области. Журналисты изданий осуществляют просветительскую деятельность в плане нововведения.

В исследовании было определено, что публикации на экологическую тему являются значимым средством эмоционального влияния на читательскую аудиторию: эмоции заставляют человека переживать, задумываться о том, к каким последствиям могут привести нерешенные экологические проблемы, заставляют его пересмотреть свое отношение к природе, окружающей среде. При этом публикации по экологии заряжены разными эмоциями: положительными

и отрицательными (величественность, мужественность, силу, громкость, храбрость, могучесть, активность, яркость, страх, злость, шероховатость, тяжесть, грубость) (например, информационная корреспонденция Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей» и др.), только положительными (храбрый) (например, эксперимент Е. Падалко «Любителей мусорить оренбуржцы готовы поставить на место» и др.), только отрицательными (холодный) (например, заметка Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали частники» и др.), или не обладает выраженными фоносемантическими характеристиками (например, заметка Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник» и др.). При этом количество эмоций во многом зависит от тематической направленности самого материала.

Журналисту очень важно понимать, что положительные эмоции являются благоприятными и выражают одобрение со стороны читателя, отрицательные же свидетельствуют о противоположном ожидаемому, хотя говорить о том, что такой материал является отрицательным не следует, так как он заставляет читателя не просто думать, а активизироваться самому и заставить обращать внимание на проблему чиновников, отвечающих за данный фронт работ.

Журналисты анализируемых печатных СМИ Оренбуржья не уделяют должного внимания экологическим проблемам:

- тематическая направленность материалов достаточно узка, журналисты рассматривают проблемы только по трем направлениям: общая экология региона или города, экология экосистемы, экологическая культура населения и экологическое право;

- круг проблем, поднимаемых в публикациях, слишком мал: зеленые насаждения в городе, экологическое развитие региона, загрязнение воздуха, защита водных ресурсов, режим особой охраны территории национальных парков и заповедников проблемы леса и лесопользования, проблема отходов, бездомные животные.

На сегодняшний день следует отметить, что необходимо увеличить количество материалов по экологическим направлениям, расширить спектр эко-

гических проблем, так как Оренбургская область не является благополучной в плане экологии, поэтому информационная политика Оренбургской области должна особое внимание уделять данной теме.

Список использованных источников

- 1 Конституция РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
- 2 О средствах массовой информации: закон Российской Федерации от 27.12.1991 г. № 2124-1. – Москва: Проспект, 2014. – 40 с.
- 3 Об особо охраняемых природных территориях: федеральный закон от 14 марта 1995 г. №33-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации - 20 марта 1995 г. - №12 - Ст. 1024.
- 4 Об охране окружающей среды: федеральный закон от 10 января 2002 г. №7-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. - 14 января 2002 г. - №2 – 133 с.
- 5 О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2020 годы: указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71570570/>
- 6 О Красной книге Российской Федерации: постановление Правительства РФ от 19 февраля 1996 г. №158 // Собрание законодательства Российской Федерации. - 26 февраля 1996 г.- №9 – 808 с.
- 7 О федеральной целевой программе «Экология и природные ресурсы России (2002 - 2010 годы): постановление Правительства РФ от 7 декабря 2001 г. №860 // Собрание законодательства Российской Федерации. - 24 декабря 2001 г. - №52 (Часть II). – 4973 с.
- 8 Об экологическом образовании, просвещении и формировании экологической культуры населения Оренбургской области: закон Оренбургской области от 06 марта 2015 года N 3010/821-V-ОЗ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/424040672>
- 9 Авинова, Ю. Н. Информационная политика Российского государства на современном этапе: концептуальные и основные задачи / Ю.Н. Авинова [Элек-

тронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.svobodainfo.org/info/page?tid=633200007&nd=458202135>.

10 Александров, Д.Н. Риторика: учебное пособие для вузов / Д.Н. Александров. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 534 с.

11 Анисимова, Т.В., Современная деловая риторика: учебное пособие / Т.В. Анисимова, Е.Г. Гимпельсон. – М.: Московский психологический институт; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2002. – 432 с.

12 Анпилогова, Л.В. Специфика прессы в системе современных СМИ РФ / Л.В. Анпилогова, Е.С. Белова // Современные концепции развития науки : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф., 20 марта 2019 г., Магнитогорск; отв. ред. А. А. Сукиасян. - Уфа: Аэтерна, 2019. - С. 111-112.

13 Анпилогова, Л.В. Тематическая специфика областных печатных периодических изданий [Электронный ресурс] / Л.В. Анпилогова, М.Д. Москвина // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры : материалы Всерос. науч.-метод. конф., 31 янв.-2 февр. 2018 г., Оренбург. - Оренбург: ОГУ, 2018. - С. 3275-3280.

14 Анпилогова, Л.В. Формирование экологизированного мировоззрения человека средствами журналистики [Электронный ресурс] / Л.В. Анпилогова, Е.С. Падалко // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры : материалы Всерос. науч.-метод. конф., 1-3 февр. 2017 г., Оренбург. - Оренбург: ОГУ, 2017. - С. 2521-2524.

15 Анпилогова, Л.В. Экологическая тема в программах политических партий и в СМИ Оренбургской области [Электронный ресурс] / Л.В. Анпилогова, Е.С. Падалко // Политические партии и выборы: проблемы современности : сб. науч. ст. по материалам Всерос. науч.-практ. конф. (с междунар. участием), 25 мая 2016 г., Оренбург; отв. ред. И.Б. Гоптарева, К.Д. Карабаева - Оренбург: ОГУ, 2016. - С. 151-156.

16 Анпилогова, Л.В. Особенности экологической тематики в газете «Комсомольская правда»- Оренбург» / Л.В. Анпилогова, Е.С. Падалко // В мире науки и инноваций : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф., в 3-х частях, 20 апр.

2016 г., Курган ; отв. ред. А.А. Сукиасян. - Уфа: Аэтерна, 2016. - Ч. 3. - С. 98-100.

17 Анпилогова, Л.В. Особенности публикаций газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» по степени углубленности в экологическую тему [Электронный ресурс] / Л.В. Анпилогова, Е.С. Падалко // Человек. Общество. Культура. Социализация : материалы XII Всерос. (с междунар. участием) молодеж. науч.-практ. конф., 21-22 апр. 2016 г., Уфа; под ред. В. Л. Бенина. - Уфа, 2016. - С. 534-537.

18 «Аргументы и Факты» - Оренбург» (комплект газет). - № 1-20. - 1.01-31.03. – 2019 г.

19 Аудитория СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Аудитория_СМИ

20 Банников А.Г. Основы экологии и охрана окружающей среды/А.Г. Банников, А.А. Вакулин, А.К. Рустамов. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Колос, 1999. – 173 с.

21 Белова, Е. С. Экологическое образование и воспитание подрастающего поколения средствами СМИ [Электронный ресурс] / Е.С. Белова, Л.В. Анпилогова // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры : материалы Всерос. науч.-метод. конф. (с междунар. участием), 23-25 янв. 2019 г., Оренбург. - Оренбург: ОГУ, 2019. - С. 3789-3792.

22 Богуславская, В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов: монография/ В.В. Богуславская. - М.: ЛКИ, 2013. – 280 с.

