

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики
Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика
Направленность (профиль) образовательной программы Универсальная
журналистика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
и. о. зав. кафедрой
И. Г. Иващенко
« 22 » 06 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Место газеты «Зеленый мир» в экологической прессе России

Исполнитель
студент группы 498 – об(2) И. Г. Иващенко 18.06.2018 В. М. Стасюк
(подпись, дата)

Руководитель
доцент, канд. филос. наук Н. В. Калинина 18.06.2018 Н. В. Калинина
(подпись, дата)

Нормоконтроль
доцент, канд. филос. наук Н. В. Калинина 18.06.2018 Н. В. Калинина
(подпись, дата)

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет Филологический

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

и. о. зав. кафедрой

И.Г. Е.Г. Иващенко

«30» 11 2017 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Стасюк Валерии Максимовны

1. Тема выпускной квалификационной работы: Место газеты «Зеленый мир» в экологической прессе России
утверждена приказом от 09.04.18 № 772-ур
 2. Срок сдачи студентом законченной работы 18.06.2018г.
 3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: материалы курсовых работ, материалы, полученные в результате преддипломной практики
 4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): экологическая пресса: функция, развитие, особенности, этапы развития отечественных СМИ, эволюция экологической газеты «Зеленый мир»
 5. Перечень материалов приложения: скрины публикаций газет «Зеленый мир» за 1990, 1991, 1992, 1993, 2000, 2012 годы
 6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов): нет
 7. Дата выдачи задания 30.11.2017
- Руководитель выпускной квалификационной работы: Калинина Наталья Владимировна
доцент, канд. филос. наук К (фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)
- Задание принял к исполнению (дата): 30.11.2017 И.И.

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 63 страницы, 12 приложений, 25 источников

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА, СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ПЕЧАТЬ, ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПРЕССА, ГАЗЕТА «ЗЕЛЕНый МИР», ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

В работе исследована история экологической прессы в контексте развития отечественной журналистики (вторая половина 1980-х – 2000-х годов), выделены этапы.

Цель работы – определить место газеты «Зеленый мир» в отечественной экологической прессе с момента ее создания.

Основу методологии исследования составили принцип историзма, типологический анализ, контент-анализ

Проведен типологический анализ экологической газеты «Зеленый мир» как яркого представителя российской экологической журналистики, выделены отличительные особенности «зеленого» издания, прослежена эволюция издания (1990 – 2012 гг.).

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| Введение | 5 |
| 1 Экологическая пресса в системе отечественных СМИ (вторая половина 1980-х – 2000-х гг.) | 8 |
| 1.1 Этапы развития отечественных СМИ (вторая половина 1980-х – 2000-х гг.) | 8 |
| 1.2 Экологическая пресса: сущность, развитие, особенности | 22 |
| 2 Газета «Зеленый мир» как ведущее экологическое издание | 30 |
| 2.1 Общие сведения об издании «Зелёный мир» | 30 |
| 2.2 Эволюция экологической газеты «Зеленый мир»: типологический анализ | 31 |
| Заключение | 46 |
| Библиографический список | 49 |
| Приложение А | 52 |
| Приложение Б | 53 |
| Приложение В | 54 |
| Приложение Г | 55 |
| Приложение Д | 56 |
| Приложение Е | 57 |
| Приложение Ж | 58 |
| Приложение К | 59 |
| Приложение Л | 60 |
| Приложение М | 61 |
| Приложение Н | 62 |
| Приложение П | 63 |

ВВЕДЕНИЕ

Экологическая ситуация в мире все больше интересует как исследователей в этой области, так и обычных граждан. Поэтому чтобы информировать людей, стали появляться экологические СМИ, главной целью которых является экологическое образование населения. В данной работе мы изучим историю становления российской экологической прессы на примере первой еженедельной общероссийской экологической газеты «Зеленый мир». Это издание является одним из самых значимых и авторитетных периодических изданий в системе специализированных экологических СМИ. Газета существует по сей день, поэтому на ее примере можно проследить историю и эволюцию экологической журналистики начиная с момента создания издания: 1990 года – переломный момент, преддверие перехода от одного государства к другому.

Преддипломная практика на сайте «АСН24» показала, что онлайн – СМИ являются важной и значимой площадкой для разработки и создания экологических материалов и медиапроектов. В ходе практики также было обнаружено, что экологические издания (на примере «Зеленого мира») уделяют недостаточное внимание новым цифровым технологиям и не развиваются на новых платформах. У газеты есть сайт – клон, который не отвечает современным требованиям и стандартам, выявленным в рамках преддипломной практики на сайте «АСН24».

Степень научной разработанности. В настоящее время экологическая журналистика исследуется рядом дисциплин: основы журналистской деятельности, теория журналистики, история отечественной журналистики, история зарубежной журналистики. Следует отметить, что основной акцент делается, в основном на истории становления экологической журналистики, но и таких трудов недостаточно для полной картины. Основные научные исследования, положенные в основу данной работы, это труды: Д.И. Стровский «История отечественной журналистики новейшего периода», И. В. Кузнецов «История отечественной журналистики», Н.Н. Ключева «Россия: экологический «портрет» на глобальном фоне»;

А.А. Горелов «Экология»; А.Л. Кочинева, О.А. Берлова, В.Б. Колесниковой «Экологическая журналистика» и другие.

Новизна. Отечественная экологическая пресса находится на периферийных позициях. Ее изучением в нашей стране занимаются единицы. «Зеленый мир» является старейшей экологической газетой в России, является ценным объектом изучения, но тем не менее исследован слабо. Новизна работы заключается в том, что экологическое издание было рассмотрено подробно во второй половине 1980-х – 2000-х годах. Были выделены этапы развития отечественной журналистики во второй половине 1980-х – 2000-х годах и в этом контексте было рассмотрено экологическое периодическое издание «Зеленый мир», проведен его типологический анализ.

Объект исследования: развитие отечественной экологической прессы.

Предмет исследования: эволюция газеты «Зеленый мир».

Эмпирическая база исследования: издание «Зеленый мир», номера с апреля 1990 года по июнь 2012 года (447 выпусков).

Цель исследования: определить место газеты «Зеленый мир» в отечественной экологической прессе с момента ее создания.

Задачи исследования: Р

1) Рассмотреть особенности развития отечественной печати во второй половине 1980-х – 2000-х годах.

2) Выделить этапы развития отечественной журналистики во второй половине 1980-х – 2000-х годах.

3) Проследить становление экологической прессы в структуре российских СМИ во второй половине 1980-х – 2000-х годах.

4) Оценить состояние экологической прессы в наши дни.

5) Исследовать отличительные черты экологических СМИ.

6) Изучить историю образования издания «Зелёный мир».

7) Провести типологический анализ издания «Зелёный мир» с апреля 1990 года по июнь 2012 года.

8) Проследить эволюцию газеты «Зеленый мир» с момента ее создания.

9) Определить уникальность газеты «Зеленый мир».

В данной работе были использованы такие методы исследования, как типологический анализ, контент-анализ, а также принцип историзма.

Практическая значимость исследования заключается в том, что материалы данного исследования могут применяться в преподавании дисциплин: «Основы журналистики», «Основы творческой деятельности журналиста», «Экологическая журналистика», а также «История отечественной журналистики» в период с 1990 – х годов по настоящее время.

1 ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПРЕССА В СИСТЕМЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СМИ (ВТОРАЯ ПОЛОВИНА 1980 – 2000-Х ГГ.)

1.1 Этапы развития отечественных СМИ (вторая половина 1980-х – 2000-х гг.)

1.2 В этой главе мы рассмотрим историю российской прессы во второй половине 1980-х – 2000-х гг. и становление отечественной экологической журналистики в этот период, а также выделим этапы развития средств массовой информации в контексте происходивших изменений в системе СМИ нашей страны в целом.

1985 год можно считать отправным моментом преобразований в области журналистики: именно тогда в СССР, в ходе апрельского пленума ЦК КПСС, был провозглашен курс на перестройку во всех сферах общественной жизни.

В это время вошло в повседневный обиход и слово «гласность». Р. П. Овсепян пишет, что «гласность стала для средств массовой информации важнейшим рычагом борьбы за демократизацию жизни общества. Вместе с тем журналистика оставалась органической структурой однопартийной политической системы со всеми вытекающими отсюда последствиями».¹

Провозглашение демократизации и гласности открыло перед средствами массовой информации возможность анализировать события и явления, поднимать серьезные проблемы и предлагать пути их решения. На первый план в СМИ выступали задачи правдивого отражения действительности, информированность, компетентность, профессионализм.²

Содержание многих центральных СМИ заметно расширилось за счет тем, прежде запрещенных для внимания общественности: о партийных привилегиях, тяжелой ситуации в экономике, положении в армии и других, в том числе и об экологической обстановке. Подавляющее большинство публикаций было посвящено разоблачению мифов, относящихся к периодам Октябрьской революции,

¹ Ахмадулин Е. В., Овсепян Р. П. История отечественной журналистики XX века. Ростов н/Д., 2008. С. 332.

² Там же, С. 332.

коллективизации, Великой Отечественной войны и т.д. Журналисты приняли активное участие и в обсуждении проектов, а в последствии законов, связанных с правами человека. Это способствовало распространению критики на те проблемы, которые прежде были закрыты от нее. Кроме того, в журналистике наметилось стремление и к разнообразию информации, которая самими журналистами стала все больше восприниматься как товар. При этом особую роль стала играть форма подачи различных сообщений, степень эмоционального воздействия на «потребителя».

При этом особую роль стала играть форма подачи различных сообщений, степень эмоционального воздействия на «потребителя». Обязательные передовицы, подборки информации о «трудовых достижениях» уступили место острым по содержанию репортажам, авторским комментариям под рубрикой типа «Есть мнение!», «Интервью с интересным собеседником» и т.д. Личность журналиста приобрела более осязаемое значение. Конечно, и в прежние годы репортеры и обозреватели известны, однако в период гласности рейтинг журналистской профессии неизмеримо возрос, благодаря тому, что СМИ не только информировали о происходящем, но делали первые попытки прогнозирования той или иной ситуации.

Перестройку (1985 – 1991 гг.) с полным правом можно назвать временем обретения отечественной журналистикой нового политического «лица», изменения содержательной модели многих изданий. Все это вступало в противоречие с привычными основами функционирования тогдашней партийно-государственной системы, что приводило к столкновениям между нею и журналистикой. Вместе с тем, уже в это время стало ясно, что проблемы гласности коренятся не только в политических принципах, долгое время определявших положение СМИ в нашем обществе, но и в мировоззрении самих журналистов. По мнению О.П. Овсепяна: «Развитию гласности препятствовали силы и традиции, вкладывавшиеся десятилетиями. Сохранялся частокол всевозможных табу, запретов на правдивое освещение недалекого прошлого и реальностей противоречивого периода.

Главлит, как и прежде, стоял на страже чисто ведомственных интересов и пристрастий. КПСС, исходя из реальных условий, в которых оказалось общество, пошло на радикальное изменение своей политики, в том числе и по отношению к СМИ».³

Курс на перестройку, демократизацию и гласность привел к отказу от традиционной однопартийности и переходу к новой – демократической и многопартийной системе. Под давлением общественных масс в марте 1990 года была изменена шестая статья Конституции СССР, которая признавала только за КПСС право на руководство советским обществом.

Следующий период развития отечественных СМИ приходится на 1991 – 1994 гг. СССР распался, появилось новое государство. Иным также стал ландшафт российской журналистики. Таким образом ликвидировалось и монопольное право КПСС на издание периодической печати.

Информационную повестку СМИ в 1990-х годах XX века формирует новая общественно-политическая жизнь страны, которая переходит от правительства СССР к новым политическим образованиям. «В начале 1990 – х годов происходил переход СМИ от модели гласности, сложившейся в условиях горбачевской гласности, к модели их функционирования как четвертой власти».⁴ В данном параграфе мы рассмотрим журналистику этого периода и ее эволюцию, которая проходила параллельно изменениям политического и социального облика страны.

