

*Апанасенко А.Ю.  
студент магистратуры, 3 курс  
Российский Государственный  
Социальный Университет (РГСУ)  
Россия, Москва*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В РОССИИ**

*Аннотация: В статье раскрывается вопрос об основных перспективах дальнейшего развития экологической журналистики в РФ.*

*Ключевые слова: журналистика, экология, перспективы, Россия, массовая аудитория, журналист.*

*Abstract: the article deals with the main prospects of further development of environmental journalism in the Russian Federation.*

*Key words: journalism, ecology, prospects, Russia, mass audience, journalist.*

Прежде всего стоит отметить, что Россия никогда не оставалась в стороне решения экологических проблем. Еще в 1912 году было создано первое в России учреждение по охране окружающей среды под названием Природоохранительная комиссия, то есть задолго до активизации мирового интереса к окружающей экологии. На страницах журналов и газет находила свое отражение информация об экологии.

Проблема экологии является одним из самых важных тематических направлений современных СМИ в России. Практически ни одно средство массовой информации не обходится без информации об экологии. Но, все-таки экологическая журналистика не пользуется такой большой популярностью как деловая, политическая и развлекательная журналистика.

В современном мире важной особенностью развития состояния экологических СМИ является: возможность знакомиться с изданиями данной направленности при помощи Интернета, что безусловно является перспективным направлением развития экологической журналистики.

Мы не можем отрицать тот факт возникновения большого количества электронных версий разных изданий и самостоятельных интернет-СМИ, освещающих данную проблематику.

Не менее важным является еще и то, что многие электронные издания активно применяют, так называемую «обратную связь». То есть появилась возможность интерактивного взаимодействия между адресатом и коммуникатором.

В результате вопросы, связанные с экологией, начинают беспокоить не только узкий круг специалистов, но и современное общество. Что приводит к расширению тематики преподносимой информации СМИ и конечно, влечет за собой поиск решений возникающих проблем в окружающей среде, и, зачастую без взаимодействия разных слоев общества решить проблему просто невозможно.

Многие специалисты уверены, что «тяжелый» язык публикаций и небольшое количество иллюстративного материала «тормозит» путь полноценного развития экологической журналистики и приводит к невысокой популярности у населения.

Итак, для того, чтобы не угасал интерес к экологической журналистике необходимо увеличивать количество электронных версий журналов, газет и экологических сайтов.

Необходимо создавать экологические телеканалы, которые будут в открытом доступе для населения. Подобные телеканалы смогут освещать цикл передач, которые будут направлены на обсуждение и решение вопросов в сфере экологии, будут искать пути решения возникающих проблем, смогут привлекать различные организации, привлекать к ответственности лиц, наносящих определенный вред окружающей среде.

Когда российское общество будет больше владеть информацией, которая преподносится СМИ, тогда, конечно и интерес возрастет к данному направлению.

Только экологическая журналистика может достоверно информировать население о существующих проблемах в экологии, содействовать в повышении экологической грамотности и экологической культуры населения.

Все эти факторы могут повлиять на возникновение повышенного интереса к экологической журналистике российского общества, при чем население может быть совершенно разной возрастной категории, разного социального статуса, но заинтересованного в одном – в состоянии и сохранении экологии.

Также необходимо привлекать участников экологического движения, которые могут быть спонсорами, авторами статей, учредителями и распространителями экологических изданий. При этом пресса, созданная этими участниками движения должна быть рассчитана на достаточно широкую аудиторию.

Таким образом аудитория, получая доступную ей экологическую информацию, начинает учиться мыслить экологически, что еще больше развивает у нее интерес к экологической журналистике.

В последующем развитии экологической журналистики должны быть заинтересованы прежде всего активные участники экологического движения в России, которые также смогут задействовать СМИ, и, следовательно, распространять массовой аудитории существующие проблемы. Как отмечают сами активисты этого движения: регулярный и тесный контакт со СМИ является неотъемлемой частью их успешной деятельности.

Итак, можно выделить следующие признаки, с помощью которых экологическая журналистика сможет успешно развиваться в РФ:

- увеличивать количество экологических журналов и газет, как в печатном варианте, так и в электронном;
- создавать экологические сайты;
- создавать экологические телеканалы;
- привлекать активистов экологического движения;

- публиковать репортажи с экологических мероприятий и праздников;
- публиковать интервью с лицами, имеющими непосредственное отношение к окружающей среде;
- организовывать тематические акции;
- публиковать доступную информацию для разных категорий населения.

В настоящее время экологическая журналистика становится полноценным и развивающимся направлением, которое стремится описать как положительные, так и отрицательные стороны в этой сфере.

Конечно, наблюдается потеря массового интереса к экологическим вопросам, поэтому журналистам, работающим в данной сфере необходимо искать новые способы и пути для привлечения населения к этому вопросу.

Можно сделать вывод, что экологическая журналистика добьётся массовой популярности тогда, когда будет создавать экологические издания более массовыми, доступными и привлекательными для всех слоев населения и поднимать актуальные и серьезные экологические проблемы.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Аникина, М.Е., Баранов, В.В., Воронова, О.А. и др. Типология периодической печати. Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. - М.: Академия, 2007. – 236 с.
2. Коханова, Л.А. Экологическая журналистика. PR и реклама. - М.: Академия, 2007. - 384 с.
3. Фридман, Ш. М., Фридман, К. А. Пособие по экологической журналистике. — Банкок, Тайланд: Комиссия ООН по странам Азии и Тихоокеанского региона, 1988. - 118 с.
4. Чевозерова, Г. В. Основы теории журналистики. — Т.: ТГУ, 2011. — 136 с.
5. Берлова О.А. Как экологам работать со средствами массовой информации. – М.: Высшее образование, 2000. – 56 с.

6. Борейко В.Е. "Зеленые" и средства массовой информации. - Материалы III школы-семинара по программе "Трибуна". – Киев, 1992.
7. Кузнецов М. Практическая психология PR и журналистики. Как позволить другим делать, по-вашему. – М.: РИП-холдинг, 2002. - 148 с.