

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ «ВЫСШАЯ ШКОЛА ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ»

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций

На правах рукописи

СИДОРОВА

Маргарита Сергеевна

**ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ
ПОЛИТИЧЕСКОГО ВЛИЯНИЯ**

Профиль магистратуры – «Политическая журналистика»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель –
доцент, кандидат социологических наук
Людмила Петровна Марьина

Вх. № _____ от _____

Секретарь ГАК _____

Санкт-Петербург
2017

Содержание

Generating Table of Contents for Word Import ...



Введение

Проблемы экологии входят в список глобальных проблем современности, от решения которых зависит будущее человечества, его сохранность как вида. Со второй половины XX века (1960-1970 годы) в развитых странах мира появляются экологические активисты, они объединяются в экологически ориентированные общественные движения, а позже образуют политические партии, отстаивающие идею создания экологически устойчивого общества. Сегодня «зеленые» в европейской политике занимают далеко не последнее место. Свою роль в экополитическом процессе играет и журналистское сообщество, в частности, специалисты по направлению экологической журналистики.

В России экологическое движение появилось позже, на рубеже 1980-1990 годов. Скрываемая раньше экологическая информация стало доступнее, что спровоцировало развитие экологически направленных средств массовой информации. Экологическая журналистика в России существует, но о качественном глубоком представлении экологической информации на страницах федеральных общеполитических СМИ говорить не приходится.

Вместе с тем 2017 год в России объявлен Годом экологии с целью привлечения общественного внимания к экологической проблематике, до 2020 года необходимо выработать меры по реализации климатических соглашений (Рамочная конвенция ООН об изменении климата), в стране назрела необходимость безопасной утилизации отходов. Журналистика как социально ответственный институт не может оставаться в стороне от этих процессов, от того, как СМИ исполняют свою роль в информационном обеспечении экологической политики, зависит, какие ценности и идеалы составят основу мировоззрения современного поколения, а значит какие будут приняты меры по решению экологических проблем.

Актуальность данной работы определяется тем, что решение экологических проблем является одним из приоритетных направлений деятельности всех государств мира, по мнению авторитетной международной

организации ООН. Экологическая журналистика – один из субъектов экополитического процесса. От выполнения ею своих задач: экологического просвещения и воспитания, популяризации экологически ответственного образа жизни, контроля действий органов власти – зависит эффективность усилий по преодолению экологического кризиса. Вызывает тревогу потенциальное использование журналистики как инструмента для удовлетворения сиюминутных политических или коммерческих интересов. О такой опасности говорят современные зарубежные исследования медиа и массовых коммуникаций.

Заявленная нами тема работы носит междисциплинарный характер. Для определения роли экологической журналистики в политическом процессе не обойтись без обращения к законам функционирования политической системы (предмет изучения политологии) и знакомства с современной экологической повесткой (актуальными проблемами в сфере экологии и устойчивого развития).

Научная новизна магистерской диссертации объясняется недостаточной исследованностью проблематики. Последнее исследование функционирования экологической журналистики в качестве экополитического актора в России предпринималось на факультете журналистики СПбГУ в 2012 году (5 лет назад), анализировалась специфика Архангельского региона. В мировой практике экологическая журналистика как предмет научных исследований намного более популярна (Emily Bourassa, Elyse Amend and David M. Secko¹, Hansen A.² и другие). В частности канадский исследователь Эмили Бурасса осуществила сравнительный анализ научных исследований, посвященных «лучшим практикам экологической журналистики», чтобы из всего массива литературы по теме выделить

¹ Bourassa E, Amend W, Secko D (2013) A thematic review and synthesis of best practices in environment journalism. *Journal of Professional Communication* 3(1): 39–65.

² Hansen, A. (2011). *Communication, media and environment: Towards reconnecting research on the production, content and social implications of environmental communication*. *International Communication Gazette*, 73(7).