23 Большая актуальная политическая энциклопедия; под общ. ред. А. Белякова и О. Матвейчева. - М.: Эксмо, 2009. - 412 с.

24 Введенская, Л.А. Культура и искусство речи. Современная риторика / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. - Ростов-на-Дону: Феникс, 1995. – 576 с.

25 Виды мировоззрений: понятие и формы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://businessman.ru/new-vidy-mirovozzrenij-ponyatie-i-formy.html>

26 Виды и характеристика СМИ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/3965714/>

27 Воздух над Медногорском очистит «зеленый щит» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ria56.ru/posts/vozdux-nad-mednogorskom-ochistit-zelenyj-shhit.html>.

28 Габайдулина, Л.В. Культурологические основания информационной политики в переходный период / Л.В. Габайдулина // Правовые и социально--экономические аспекты деятельности средств массовой информации: сб. ст. под ред. Ю.В. Мишальченко. - СПб.: Питер, 1996. - 246 с.

29 Гаврилов, Д. Информационная политика региональной власти России в экологической сфере (на примере официальных Интернет-сайтов субъектов Российской Федерации) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.dzyalosh.ru/02-dostup/books/info-open/MSU_1a\(85-97\).pdf](http://www.dzyalosh.ru/02-dostup/books/info-open/MSU_1a(85-97).pdf)

30 Давыдова, Н.Г. Советы начинающим журналистам. Краткое пособие для молодых журналистов-экологов/ Н.Г. Давыдова, Л.В. Сизова. – М., 2008. – 210 с.

31 Дымова, И.А. Актуальные проблемы современности и журналистика: учебное пособие/ И.А. Дымова, Г.И. Щербакова. – Оренбург: ОГУ, 2012 – 123 с.

32 Дупак, В.Я. Государственная и региональная экологическая политика. Информ.-метод. материалы: учебно-метод. пособие по курсу «Экология, охрана природы, экологическая безопасность». – М: МОУЦ «Нахабино, 2005. – 60 с.

33 Ермишина, Е.В. Международный: обмен информацией: правовые аспекты / Е.В. Ермишина - М.: Просвещение, 1988. – 54 с.

34 Ерофеев, Б.В. Экологическое право: учебник для вузов / Б.В. Ерофеев. - М.: Юриспруденция, 1999. - 448 с.

35 Законодательное собрание Оренбургской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.zaksob.ru/>.

36 Запах с «Ядрово» не несет вреда здоровью, заявила подмосковный омбудсмен» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ria.ru/society/20180322/1517059898.html>

37 Засурский, Я.Н. Система средств массовой информации / Я.Н. Засурский. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 259 с.

38 Засурский, Я.Н. Средства массовой информации постсоветской России: учебное пособие / Я.Н. Засурский, Е.Л. Вартанова. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 492 с.

39 Зуев, С.Э. Измерения информационного пространства (политики, технологии, возможности) / С.Э. Зуев // «Музеи будущего: информационный менеджмент; сост. А. В. Лебедев. - М.: Дело, 2001. – 160 с.

40 Интеграция науки и практики как механизм эффективного развития общества: материалы XV международной научно-практической конференции, г. Москва, 8-9 апреля 2015 г. – Москва: Изд-во «Институт стратегических исследований»; Изд-во «Перо», 2015. – 208 с.

41 Информационная политика российских компаний: Исследование Ассоциации менеджеров [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.arng.ru/doc2045.html>

42 Информационная политика российских компании [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.nbuv.gov.ua/law/98ru-gip.html>

43 Карта страхов: весне навстречу. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115647>

44 «Комсомольская правда» - Оренбург» (комплект газет). - 1.08.2014 г. по 31.04.2017 г.

45 Концепция Государственной информационной политики РФ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.nbuv.gov.ua/law/98ru-gip.html>.

46 Корконосенко, С.Г. Основы журналистики: учеб.для вузов / С. Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 318 с.

47 Коханова, Л.А. Экологическая журналистика, PR и реклама: учебное пособие / Л.А. Коханова; под ред. Я.Н. Засурского. - М.: ЮНИТИ, 2013. – 338 с.

48 Кудашова, Ю.В. Имидж региона (Оренбургская область): монография / Ю.В. Кудашова. – Оренбург: ОГУ, 2011. – 283 с.

49 Кудашова, Ю.В. Информационно-коммуникативные технологии в региональном политическом пространстве / Ю.В. Кудашова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2010. – № 5 (111) – С. 39-46.

50 Кудашова, Ю.В. Проблемы формирования информационной среды политического позиционирования / Ю.В. Кудашова [Электронный ресурс] // Государственное управление. Электронный вестник. – 2011. – Выпуск № 26.

51 Кушнарев, Ф. Ю. Информационная политика государственных органов управления как объект политического анализа /Ф.Ю. Кушнарев // Власть. - 2004. - №8 (58). – С. 50-56.

52 Лазутина, Г.В. Жанры журналистского творчества: учебное пособие для студентов вузов/ Г.В. Лазутина, С.С. Распопова. - М.: Аспект Пресс, 2012. – 320 с.

53 Львов, М.Р. Риторика. Культура речи: учебное пособие для студентов гуманитарных факультетов вузов / М.Р. Львов. - М.: «Академия», 2002. – 272 с.

54 Манойло, А.В. Государственная информационная политика в особых условиях: монография / А.В. Манойло [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/psywar27.htm>.

55 Медиаисследования молодых ученых: материалы Второй Всероссийской конференции (21-22 мая 2015 г.); отв. ред. А.М. Горбачева. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2015. – 2016 с.

56 Мелюхин, И.С. - Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития /И.С. Мелюхин. - М.: Изд-во Московского университета, 1999. – 208 с.

57 Моисеев, Н.Н. Человек и ноосфера / Н.Н. Моисеев. - М.: Молодая гвардия, 1990. – 351с.

58 Мякинников, С.П. Экологическое и эколого-ориентированное мировоззрение как философская проблема/ С.П. Мякинников // Вестник КГУ. - 2014. - №5. – С.117-120.

59 Национальный экологический рейтинг регионов РФ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://www.greenpatrol.ru/sites/default/files/press/press_reliz_po_itogam_zimyu_2018-2019.pdf.

60 Новейший философский словарь; под ред. А.А. Грицанова. – Минск: Книжный дом, 2003. – 1280 с.

61 Обратная связь в современных СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lektsii.org/12-9336.html>.

62 Окружающая среда // Российский энциклопедический словарь; под ред. А. М. Прохорова. - М.: Большая российская энциклопедия, 2000.

63 Олешко, В.Ф. Публицистический потенциал гражданской журналистики / В.Ф. Олешко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mognovse.ru/zsx-publicisticheskij-potencial-grajdanskoj-jurnalistiki.html>

64 «Оренбуржье». – № 1-20. - 01.01-31.03. – 2019 г.

65 Основы государственной политики в области экологического развития России на период до 2030 года (утв. Президентом РФ от 30 апреля 2012 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru /70169264 /#ixzz5dtgq7Ie6>.

66 Охрана окружающей среды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Охрана_окружающей_среды

67 Пароль дня: Безопасность. Стабильность. Суверенитет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://infographics.wciom.ru/theme-archive/politics/>

68 Погорелый, Ю.А. Информационное агентство: стиль оперативных сообщений / Ю.А. Погорелый. - М., 2001. - 36 с.