Вышедший в 1990 году Закон СССР о печати⁵, а также, заменивший его закон РФ о СМИ, принятый 27 декабря 1991 года⁶, определили принципиально новый механизм экономических и правовых взаимоотношений изданий с учредителем и издателем.

³ Ахмадулин Е. В., Овсепян Р. П. История отечественной журналистики XX века. Ростов н/Д., 2008. С. 331-332.

⁴ Стровский Д. Л. История отечественной журналистики новейшего периода. Екатеринбург, 1998. С. 263.

⁵ О печати и других средствах массовой информации: федер. закон № 1552-1 от 12. 06. 1990 // Ведомость Съезда народных депутатов СССР и Верховного Совета СССР N 26 от 27.06.90

⁶ О средствах массовой информации: Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124–1 // Российская газета. — 1992. — 8 февраля.

После августовских событий 1991 года (выборы Б. Ельцина и его указ «О средствах массовой информации в РСФСР» от 21 августа этого же года)⁷ прошла перерегистрация практически всех изданий, имевших статус партийных, от газет ЦК КПСС до изданий районных комитетов партии. Заявили о своей независимости от бывших учредителей такие газеты, как орган Верховного Совета «Известия», многие ведомственные газеты и журналы.

Началось переосмысление положения прессы в обществе: журналистика обрела новые качества, проявляла себя как эффективное средство воздействия на людей и полностью меняла свою работу, возрастали цели и жанровое разнообразия информационного потока.

В складывающихся условиях определились несколько ключевых тенденций развития СМИ. Во – первых, освободившись от прямой зависимости от КПСС, они пытались осознать себя как независимый общественный институт. (Этот процесс, как будет показано далее, был очень непоследовательным из – за существующей традиции зависимости СМИ от власти). Во – вторых, происходила стремительная диверсификация СМИ с учетом обновленных политических, типологических, тематических, жанрообразующих и иных факторов их существования. В – третьих, на развитие медиапроцесса наложила отпечаток его коммерциализация. В - четвертых, уже на начальном этапе тогдашнего десятилетия обозначились законодательные приоритеты СМИ, была сделана попытка включения цивилизованных механизмов регулирования в информационной сфере.⁸

В условиях, связанных с либерализацией общественной жизни, отчетливо наметилась тенденция бурного роста числа газет и журналов. По данным Министерства печати и информации в 1991 году, когда распался Советский Союз, в России выходило 3353 журнала и 4863 газеты. Более 2200 средств массовой информации получили свидетельства в бывшем союзном ведомстве. В начале 1990-х годов в России появилось около 1200 изданий различных политических

⁷ Указ президента Российской советской федеративной социалистической республики о средствах массовой информации в РСФСР. № 102 от 09.09.91.

⁸ Стровский Д. Л. История отечественной журналистики новейшего периода. Екатеринбург, 1998. С. 263.

направлений. Основная масса их издавалась в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Екатеринбурге, Омске и других крупнейших городах страны. В городах с небольшим населением, районных центрах, на селе издания различных политических ориентации не получили распространения.

Однако, несмотря на рост наименований, падали тиражи. Следует заметить, что в основе обвального падения тиражей, лежало несколько причин. Первая из них — многолетний экономический кризис, понизивший материальный уровень многих миллионов россиян и связанное с этим обстоятельство — снижение читательского спроса на печатную периодику. К тому же кризис ухудшил финансово-экономическое положение редакций газет и журналов. Резко поднялось в цене полиграфическое производство, подорожала бумага, стоимость почтовых услуг по доставке изданий к читателям выросла в несколько раз.⁹ Р. П. Овсепян считает, что «причина резкого падения тиражей многих центральных изданий была связана также с тем, что они превратились в инструмент борьбы за власть».¹⁰ Тяжелое экономическое положение усугубляется оттоком рекламы в бесплатные газеты.

Неуклонное снижение тиражей газет и журналов, имевших огромную популярность в советский период (например, к 1992 г. газета «Труд» потеряла почти 6 млн. читателей, «Комсомольская правда» — 5 млн.), продолжалось в течение нескольких лет. К середине 90-х гг. ситуация несколько стабилизировалась и вновь резко обострилась после экономического кризиса в августе 1998 г. В качестве одного из путей выживания многие столичные редакции стали осуществлять политику регионализации своих изданий.

Несмотря, однако, на сложные экономические условия, сокращение тиражей, российские средства массовой информации сохранили свой многонациональный характер, в них утверждались новые типы изданий, приближавшиеся по мировым стандартам к качественным.

⁹ Нисневич Ю.А. Проблемы государственной информационной политики // Информационное общество. – 1999. - № 2. С. 4-9.

¹⁰ Ахмадулин Е. В., Овсепян Р. П. История отечественной журналистики XX века. Ростов н/Д., 2008. С. 338.

В этот период в структуре периодики утвердились:

- международные общественно-политические и социально-экономические издания;
- издания национальных групп, землячеств;
- административных регионов;
- религиозные издания;
- издания для семьи; отдыха;
- издания для интеллигенции;
- издания политических партий и объединений;
- издания для безработных;
- посвященные фантастике, мистике, астрологии;
- эротические издания;
- экологические издания¹¹.

Учитывая новые исторические условия журналистике нужно было занять определенное место в утверждавшемся демократическом обществе. Это приводит к изменению в структуре печати, телевидения, радиовещания: более осмысленному пониманию интересов аудитории, внедрению современных форм и методов журналистской деятельности, весь информационный процесс в стране, реорганизуется.

Общий проблемный характер ситуации в массово – информационной сфере определялся как несовершенством законодательства по СМИ, так и специфическими тенденциями на медиарынке, проявившими себя в эти годы. Заметную роль в их развитии сыграли новые организационные и содержательные приоритеты СМИ, продиктованные логикой становления рыночных отношений.

Основные тенденции данного периода:

а) концентрация капитала на российском информационном рынке и формирование медиахолдингов¹²

¹¹ Засурский Я. Н. Система средств массовой информации России. В 2 ч. Ч. 1 М., 1994. С. 6-14.

¹² Стровский Д. Л. Отечественная журналистика новейшего периода. М., 2011. С. 278.

В контексте данных изменений можно выделить следующий этап развития отечественной журналистики, который относится к 1994 – 1999 годам. Наиболее крупные СМИ, способные влиять на общественное мнение и политический процесс оказываются в руках нескольких медиа - холдингов. Это масс – медиа, контролируемые Б. Березовским, группа «Мост Медиа» В. Гусинского, группа СМИ Ю. Лужкова, «Газпром – медиа» и государственный холдинг и другими. Все они были либо представителями власти, либо реально претендовали на ключевые позиции в ней.

Бизнес – структуры вкладывали свой капитал в СМИ по разным причинам. Прежде всего они стремились получить от этих сделок не только экономические, но и политические дивиденды. Именно поэтому интерес для новых собственников массмедиа представляли преимущественно не рекламные или корпоративные СМИ, а общественно – политические, ведь зона их влияния на общественность действительно велика. Медиамагнаты полагали, что за счет этого будет возможным их влияние и даже давление на большую политику (и это действительно так). Кроме того, в том случае, если российская экономика начала бы испытывать оживление, можно было рассчитывать на возрастание покупательной способности населения, так как таким СМИ, за счет строгой и лаконичной подачи информации доверяют больше.

б) политизация СМИ¹³

К концу 1990-х – началу 2000-х годов начинается четвертый этап развития отечественной журналистики: государство несколько стабилизировав политические и экономические процессы в стране и усилив свое собственное влияние, начинает уделять все большее внимание проведению нужной политики через средства массовой информации. Это проявлялось в укреплении уже существующих государственных СМИ, усилении своего присутствия во влиятельных негосударственных масс – медиа с последующим переходом их в руки государства, а также в активном участии в устранении наиболее серьезных конкурентов. В

¹³ Стровский Д. Л. Отечественная журналистика новейшего периода. М., 2011. С. 281.

итоге, благодаря грамотной и четко выверенной политике властей, к парламентским выборам 2003-го и президентским 2004-го годов средства массовой информации России представляли собой систему, в которой главенствующую роль играло государство и его капитал, что позволило беспрепятственно формировать общественное мнение и, как следствие, лояльный парламент.

Стремление государства стать монополистом или крупнейшим игроком на медиа - рынке объясняется желанием обезопасить себя от возможных последствий проводимых преобразований.

Политизация СМИ подтвердила сложность их существования как гражданского института, способного обеспечить свободу слова и равный доступ к нему для всех социальных слоев и граждан страны. Экономические проблемы СМИ, обозначившиеся в условиях инфляции, привели к стремлению многих редакций зарабатывать деньги любым путем, пренебрегая этикой. Все это приводило к постепенной утрате доверия к «четвертой власти».¹⁴

31 декабря 1999 года в жизни России произошло беспрецедентное событие: выступая с новогодним поздравлением к народу, Б.Н. Ельцин заявил о снятии с себя президентских полномочий. Исполнение обязанностей Президента было возложено на В.В. Путина, который тогда занимал должность Председателя Совмина РФ. Через три месяца В.В. Путин стал Президентом РФ.

В период правления В.В. Путина в обществе заметно уменьшилась гражданская активность населения. Российские СМИ внесли вклад в этот процесс. Если в 1990 – годы они допускали критику в адрес Б.Н. Ельцина и других чиновников, то с приходом В.В. Путина ситуация стала принципиально иной. Негативные оценки в отношении власти в СМИ постепенно исчезли.

Сама власть на разных уровнях вновь, как и в советское время стала использовать административные формы воздействия на массмедиа. Опять возникли не только «телефонное право» и запреты на получение информации (что противоречит действующему законодательству в области СМИ), но и прямое

¹⁴ Стровский Д. Л. Отечественная журналистика новейшего периода. М., 2011. С. 286.

давление на журналистов. 2000 –е годы были отмечены новыми убийствами журналистов, и почти ни одно из этих преступлений не было раскрыто.¹⁵

В сложившихся условиях ограничиваются возможности журналистской деятельности. Целью ее существования является стремление к объективности информации (что принципиально отличает данную сферу массовых коммуникаций от других – рекламы и публичных рилейшнз). Обращает на себя внимание последовательная утрата этой объективности. Вследствие этого снижается информационная безопасность общества, не получающего возможности составить полное представление об окружающем мире. Реализуются узкие политические и экономические интересы, а также настойчиво реализуется развлекательная функция.

Существующая ситуация в информационной сфере, в свою очередь, не только приводит к утрате интереса к медиаинформации со стороны аудитории, но и меняет сложившиеся содержательные приоритеты СМИ, их социальную роль в обществе.

Основные тенденции развития медиарынка по мнению Д.Л. Стровского:

1. Рост общего числа печатных и аудиовизуальных СМИ.
2. Возросшая концентрация медиакапитала в угоду интересам правящей власти.
3. Заметная политическая ангажированность предлагаемой информации и по этой причине – потеря ее объективности.
4. Карательные меры в отношении журналистов и СМИ, неугодных власти.

Отечественная журналистика сегодня - феномен, развивающийся на базе двух несопоставимых российских типов журналистики: буржуазной и социалистической. Советская печать, где господствовали жесткий идеологический гнет СМИ со стороны правящей партии и строгая субординация внутри партийной вертикали остались в прошлом.

¹⁵ Там же. С. 294.

В советских СМИ центральной фигурой журналистских материалов выступал простой человек, герой труда, передовик. Герой, несомненно, был идеализирован, зачастую журналисты сами создавали историю из ничего (к примеру Стаханов). Такая журналистика воспитывала, служила ориентиром для советских граждан и несла в себе, в первую очередь, идеологическую функцию.

За минувшие годы, в современной России интерес к личности в СМИ изменился. В годы Перестройки (1985 – 1991 годы) рабочего человека «человек криминала», к концу 90-х годов XX века на первый план выдвинулись «звезды» - политики, шоу-бизнеса, коммерции.

Также, в советское время пресса часто была крайним случаем, куда мог обратиться человек за помощью. Позже такое положение вещей стало критиковаться: дело журналиста – добывать и подавать информацию, а не решение чужих проблем путем хождения «по инстанциям».