наиболее универсальные правила (вне конкретного геополитического контекста) для экологических журналистов. Тем не менее, контекст важен, и чтобы понять, имеет ли Россия возможность стать экологически устойчивым государством, необходимо исследовать современную практику СМИ.

Гипотезой исследования является мысль о том, что экологическая журналистика может использоваться как эффективный инструмент решения экологических проблем на политическом уровне. Наиболее эффективно использование ресурсов экологической журналистики такими структурами, как НКО («Гринпис», «Белона»).

Российская экологическая партия «Зеленые» на парламентских выборах 2016 получила 0, 72%, что говорит об их несостоятельности как политического образования, а также о том, что экологические идеи не находят должного отклика среди граждан. Интересно проследить, с чем может быть связан недостаток поддержки экологических идей на политическом уровне в нашей стране – историческая обусловленность, национальная ментальность или же конкретные политические технологии, которыми «зеленые» одной страны умело пользуются, а другие – нет. Спектр политических технологий широк, включает и PR-коммуникации, и рекламу, и маркетинг, в данной работе сконцентрируемся на использовании СМИ как политического ресурса в области экологии: инструмента пропаганды и агитации, площадки для дискуссий и органа контроля и надзора.

Цель данной магистерской работы – проанализировать эффективность экологической журналистики как инструмента политического влияния. Для достижения данной цели необходимо выполнить следующие **задачи**:

- Выявить случаи использования экологической журналистики как инструмента политического влияния,
- Определить субъектов и объектов такого влияния, ключевые сюжеты, потенциальные и реализуемые политические эффекты,

- Сравнить содержание политического направления экологической журналистики в локальной, региональной и федеральной повестке,
- Оценить с этической точки зрения допустимость использования журналистики в политических целях.

Объектом исследования является экологический дискурс в российских СМИ. **Предметом** – специфика реализации политических функций в материалах экологической журналистики.

Теоретико-методологической базой исследования послужили работы отечественных и зарубежных авторов. Используется функционально-ролевая характеристика журналистики, представленная в трудах Корконосенко С. Г.³, системно-функциональное изучение журналистской деятельности учеными ВШЖиМК Санкт-Петербургского государственного университета⁴. Политическая направленность исследования обусловила обращение к источникам политической теории: трудам В. П. Пугачева⁵ и А. И. Соловьева⁶. Для приближения к предмету исследования понадобилось ознакомиться с работами, объясняющими понятия «экологическая политика»: Д. И. Ромасевича⁷, О. П. Буйлова⁸, Г. В. Косова, Ю. А. Харламова и С. А. Нефедова⁹. Экологическая журналистика рассматривается как политический актор в диссертационном исследовании Е. А. Шарковой

³ Основы журналистики : учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. - М. : Аспект Пресс, 2007. 318 с.

⁴ Теории журналистики в России: зарождение и развитие / Под ред. С. Г. Корконосенко. - СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2014. – 272 с.

⁵ Пугачёв В.П. Введение в политологию. М.: Аспект Пресс, 2000. – 384 с.

⁶ Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов /А. И. Соловьев. — М.: Аспект Пресс, 2006. – 559 с.

⁷ Ромасевич Д.И. Глобальные проблемы современности и экологическая политика: дисс. канд. полит. наук. М., 2006. - 148 с.

⁸ Буйлов О.П. Экополитология и экологическая политика. – 263 с.

⁹ Косов Г.В., Харламова Ю.А., Нефёдов С.А. Экополитология: политология в контексте экологических проблем. Учебник. - М.: А-Приор, 2008. – 318 с.

