

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА СЕТЕВЫХ СМИ В ПРОМЫШЛЕННЫХ РЕГИОНАХ УРФО

О. В. Перевозова¹⁾, А. Б. Череднякова²⁾, О. Ю. Харитонова³⁾

*¹⁾Южно-Уральский государственный университет
(Национальный исследовательский университет),
пр. Ленина, 76, 454080, г. Челябинск, Россия,
o-v-perevozova@mail.ru,*

*²⁾Южно-Уральский государственный университет
(Национальный исследовательский университет),
пр. Ленина, 76, 454080, г. Челябинск, Россия,
annacherednyakova@gmail.com,*

*³⁾Южно-Уральский государственный университет
(Национальный исследовательский университет),
пр. Ленина, 76, 454080, г. Челябинск, Россия,
harit-olga@yandex.ru*

Экологическая журналистика переживает волну преобразования в связи с активным развитием медиасреды, появлением интернет-СМИ и альтернативных медиаисточников, освещающих экологические проблемы регионов УрФО. Информация становится ведущим фактором формирования представления о будущем и перспективах регионов, а также фактором влияния на социальное самочувствие населения, в том числе молодежной аудитории, определяющей свои перспективы относительно выбора места для проживания. Целью исследования стало рассмотреть особенности формирования и развития экологической журналистики в промышленных регионах, ее влияние на поведенческие намерения и социальное самочувствие общества. Исследование было проведено с помощью контент-анализа, методом опроса. Результаты позволили выявить научные перспективы развития вопроса.

Ключевые слова: экологическая журналистика; интернет-СМИ; региональные СМИ; экологические проблемы; экоконтент СМИ.

ENVIRONMENTAL ISSUES OF ONLINE MEDIA IN THE INDUSTRIAL REGIONS OF THE URAL FEDERAL DISTRICT

O. V. Perevozova^a, A. B. Cherednyakova^b, O. Y. Kharytonova^c

*^aSouth Ural State University (National Research University),
76, Lenina Ave., 454080, Chelyabinsk, Russia*

Corresponding author: O. V. Perevozova (o-v-perevozova@mail.ru),

*^bSouth Ural State University (National Research University),
76, Lenina Ave., 454080, Chelyabinsk, Russia*

*Corresponding author: A. B. Cherednyakova
(annacherednyakova@gmail.com),*

*^cSouth Ural State University (National Research University),
76, Lenina Ave., 454080, Chelyabinsk, Russia*

Corresponding author: O. Y. Kharytonova (harit-olga@yandex.ru)

Environmental journalism is undergoing a wave of transformation due to the active development of the media environment, the emergence of online media and alternative media sources covering the environmental problems of the regions of the Ural Federal District. Information is becoming a leading factor in shaping the idea of the future and prospects of the regions, as well as a factor influencing the social well-being of the population, including the youth audience, which determines their prospects for choosing a place to live. The aim of the study was to consider the features of the formation and development of environmental journalism in industrial regions, its impact on behavioral intentions and social well-being of society. The study was conducted using content analysis, a survey method. The results made it possible to identify scientific prospects for the development of the issue.

Key words: environmental journalism; online media; regional media; environmental problems; media eco-content.

В настоящее время региональные интернет-СМИ занимают особое место в системе средств массовой информации. При этом их роль в медийной трансформации экологической журналистики постоянно воз-

растает. Они представляют новый компонент СМИ в развитии экологической проблематики. Ее обзор в современных медиакоммуникациях показывает, что данное направление не утрачивает актуальность, сохраняется тенденция «горячей» экоповестки во многих интернет-СМИ. Большое внимание экологическим коммуникациям уделяют ученые, исследующие особенности становления экологической журналистики в интернет-СМИ промышленных регионов, наиболее остро воспринимающих состояние окружающей среды. В теоретическом обзоре научных трудов были отмечены работы авторов, которые детально изучают приоритеты проблематики в СМИ регионов в зависимости от их социально-экономических, территориальных и географических особенностей. Так, Н. В. Калинина рассматривает особенности функционирования экологической журналистики в современном медиапространстве, связывая особенности освещения экологических проблем с кросс-медийными характеристиками ресурсов [1]. Также автор предсказывает перспективы развития экологической журналистики в контексте новых медиа и в условиях новых возможностей СМИ [2]. Особенности содержательного характера в экологической журналистике выявляет Е. А. Шаркова, отмечая, что для СМИ в неблагоприятных регионах экоконтент имеет приоритетное значение [3]. В исследованиях Е. А. Есиной рассматривается экологическая проблематика в СМИ в контексте устойчивого развития регионов [4]. В трудах М. В. Орловой отражена специфика оценки качества журналистских текстов, освещающих проблемы экологии [5].