Сегодня российские журналисты все больше ориентируются на практику западных mass media, пытаются внедрить принцип разделения фактов и мнений, навязчивость рекламы, интерактивность ток-шоу и так далее.

По мнению М.Н. Ненашева: «анализ эволюции отечественной журналистики на последних этапах убеждает в том, что многие ее недуги одним из главных источников имеют неспособность выдержать испытание свободой. Причиной служат неверные представления о свободе и независимости СМИ журналистами. Сегодня пресса, действуя в условиях закона о свободе СМИ, стала действительно более независимой. Однако нельзя не видеть, что это весьма странная независимость – в большей степени от читателя, зрителя, слушателя.

Возрастающее влияние в системе СМИ государства усугубляет процесс падения общественного авторитета российской прессы и ведет все к большей утрате ее доверия среди значительной части читателей, зрителей, слушателей. Данные социологических исследований свидетельствуют о том, что степень доверия россиян к СМИ ныне становится все ниже и ниже».¹⁶

¹⁶ Ненашев М.Н. Современная российская журналистика: гражданский долг и реальность. М., 2014. С. 7.

Важной особенностью современной отечественной журналистики является все большее возрастание управляющей, главенствующей роли государства в деятельности СМИ.

По мнению Д.Л. Стровского, журналистика «в современных российских условиях не в состоянии решать основную для себя задачу — объективное отражение действительности. Этому препятствует ярко выраженная политическая ангажированность СМИ — их зависимость от власти имущих, интересов крупных финансово-промышленных групп, оказывающих влияние на принятие политических и экономических решений в масштабах всей страны. Как следствие, многие журналисты, по их же собственным признаниям, ощущают существенные ограничения свободы слова, а в ряде редакций собственники и учредители СМИ уже ввели предварительную цензуру, что принципиально расходится с положениями российского законодательства в области масс-медиа».¹⁷

Взаимоотношения отечественных СМИ с органами государственной власти разных уровней на нынешнем этапе развития имеют определенные особенности. По сути, сейчас в России решается вопрос, каким будет наше общество — демократическим или авторитарным. Не лишена оснований и точка зрения, что выбор здесь весьма ограничен — это выбор лишь между авторитарным и тоталитарным жизнеустройством общественной жизни. В это время независимость российских СМИ перед государством — самым могущественным субъектом общества — особенно важна. Сами условия острой борьбы с коррупцией, теневым капиталом и олигархией в напряженной экономической и социальной ситуации сохраняют потенциальную опасность, когда наряду с монополизмом информационных компаний все больше себя проявляет государственный информационный монополизм. Рассчитывать на так называемый просвещенный авторитаризм в нашей стране — это только розовые мечты, которые могут закончиться формированием тоталитарного устройства общества, привычного

¹⁷ Стровский Д. Л. Современная журналистика: новые очертания или кончина профессии? Екатеринбург, 2014. С. 2.

для значительной части населения, для которой порядок всегда больший приоритет, чем свобода.

Реклама в средствах массовой информации тоже является интересной особенностью. Реклама создала единственную действенную бизнес-модель, которая позволила существовать СМИ относительно независимо. Ведь в условиях планового целевого финансирования масс-медиа любыми структурами – государством, политическими партиями, церковью или какими-либо другими социальными институтами, СМИ обязаны выполнять конкретный заказ. В условиях же рекламной индустрии при всех возможных негативных последствиях, к которым может привести зависимость от рекламы, газеты, журналы, телевидение могут достичь определенной независимости. Хотя для многих стран, в том числе и России, условия достижения независимости СМИ – это прежде всего вопрос политической культуры политической и финансовой элиты, а также наличия в государстве просвещенного гражданского общества.¹⁸

Важное условие современных СМИ, обусловленное развитием Интернета – оперативность подачи информации.

А.А. Марков по этому поводу пишет: «огромный вклад в развитие глобальных информационных потоков внес и продолжает вносить научно-технический прогресс. Его влияние на современную цивилизацию неизмеримо. Именно научно-техническому прогрессу человечество обязано появлением самых разнообразных и комфортных информационных технологий, носителей информации, передатчиков информации, аккумуляторов информации. Все они непрерывно совершенствуются, уже мало кого удивляя своими все вновь открывающимися техническими и иными возможностями. Тот же мобильный телефон за время своего появления (в начале 1990-х годов прошлого века) настолько модифицирован, что из обычного средства связи давно превратился в высоко-

¹⁸ Варганова Е. Л. О современном понимании СМИ и журналистики [Электронный ресурс] : Медиаскоп. – 2010. – № 1 URL: <http://www.mediascope.ru/issues/262> (дата обращения: 24.04.18).

классное мультимедийное произведение электронного искусства. Стремительно развиваются возможности Internet, который уже стал самым массовым коммуникативным средством общения в мире».¹⁹

Отсюда следующая тенденция – гражданская журналистика, когда любой пользователь может снять репортаж или написать текст, за что ему полагается вознаграждение. Создана специальная интернет-платформа, дающая задания гражданским репортёрам. Фактически каждый пользователь Интернета сегодня может стать источником контента. Носимая электроника генерирует огромное количество информации.²⁰

Из этого следует очередная особенность. Так, в современной российской журналистике заметно исключительное преобладание информационных жанров над всеми прочими. Творческие возможности журналиста сегодня, главным образом, эксплуатируются не в грамотном, выверенном, красочном и аналитически-логическом раскрытии какой-либо злободневной проблемы или темы, действительно волнующей или должной волновать общество, а в поиске и отражении скандальных, претенциозных, вульгарных, страшных, примитивных фактов и фактиков, но волнующих и будоражащих сознание обывателя.²¹

На сегодняшний день в журналистике актуальны конвергенция и мультимедийность. Это опять же связано с широким распространением Интернета. И.В. Зиновьев пишет, что «можно утверждать, что конвергенция и мультимедийность свойственны разным СМИ в разной степени. Если конвергенция является длительным историческим процессом, то мультимедийность – это особенность журналистики последнего десятилетия, наиболее полно обозначившаяся именно в Интернете. Конвергенция в журналистике обусловлена техническим прогрессом и развитием средств передачи, обработки, хранения информации. Совершенствование мультимедийных информационных продуктов свя-

¹⁹ Марков А. А. Теория и практика массовой информации. СПб., 2010. С. 63.

²⁰ Вартанова Е. Л. О современном понимании СМИ и журналистики [Электронный ресурс] : Медиаскоп. – 2010. – № 1 URL: <http://www.mediascope.ru/issues/262> (дата обращения: 24.04.18).

²¹ Там же.

зано не только с техникой, но и с продумыванием новых творческих возможностей, возникающих во взаимодействии как людей с разной профессиональной подготовкой, так и разнородных информационных сред».²²

Журналистика исследуемого периода развивалась поэтапно.

Первый из них связан с этапом перестройки (1986-1991гг), когда в стране произошел переход от закрытого административного режима к гласности, и проявилось наиболее ощутимо влияние СМИ на общественные процессы. Этот период еще ждет своего исследователя. Однако уже теперь, спустя 20 лет, можно утверждать, что именно в это время СМИ представляли главную оппозиционную силу и стали важнейшим инструментом разрушения устоев советского общественного устройства.

Второй этап (1991 – 1994). Первые два года принято считать «Золотым веком» отечественной журналистики: появление новых наименований на рынке СМИ, расширение спектра тем, относительная свобода слова.

Третий этап деятельности СМИ относится к 1994 – 1999 годам и отличается тем, что рыночные отношения принципиально изменяют положение и роль прессы в обществе. Этот этап характеризовался полной сменой хозяев отечественных СМИ, когда на смену КПСС и советского государства пришли хозяева в лице отдельных олигархов типа Березовского, Гусинского, Потанина... финансово-промышленных групп в виде «Лукойла», «Юкоса», «Газпрома» и других.

Важнейшей особенностью этого этапа является возникновение и развитие информационных монополий, в руках которых сосредотачиваются контрольные полномочия многих федеральных печатных и электронных СМИ, на другом уровне они создаются и в регионах.

Четвертый этап (конец 1999 – середина 2000-х): государство в России, декларируя на словах служение СМИ общественным, социальным интересам, на практике придерживается либерального курса по отношению к прессе, который рассматривает СМИ только как бизнес, а продукт их деятельности как рыночный

²² Зиновьев И. В. Перспективные направления мультимедийной журналистики в Интернете // Вопросы журналистики. 2012. №17. С. 67.

товар. Общество же – граждане России – в этих условиях оказывается беззащитным перед медиа - бизнесом и ничего его идеологической экспансии противопоставить не может.

Пятый этап (середина 2000-х – настоящее время). Поворот государства к авторитаризму, цензурирование СМИ, а значит нарушение конституционных свобод. СМИ сегодня не могут объективно отражать действительность, так как находятся под жестким контролем государства и представляют интересы не общества, а правящей верхушки.

На основе вышеизложенного можно сделать вывод о том, что в условиях современности, а именно посредством научно–технического прогресса, быстрой сменяемости трендов и наличии легкого доступа к информации, российские СМИ активно развиваются в сторону мирового опыта. Однако, отечественная журналистика по–прежнему вынуждена подстраиваться под нестабильную политическую ситуацию в стране, что приводит к негативным последствиям: нарушения принципов гласности и свободы слова, закрепленных в Конституции РФ.

1.2 Экологическая пресса: сущность, развитие, особенности

В начале 1990-х гг. отчетливо проявился общественный интерес к правдивой информации по проблемам экологии. В то же время в стране начали формироваться социально-политические условия, при которых потребности аудитории в такой информации могли бы быть удовлетворены. Возникла необходимость в появлении новой группы периодической печати — экологической прессы.

Сам термин «экология» в 1866 году ввел немецкий ученый - эволюционист Эрнст Геккель. Он считал, что задача экологии — изучать различные формы борьбы за существование. В переводе с греческого «ойкос» — дом, «логос» — наука, знание. Значит, экология — это наука о доме, о взаимодействии живых организмов с окружающей их средой. В XX веке сформировалось более полное определение термина: «экология — это наука о взаимоотношениях между живыми организмами и окружающей их средой, о структуре и функционировании над организменных систем: популяций, сообществ, экосистем».

Проблема становления и развития экологии и экологической журналистики впервые была вынесена на всеобщее обсуждение в 1986 году, когда мир потрясло известие о взрыве на атомном реакторе Чернобыльской АЭС. Общественность испытала колоссальный экологический стресс, вызванный информационным вакуумом. Социальную потребность в информации (об аварии и её последствиях, о радиации и её влиянии на здоровье человека, об экологических рисках и возможностях избежать их) журналисты не смогли удовлетворить по причине своей некомпетентности и отсутствии технических средств.²³

Постепенно экологические общественные организации составили влиятельный сектор формирующегося российского гражданского общества. Возрастание экологических проблем и существующая на данный момент политика государства делает вопрос развития и поддержки экологического движения России актуальным вопросом. Как писала Н.В. Калинина в своей работе «Конец 1980 – начало 1990 гг. стал периодом самой высокой в истории новой России экологической озабоченности, временем зарождения массового экологического движения (что более не повторялось). На этот период пришелся пик интереса к экологии: на страницах газет и журналов, в радио- и телепередачах тема экологического неблагополучия в стране стала одной из ведущих. «Общий уровень обеспокоенности населения СССР состоянием среды в течение 1980 годов стабильно возрастал. Пик этой обеспокоенности пришелся на 1989 год, совпав с резкой общей политизацией массового сознания, затем началось неуклонное ее снижение. Чернобыльская катастрофа не оказала существенного влияния на характер этой динамики». К концу XX века спрос на экологическую информацию в России снизился. Мониторинг прессы 1990 годов, проведенный «Экоцентром» МГУ в 2002 году, показал, что «прямой интерес к экологии среди населения, выраженный публикациями, упал в 10 раз против показателей 1992 г.».²⁴

²³ Шаркова Е. А. Экологическая журналистика в регионе риска // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2012. №1. С. 239.

²⁴ Калинина Н. В. Факторы экологизации отечественных средств массовой информации: исторический аспект. 2014. С. 31-35.