(2012)¹⁰ и Л. Н. Харченко (2002)¹¹, в статьях Н. В. Шулениной¹² и Т. В. Шумиловой¹³. Ключевые работы по теории экологической журналистики, преемственность по отношению к которым соблюдается в данной работе: пособия Л. А. Кохановой¹⁴, В. А. Королева¹⁵, Шарон и Кенет Фридман¹⁶. Работа Кохановой Л. А. дает представление об этапах становления экологической журналистики в России, автор приводит подробную классификацию существующих на момент написания источников экологической информации, поднимает вопрос значимости специализированного образования журналистов-экологов, а также подробно анализирует методы продвижения экологических идей. Королев В. А. приводит обоснование значимости экологического направления журналистской деятельности с точки зрения глобалистики (запросы мировой общественности на решение глобальных проблем), определяет задачи и функции экологической журналистики как социально ответственной, а также выдвигает ряд «требований», которые можно считать этическим кодексом экологического журналиста. Берлова О. А., Борейко В. Е., Колесникова В. Б. и Кочинева А. Л. рассказывают об экологической журналистике как

¹⁰ Шаркова Е.А. Экологическая журналистика в региональных политических процессах (на примере Архангельской области): дисс. канд. полит. наук. – СПб., 2012. – 319 с.

¹¹ Харченко Л. Н. Взаимодействие государства и гражданского общества в формировании национальной экологической политики РФ: автореф. дис. канд. полит. наук. СПб., 2002.

¹² Шуленина Н.В. К вопросу об определении понятия «экологическая политика» // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия: Политология. – 2006. - №8 – С. 51-63

¹³ Шумилова Т.В. Журналистика и концепция устойчивого развития // Вестник Московского университета. - Сер. 10 Ж-ка. – 2006. - №1 – С.71-81.

¹⁴ Коханова Л.А. Экологическая журналистика, PR и реклама. Уч. Пособие. М.: Юнити-Дана. 2007. – 383 с.

¹⁵ Королев В.А. Экологическая журналистика : учебное пособие / В. А. Королев; ред. И. Б. Камынина. Таврический гуманитарно-экологический институт (Симферополь). - Симферополь: Таврический гуманитарно-экологический институт, 2008. - 109 с.

¹⁶ Фридман, Ш.М., Фридман К.А. Пособие по экологической журналистике. 1998. – 111 с.

инструменте пропагандистской деятельности самим экологами¹⁷. Теоретические аспекты, изложенные в вышеперечисленных работах, методологически дают нам ориентиры для изучения эмпирического материала современного медиапространства.

Направление экологической коммуникативистики – коммуникации по поводу экологических вопросов – сформировал Роберт Кокс. В своей ключевой работе *Environmental Communication and the Public Sphere* Кокс говорит в том числе о роли СМИ в формировании экологической коммуникации¹⁸. В отечественном контексте тему экологической коммуникации рассматривает Захарова О. А.¹⁹ Современные исследования зарубежных авторов (Bourassa E²⁰, Hansen, A.²¹) определили специфику проведенного нами анализа СМИ: внимание к источникам информации, к проникновению PR-технологий в содержание СМИ, а также выявление фреймов.

Эмпирическая база исследования включает в себя материалы средств массовой информации: публикации на странице информационного проекта «+1», реализуемого силами трех крупных медиахолдингов страны – информационного агентства ТАСС, издательств «Коммерсантъ» и РБК, а также материалы специализированного выпуска журнала «Экология и право», посвященного изменениям климата, что обусловлено актуальностью этой проблемы на глобальном уровне. Глобальное потепление называется

¹⁷ Берлова О., Борейко В., Колесникова В., Кочинева А. Как экологами работать со средствами массовой информации. — Киев, 2000.

¹⁸ Cox Robert J. *The environmental communication and the public sphere*. Sage Publishing, Inc., Washongton, 2010. – 385 p.

¹⁹ Захарова О.А. Экологические коммуникации в социокультурном пространстве / О.А. Захарова. – М., 2008. – 150 с.

²⁰ Bourassa E, Amend W, Secko D (2013) A thematic review and synthesis of best practices in environment journalism. *Journal of Professional Communication* 3(1): 39–65

²¹ Hansen, A. (2011). *Communication, media and environment: Towards reconnecting research on the production, content and social implications of environmental communication*. *International Communication Gazette*, 73(7).