Данные анализа показали, что к числу наиболее распространенных проблем формирования контента по экологической проблематике в интернет-СМИ регионов УрФО можно отнести такие, как: «сгущение красок», использование в заголовках слов, усиливающих эмоциональное воздействие: «пахнет», «гарь», «едкая дымка». Также активно в заголовках используются слова «смог», «сероводород», «выбросы», «удушье», которые намеренно несут отрицательные коннотации, формируя в сознании аудитории негативный образ территории, усиливая депрессивное состояние и социальное самочувствие. Реакции медиааудитории на восприятие контента становятся крайне агрессивными в виде желания уйти от проблемы любыми способами (покинуть регион, не вникать в проблемы).

По данным аналитического обзора сетевых изданий Челябинской области в журналистских текстах экологической проблематики можно

выявить наиболее частотные слова: *авария, выбросы, взрыв, ГОК, загрязнения, затопления, мусор, атмосфера, климатические изменения*, производящие отрицательное впечатление и негативно воздействующие на убеждения населения. Проведенный анализ экологических текстов медиалидеров региона позволил расширить имеющийся список следующими словами: *вонь, смрад, гарь, удушье, отравление, радиация, аммиак, опасность, тухлятина* и пр., которые также, по нашему мнению, сгущают отрицательные эмоции, создавая шаблонное и стереотипное восприятие территории. Можно сказать, что медиапространство экологической журналистики регионов УрФО представляет собой специфическую систему информационного воздействия на когнитивный, конативный и аффективный уровень восприятия экособытий населением через интернет-СМИ в условиях сформировавшейся отрицательной экоповестки.

Экологическая журналистика УрФО повышает осведомленность аудитории через вовлечение на когнитивном, конативном и аффективном уровне, воздействует на поведенческие установки, сознание, намерения и, безусловно, формирует социальное самочувствие населения в условиях экомедиаконтента. При этом следует обратить внимание на качество осведомленности, способствующей дальнейшему выбору мотивации и установок в виде конкретных поведенческих намерений, созданных через формы и способы освещения реального состояния территории и ее экологических проблем.

Таким образом, результаты исследования показали, что экологическая журналистика регионов УрФО имеет тенденцию к нагнетанию паники и сгущению красок, нередко акцент делается на «шок-сенсацию», что крайне негативно отражается на формировании медиаимиджа региона и социальном самочувствии населения.

Пресса промышленных регионов искажает объективное восприятие экологических событий и формирует медиастереотипы, например, часть стереотипных суждений о Челябинске: «суровый город», «ядерная яма», «зона экологического бедствия». Безусловно, встречаются экологические новости положительной направленности, но они составляют не более 10 % от общего объема экологических новостей. Такая ситуация порождает когнитивный диссонанс в сознании, восприятии, суждениях общественности, уводя от объективной оценки реального текущего экологического состояния территории, снижая инвестиционную

и социально-экономическую привлекательность регионов УрФО. Следовательно, формирование экоповестки в медиасреде регионов УрФО в большей степени посвящено отрицательному экологическому имиджу, что еще в большей степени усугубляет отрицательное отношение населения, что является недостатком деятельности интернет-СМИ.

Бібліографічныя спасылкі

1. *Калинина Н. В.* Место экологической журналистики в современной медиасфере // Вестник АмГУ. Вып. 72. 2016. С.16–21.
2. *Калинина Н. В.* Развитие экологической журналистики в контексте новых медиа // Вестник АмГУ. Вып. 64. 2014. С. 31–42.
3. *Шаркова Е. А.* Экологическая журналистика в регионе риска // Вестник ВГУ. Сер. Филология. Журналистика. 2012. № 1. С. 264–269.
4. *Есина Е. А.* Экологическая проблематика в современных СМИ и перспективы их развития в экологическом аспекте // Вестник экологического образования в России. Т. 4. 2015. С. 14–18.
5. *Орлова М. В.* Специфика оценки качества журналистских текстов, освещающих проблемы экологии // Вестник ВГУ. Сер. Филология. Журналистика. 2015. № 4. С. 130–137.