Основными причинами падения интереса со стороны СМИ к экологической тематике по сравнению с 1980 – началом 1990 гг. стали: постепенный отход государства от решения экологических задач, спад общественного природоохранного движения и проблемы выживания прессы в условиях жесточайшего экономического кризиса 1990 годов».

Также в конце 1980 - начале 1990 годов начали создаваться различные объединения по охране окружающей среды, например: «Группы связи выпускников движения ДОП» - создавалось для реализации возможностей растений и животных существовать в естественной для них среде, «Социально-экологический Союз» - работало в направлении сохранения окружающей среды для человека и его окружения.²⁵

Касаемо именно журналистских материалов, лишь после августа 1991 г. в них впервые прозвучало: «Больное общество – больная экономика – больная природа». Потому что 19 августа 1991 года состоялся Августовский путч – попытка отстранения Горбачева от власти. Это свидетельствовало об осознании истинных причин экологического кризиса – плохая экономика и плохое общество.

Первая еженедельная российская экологическая газета «Зеленый мир» вышла в апреле 1990 г. В ноябре того же года появилась «Экологическая газета», которая имела статус международной, печаталась в Финляндии и распространялась во многих зарубежных странах. В феврале 1991 г. начала издаваться всесоюзная экологическая газета «Спасение» (распространялась после распада СССР во всех государствах СНГ и бывшего Советского Союза). Помимо экологических газет появлялись и журналы такой же тематики: «Свет», «ЭКОС», «ЭКОС-информ», «Евразия-мониторинг», «Гринпис».

Через техногенных катастроф, падение советского режима и снятие запретов с экологической информации послужило толчком для развития сенсационной и аналитической экожурналистики. Активная деятельность неправитель-

²⁵ Ларин В. Р. Охрана природы. России: от Горбачева до Путина. М., 2003. С. 416.

ственного сектора стимулировала появление на медиа-рынке специализированных экологических СМИ, а вместе с тем и нового поколения журналистов – экспертов в вопросах экологии. Таким образом, развитие экологической журналистики в 90-е годы двадцатого столетия было обусловлено особым социальным заказом на новое качество и содержание коммуникации в системе «природа – общество».²⁶

Если в 1990 – е годы наблюдался рост «зеленых» СМИ и организаций и их позитивные действия в области экологии, то сегодня, напротив, на лицо спад. Это обусловлено коммерциализацией СМИ, их нацеленностью в сторону Интернета и передовых технологий, а также отсутствием финансирования со стороны государства. Если в конце 1980 в начале 1990 годах государство было инициатором создания экологической политики, то сегодня наблюдается ее сворачивание, причем. В настоящее время общественные экологические организации подвергаются нападкам государства по причине мнимой приверженности к оппозиционным силам из-за зарубежного финансирования и прочих причин, а иногда выдвигаются обвинения в шпионаже в пользу враждебных России государств.

По мнению Е. А. Шарковой: «освещение нарушений экологических норм по инициативе бизнеса неизбежно влечёт за собой оперативное реагирование прокуратуры и властей, часто заканчивающееся штрафными санкциями, в результате которых компании несут финансовые потери. Освещение нарушений экологических норм по инициативе журналиста также небезопасно, так как чаще всего такие материалы являются проблемными и могут нести в себе угрожающий характер как по отношению к журналисту, так и к самой проблеме в целом. Журналисты стараются не писать на такие темы или обходить их стороной, а экологическая журналистика оказывается в зоне риска».²⁷

Сегодня экологические издания в большинстве своем находятся в упадке, некоторые из них и вовсе в шаге от закрытия (например, экологическая газета

²⁶ Шаркова Е. А. Экологическая журналистика в регионе риска // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2012, №1. С. 243.

²⁷ Там же. С. 264 – 269.

«Берегиня», существующая на средства равнодушных читателей, пожертвованных, каждый новый выпуск которой может стать последним). Это не значит, что экологическая информация полностью потеряла спрос. Напротив, общество должно знать об экологической обстановке в стране и мире, чтобы суметь защитить себя. Однако поверхностное или же полностью отсутствующее экологическое образование накладывает свой отпечаток на потребление экологической информации. Значительно сказывается незаинтересованность государственного аппарата в решении экологических проблем и его нежелание просвещать общественность, продвигать данное знание хотя бы на уровне СМИ. Отсюда возникает вопрос: могут ли современные СМИ не экологической направленности качественно преподнести информацию аудитории.

«Иногда СМИ все же поднимают серьезные экологические проблемы, но делают это чаще всего в конъюнктурных целях. Тем самым экологические проблемы превращаются в инструмент политической интриги. В таких публикациях нередко проявляется необъективность, которая обычно выражается в том, что журналисты при подготовке материалов используют в качестве источников только одну сторону конфликта, игнорируя альтернативные источники необходимых им сведений».²⁸

Этот тезис доказывает, что экологическая пресса необходима современному российскому читателю. Отсутствие объективной экологической информации в общественно – политических СМИ влечет за собой недоверие аудитории к СМИ во всем их многообразии.

Л.А. Коханова считает, что «журналистика как род деятельности воздействует более на психику человека, поэтому от журналиста требуется высокий профессионализм в подаче сообщений на экологическую тему, который проявляется в его психологической культуре. Донося экологическую информацию до людей, он должен, прежде всего, стремиться к тому, чтобы она была доступна

²⁸ Волковский Н. Л. Психологический аспект освещения катастроф // Экологическая журналистика. СПб., 2011. С. 44.

аудитории СМИ. Для людей, не имеющих специальной подготовки, сложная техническая информация является непонятной, соответственно, это вызывает страх и тревогу. Тщательный отбор и организация содержания материалов экологической проблематики — важные условия их восприятия аудиторией».²⁹

Любые типологические СМИ создавались с определенной целью и функциями, поэтому сейчас мы рассмотрим функции экологических СМИ в жизни общества:

- информационная функция: предоставление аудитории сведений о состоянии окружающей среды;
- просветительская функция: знакомство читателей с основными законами экосистем, с опасностью и негативными последствиями антропогенного воздействия на окружающую среду;
- организационная функция: стимулирование людей к каким-либо действиям, направленных на сохранение окружающей среды;
- контролирующая функция: информируя о деятельности властей, предприятий, оказывающих влияние на состояние окружающей среды, предоставлять возможность людям реализовать свое право на знание о состоянии окружающей среды.³⁰

Исходя из функций экологической журналистики можно выделить ее аудиторию:

- субъекты профессионального экологического действия (специалисты в области экологии и смежных отраслей);
- субъекты науки (учёные, студенты);
- субъекты обыденного экологического поведения (граждане разных возрастов, социальных и профессиональных характеристик.);
- субъекты власти (органы государственной власти);

²⁹ Там же. С. 43.

³⁰ Коханова Л.А. Журналистика. Экология. Образование: непрерывное экологическое образование в системе СМИ. М., 1997. С. 67.

- субъекты бизнеса (промышленный и сырьевой сектора экономики). Таким образом, экологическая журналистика может быть ориентирована как на массовую аудиторию, так и на узких специалистов.³¹

Люди, которые непосредственно входят в аудиторию экологических СМИ называют их «зелёными».

«Зелёные» СМИ можно разделить на несколько категорий:³²

1) по территории распространения: на региональные (краевые, районные, областные) и межрегиональные (международные);

2) по информационной насыщенности: на проблемные (затрагивающие только одну или несколько экологических проблем – биологическое разнообразие, химическая безопасность и т.д.) и общие (освещающие в той или иной степени все области экологии);

3) по типу подачи информации: на общедоступные и рассчитанные на специалистов;

4) по типу издателя: на издаваемые политическими партиями, международными экологическими организациями, научными объединениями.³³

Также у «зеленых» СМИ есть как свои достоинства, так и недостатки.

Достоинства:

-наличие у авторов хотя бы базового экологического образования, это помогает избежать многих ошибок;

-более глубокий анализ экологических проблем, о которых они пишут;

-отсутствие фактических ошибок, корректность подачи информации;

-упор на позитивную информацию – новые технологии очистки воды и воздуха.

К недостаткам освещения проблем экологии в "зеленых" СМИ можно отнести следующее:

³¹ Шаркова Е. А. Экологическая журналистика России: этапы становления. Вестник МГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2012. №2. С. 240.

³² Борейко В.Е., Листопад О.Г. Как "зеленым" работать со средствами массовой информации. Киев, 1994. С. 78.

³³ Фомичев С.Р. «Разноцветные зеленые»: стратегия и действие. М.- Н.Новгород, 1997. С. 64.

-сложность языка, трудность для понимания массового читателя. Большинство СМИ рассчитаны на людей уже подготовленных к восприятию экологической информации, поэтому многие материалы могут показаться неспециалисту непонятными;

-низкое качество большинства изданий: плохая бумага, недостаточная техническая проработка иллюстраций, неумение преподнести себя;

-однотипность жанров и стилей.³⁴

³⁴ Сизова Л.В. Программа специализации по курсу "Экологическая журналистика". М., 1995. С. 44.

2 ГАЗЕТА «ЗЕЛЕНЫЙ МИР» КАК ВЕДУЩЕЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ

2.1 Общие сведения об издании

«Зеленый мир» - это общероссийская некоммерческая научно-публицистическая и информационно-методическая газета. Выходит в свет с апреля 1990 года. Изначально газета была создана как бюллетень Госкомприроды РСФСР и объединенного информационного-издательского центра «Экопресс» и выходила объемом в 8 страниц (с 1991 года на 16 печатается полосах, номера сдвоены), тиражом в 142000 экземпляров. Позднее издание стало называться «Экология проблемы и программы (штамп зеленый мир)», а главным редактором стал О.А. Францен. Приблизительно в 1991 – 1992 году поменялся главный редактор. Точная дата этого события неизвестна. Пост редактора занял ранее работавший корреспондентом в этой же газете – председатель Правления Российского экологического союза, академик Российской экологической академии М.Л. Борозин.

Сначала издание называло себя научно – публицистической и общественно политической газетой, затем еженедельной экологической газетой, и с 1993 года «Зеленый мир» окончательно стал российской экологической газетой.

По территории распространения газета является межрегиональной. По информационной насыщенности – это общее издание, так как освещает все области экологии. По типу подачи информации – узконаправленное, специализированное (рассчитана на подготовленного читателя, ориентирующегося в вопросах и проблемах экологии). За все время своего существования газета участвовала в разнообразных конкурсах, корреспонденты награждались от академии наук РАН и т.д.

В 2017 году у издания появился свой информационный портал, который также имеет свои рубрики, письма читателей, информацию о главном редакторе и анонсы на разные мероприятия и т.д.

2.2 Эволюция газеты «Зеленый мир»: типологический анализ

Типологический анализ предполагает определение типологических признаков, присущих данному типу СМИ.

Есть разные методики типологического анализа СМИ. Хорошую методику предложил исследователь журналов А.И. Акопов, но она подходит и для других СМИ. Он разделил типологические признаки на типоформирующие и вторичные.

Типоформирующие (типообразующие) признаки – это основной вид типологических признаков, непосредственно влияющих на возникновение, развитие и трансформацию типа издания.

В состав типоформирующих признаков входят:

а) издатель – учреждение, общественная организация или иной социальный институт, выпускающий данный орган печати;

б) цели и задачи – проектируемый образ результата, на достижение которого направлены стратегические и тактические действия издателя;

- читательская аудитория – категория людей, читающая данное издание.

Следующая группа признаков – вторичные (зависимые) дает характеристику данного типа издания. Точный выбор этих признаков и их составляющих во многом обеспечивает успех изданию. В эту группу признаков относятся следующие:

- авторский состав – контингент авторов материалов, публикуемых в этом издании;

- внутренняя структура - система разделов и рубрик, рубрикация внутри издания или ее отсутствие;

- жанры – набор используемых в данном периодическом издании жанров журналистики;

- оформление (дизайн) – наличие или отсутствие элементов художественного оформления.

В ходе исследования нами были рассмотрены 447 выпусков газеты «Зеленый мир».