69 Портал Правительства Оренбургской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.orenburg-gov.ru/>.

70 Прохоров, Е. Введение в теорию журналистики: уч. пособ. / Е. Прохоров. – М., 2002. – 324 с.

71 Прохоров, Е.П. Журналистика и демократия: учебное пособие / Е.П. Прохоров – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 380 с.

72 Ракитов, А.И. Россия в глобальном информационном процессе и региональная информационная политика / А.И. Ракитов // Проблемы информатизации. - 2003. - №1 (4). - С. 3–12.

73 Риторика: учебное пособие для студентов специальностей социального, гуманитарного и экономического направлений; авт.-сост. и ред. Л.В. Анпилова. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2010. – 632 с.

74 Рядом с нашей свалкой можно кофе пить: природоохранный прокурор рассказал о чистоте «Скоково» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://76.ru/text/gorod/423277667602443.html>

75 Сарычева, Е.С. Снег из Оренбурга вывозят в пойму Урала и Микутки / Е.С. Сарычева [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.orenday.ru/novosti/novostnaya-lenta/220219144639>

76 Свитич, Л.Г. Введение в специальность: Профессия: журналист: учебное пособие / Л.Г. Свитич – 2-ое изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 225 с.

77 Свитич, Л.Г. Современная периодика: поле понятий и терминов / Л.Г. Свитич // Вестник Московского университета. Сер.10. Журналистика. - 2013. - №6. - С. 7– 26.

78 Скачко, О. В. Современная информационная политика: проблема методологии исследования [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.bj.ru/upload/files/lib_1166430014.pdf.

79 Содружество: информационный вестник Совета глав государств и Совета глав правительств СНГ / Исполн. ком. Содружества Независимых Государств. – Минск: Исполн. ком. Содружества Независимых Государств, 1999. - № 2 (32). - 207 с.

80 Социология журналистики; под ред. С.Г. Корконосенко. - М.: Аспект Пресс, 2004.

81 Социология СМИ: учебное пособие; под ред. И.Д. Фомичева. - М., 2007 – 355 с.

82 Современный экономический словарь; под ред. А.Б. Райзберга, Л.Ш. Лазовского, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 497 с.

83 Состояние региональной информационной инфраструктуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.orenburg-gov.ru/Info/OrbRegion/MassMedia/>.

84 Средства массовой информации: библиогр. указатель (1981– 2015 гг.); сост. П. С. Трункина. – Барнаул: АлтГУ, 2015. – 23 с.

85 Средства массовой информации России: учеб. пособие для студентов вузов / М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова и др.; под ред. Я.Н. Засурского. - М.: Аспект Пресс, 2005.

86 Тертычный, А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный. - М.: 2002. – 307 с.

87 Толковый словарь русского языка; под ред. Б.М. Волина, Д.Н. Ушакова. - М. : Гос. изд-во ин.и нац. слов, 2010. - 1499 с.

88 Толстоухова, Н. «Зеленое» финансирование обсудят на форуме в Сочи» / Н. Толстоухова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2019/02/11/reg-ufo/zelenoe-finansirovanie-obsudiat-na-forume-v-sochi.html>.

89 Философская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/728/МИРОВОЗЗРЕНИЕ

90 Финансовый словарь. Онлайн словарь [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/23481.

91 Фомичева, И.Д.. Социология СМИ / И.Д. Фомичева. - Москва: Аспект Пресс, 2007. - 335 с.

92 Формирование экологического мировоззрения школьников / Студенческий научный форум – 2013: материалы V международной студенческой научной конференции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2013/article/2013008700>

- 93 Экологическая информация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Экологическая_информация
- 94 Экологическая журналистика: сб. статей; под ред. А.В. Давыдовой, А.С. Смоляровой. – СПб., 2011. - 128 с.
- 95 Экологический энциклопедический словарь; под ред. И.И. Дедю. - Кишинев: Главная редакция Молдавской советской энциклопедии, 1989. – 467 с.
- 96 Экология Оренбурга: выбросы растут, не хватает чистой питьевой воды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ural56.ru/news/530052/?sphrase_id=297613
- 97 Элементы окружающей среды: функции, виды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/3601825/page:33/>
- 98 ЮНЕСКО: Проект руководящих принципов информационной политики по созданию и продвижению информации для общественного доступа [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://old.unesco.kz/ip/countries/%20unesco_it_policy_rus.html
- 99 Юрков, А. Озеро не терпит стоков /А. Юрков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2016/11/15/akademik-grachev-predlozhil-kardinalnoe-reshenie-problemy-bajkala.html>
- 100 Юрченко, Е.И. Средства массовой информации и общество / Е.И. Юрченко, М.: [б.и.], 2010. - 134 с.
- 101 Яншин, А.Д. Научные проблемы охраны природы и экологии / А.Д. Яншин // Экология и жизнь. - 1999. - № 3.

Приложение А

(справочное)

Экология Оренбурга: выбросы растут, не хватает чистой питьевой воды» (Урал56.Ру) (отрывок)

Главная

Новости 1

Бессмертный полк

Ретро56

Маршрут56

Журнал MODA

DFM в Орске

Шоу «Заварники»

Хоккей

Найти депутата по адресу

ТОП-5

Web-камеры

Конкурсы

Билет в кино

Архив

DS FM

ХИТ

РАДИО ШАНСОН

Канал Урал56.Ру в Telegram

Экология Оренбурга: выбросы растут, не хватает чистой питьевой воды

Отчет природоохранной прокуратуры попал в редакцию Урал56.Ру

Автор: Андрей Локомотив, Урал56.Ру

17005 24.02.2016 Область

Рассказать друзьям: [f](#) [vk](#) [od](#) [tw](#)



Несогласованная свалка грязного снега в Оренбурге. 11.02.2016

В редакцию **Урал56.Ру** попал документ — информационное письмо о состоянии окружающей среды в городе **Оренбурге**. Это письмо было подготовлено **Оренбургской межрайонной природоохранной прокуратурой** для Оренбургского городского Совета. Согласно данным контролирующего органа, в областном центре наблюдается напряженная экологическая ситуация.

Оренбург — лидер сложной аэрогенной обстановки

Приложение Б

(справочное)

Рядом с нашей свалкой можно кофе пить: природоохранный прокурор рассказал о чистоте «Скоково» (76.ру)(отрывок)

Работа Авто Недвижимость Транспорт Форум Объявления Афиша Карта Знакомства Войти

76.RU

ИРОСЛАВЛЬ ОНЛАЙН

СЕЙЧАС +7°C

USD 64.24 EUR 72.65

🔔 🔍 ☰

Темы Бессмертный полк Подростки-вандалы Жестоко избили таксиста Как отдыхаем в майские ...