одной из наиболее значимых проблем, стоящих сегодня перед человечеством, наравне с миграцией, террором, бедностью. В 2015 году состоялась конференция по климату в Париже, где было подготовлено международное соглашение по поддержанию увеличения средней температуры планеты на уровне ниже 2°C. Соглашение вступит в силу в 2020 году, сейчас страны договариваются о конкретных механизмах реализации договора, наиболее остро стоит вопрос о распределении усилий между развитыми и развивающимися странами. От того насколько эффективны будут настоящие переговоры и какие обязательства на себя возьмет каждая страна, зависит возможность сокращения общемирового выброса парниковых газов и, соответственно, недопущения кардинальных изменений климата. Россия на данный момент подписала соглашение, но не ратифицировала, являясь при этом четвертой страной в мировом рейтинге по количеству вредных выбросов.

Хронологические рамки исследования: ноябрь-май 2017 года, что обосновано сроком существования заинтересовавшего нас информационного проекта, представляющего беспрецедентный опыт агрегирования экологической информации с трех крупнейших медиахолдингов страны. Считаем общее число опубликованных на сайте материалов достаточным для того, чтобы охарактеризовать, как проявил себя за полгода существования проект, ориентированный на популяризацию экологических инициатив. Важно, что этот период совпадает с последними месяцами подготовки и первыми месяцами реализации мер, запланированных в рамках Года экологии.

Использовались такие **методы исследования**, как качественно-количественный анализ текстов СМИ, функционально-ролевой и семантический анализ, а также общенаучные методы синтеза, обобщения фактов. Для выявления латентных аспектов содержания текстов использовалось кодирование. Прежде всего, исследовались попытки осуществления политического влияния через публикации, выявлен ряд

лексем, указывающих на такие попытки. Понятийная система обусловлена целью, задачами и гипотезой исследования.

Структура исследования определяется поставленными целями и задачами. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, приложений и списка литературы. Каждая глава разделена на четыре параграфа. В первой главе речь пойдет о теоретико-методологических подходах к пониманию экологической журналистике и ее места в политическом процессе. Во второй главе будет проанализирован современный экологический дискурс с точки зрения политических эффектов на примере материалов ряда современных СМИ. Во введении дается обоснование выбранной проблематике, ее актуальность, перечисляются источники и методы исследования, в заключении обобщаются полученные в ходе анализа результаты и делаются о выводы о достижении, поставленных задач. В приложении находится таблица с данными, подтверждающими выводы количественного анализа, а также созданные в ходе работы иллюстративные материалы.

ГЛАВА 1. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ПОЛИТИКА: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

1. Теоретико-методологические основы экологической журналистики

Экологическая журналистика как тематическое направление журналистской деятельности появилось не так давно. Отсчет роста внимания к развитию экологической журналистики в глобальном контексте принято вести от 1986 года – года аварии на Чернобыльской АЭС²². Практически во всех изученных нами работах по заглавной теме аксиомой утверждается тезис об экологическом кризисе. Ущерб, нанесенный человечеством природе, экспоненциально рос последние два столетия (катализатором, очевидно, является промышленная революция), и только с середины XX века мировая общественность всерьез озаботилась уже случившимися трагедиями и динамикой этого ущерба. Несмотря на то, что специалистами (экологами, учеными, журналистами) предпринимаются попытки привлечь внимание широких социальных групп к проблемам окружающей среды, как в мире, так и в нашей стране, субъекты, принимающие политические решения, откликаются далеко не всегда. Годами остаются аварийными объекты, представляющие экологическую опасность (полигон «Красный Бор»), отрицаются признанные академическим сообществом экологические риски (скепсис в отношении проблемы глобального потепления на самом высоком уровне проявляет новоизбранный президент США Дональд Трамп), позитивные экологические реформы (ввод системы отдельного сбора и переработки мусора в России) существуют на бумаге, но не претворяются в жизнь. В большей степени это справедливо для России, а не для стран Европы, где уровень экологической культуры традиционно выше, что

²² Шаркова Е.А. Экологическая журналистика в России: этапы становления // Актуальные проблемы журналистики и массовых коммуникаций. Взгляд молодых исследователей / Межвузовский сборник научных работ студентов и аспирантов. Вып. 12. - СПб., 2012. - С. 239.