Учредителями издания являются:

а) «Российский экологический союз» - общероссийская общественная организация. Осуществляет деятельность по охране природы, защите социальных и экологических прав граждан, поддержке экологических решений во всех регионах Российской Федерации;

б) «Российское экологическое движение (РЭД- «зеленые») - общероссийское общественное движение. Осуществляет полиграфическую деятельность, занимается научными исследованиями и разработками в области естественных и технических наук, издательской деятельностью, а также проводит работу в области радиовещания и телевидения;

в) Ассоциация «Росэкопресс» - общероссийский союз общественных объединений «Ассоциация развития российской экологической прессы. Занимается изданием книг, газет, а также маркетинговыми исследованиями и выявлением общественного мнения.

Все эти организации существуют по сей день.

Газету «Зелёный мир» выпускает типография имени И.И. Скворцова- Степакова, а также издательство «Совета народных депутатов» и информационно-издательский центр «Экопресс».

Издание позиционирует себя:

а) открытой трибуной всех секторов российского общества;

Мы можем увидеть это в газете, например: в рубрике «Госкомгидромет сообщает» №7 1991 года, в рубрике «Почта ЗМ» №14-1 1992 года (Приложение А), где люди могут обсудить насущные проблемы.

б) лидером в сборе, анализе, распространении и обсуждении достоверной экологической информации;

Эта информация тоже оправданна, так как начиная с №1 1990 года на 4 полосе есть список экологов, корреспондентов с экологическим образованием, обозначены их должности вне газеты (доктор, доцент, председатель). На всю информацию даны точные ссылки, документы и распоряжения.

в) инструментом развития и консолидации экологического движения и инструментом привлечения общественности в принятии экологически значимых решений.

В рубрике «Что случилось», которая появилась еще в 1990 году, описываются события, которые случились не только в России, но и в других странах: Белоруссия, Украина, Мордовия и т.д. Также в №1, №5 1990 года пропагандируется «Партия зеленых», она создана для усиления поиска решений экологических проблем.

г) организатор и инструмент привлечения общественности к участию в принятии экологически значимых решений.

Для этого есть «Почта ЗМ», в которую пишут люди, которые хотели поднять тему загрязнения экологической среды. Также на последней полосе газеты, написано «Куда обратиться за помощью» и даны контакты организаций, в которые можно позвонить, если вас что-то тревожит.

Первые годы существования издания «Зеленый мир» совпадают со вторым этапом развития отечественной журналистики исследуемого периода, который исследователи называют «золотым веком». Именно в это время издание соответствовало своим заявлениям относительно позиции. На страницах газеты, к примеру, публиковались заявления известных политических деятелей с открытой критикой в адрес действующей власти, выступления высокопоставленных чиновников. Постепенно «Зеленый мир» частично утратил свои позиции. Из приведенных выше примеров лишь один имеет место быть на протяжении всего существования издания. Речь идет о рубрике «Почта ЗМ», которая существует и пользуется большой популярностью.

Цели, которые ставит для себя издание можно разглядеть в материалах, которые присутствуют в газетах. Например, в 1 номере 1990 года они четко показали свою направленность в материалах: «Под угрозой полноценность будущих поколений» (Приложение Б), «Куда обратиться за помощью» (Приложение В), «Союз во спасение», «Партия «зеленых»: проба сил», «Чернобыль: памятник

уходящей эпохе». В этих материалах на передний план выдвигается общие проблемы экологии, которые происходят в нашей стране и за рубежом, их материалы несут, скорее не побудительный, а информационный характер, так как аудитория долгое время находилась в информационной изоляции относительно экологической информации. Это значит, что корреспонденты хотели ознакомить своих читателей с экологической ситуацией в данный момент, а с помощью рубрики «Почта ЗМ» журналисты давали советы людям, если они просили о помощи в своих письмах в редакцию. Также целью издания можно обозначить предоставление площадки для выражения мнений и решения экологических вопросов.

С самого начала своего существования издание было направленно на подготовленную публику: профессиональное сообщество, чиновников, людей с высшим образованием возрастом примерно с 22 – 23 лет. Не все представлено доступным языком, часто использовались специальные термины и каждый материал был написан о сферах узкой направленности – это не заинтересует обычного читателя, а может даже «отпугнуть». «Зеленый мир» - это качественное издание, и такое положение вещей вполне оправдано данным фактом, так как качественная газета рассчитана на интеллигенцию, то есть на людей, которых не нужно привлекать яркими обложками, сенсационными заголовками, и которые владеют родным языком на высоком уровне. К тому же, газета создавалась на базе нескольких общественных организаций и, соответственно, в первую очередь, предназначалась и распространялась в профессиональном сообществе.

Если проанализировать начальные выпуски с 1990-го года по 1992-й год, можно заметить, что газета пыталась найти своих читателей, публикуя на задних полосах кроссворды и новинки в жизни редакции. Это очень характерно для изданий того периода, так как, несмотря на нестабильную обстановку в стране и экономический кризис, количество наименований СМИ росло, издания пытались удержаться на медиарынке. Несмотря на то, что такие меры отдаляют «Зеленый мир» от класса качественной периодики, такое положение свидетельствует о том, что, экспериментируя, газета развивалась. С тех пор никаких попыток привлечь аудиторию не наблюдалось. «Зеленый мир», обретя свое «лицо» в данном

направлении не развивается. Это говорит о том, что газета является очень консервативной. В некотором смысле, «Зеленый мир» является живым памятником того времени, так как сохранил практически все черты, присущие изданиям 1990- годов.

В целом, у многих экологических СМИ есть такой недостаток, как сложность языка, трудность для понимания массового читателя. Большинство экологических изданий рассчитаны, прежде всего, на экологическое движение, на людей уже подготовленных к восприятию экологической информации.

Авторский состав был разнообразным. В газете публиковались такие специальные корреспонденты, как: Марк Борозин, И. Попов, Л. Хахалин и т.д. Также публиковались материалы из пресс-службы СоЭС (Социально - экологический союз) и Госкомгидромета, писали научные работники и профессора, обычные люди присылали в редакцию письма и даже чиновники, депутаты и их заместители зачастую давали комментарии по поводу своих районов и округов. В газете было очень сложно выделить постоянных корреспондентов, так как редко можно было выделить какого-то человека, который писал из номера в номер. Фамилии почти не повторялись. Часто в конце материала и вовсе не указывался автор.

С годами ситуация мало изменилась. По – прежнему в газете публикуется Марк Борозин (он по сей день является также главным редактором). Также пишут *В.Д. Кальнер*, доктор технических наук, профессор, главный редактор журнала «Экология и промышленность России»; *С.В. Кричевский*, доктор философских наук, кандидат технических наук, профессор, член Совета Российского экологического союза; *К.С. Лосев*, доктор географических наук, профессор, член Международного гляциологического общества и Мирового инновационного фонда; *В.А. Павловский*, доктор биологических наук, профессор, начальник ФГБУ «Средневожжрыбвод», заместитель председателя Правления Российского экологического союза и другие. Все эти люди являются видными деятелями и обладают обширными познаниями в области экологии. Они дают независимую и полную оценку экологической обстановки в России и мире. Общественно–по-

литические издания, которые также освещают экологические вопросы не обладают такой мощной базой авторов. Часто в силу недостаточного экологического образования в журналистских материалах появляются неверные данные, неправильные названия и т. д. Однако у такого положения вещей есть и негативная сторона. Отсутствие молодых кадров в редакции не позволяет изданию «идти в ногу со временем». Это подтверждается рядом фактов.

К примеру, один из них. У газеты «Зеленый мир» есть официальный сайт. Там публикуются материалы на экологическую тему, разделенные по тем же разделам и рубрикам, что и в печатном варианте. Информация обновляется не ежедневно. Примечательно, что редакция частично поддерживает обратную связь с аудиторией: во вкладке «Контакты» располагаются два адреса электронной почты. Читатели могут написать в редакцию и предложить тему, оставить отзыв.

Также каждый материал можно разместить в социальных сетях на собственных аккаунтах (перепостить). Функция обсуждений и отзывов на материалы отсутствует. Редакционных аккаунтов в социальных сетях у газеты нет и это большое упущение. Если бы издание серьезно занялось продвижением в социальных сетях, то это позволило бы вывести «Зеленый мир» на новый уровень развития, «открыть второе дыхание». Более того, продвижение в социальных сетях могло бы нести в себе еще и просветительскую функцию ведь экологическое образование в нашей стране находится практически на нуле. Газета могла бы взять на себя заботу просвещения читателей и продвижению экологической журналистики в массы.

Такое положение вещей свидетельствует том, что издание «Зеленый мир» мало осваивает и использует современные технические средства для привлечения аудитории. «Зеленый мир» совсем не развивается на новых технических платформах. В целом, это явление характерно для большинства экологических СМИ. Рассматривая «Зеленый мир» можно сделать вывод о том, что данное издание уже собрало определенную аудиторию, оно работает над контентом, делает ставку на качество и достоверность, а не на дизайн и точно не на расширение

аудитории. Возможно это связано не только с отсутствием молодых журналистских кадров, но и с недостаточной материально – технической базой и определенной политикой издания.

Структура издания – двухуровневая: первый уровень – разделы, часть из которых имеет внутреннюю структуру, отраженную рубриками; второй уровень – рубрики (внутри разделов плюс самостоятельные рубрики). Разделы могут начинаться как с левой, так и с правой стороны полосы. Раздел начинается с титула, включающего заголовок главной статьи. Все материалы раздела публикуются под рубриками.

Выделить постоянные рубрики и разделы сложно, но наиболее часто встречающиеся из них удалось определить.

На полосах газеты начиная с 1991 года появляются новые рубрики, которые могли продержаться минимум 3 выпуска, появляются новые разделы, которые тоже не существовали на постоянной основе. Такая тенденция наблюдается на протяжении всего существования издания. А предпосылками к ее появлению послужило время. К примеру, в первые несколько лет функционирования газеты доминировали отдельные разделы и рубрики. В данном случае этот срок доминирования совпадает со вторым этапом развития журналистики во второй половине 1980-х – 2000-х годах, известным как «Золотой век» отечественной журналистики.

Итак, первый раздел называется «Экофакт».

Этот раздел несет новостной характер. Корреспонденты рассказывают о создании новых экологических организаций, законы и новости, касающиеся только экологии. Раздел включал в себя несколько рубрик: «Что же случилось», «Наше досье». Например, в номере №1 1990 года на 4 стр. (Приложение Г) поднимались вопросы о загрязнении воды в Куйбышевской области и в Уфе, об изъятии гектаров в Тульской области для выпаса оленей, о новом судне ООН и поздравления специалистов-экологов с выходом экологической газеты «Зеленый мир».

Также в разделе «Экофакт» встречается рубрика «Наше досье», в которой поясняются непонятные читателям термины или ситуации, о которых раньше не упоминалось. Рубрику «Наше досье» в №1 1990 года (Приложение Д) можно увидеть в материалы «Синее движение» и «Партия зеленых», после рубрика «Наше досье» появлялась вне раздела «Экофакт». А сам раздел перестал существовать в конце 1990 года.

Рубрика «Госкомгидромет сообщает».

Здесь собрана, в основном, статистика, измерения давления воздуха, плотности воды и последние аварии за все время. Иногда рубрики посвящена целая полоса, а иногда только одна колонка, также она была не постоянна, так как в ней были собраны данные за несколько месяцев, поэтому ее можно увидеть в №1 1990г. (Приложение Е), в №13 1990г, в №9-10 1991г, в №33-34 1991г, в №11-12 1992г. В 1993 году эта рубрика сменила название на «Белую книгу».

Рубрика «Почта ЗМ».

Это почтовый ящик «Зеленого мира». Редакция публикует, присланные к ним письма, которые остаются без ответов газеты. Пишут, в основном обычные люди. Например, выпуске №17 1993 года гражданин В. Ладейников спрашивал, о чем конкретно шла речь на президиуме Совмина, в №7 1992 года заместитель директора Переславского национального парка рассуждал об объединении парков – быть им или нет, а в №41 1991 года есть письмо, которое называется «Жемчужина в навозной куче» (Приложение Ж), написанная А.Федоровым доктором биологических наук, само письмо о фонтанах Питергофа, возле которых построили свиноводческий комплекс. Из этого можно сделать вывод, что пишут в газету разные люди и пишут о том, что их беспокоит в данный момент.