Город

Рядом с нашей свалкой можно кофе пить: природоохранный прокурор рассказал о чистоте «Скоково»

Ярославцы на свои жалобы прокурорам получили необычный ответ

23 апреля 2018, 15:05

👍 4 509 🗨 30 💬 Обсудить

ВСЕ НОВОСТИ

«Понесу все наказания»: подросток, до смерти забивший инвалида выступает в суде с последним словом

Писатель и журналист Дмитрий Быков впал в кому

В Брагино нашли гигантское мусорное поле

В Ярославле водитель на иномарке сбил 16-летнюю школьницу

В Ярославле в промзоне сгорел грузовик

Новые рабочие места и место притяжения горожан: эксперты о том, что даст Рыбинску приход «Макси»

Клещи уже бросаются на людей: в мэрии Ярославля затянули с обработкой города

В Ярославле водитель популярного такси снёс столб

Фильм про погибшего игрока «Локомотива» Ивана Ткаченко увидит вся страна

Как ярославцам присоединиться к акции «Бессмертный полк»: пошаговая инструкция

У ярославца, который устроил смертельное ДТП, отобрали машину

Долго, дорого, бессмысленно: как усложнили жизнь владельцам тоннированных машин

«Им всего 7–8 лет — и уже организованная травля»: колонка мамы из Ярославля о детском буллинге

Полиция займётся мальчишками, которые устроили скачки по машинам

Съедобные улитки из Переславля и веганские десерты: в Ярославле начнут готовить необычные блюда

Прокуроры встретились с ярославцами

Сегодня на вокзале Ярославль-Главный с ярославцами устроили встречу волжский межрегиональный природоохранный прокурор Вениамин Селифанов и северо-западный транспортный прокурор Олег Колесов. Они напрямую отвечали на вопросы людей.

Большую часть встречи посвятили вопросу экологии: ярославская градозащитница Елена Богданова пришла сразу с двумя обращениями: по поводу московского мусора, а также по гудронным прудам на заводе Менделеева и зелёному маслу.

— Сейчас идёт массовое недовольство жителей города по поводу ввоза отходов из Московской области. У нас еще очень острая проблема в области по зелёным маслам, по гудронным прудам, — рассказала прокурорам известная ярославская градозащитница Елена Богданова.

— Что касается гудронных прудов, то в своё время, когда владельцы хотели разделить завод и пруды, общественность и правительство области не дали это сделать. Сейчас кислые гудроны попали в федеральный проект, на их ликвидацию выделят финансирование, — ответил ей волжский межрегиональный природоохранный прокурор Вениамин Селифанов.

— Что касается зелёного масла, то им должны заняться городские власти. Мы общались с мэром города, прошли через судебные разбирательства. Мы требовали, чтобы нашли хозяина этого масла и провели экспертное обследование. Надо сделать так, чтобы оно тоже попало в федеральный проект, получило финансирование. Что касается скандальной ситуации с мусором — полигон «Скоково» готов работать еще долгие годы — нормативы позволяют. Правовых препятствий для размещения на нём бакирского, московского, питерского, любого мусора у нас нет.

Градозащитница пыталась возразить, мол, у нас и своего мусора хватает, чужой нам не нужен. На что прокурор отшутился:

— Когда мясокомбинат работает, он ведь не только ярославское мясо использует, то же самое и здесь. Выход — только закрывать полигон. Куда мусор тогда повезете? — возразил Вениамин Селифанов. — В Чебоксарах на республиканской свалке ходят в костюмах, женщины — в платках, на каблуках. Там можно в 50 метрах поставить стол и пить кофе. Я не сомневаюсь, что так будет и в Ярославле, — оптимистично подытожил природоохранный прокурор.

Всего за помощью к прокурорам обратилось несколько ярославцев.

PROFESSIONAL DENTAL CLINIC

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЧИСТКА ЗУБОВ AIR FLOW

3000 РУБЛЕЙ

Приложение В

(справочное)

Запах с «Ядрово» не несет вреда здоровью, заявила подмосковный омбудсмен (РИА Новости) (отрывок)



**РИА НОВОСТИ**



Запах с "Ядрово" не несет вреда здоровью, заявила подмосковный омбудсмен

22 марта 2018, 19:20 1034



© РИА Новости / Мария Зуева

МОСКВА, 22 мар — РИА Новости. Запах с полигона "Ядрово" неприятен, но не несет вреда здоровью, рассказала РИА Новости уполномоченный по правам человека в Подмосковье Екатерина Семенова.



Свалку закрывают куполом: реакция властей на ситуацию с полигоном "Ядрово"

22 марта 2018, 18:51

"Шестого марта объявлена чрезвычайная ситуация, для этого работают особые процедуры... поскольку есть опасения, что может быть причинен какой-то вред, эти процедуры должны распространяться на всех. Что касается дальнейших действий по факту случившегося выброса, который на самом деле был, по показаниям и МЧС, и независимой экспертизы, не самый худший. Конечно, это все очень неприятно, но не принесет вреда жизни и здоровью", — сказала Семенова.

Она отметила, что госпитализация шести детей потребовалось, в основном, из-за тревоги родителей.

"Ребятишки сегодня утром: трое выписаны, трое находятся в Филатовской больнице, там сказали, что один из трех детей имеет наследственное заболевание, которое не связано с какими-либо отравлениями. У двух ребят... не подтвердили анализы высокую концентрацию каких-то газов", — добавила омбудсмен.



Сергей Иванов назвал самую острую проблему экологии в России

22 марта 2018, 16:17

По ее словам, для получения вреда здоровью требуются концентрации вредных веществ в десятки раз больше нормы, чего не было на полигоне. Семенова отметила, что даже в центре Москвы находиться вреднее, хотя физически это не ощущается.

Жители Волоколамского района в последнее время жалуются на неприятный запах от полигона "Ядрово". На территории полигона был введен режим ЧС. В среду ночью, по данным муниципалитета, на полигоне произошел выброс свалочного газа. За медицинской помощью в Волоколамске обратились 60 детей, шестеро госпитализированы, ухудшение их здоровья связали с запахом с полигона. Однако Роспотребнадзор не нашел превышения нормативов по содержанию загрязняющих веществ в воздухе Волоколамска.

Приложение Г

(обязательное)

Опрос:

Реакция аудитории на экологические проблемы, поднимаемые в СМИ (февраль 2019 года)

Блок вопросов:

1 К постоянной аудитории каких СМИ Вы относите себя?

- Печатных (газеты, журналы)
- Электронных (телевидение, радио)
- Интернет-изданий
- К аудитории всех вышеперечисленных СМИ
- Я не явлюсь постоянной аудиторией ни одного СМИ

2 Какие новости Вас интересуют больше всего?

- Политика
- Социум
- Здоровье и красота
- Экология
- Спорт
- Криминал
- Новости шоу-бизнеса
- Другое (свой вариант ответа)

3 При прочтении/прослушивании новости об экологической проблеме вы заостряете на ней внимание?

- Да, если она касается моего региона
- Да, независимо какие масштабы имеет экологическая проблема
- Нет, меня не интересуют проблемы экологии

4 Что Вы испытываете после того, как узнаете о существовании новой экологической проблемы из новостей?

- Тревожность
- Страх
- Раздражение
- Чувство незащищенности и беспомощности
- Радость
- Удовольствие
- Ничего не испытываю

5 Продолжите фразу: По моему мнению, проблемы экологии в средствах массовой информации...

- ... регулярно входят в повестку дня, журналисты подробно отрабатывают темы.
- ... появляются в повестке дня редко, носят новостной характер и не содержат подробной аналитики.
- ... в повестке дня оказываются стихийно, уступая место материалам о политике, криминале и т.д.
- Другое (свой вариант ответа)

6 Укажите город, в котором вы проживаете?