проявляется в бытовой жизни общества: практика отдельного сбора мусора, широкое присутствие «зеленых» партий в политике, практическое реагирование на экологические публикации-разоблачения. В отношении российской действительности печально точной остается реплика одного из участника Римского клуба Печчеи А. о раннем этапе деятельности организации: «Создавалось впечатление, что большинство людей, которых мы встречали в наших странствиях, готовы были всячески приветствовать создание Римского клуба – при условии, однако, что он никоим образом не посягнет на их интересы...»²³. Иными словами, неверно утверждать, что политики и владельцы крупного промышленного бизнеса не заинтересованы в благоприятной экологической обстановке. Однако мало кто готов ущемлять собственные материальные интересы ради общего благополучия.

Не будем вновь перечислять основные экологические проблемы, достаточно сказать, что защита и восстановление естественных экосистем входит в список «Целей устойчивого развития» ООН²⁴, а проблема изменения климата признана одной из глобальных проблем современности²⁵. Журналистика как социально ответственный институт обязана использовать свои ресурсы для содействия решению задач глобального характера. К счастью, в профессиональной журналистской среде это понимают. В 2008 году под редакцией М.В. Шкондина была осуществлена попытка систематизации проблематики СМИ, на страницах одного пособия постарались представить ключевые проблемы из всех сфер общественной жизни, попадающие в объектив СМИ. Неслучайно, проблемы экологии

²³ Печчеи А. Человеческие качества. – 2-е издание. – М.: Прогресс, 1985. С.127.

²⁴ URL: <http://www.unrussia.ru/ru/un-in-russia/news/2015-08-14> [Дата обращения: 4 апреля 2017 года]

²⁵ URL: <http://www.un.org/un70/ru/content/70ways#environment> [Дата обращения: 4 апреля 2017 года]

расположили в разделе о глобальных процессах современности (наравне с глобализацией, демографическими и миграционными проблемами)²⁶.

Мнения исследователей об этапах развития экожурналистики в России расходятся. Давыдова А.В. считает, что экологическая журналистика в современной России находится в зачаточном состоянии²⁷. Е. Шаркова пишет о зарождении экожурналистики в начале XX века, ссылаясь на Л. Коханову²⁸. Полярность мнений обусловлена спецификой исторического процесса в нашей стране. Согласимся с тем, что предпосылки к появлению тематического направления прессы, называемого сегодня экологической журналистикой, были уже в начале XX века. Это связано с развитием природоохранной деятельности как таковой (в 1917 году в России был создан первый заповедник), а также с развитием соответствующей научной области. В 1926 году была опубликована книга В.И. Вернадского «Биосфера», ее идеи впоследствии легли в основу учения о биосфере и ноосфере, объясняющего принципы взаимодействия природы и человека. Однако советский период значительно воспрепятствовал естественному развитию традиции освещения вопросов охраны окружающей среды в СМИ. Важная экологическая информация скрывалась, отрицалась сама возможность нанесения ущерба природе, так как государственная идеология предполагала увеличение объемов промышленного производства (курс на индустриализацию), учет экологических рисков не являлся политически оправданным.

Ситуация несколько изменилась в 1960 годы, в эпоху романтизации геологических экспедиций и появления на страницах газет нового жанра –

²⁶ Сизова Л.В. Проблемы экологии // Проблематика СМИ: Информационная повестка дня: учеб. пособие / Под ред. М.В. Шкондина, Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой. М., 2008. С. 41-54.