Раздел «Нериторические вопросы»

Посвящен глобальным, актуальным, насущным вопросам. Также в этом разделе, могут рассматриваться и маленькие несущественные проблемы, которые поднимают сами корреспонденты в связи с последними новостями. Это можно проследить в №41 1991-го года – «Богатство российское прирастать будет Сибирью?» о новых заводах в Сибири, в №7 1992-го года – «Рассуждения вокруг

чисел» о последствиях аварии на Чернобыльской АЭС, №4 1993-го года – «К еще одной радикально перестройке?» (Приложение К) об институте РАН и их социологическом исследовании, касающемся экологической безопасности. Также в этом разделе встречается рубрика «Экология», в которой публикуются маленькие эссе на актуальные темы.

Рубрика «Мнение».

В этой рубрике публикуются кандидаты наук, доценты кафедр, специалисты о экологии и люди представляющие органы власти. Занимает рубрика целую полосу. Например, в выпуске №16 1990 года есть публикация инженера «Защитит среду обитания собственность?» она о дорогах и канализациях, о которых ни государство, ни собственники не беспокоятся, а дорогу в то время затапливает река, от чего она становится очень грязной. А вот в №40-41 1991 года есть материал «Море экологического невежества», (Приложение Л) написанный Владимиром Фиршем, кандидатом географических наук, где поднимается проблема экологического образования, которого в России нет. Но в №4 1993 года, появляются необычные для этой рубрики публикации, мы говорим о конфликте между экологами и специалистами «Эко-мал». Об этом конфликте сказано в материале «О третьей экспертизе нам даже не сообщили» ген. директора «Эко-мал» Г. Кучина, проблема в загрязнении окружающей среды отходами Алюминия. Видимо конфликт, они разрешили вне страниц газеты, так как больше материалов по этому поводу не было.

Рубрика «Открытый Университет – Факультатив»

«Открытый университет» или «факультатив» включает в себя исторические факты, детальное описание недавних, актуальных событий глазами доцентов и профессоров кафедр экологии. Например в №42 1992 года есть материал «Экология в советской России» Ф. Штильмарка (Приложение М) о охране природы, лесном экспорте и российских заповедниках, в №8 1992-года материал «Экологическая безопасность и устойчивое развитие» Р.А.Перелета научного сотрудника ВНИИ, это целая статья на 3 полосы о экологической составляющей национальной безопасности, в №4 1993 года лекционный материал Д. Кримски

профессора Тафтского университета США «Биотехнология: оценка риска», говорит о вредности выброса генетически измененных организмов в окружающую среду.

Рубрика «Эко-пресс»

Она посвящена экологическим ситуациям в странах, которые входили в состав СССР. Каждая страна описывается в маленькой заметке по отдельности.

Рубрика «ЗМ дайджест»

Сообщает о экологических проблемах и ситуациях за рубежом. В каждом абзаце выделена один конкретный регион, и описано се что в нем происходит по заданной изначально теме. К примеру: материал 1991 года «Лас-Вегас ставит на зеленое» - рассуждение о атомной энергетике, в №8 1992 года «ЗМ-дайджест» рассказывает о оздоровлении окружающей среды в Восточной Европе.

Рубрика «Актуально»

Она состоит только из новостных заметок или анонсируют грядущие материалы в номере. Как правило, располагается на титульном листе. К пример у в №40 1991 года в актуальном рассказывают о новых законах США о свалках, в №8 1992 года новости о переделывании заповедников под фермерские участки, радиоактивном заражении и конкурсе «Москанто» - «Защита растений» (ПРИЛОЖЕНИЕ Н).

Рубрика «ЗМ Реклама».

Каждое издательство живет за счет рекламы, но в газете «Зеленый мир» ей уделяется очень мало места. Она всегда располагается на предпоследних страницах и занимает маленький квадрат в левом или правом углу. Продукция, которая там рекламируется, всегда связана с экологией, например: продажа питьевой воды или утилизация отходов. Также там рекламируются анонсы мероприятий, разные экологические центры и книги.

Также рубрики не имеют своего постоянного места в газете, кроме «Актуально» - она всегда на титульном листе. Определенной последовательности нет. К примеру, рубрика «Госкомгидромет сообщает» в №1 1990 года расположена на пятой полосе, а в № 9-10 1991 года на седьмой.

Номера выходят не постоянно, в разные даты, количество выпусков лавируется. Два номера газеты могли быть соединены в один. Такая тенденция началась в 1991 года с 1-2 выпуска (и прослеживается и по сей день).

Когда вышел первый номер «Зеленого мира» на титульной полосе не было ни слова от редактора, ни обозначения, что это первый номер газеты, также не был представлен авторский состав. Выглядит так, будто газета выходит, как минимум, несколько лет, и читатель хорошо знаком с изданием.

«Содержание» и выходные данные располагаются в конце номера на последней полосе. «Слова редактора» или «Слова от редакции» нет, есть только небольшое обращение к читателям с просьбой оформить подписку.

Некоторые из вышеперечисленных разделов и рубрик исчезли или трансформировались. Это происходило постепенно, к 2000- м годам сформировалась новая доминирующая группа разделов.

В нее входят: *Эко – пресс, Город, Ресурсы, Энергетика, Технологии, Мир и человек, Ситуация, ЗМ Дайджест, Климат, Ресурсы*. Все эти разделы имеет внутреннюю рубрикацию, но также не закрепленную или в ряде случаев частично закрепленную. Газета в целом и каждый раздел подчиняются принципу иерархии приоритетов (от более важного к менее важному в газете и внутри каждого раздела). Каждый раздел открывается основной (самой важной) публикацией для этого раздела.

Разделы могут начинаться как с левой, так и с правой стороны полосы. Раздел начинается с титула, включающего заголовки главной статьи. Все материалы раздела публикуются под рубриками.

Первый наиболее часто встречающийся раздел – «Эко – пресс» Прежде всего в этом разделе публикуются новости, а также рассказывается о деятельности экологических и общественных организаций (Приложение П). Самые повторяющиеся рубрики: «Открытие», «Эксперимент», «Ситуация», реже «Климат» и «Ресурсы». Жанры представлены разнообразные: как информационные, так и аналитические и художественно – публицистические соответственно.

Например, комментарий, корреспонденция, репортаж, редко очерк. Объем раздела достигает четырех полос.

Второй по частоте появления в газете раздел – «Город». Он содержит в себе две полужакопленных рубрики: «Ситуация» и «Мнения». Также довольно часто встречаются рубрики: «Ресурсы», «Энергетика», «Мир и человек». В разделе поднимаются такие темы, как состояние окружающей среды в городах, загрязнение мегаполисов и т. д. (Например, «Русский репортер составил рейтинг городов»). Публикации могут носить дискуссионный, даже полемический характер. Жанры представлены разные, но преобладает аналитическая группа жанров: статьи, комментарии. Объем раздела на фоне остальных не велик: от одной до трех полос без иллюстраций в каждом номере.

Третий раздел – «Энергетика». Содержит в себе уже пять рубрик с одинаковой частотой: «Нериторические вопросы», «Анонс», «Ситуация», «Подробности», «Мнение». Тематика материалов: изменения в структуре производства и потребления энергоресурсов, повышение энергоэффективности. Например, «Какой путь выбрать России?», «В августе 2012 Германию лихорадило». Представленные жанры принадлежат к аналитической и информационной группе жанров в примерно равном соотношении. Чаще всего встречаются заметки, интервью, статьи, комментарии. Объем раздела достигает семи полос.

Климат. Содержит 3 рубрики: «Размышления», «Мнения», «Ситуация». Иногда встречаются рубрики «Анонс» и «Нериторические вопросы». Наиболее часто встречающиеся жанры: корреспонденция, зарисовка, заметка, статья. Темы: изменение климата, причины и способы решения проблемы. Например, «Нужно принимать решение», «Сопоставляя все точки зрения...». Жанры преобладают аналитические: комментарий, статья, корреспонденция. На втором месте информационная группа жанров – в основном репортаж. Объем: раздела средний: от одной до пяти полос.

Также мы выделили самостоятельные рубрики: «Ситуация», «Мнения», «Нериторические вопросы», «Актуально», «Размышления», «Эксперимент».

Эти рубрики не закреплены на определенной полосе, но все же являются постоянными, так как появляются в каждом номере и почти в каждом разделе.

«Зеленый мир» очень консервативная газета. Фактически, сформировав свой стиль, оформление и завоевав аудиторию, издание больше почти ничего не меняло. Структура – один из немногих компонентов, подвергнувшийся трансформации.

Жанры в газете в большинстве представлены аналитические. (примерно 60% от общего числа материалов). Это корреспонденции, статьи, комментарии и так далее. Художественно – публицистические жанры появляются очень редко (не больше 10%). К примеру, жанр «очерк» считается традиционным для экологических изданий. Так, практически в каждом номере газеты "Берегиня" появляется рубрика "Охранная грамота", в рамках которой публикуются очерки о природе, о том или ином виде животных и растений. Такие материалы призваны, прежде всего воспитывать чувство любви к природе, они имеют положительный эмоциональный заряд. Газета «Зеленый мир», напротив, практически не использует этот жанр. Это связано с особенностями подачи информации: материалы освещают в основном глобальные экологические проблемы, текстам присущ глубокий анализ, оценка ситуации и поиск ответов, способов выхода из той или иной ситуации. Тенденция отказа от очерка, характерного для советской прессы 1960 – 1970 годов, присуща и общественно – политическим СМИ. Художественно – публицистические же жанры подразумевают более творческий подход у материалу, образность, метафоричность. Это несколько противоречит политике издания «Зеленый мир» и стилю подачи информации. Материалы в информационных жанрах (таковых около 30%) также встречаются, их больше, чем текстов, выполненных в художественно – публицистических. Это информационные заметки, интервью, очень редко репортажи.

На протяжении 1990 – 1993 годов остается нестабильным дизайн «Зеленого мира», который обусловленный материалами и жанрами, выглядит достаточно всегда строго: прописного шрифта нет, только в логотипе газеты, нет ни-

каких иллюстраций, только документальные фотографии и фотографии определенных людей, которые написали какой-либо материал. Однако иллюстраций и фотографий очень мало. Все выполнено в одном стиле, меняется только размер шрифта.

В 1994 году в очередной раз изменился дизайн газеты, который оставался стабильным до 2000-го года. При этом, новое оформление по-прежнему обладало теми же характеристиками, что и предыдущие варианты.

Важная часть оформления газеты находится на логотипе, на котором, помимо названия издания, написано: The green world, Die grüne Welt, Le monde vert, El mundo verde. Это сделано для того чтобы привлечь читателя обложкой, конечно, для тех лет это было необычно – иностранные надписи могли зацепить глаз зрителя, заинтересованного во всем «западном», но сейчас этим никого не удивить, но слоган, по традиции, остался.

В 2000-м году дизайн изменился в последний раз. Изменениям подверглась только первая полоса. Теперь, вместо надписей «зеленый мир» на разных языках под наименование самой газеты, печатается надпись «Экология: проблемы и программы».

Газета бумажная, черно – белая. Только заголовок на первой полосе и разделительные линии имеют цвет – зеленый (с первого номера 1999 года). Верстка газеты традиционная, заголовки не очень крупные, не привлекают внимания. Материалы большие, часто располагаются на нескольких полосах. Читать такой объемный текст без «перебивок» в форме фотографий, отдельных блоков, разделительных линий сложно. Редко под заголовком публикуются выдержки и самые яркие цитаты из материала. Это разбавляет серый цвет полосы и привносит живость полосе. Этот факт вряд ли привлечет неподготовленного читателя, привыкшего к ярким иллюстрациям в изданиях, а, возможно, даже оттолкнет.