Блок ответов:

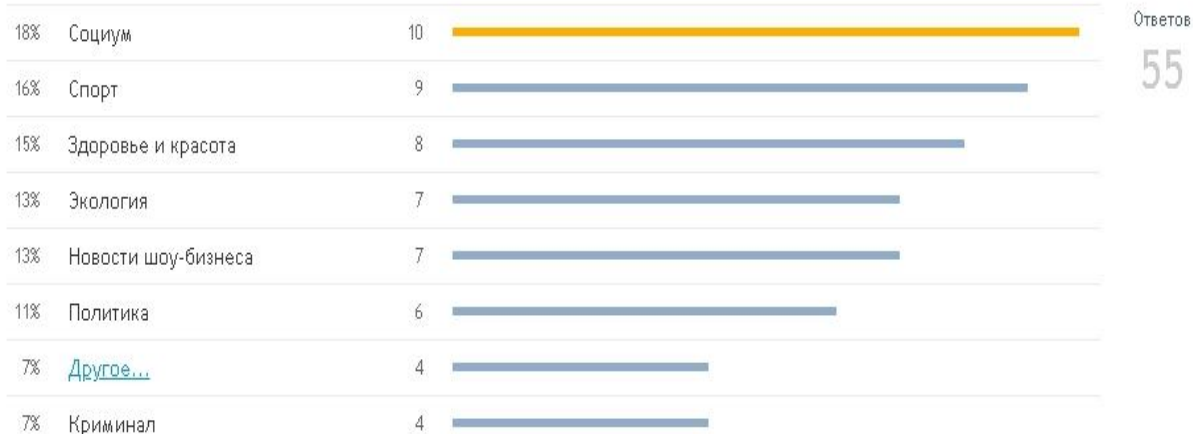
К вопросу №1

К постоянной аудитории каких СМИ Вы относите себя?



К вопросу №2

Какие новости Вас интересуют больше всего?



Ответы на вариант другое:

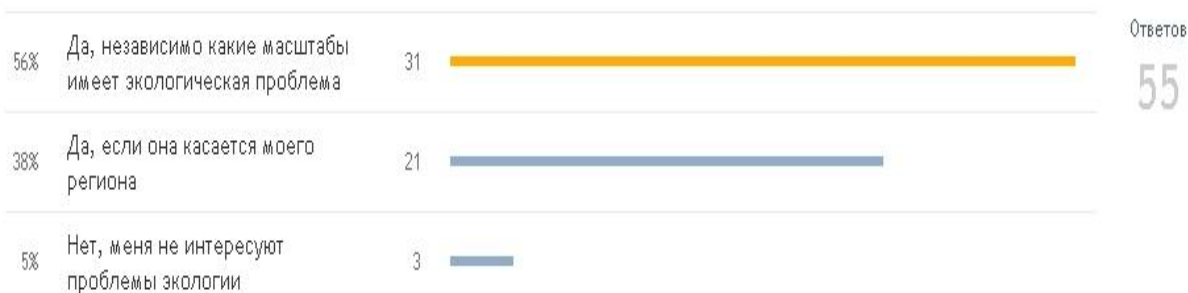
Какие новости Вас интересуют больше всего?

[« Вернуться к результатам](#)

- ☒ Технологии
-  Респондент #9881621
- ☒ Новости региона
-  Респондент #9876679
- ☒ все по немного
-  Респондент #9840165
- ☒ Интересуют новости, которые рассказывают о проблемах россиян: это социум, здоровье, экология
-  Респондент #9830700

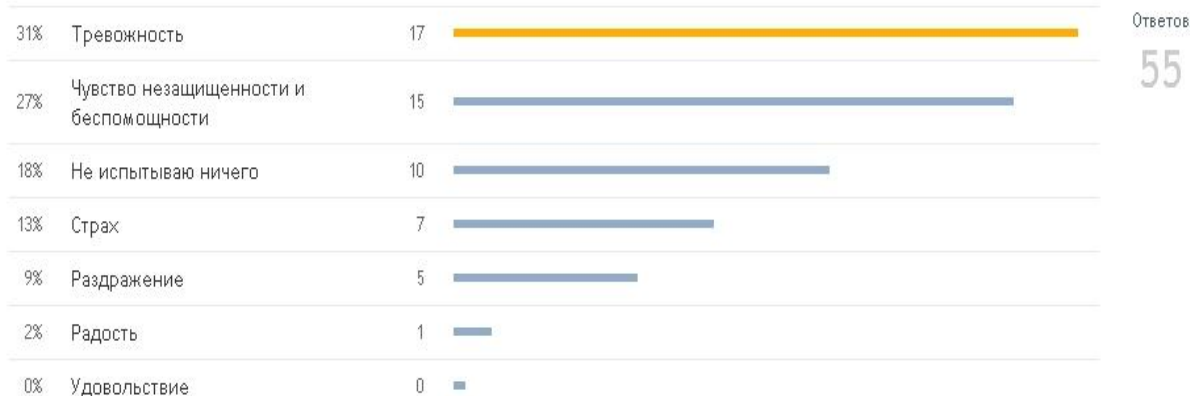
К вопросу №3

При прочтении/прослушивание новости об экологической проблеме вы заостряете на ней внимание?



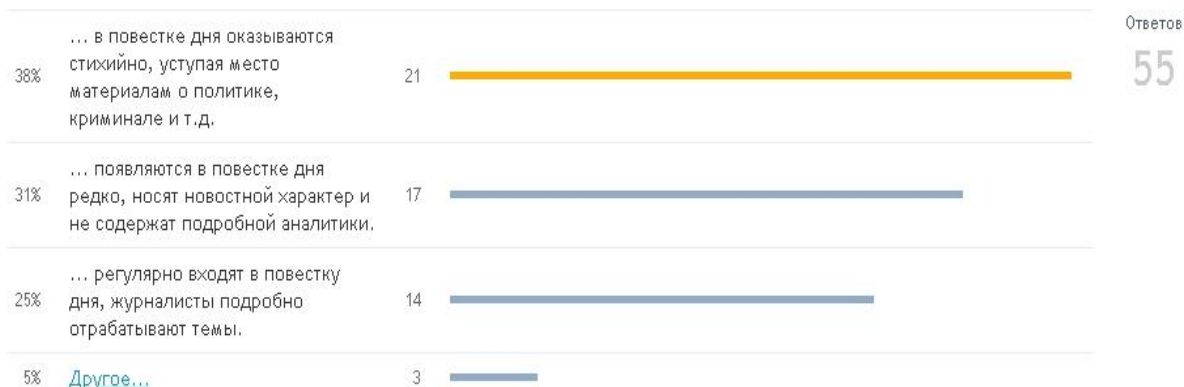
К вопросу №4

Что Вы испытываете после того, как узнаете о существовании новой экологической проблемы из новостей?



К вопросу №5

Продолжите фразу: По моему мнению, проблемы экологии в средствах массовой информации...



Ответы на вариант другое:

Продолжите фразу: По моему мнению, проблемы экологии в средствах массовой информации... [« Вернуться к результатам »](#)

☐ Не следу за новостями, поэтому сложно ответить

 Респондент #9881621

☐ Когда, появляется новость о проблемах экологии, СМИ все хорошо отображают.