Минус экологической прессы: низкое качество подавляющего большинства изданий: плохая бумага, небольшое количество или полное отсутствие иллюстраций (фотографий, рисунков, коллажей). Одна из причин недостаточного

качества "зеленых" изданий в том, что им катастрофически не хватает профессиональных журналистов, рекламистов, фотографов, дизайнеров и финансирования. В данном вопросе «Зеленый мир» уступает. Также, такое положение вещей можно связать с тем, что исследуемое издания является качественной газетой, неотъемлемой чертой которой является именно строгий и лаконичный дизайн.

Тираж же «Зеленого мира» в начале её деятельности не выносился на публику, озвучивать его цифру начали только с 1993 года. Типография может выпустить от 8000 тысяч номеров до 40000. Сегодня тираж сравнительно большой и фиксированный – 9000 экземпляров.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы рассмотрели особенности развития отечественной печати во второй половине 1980-х – 2000-х годов и пришли к выводу, что российские масс – медиа в этот временной период развивались поэтапно и имели различные черты.

Итак, первый период развития российских масс-медиа связан с этапом Перестройки (1986-1991гг), когда в стране произошел переход от закрытого административного режима к гласности, и проявилось наиболее ощутимо влияние СМИ на общественные процессы.

Второй этап (1991 – 1994). Первые два года принято считать «Золотым веком» отечественной журналистики: появление новых наименований на рынке СМИ, расширение спектра тем, относительная свобода слова.

Третий этап деятельности СМИ относится к 1994 – 1999 годам и отличается тем, что рыночные отношения принципиально изменяют положение и роль прессы в обществе. Этот этап характеризовался полной сменой хозяев отечественных СМИ, когда на смену КПСС и советского государства пришли хозяева в лице отдельных олигархов.

Четвертый этап (конец 1999 – середина 2000-х): государство в России, декларируя на словах служение СМИ общественным, социальным интересам, на практике придерживается либерального курса по отношению к прессе, который рассматривает СМИ только как бизнес, а продукт их деятельности как рыночный товар.

Пятый этап (середина 2000-х – настоящее время). Поворот государства к авторитаризму, цензурирование СМИ, а значит нарушение конституционных свобод.

Мы исследовали отличительные черты экологических СМИ и выяснили, что в связи с долгой информационной изоляцией относительно экологической информации появление экологических СМИ являлось необходимостью. Ведь именно «зеленая» пресса может в полной мере объяснить определенные экологические процессы, явления и проблемы, так как экспертная база в таких СМИ

обладает фундаментальными познаниями в данной сфере и не стремится к сенсационности, скандальным историям и пиару. Также, мы пришли к выводу, что газета «Зеленый мир» обладает как достоинствами в равнении с общими СМИ, так и недостатками. К достоинствам можно отнести наличие у авторов базового экологического образования, что помогает избежать многих фактических ошибок. К недостаткам относится сложность языка, трудность для понимания массового читателя.

Мы рассмотрели особенности развития данного издания. Выяснили, что изначально газета называлась «Экология проблемы и программы (штамп зеленый мир)», а главным редактором являлся О.А. Францен, после главным редактором стал М.Л Борозин. Учредителями газеты были: Российский экологический союз, Российское экологическое движение (РЭД- «зеленые»), Ассоциация «Росэкопресс», Информационно-издательский центр «Экопресс».

Нами был впервые проведен типологический анализ экологического издания «Зеленый мир», прослежена его эволюция с апреля 1990 по июнь 2012 года. Уже в первые несколько лет своего существования газета обрела лаконичный и строгий стиль, в ней закрепились некоторые разделы и рубрики. Издание с каждым выпуском все больше соответствовало качественному типу издания.

В результате проведенного типологического анализа СМИ, нами было выявлено, что с самого начала своего существования и по сей день «Зеленый мир» является изданием узкой направленности, открыто только для определенной аудитории.

Что касается места газеты «Зеленый мир» в экологической прессе России, то однозначно можно утверждать, что издание является одним из самых авторитетных в своей категории. Во – первых, «Зеленый мир» относится к качественному типу издания. Об этом свидетельствуют содержание газеты (серьезные темы, обсуждение на страницах газеты глобальных проблем экологии), строгий дизайн (отсутствие ярких заголовков, черно – белое оформление, минимум иллюстраций). Во – вторых, это единственная экологическая газета, которая суще-

ствуется так долго и непрерывно. Именно благодаря этому, «Зеленый мир» является ценным объектом изучения для исследователей, так как на его примере можно проследить становление экологической журналистики в России, а также трансформацию всей системы массмедиа в контексте изменений политического устройства, при переходе от одного государства к другому. Данное издание является «хранителем истории», на его страницах запечатлены ключевые события и мнения.

«Зеленый мир» в экологической прессе России можно сравнить с «Российской газетой» в общей системе СМИ нашей страны: исследуемое издание также публикует указы и постановления, касающиеся экологической политики. «Зеленый мир» перепечатывает наиболее важные и интересные материалы из других экологических изданий, является ориентиром качества.

Уникальность газеты «Зеленый мир» заключается в том, что она, являясь представителем не самой популярной ниши специализированных СМИ, существует непрерывно почти 30 лет, тем самым представляя собой ценный объект изучения, так как является «исторической летописью» событий с момента своего создания.

Нами была изучена специальная литература, включающая научные статьи по истории СМИ 1990-х годов, рассмотрены особенности специализированных экологических медиа, изучена история издания «Зеленый мир», после которой проанализированы номера данной газеты.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Ахмадулин, Е.В. История отечественной журналистики XX века: учебник / Е.В. Ахмадулин, Р.П. Овсепян. – Ростов н/Д. : Изд-во ЮФУ, 2008. – 416 с.
- 2 Барлыбаев, Х.А. Путь человечества: самоуничтожение или устойчивое развитие / Х.А. Барлыбаев. – М. : Изд-во Госдумы, 2001. – 132 с.
- 3 Беркова, О.А. Экологическая журналистика в России: проблемы и реалии / О.А. Беркова // Актуальные проблемы журналистики: Материалы научно-практической конференции Журналистика в 1996 году. Средства массовой информации в постсоветском обществе. – М. : Эксмо, 1997. – 163 с.
- 4 Борейко, В.Е. Как "зеленым" работать со средствами массовой информации / В. Е. Борейко, О. Г. Листопад. Киев : Эко-Восток, 1994. – 98 с.
- 5 Вартанова Е.Л. О современном понимании СМИ и журналистики [Электронный ресурс] // Медиаскоп : электронный научный журнал. – 10.02.2003. – Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/issues/262>. – 24.04.2018.
- 6 Волковский Н.Л. Психологический аспект освещения катастроф // Экологическая журналистика / под ред. А.В. Давыдовой, А.С. Смоляровой. – СПб. : Типолаборатория фак. журналистики СПбГУ, 2011. – 44 с.
- 7 Горелов А. А. Экология : уч. / А.А. Горелов - М.: Высшее образование, 2008. – 192 с.
- 8 Демина, Т. А. Экология, природопользование, охрана окружающей среды / Т.А. Демина. – М. : Аспект Пресс, 1998. – 201 с.
- 9 Дзялошинский, И. М. Методы деятельности СМИ в условиях становления гражданского общества / И. М. Дзялошинский. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 98 с.
- 10 Засурский, Я.Н. Журналистика в изменяющемся мире / Я.Н. Засурский // Вестн. Моск. ун-та. Сер. № 10. Журналистика. – 1991. – № 2. – С. 65 – 67.
- 10 Калинина, Н.В. Факторы экологизации отечественных средств массовой информации: исторический аспект / Н.В. Калинина // Вопросы журналистики №17. – Владивосток: Издательский дом ДВФУ, 2012. – С. 105-111

- 11 Кочинева, А.Л. Экологическая журналистика /А.Л. Кочинева, О.А. Берлова, В.Б. Колесникова. – М. : СоЭС, 1999. – 235 с.
- 12 Коханова, Л.А. Журналистика. Экология. Образование / Л.А. Коханова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 1997. – 174 с.
- 13 Коханова, Л.А. Экологическая журналистика, PR и реклама / Л.А. Коханова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 283 с.
- 14 Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста / Г.В. Лазутина. – М. : «Аспект Пресс», 2001. – 269 с.
- 15 Марков, А. А. Теория и практика массовой информации / А. А. Марков. – СПб. – Издательский дом ДВФУ, 2012. – 300 с.
- 16 Ненашев, М.Н. Современная российская журналистика: гражданский долг и реальность / М. Н. Ненашев. – М. : Издательство Московского университета, 2014. – 15 с.
- 17 Сизова, Л.В. Экологические периодические издания / Л.В. Сизова // Типология периодической печати. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – С. 203- 206.
- 18 Стровский, Д.Л. История отечественной журналистики новейшего периода: лекции по курсу / Д. Л. Стровский. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – 271 с.
- 19 Стровский, Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода: учебное пособие для студентов вузов / Д. Л. Стровский. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 359 с.
- 20 Орехова, И.М Экологические проблемы в информационном поле / М. И. Орехова // Индекс / Досье на цензуру. – М. : Эксмо, 2000. - С. 66-68
- 21 Проблематика периодической печати / под ред. Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой. – М. : ИМПЭ им. А. С. Грибоедова, 2008. – 112 с.
- 22 Цвик, В.Л. Введение в журналистику / В.Л. Цвик. - М. : МНЭПУ, 2000 – 77 с.
- 23 Роль кинематографа, ТВ и ССМИ в формировании экологического мировоззрения / под ред. П.А. Водопьянова, А.А. Кувшинникова, М.Н. Павлова. – М. : «Тесей», 2007. – 104 с.

24 Фомичев, С.Р. Разноцветные зеленые: стратегия и действие / С.Р. Фомичев // учебное пособие. – М. – Н. Новгород: ЦОДП СоЭС, Третий путь, 1997. – 89 с.

25 Шаркова, Е. А. Экологическая журналистика Росси: этапы становления / Е.А. Шаркова // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2012. – №2. – С. 239 – 243.

ЕСТЬ ТАКАЯ АССОЦИАЦИЯ!



Пример коллегам подали национальные парки прибалтийских государств. Одни из первых они, кстати сказать, признали новорожденную Ассоциацию. А вот большинство национальных парков России не пожелало вступать в Ассоциацию, что легко объяснимо: один из высокопоставленных чиновников бывшего Минлесхоза в специальной телеграмме директо-

рам всех ведомственных национальных парков рекомендовал воздержаться от самостоятельных решений в плане объединения. К счастью, административный окрик не всех лишил здравого смысла...

С. АВДОНИН,
заместитель директора
Переславского националь-
ного парка.

Анна ВОРОЗНИ,
председатель Международной
экологической ассоциации
«СозвездиеПресса»

Трибуна для всех

Эта страница в журнале «Экология» будет посвящена проблемам экологии. Мы будем рады, если вы сможете поделиться с нами своими мыслями, идеями, опытом. Мы будем рады, если вы сможете поделиться с нами своими мыслями, идеями, опытом.

Важнейшим фактом является то, что в последние годы в мире наблюдается тенденция к усилению экологической ответственности. Это проявляется в том, что все большее число государств и организаций принимают меры по защите окружающей среды.

Одним из основных направлений деятельности является сотрудничество между государствами. Это способствует обмену опытом и ресурсами. Например, в области охраны водных ресурсов.

Важным аспектом является также участие общественности. Это позволяет повысить осведомленность и ответственность граждан. Например, через образовательные программы.

Следует отметить, что экологические проблемы являются сложными и требуют комплексного подхода. Это включает в себя как законодательные меры, так и просветительскую работу.

В заключение хочется сказать, что будущее нашей планеты зависит от нас. Мы должны действовать сообща, чтобы обеспечить устойчивое развитие для всех.



ПОД УГРОЗОЙ ПОЛНОЦЕННОСТЬ БУДУЩИХ ПОКОЛЕНИЙ

На вопросы нашего корреспондента отвечает
Председатель Госкомарирородныя РСФСР А. Князьев

Телеграмма Москва — датирована 28 июля 1990 г. В течение СССР на ее долю приходится 28 процентов нефти, 21 процент газа, 10 процентов угля, 10 процентов железной руды, 10 процентов цинка, 10 процентов алюминия, 10 процентов меди, 10 процентов никеля, 10 процентов свинца, 10 процентов кадмия, 10 процентов кобальта, 10 процентов молибдена, 10 процентов вольфрама, 10 процентов тантала, 10 процентов ниобия, 10 процентов урана, 10 процентов тория, 10 процентов плутония, 10 процентов калия, 10 процентов натрия, 10 процентов магния, 10 процентов кальция, 10 процентов стронция, 10 процентов бария, 10 процентов цезия, 10 процентов франция, 10 процентов актиния, 10 процентов тория, 10 процентов плутония, 10 процентов калия, 10 процентов натрия, 10 процентов магния, 10 процентов кальция, 10 процентов стронция, 10 процентов бария, 10 процентов цезия, 10 процентов франция, 10 процентов актиния.

— Давид Мухоморов, вице-президент СССР, заявил, что экологическая ситуация в стране является критической. Он призывает к срочным мерам по защите окружающей среды.

— 28 июля этого года, в соответствии с указом Президента СССР, в республике были объявлены дни экологической ответственности.

Многие из нас имеют личный опыт экологических проблем. Это может быть загрязнение воздуха, воды или почвы. Это может быть потеря биоразнообразия.

Важным аспектом является также участие общественности. Это позволяет повысить осведомленность и ответственность граждан. Например, через образовательные программы.

Следует отметить, что экологические проблемы являются сложными и требуют комплексного подхода. Это включает в себя как законодательные меры, так и просветительскую работу.

В заключение хочется сказать, что будущее нашей планеты зависит от нас. Мы должны действовать сообща, чтобы обеспечить устойчивое развитие для всех.

экологическая ситуация. Это требует комплексного подхода. Это включает в себя как законодательные меры, так и просветительскую работу.

Важным аспектом является также участие общественности. Это позволяет повысить осведомленность и ответственность граждан. Например, через образовательные программы.

Следует отметить, что экологические проблемы являются сложными и требуют комплексного подхода. Это включает в себя как законодательные меры, так и просветительскую работу.

Важным аспектом является также участие общественности. Это позволяет повысить осведомленность и ответственность граждан. Например, через образовательные программы.

Следует отметить, что экологические проблемы являются сложными и требуют комплексного подхода. Это включает в себя как законодательные меры, так и просветительскую работу.

Важным аспектом является также участие общественности. Это позволяет повысить осведомленность и ответственность граждан. Например, через образовательные программы.

В заключение хочется сказать, что будущее нашей планеты зависит от нас. Мы должны действовать сообща, чтобы обеспечить устойчивое развитие для всех.

Важнейшим фактом является то, что в последние годы в мире наблюдается тенденция к усилению экологической ответственности. Это проявляется в том, что все большее число государств и организаций принимают меры по защите окружающей среды.

Одним из основных направлений деятельности является сотрудничество между государствами. Это способствует обмену опытом и ресурсами. Например, в области охраны водных ресурсов.

Важным аспектом является также участие общественности. Это позволяет повысить осведомленность и ответственность граждан. Например, через образовательные программы.

Следует отметить, что экологические проблемы являются сложными и требуют комплексного подхода. Это включает в себя как законодательные меры, так и просветительскую работу.

Важным аспектом является также участие общественности. Это позволяет повысить осведомленность и ответственность граждан. Например, через образовательные программы.

В заключение хочется сказать, что будущее нашей планеты зависит от нас. Мы должны действовать сообща, чтобы обеспечить устойчивое развитие для всех.

30 млн. тонн загрязняющих веществ выброшено в атмосферу
Сумма ущерба — 180 млн. рублей.

Важнейшим фактом является то, что в последние годы в мире наблюдается тенденция к усилению экологической ответственности. Это проявляется в том, что все большее число государств и организаций принимают меры по защите окружающей среды.

Одним из основных направлений деятельности является сотрудничество между государствами. Это способствует обмену опытом и ресурсами. Например, в области охраны водных ресурсов.

Важным аспектом является также участие общественности. Это позволяет повысить осведомленность и ответственность граждан. Например, через образовательные программы.

В заключение хочется сказать, что будущее нашей планеты зависит от нас. Мы должны действовать сообща, чтобы обеспечить устойчивое развитие для всех.

Важнейшим фактом является то, что в последние годы в мире наблюдается тенденция к усилению экологической ответственности. Это проявляется в том, что все большее число государств и организаций принимают меры по защите окружающей среды.

Одним из основных направлений деятельности является сотрудничество между государствами. Это способствует обмену опытом и ресурсами. Например, в области охраны водных ресурсов.

Важным аспектом является также участие общественности. Это позволяет повысить осведомленность и ответственность граждан. Например, через образовательные программы.

В заключение хочется сказать, что будущее нашей планеты зависит от нас. Мы должны действовать сообща, чтобы обеспечить устойчивое развитие для всех.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

тий, обеспечивающих экологическую безопасность людей. Так, в минувшем году местными комитетами на территории России приостановлено или закрыто более 800 цехов, производств, предприятий. Только за загрязнение водных источников предъявлен иск на сумму в 150 миллионов рублей, на них выдано более 60 предписаний. Эти

таны совместно заинтересованными министерствами, местными советскими органами, общественностью из «Комитета по спасению Волги». Программа рассчитана до 1995 года, охватывает более 30 областей, края и автономных республик.

Но великой русской реки, можно сказать, нет, а есть каскад грязных по-

канского правительства, а не союзных ведомств, как сейчас. Поэтому при переходе на хозрасчет и самфинансирование необходимо пересмотреть статус ряда союзных министерств и ведомств.

— Экологическое и экологическое оздоровление — задача одной цепи. На

В конце концов, воспитывая любовь и бережное отношение к природе, мы возродим в себе утраченные, и не считая, доброту и милосердие. Я оптимист, поэтому верю в конечное торжество добра и разума.

Беседавала
Л. БОЛДЫРЕВА.

Начинаем публиковать список всех российских комитетов по охране природы (автономных республик, краевых и областных), чтобы вы, наши читатели, знали, куда можно обратиться с вашими заботами, тревогами и вопросами, касающимися экологии.

Государственный комитет РСФСР по охране природы (Госкомприрода РСФСР).
117321, Москва ГСП-7, ул. Кудрова, д. 8, корп. 1.
тел. 125-52-82.

Государственный комитет по охране природы Башкирской АССР.
450009, г. Уфа, ул. Космополитская, 21.
тел. 24-97-74; 24-97-44; 24-97-80.

Государственный комитет по охране природы Бурятской АССР.
360909, г. Улан-Удэ, пр. Мира, 10.
тел. 7-75-80; 7-85-31; 7-67-06; 7-72-00.

Государственный комитет по охране природы Дагестанской АССР.
337000, г. Махачкала, ул. Озерная, 17-Б.
тел. 7-04-12; 7-37-26; 7-43-16.

Государственный комитет по охране природы Кабардино-Балкарской АССР.
360909, г. Нальчик, пр. Мира, 10.
тел. 7-75-80; 7-85-31; 7-67-06; 7-72-00.

КУДА ОБРАТИТЬСЯ ЗА ПОМОЩЬЮ

Государственный комитет по охране природы Калининской АССР.
350000, г. Элиста, ул. Ленина, 230а.
тел. 5-74-03; 5-43-05.

Государственный комитет по охране природы Карельской АССР.
185000, г. Петрозаводск, ул. Дзержинского, 9.
тел. 7-36-56; 7-46-79; 7-25-31.

Государственный комитет по охране природы Коми АССР.
167610, г. Сыктывкар, Коммунистическая, 8.
тел. 2-16-20; 2-39-30; 2-88-81; 2-67-09.

Государственный комитет по охране природы Марийской АССР.
424001, г. Йошкар-Ола, пр-т Ленина, 24-А.
тел. 6-02-27; 6-03-43; 5-69-44; 6-33-21.

Государственный комитет по охране природы Мордовской АССР.
430000, г. Саранск, Коммунистическая, 33/3.
тел. 4-33-86; 4-36-72; 4-58-64; 4-89-83.

Государственный комитет по охране природы Северо-Осетинской АССР.
362040, г. Орджоникидзе, ул. Никитина, 15.
тел. 3-03-49.

Государственный комитет по охране природы Татарской АССР.
420014, г. Казань, Кремль.
тел. 39-77-31.

Государственный комитет по охране природы Тульской АССР.
657009, г. Кызил, ул. Московская, 2.
тел. 3-21-63; 3-29-38; 3-24-66.

№ 1, 1990 г.

ЭКОЛОГИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПРОГРАММЫ

3

ДИОФАКТ • ДИОФАКТ

У Москвы право быть... (Text about Moscow's role in the USSR)

КТО НА СЕВЕРЕ КОЗЛЯН?

— Это человек, много... (Text about a person in the North)

СИНИЕ ДВИЖЕНИЕ

У России в диспуте... (Text about the Blue Movement)

И если Россия... (Text about the Blue Movement's goals)



Вот так выглядит... (Caption for the construction site photo)

НА ФАРВАТЕРЕ РОССИИ

— Вот он, русский... (Text about the Russian fleet)

НАШЕ ДОБЬЕ

Синие движения... (Text about the Blue Movement's achievements)

«ЗЕЛЕНАЯ»

Вот так... (Text about the Green Party)

ПАРТИЯ «ЗЕЛЕНАЯ»: ПРОБА СИЛ

То была бы... (Text about the Green Party's activities)

То была бы... (Text about the Green Party's activities)

То была бы... (Text about the Green Party's activities)

Вот так... (Text about the Green Party)

ФОРМУЛА РАЗУМНОСТИ

Вот так... (Text about the formula of reason)

ВОЛГУ СПАСЕТ МУЗЫКА

Вот так... (Text about music on the Volga)

ОБЛЕМЫ И ПРОГРАММЫ

Вот так... (Text about programs and problems)

Актуально!

ОБЕСПОКОЕНЫ АМЕРИКАНЦЫ...

Радиоактивное заражение местности после чернобыльской катастрофы негативно влияет на зрение детей — в этом убеждены члены группы американских специалистов, проводивших наблюдения в районах, примыкающих к зоне ЧАЭС.

Инициатором обследования выступила украинская община Питсбурга (США). На свои средства она приобрела суперсовременную офтальмологическую технику и оборудование, привлекла известных врачей. Доктора Данила Шморгун, Наталья Борох, Ричард Дей и другие за три недели обследовали около 600 детей в Полесском районе Киевской, Народичском районе Житомирской и Тростянецком районе Сумской областей. Причем последний был взят в качестве «контрастного»: там Черно-

быль своих следов не оставил. Практически у всех ребят из пострадавших районов обнаружены заболевания глаз.

ЗАПОВЕДНИКИ И ЭКОНОМИКА

В последние годы администрация США пытается усилить хозяйственную эксплуатацию земель заповедников, расширяя в отдельных из них фермерские усадьбы, отводя участки для порубки леса и сдавая земли под покосы, а также в аренду для добычи нефти и газа.

Проведенные по требованию руководства заповедников обследования показали, что за эксплуатацию этих земель в государственный бюджет поступает относительно небольшие суммы. Ожидаемый прирост от дохода за эксплуатацию земель вряд ли превышает два миллиона долларов в год. Зато ощутим вред, наносимый заповедным землям хозяйственной деятельностью различных фирм и отдельных лиц.

"International Wildlife", США.

Конкурс «Моксанта» — «Защита растений»

Американские бизнесмены поощряют производство экологически чистой сельскохозяйственной продукции в странах СНГ. Свидетельство тому — организованный в прошлом году фирмой «Моксанта» совместно с журналом «Защита растений» и завершившийся ныне конкурс среди специалистов хозяйства и станций защиты растений.

Этот конкурс способствует внедрению в производство так называемых интегрированных способов борьбы против вредителей и болезней растений, при которых на полях используются в основном биологические препараты, а химические средства — в минимальных количествах и при строжайшем контроле, что дает возможность получать совершенно чистую продукцию.

Первая премия присуждена агроному по защите растений колхоза «Прогресс» Солонянского района Днепропетровской области Украины Федору Гура. С помощью специалистов фирмы «Моксанта» он внедрил много новинок и получил высокий урожай пшеницы, подсолнечника и кукурузы на зерно.