 Респондент #9871409

☐ Затрудняюсь ответить, так как не интересуюсь этой категорией новостей

 Респондент #9831211

География респондентов

Города РФ	Количество респондентов
1 Москва	8 респондентов
2 Оренбург	по 6 респондентов
3 Санкт-Петербург	
4 Челябинск	
5 Новосибирск	по 2 респондента
6 Волгоград	
7 Псков	
8 Хабаровск	
9 Ульяновск	по 1 респонденту
10 Покровск (Республика Саха (Якутия))	
11 Екатеринбург	
12 Тобольск (Тюменская область)	
13 Магнитогорск (Челябинская область)	
14 Учалы (Республика Башкортостан)	
15 Уфа	
16 Новотроицк (Оренбургская область)	
17 Чебоксары	
18 Грязовец (Волгоградская область)	
19 Чайковский (Пермский край)	
20 Железногорск (Курская область)	
21 Каменск-Уральск (Свердловская область)	
22 Ростов (Ярославская область)	
23 Мариинский Посад (Республика Чувашия)	
24 Миасс (Челябинская область)	
25 Ачинск (Красноярский край)	
26 Курган	
27 Енисейск (Красноярский край)	
28 Ярославль	
29 Красноярск	
30 Тольятти (Самарская область)	
31 Череповец (Вологодская область)	
32 Сочи	
33 Коломна (Московская область)	
Итого:	55 респондентов

Приложение Д (справочное)

Публикация Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей»

8 **КП** Оренбург
www.kp.ru
19.06.2014

Картина дня: Оренбург

Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей

Екатерина ПАДАЛКО

Тревогу забили жители поселка им. Куйбышева: в дубраве неподалеку надрывается электропила. Что ни день, обнаруживаются свежие спилы деревьев.

- Мы всегда отдыхали в этом лесу, наслаждались природой. Здесь вековые дубы растут! - эмоционально рассказывает местная жительница Наталья, пригласив нас на прогулку. - В начале августа начали рубить по-крупному, каждый день едут легковые и грузовые автомобили.

На месте бросаются в глаза следы свежей работы - белые пеньки. Площадка образовалась немаленькая. В кучи свален молодняк клена, пни. - Раз сунулись, два... Говорят, теперь это частная собственность. Мы не удивимся, что завтра забор поставят. У нас ведь все сейчас покупается и продается, - вздыхают горожане.

«НА КАРТЕ ЗНАЧИТСЯ ТОЧКОЙ»

В министерстве лесного и охотничьего хозяйства Оренбургской области в курсе случившегося, поскольку под угрозой находятся земли Гослесфонда.

- В июне администрация Оренбургского района объявила торги на участок лесного фонда, якобы относящийся к

категории земель сельскохозяйственного назначения. Когда мы это обнаружили, руководитель оренбургского лесничества написал письмо в прокуратуру Оренбургского района, чтобы приостановили торги, но ответа не получили до сих пор, - отметил и.о. начальника управления государственного лесного контроля и пожарного надзора в лесах Еркибай Жумаев.

Несмотря на назревающий скандал, торги состоялись 4 июля. И судя по информации министерства лесного и охотничьего хозяйства Оренбургской области, земли перекочевали из Гослесфонда в частную собственность.

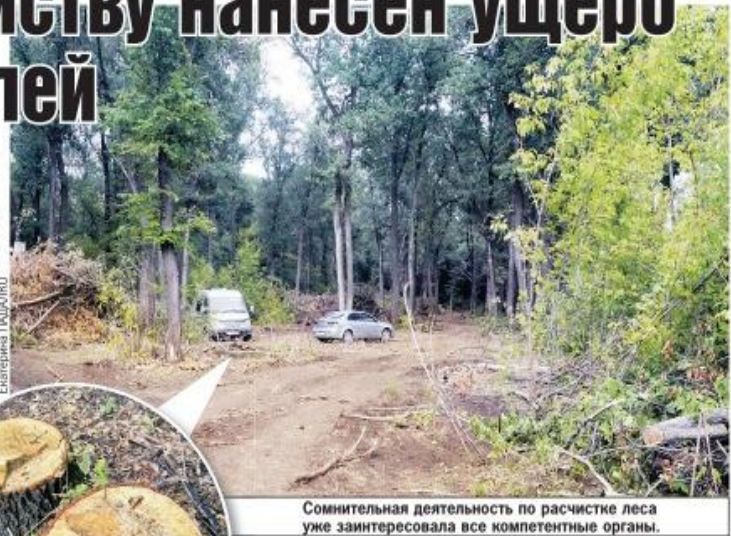
- Тот кадастровый номер, который был показан на торгах, на карте значится одной точкой. Самого участка как такового нет. Почему начали деятельность на участке Гослесфонда, выясняем, - добавил Еркибай Бустанович.

КОНЕВОДЧЕСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Мы также пообщались с представителем новоиспеченного собственника участка. Перво-наперво нам показали свидетельство на право собственности.

- Землю мы приобрели чуть

больше месяца назад, прошли все необходимые процедуры. В газете увидели информацию о торгах, решили в них участвовать. Работы ведем 3 - 4 дня, - рассказывает Дмитрий. - Собираемся строить спортивный клуб в виде коневодческого хозяйства. Проект есть, получили разрешение на строительство коневодческого хозяйства, а именно конюшни и дороги. Пока



Сомнительная деятельность по расчистке леса уже заинтересовала все компетентные органы.

готовимся к строительству - очищаем территорию. Дубы мы не вырубам, извлекаем от молодняка клена и сухих деревьев на участке, где раньше была дорога. За этой территорией никто не следил.

«ЗЕМЛЯ ПРОДАНА НЕЗАКОННО!»

«Очисткой дороги» и «вырубкой молодняка» хозяева участка за несколько дней нанесли лесному хозяйству немалый ущерб.

- На данном участке можно проводить только санитарные мероприятия, этим занимаются наши подведомственные учреждения. Любая другая деятельность запрещена! Чтобы приобрести землю Гослесфонда, надо сначала

перевести ее в земли сельскохозяйственного назначения и поселений. Для этого необходимо Постановление Правительства РФ за подписью Дмитрия Медведева. В данном случае этого никто не делал. Никто не спорит, что документы на землю у выигравших торги оформлены правильно, но земля продана незаконно! На этом участке растут 90-летние дубы. За то время, которое там ведутся якобы очистные работы, лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей, - прокомментировали ситуацию в министерстве лесного и охотничьего хозяйства Оренбургской области. - Сейчас этим делом занимается прокуратура. В ближайшее время вся деятельность, ведущаяся на участке, будет приостановлена.

Приложение Е (справочное) Публикация Е. Падалко «Выйди, вонь!»

Картина дня: Оренбург

Оренбург
www.kp.ru
11.02.2015 **КП 7**

Выйди, вонь!

Екатерина ПАДАЛКО

«Комсомолка» проанализировала, где и чем дышат жители областного центра.

НАШ ЭКСПЕРИМЕНТ

Местные экологи отмечают, что воздух у нас в целом хороший, ведь как такового производства с токсическими отходами в черте города нет, да и миллиона автомобилей не насчитать. Поэтому Оренбург, к счастью, никогда не был в аутсайдерах экологических рейтингов.

Насколько чист атмосферный воздух в нашем городе, мы решили проверить сами с помощью подручных средств. Отправили своих гонцов во все районы города и собрали в контейнеры снег с городских улиц. Дождились, пока он растает, и на глазок сравнили результаты. Самым чистым растаявший снег оказался в Ленинском районе, самый грязный - в Промышлен-

ном. Вода в этом контейнере дала заметный осадок и отличалась по цвету от прочих образцов.

По образцам из Центрального и Дзержинского районов особых отличий мы не выявили. Единственное, вода здесь оказалась немного мутноватой.

ЧТО ГОВОРЯТ СПЕЦИАЛИСТЫ

В отделе охраны окружающей среды администрации Оренбурга рассказали, насколько жители довольны состоянием воздуха, предоставив данные на основе жалоб горожан из всех районов.

Вообще, диспетчерский центр принимает обращения по поводу качества воды, состояния почвы и атмосферного воздуха, но по последнему, как правило, оренбуржцами высказываются больше всего недовольств. Как отмечают специалисты отдела, это связано с тем, что до 70% общего загрязнения атмосферного воздуха со-

ставляют выбросы от автотранспорта. По статистике в Оренбурге на 1000 горожан приходится 369 единиц транспорта. Это выше, чем среднее значение по России - 293 единицы на 1000 жителей.

В перечне источников неприятного запаха и природный газ. Больше остальных он беспокоит жителей Промышленного района, в частности улиц Химической, Магистральной и Западной.

Пыль и гарь в воздухе доставили дискомфорт жителям Дзержинского района. Пик подобных жалоб пришелся на июль 2014 года. Больше всего звонков поступило с улиц Володарского, Терешковой, Братской и проспекта Дзержинского. Оренбуржцы высказывали недовольство, ссылаясь на асфальтовый завод, расположенный в районе улицы Базовой.

- Все обращения незамедлительно передавались в мобильную группу экологиче-

ской службы Оренбургской области для проведения отбора проб воздуха и определения источника загрязне-

ния атмосферы и в надзорные органы: Управление Росприроднадзора по Оренбургской области, Управление Роспотребнадзора, региональное министерство природных ресурсов, экологии и имущественных отношений.

- отметили в отделе охраны окружающей среды администрации Оренбурга. Как отмечают специалисты, наибольший вклад в загрязнение атмосферного воздуха вносят пыль, диоксид азота, оксид азота, формальдегид и бензапирен.

■ ВАЖНО!

Жители каких улиц чаще жалуются

✓ Промышленный район:

Химическая, Магистральная и Западная (запах газа);

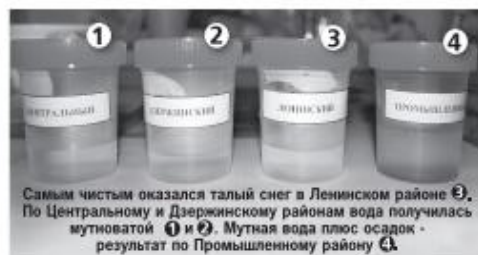
✓ Дзержинский район:

Володарского, Терешковой, Братская, пр-т Дзержинского (запах пыли и гарь).

В разных районах города мы собрали снег, а растаявшую воду проверили на мутность и осадок.

КСТАТИ Куда звонить, если вы почувствовали резкий инородный запах:

Ведомство	Телефон
«Муниципальный диспетчерский центр» администрации Оренбурга	30-40-40 (круглосуточно)
ГБУ «Экологическая служба Оренбургской области»	77-67-98 и 8-922-817-19-00 (круглосуточно)
Управление Росприроднадзора по Оренбургской области	8-961-900-88-88
Управление Роспотребнадзора по Оренбургской области	33-37-98



Самым чистым оказался талый снег в Ленинском районе 4. По Центральному и Дзержинскому районам вода получилась мутноватой 1 и 2. Мутная вода плюс осадок - результат по Промышленному району 3.

Приложение Ж (справочное)

Публикация Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник»

■ НОВШЕСТВО

В Оренбуржье появился третий заповедник

Екатерина ПАДАЛКО

Соответствующий указ в минувшее воскресенье подписал Председатель Правительства РФ Дмитрий Медведев.

Шайтантау - хребет, южная часть которого расположена в Кувандыкском районе, северная - в Башкирии. Это уникальная горно-лесостепная местность, протянувшаяся на 41 километр. На территории республики Шайтантау имеет статус заказника. У нас же теперь это будет заповедник площадью 6726 га. Именно такой статус избрали для сохранения эталонов дубравной степи, лучших по степени сохранности на Южном Урале и не затронутых влиянием промышленной деятельности.

Однако в конце лета жители Кувандыкского района выступали против. По их словам, создание заповедника противоречит интересам жителей окрестных сел и деревень, да и интересам жителей района в целом. Но к мнению кувандычан не прислушались.

- Шайтантау - это объект федерального значения, район за него ответственности не несет. У жителей по поводу придания ему статуса заповедника мнения разошлись, население поделилось на «за» и «против». Хотя если таким образом ландшафт территории удастся сохранить в первозданном виде, то почему бы и не сделать его заповедником, - прокомментировала ситуацию **руководитель отдела по охране окружающей среды администрации Кувандыкского района Ирина Дроздова.**



Приложение И

(справочное)

Публикация Г. Коваленко «Сквер у «Салюта» облюбовали частники»

■ ЕСТЬ ПРОБЛЕМА

Сквер у «Салюта» облюбовали предприниматели

Галина КОВАЛЕНКО

Машины и ящики превращают зеленую зону в пустырь.

Место в районе дома № 249 на улице Терешковой бойкое. Здесь многолюдно с утра до вечера. В этом районе полно супермаркетов, но бок о бок с ними торгуют по старинке - с ящиков, с машин и просто с земли.

- Этот мини-рынок уже занял половину сквера, что прилегает к нашему дому, - негодует жительница многоэтажки. - Часть газона из-за этого превратилась в пустырь. Торгаши справляют в кустах свои потребности. Ни травы, ни цветов, уже деревья сохнут.

По словам местных жителей, все их многочисленные жалобы не увенчались успехом - рынок в сквере как работал, так и работает до сих пор. Более того, асфальтовое покрытие пришло в негодность - яма на яме.

ОФИЦИАЛЬНО

«Торгуют без разрешения»

- Торговля возле «Салюта» ведется без разрешения городской администрации. Мы с этим злом боремся как можем, - объяснил **председатель комитета потребительского рынка, услуг и развития предпринимательства администрации Оренбурга Алексей Ширококов**. - Вся беда в том, что закон лояльно относится к такого рода нарушениям. Административные протоколы не производят на предпринимателей должного действия. Сегодня мы ведем переговоры с полицией о совместных рейдах, которые помогут навести порядок.

Галина КОВАЛЕНКО



Мини-рынок - сплошная антисанитария.

Приложение К (справочное)

Публикация Г. Коваленко «Депутаты Госдумы просят защитить Бузулукский бор»

8 **КП** Оренбург
www.kp.ru
04.03.2015

Депутаты Госдумы просят защитить Бузулукский бор

Галина КОВАЛЕНКО

Под обращением к председателю российского правительства Дмитрию Медведеву свои подписи поставили лишь часть народных избранников от Оренбуржья.

Нефтяные скважины в Бузулукском бору уже не один десяток лет беспокоят экологов. В то же время огромные запасы углеводородов под лесным массивом волнуют и души нефтяных магнатов.

БУРОВЫЕ ВЫШКИ ЗАГУБЯТ ЛЕС

Вопрос обрел особую остроту в ноябре 2014 года, когда были объявлены конкурсы на право пользования недрами Могутовского, части Воронцовского и части Гремячевского месторождений нефти, которые располагаются в бору.

Мнение ученых однозначно: категорическое нет. В пояснительной записке проектно-исследовательского института «Росгипролес» говорится, что разработка законсервированных скважин, несомненно, вызовет гибель всей наиболее ценной части массива.

На защиту зеленой жемчужины степного края встали и политики, и рядовые оренбуржцы.

Председателю Правительства РФ Дмитрию Медведеву направлено совместное обращение депутатов Госдумы Оренбуржья и Самарской области.

«Бузулукский бор - один из редчайших ленточных боров на Земле. Сохранить его сегодня крайне важно, - говорится в послании парламентариев. - Именно поэтому эта тема обсуждается сегодня на всех площадках: в общественности, в научном сообществе, в органах государственной власти. Повестка дня одна: с одной стороны, на территории Бузулукского бора могут возобновить добычу нефти, что является губительным для леса, с другой - аварийные скважины вызывают экологическую опасность».

В конце письма авторы предлагают провести конкурсы для переконсервации и ликвидации аварийных скважин, но никак не для добычи нефти. Депутаты хотят включить эти месторождения в федеральный фонд резервных участков недр.

ПОДПИСЫВАТЬ ИЛИ НЕТ - ЛИЧНОЕ ДЕЛО

Обращение поддержали **Сергей Катарсонов (ЛДПР), Сергей Петров («Справедливая Рос-**

сия»), Валентин Чикин (КПРФ), Максим Щепинов (ЛДПР). Автографов представителей «Единой России» от Оренбуржья - **Елены Николаевой и Виктора Заварзина** - под этим документом нет.

- Почему не все поддержали обращение? Вопрос не ко мне, моя же подпись есть, - высказался **депутат ГД Максим Щепинов.**

Максим Александрович отметил, что среди тех, кто подписал письмо в защиту Бузулукского бора, представители и оппозиции, и партии власти. Например, самарский депутат Александр Хинштейн из «Единой России». Поэтому речь, скорее всего, идет о личной позиции политиков.

Мы решили прояснить ситуацию и заодно проверить доступность слухов народа. На впр-персон выходили через помощников.

Виктор Заварзин, первый зампрединститута Комитета Государственной Думы РФ по обороне, на связь вышел без промедления.

- Ну и что, что нет моей подписи! Я имею право! По той теме состоялся круглый стол, в работе которого приняли участие эксперты, специалисты и ученые. Выяснилось, что действительно нужно менять позицию относительно «кровотокающих» скважин. Итогом этой встречи стало обращение в правительство, ко-

Картина дня:



Подпись Елены Николаевой в документе появилась с большим запозданием, а Виктор Заварзин подписаться отказался.



торое я поддержал, - отметил Виктор Михайлович.

Вдобавок Виктор Заварзин сказал, что вообще имеет смутное представление, о каком документе идет речь. Мало ли, какие бумаги придумают другие депутаты... Все подписывать нужно!

Ответ от Елены Николаевой мы начали добывать в понедельник. И сразу выяснилось, что за это время политик завизировала обращение.

- В начале февраля Елена Леонидовна, для того чтобы детально разобраться в ситуации по Бузулукскому бору, сделала запросы

в министерство природных ресурсов и Росприроднадзор, - объяснила **помощник депутата Государственной думы РФ Елены Николаевой Людмила Белова.** После получения ответов было принято решение поддержать обращение к председателю правительства от депутатов ГД от Оренбургской и Самарской областей. В то же время Елена Николаева считает, что нужно провести комплексное обследование соснового массива. И уже тогда, основываясь на мнении экспертов, принимать окончательное решение.

Текст обращения смотрите на orenday.ru

Приложение Л (справочное)

Публикация Г. Коваленко «Из Урала будут качать воду для полива 3000 гектаров земли»

■ ПРОЕКТЫ

Из Урала будут качать воду для полива 3000 гектаров земли

Галина КОВАЛЕНКО

На реконструкцию оросительной системы, которая расположена вблизи села Городище, из госбюджета потратят 300 миллионов рублей.

Засуха чуть ли не каждый год наносит региону многомиллионные убытки. Для того, чтобы хотя бы частично решить эту проблему, решено капитально отремонтировать оросительную систему на полях поселка.

Цель проекта проста: прирост объема производства продукции растениеводства на 2906 га мелиорируемых земель; повышение продуктивности и устойчивости сельскохозяйственного производства и плодородия почв.

На сегодня речь идет о разработке проекта реконструкции Городищенской оросительной системы (1-я очередь), на которую из госкармана израсходуют 22,6 млн. руб. Общая стоимость работ составит 295,7 млн. руб. Завершить реконструкцию планируют к 2020 году.

- Я только за! - высказал свою точку зрения глава села Городище Алексей Палагин. - Сейчас слишком много воды теряется по пути к полям, потому что вода из реки подается по трубам в бассейн-накопитель, а уже оттуда распределяется по арыкам и далее с помощью помп закачивается непосредственно на поля с капель-



Планируется увеличить урожайность овощей и корнеплодов.

ным орошением. Но при этом часть воды испаряется, часть впитывается в землю, не доходя до места назначения. Новая оросительная система будет закрытой, как обыкновенный водопровод - никаких протечек и испарений. Фермерам же даже помпы не понадобятся, ведь вода будет поступать в системы капельного орошения под давлением. Открыл кран - и все.

Забор воды не принесет пользы популяциям рыбы, даже если на насосной станции будет установлена надежная современная рыбозащита.

- Для орошения земель больше подходит Чер-

новское водохранилище, которое для этих целей и было создано, - считает начальник Оренбургского отдела Средневолжского территориального управления федерального агентства по рыболовству Александр Зобков. - Но говорить о том, что грядет катастрофа, нельзя, ведь по закону потребители природных ресурсов должны восполнять нанесенный ущерб. Так, например, компания «Орсксинтез», которая использует воду из Ириклинского водохранилища, ежегодно занимается зарыблением водоема - закупает и выпускает мальков.

КСТАТИ

Урал порадует рыбаков стерлядью

- Закуплено оборудование - установка замкнутого водоснабжения, которое позволит из икринок выращивать жизнеспособных трехграммовых мальков, - рассказал директор Оренбургского областного филиала ФГУ «Камуралрыбвод» Виталий Кляков. - Сейчас готовится необходимый пакет документов.

В том, что Урал подходит для обитания деликатесной рыбки, Виталий Станиславович не сомневается:

- Единичные экземпляры стерляди, которая занесена в Красную книгу Оренбургской области, до сих пор встречаются в реке. Работа коллектива филиала направлена на восстановление численности популяции стерляди в Урале.