²⁷ Давыдова А.В. Экологическая журналистика в глобальном мире: очерк истории и контекст развития // С. 147.

²⁸ Шаркова Е.А. Экологическая журналистика в России: этапы становления // Актуальные проблемы журналистики и массовых коммуникаций. Взгляд молодых исследователей / Межвузовский сборник научных работ студентов и аспирантов. Вып. 12. - СПб., 2012. - С. 241.

очерков о природе (с 1956 года в «Комсомольской правде» регулярно выходили материалы природоохранной тематики постоянного автора рубрики «Окно в природу» и фотокорреспондента Василия Пескова)²⁹.

Уже упомянутая выше чернобыльская авария действительно стала поворотным моментом, после которого общество осознало необходимость доступа к экологической информации, осведомленности о текущей экологической ситуации в регионе и мире, факторах на нее влияющих, рисках и последствиях для здоровья человека. Совпав с эпохой перестройки и гласности в СССР, общественный запрос (в том числе на международном уровне) предопределил снятие табу на экологическую информацию, что дало старт развитию экологической журналистики в России. Таким образом, на сегодня это направление журналистики имеет историю почти в 30 лет, период, который принято считать равным одному поколению³⁰. Полагаем, это время достаточным для перехода из зачаточного состояния, как минимум, в развивающуюся стадию. Журналисты-практики в потоке текущей деятельности не всегда успевают системно проанализировать собственные достижения: правильному ли курсу следуют, нужные ли вопросы освещают в публикациях, каков эффект? Здесь необходим взгляд исследователя, способного сопоставить теорию и практику, комплексно оценить развитие отрасли и запросы общества. Далее мы проанализируем, что уже было сделано в плане теоретического осмысления данного направления журналистской деятельности, и постараемся озвучить потенциальные направления развития.

Обзор теоретической литературы неслучайно начнется с работы иностранных авторов. При написании диссертации мы во многом опирались

²⁹URL: <http://www.spb.kp.ru/daily/26118.5/3012349/> [Дата обращения: 4 апреля 2017 года]

³⁰ Гаврилюк В.В., Трикоз Н.А. Динамика ценностных ориентаций в период социальной трансформации (подпоколенный подход). // Социологические исследования. 2002.

на положения, заявленные Шарон и Кеннет Фридман³¹, Робертом Коксом³², Либби Лестер³³, Майклом Фромом³⁴, Эмилией Бурассой³⁵, Андерсом Хансеном³⁶, Ниной Тунккюнен³⁷, Вэйсбордом и Перузотти³⁸ и других. Большинство исследователей сходятся во мнении, что о появлении экологической журналистики справедливо говорить в связи с серединой XX века, именно тогда в Западной Европе (Германия, Скандинавия, Великобритания) родилось «зеленое» движение (1960-1970 годы) Уже в 1980 году происходит институционализация таких движений – оформление в партии или НКО.³⁹ Таким образом, Россия в этой области «отстает» на 20 лет, повторяя (с поправкой на национальную специфику) те этапы, которые уже прошло европейское и американское зеленое сообщество, поэтому и первые теоретические исследования экологической журналистики были осуществлены зарубежными авторами.

Среди пособий для журналистов-экологов, пожалуй, самым известным и цитируемым является «Пособие по экологической журналистике» Шарон и Кеннета Фридман. Книга была написана по заказу комиссии ООН по странам

³¹ Фридман, Ш.М., Фридман К.А. Пособие по экологической журналистике. 1998. – 111 с.

³² Cox Robert J. The environmental communication and the public sphere. Sage Publishing, Inc., Washongton, 2010. – 385 p.

³³ Lester L (2010) Media and Environment. Cambridge: Polity.

³⁴ Frome Michael. Green Ink: an introduction to environmental journalism. University of Utah Press, Salt Lake City, 1998, 204 p.

³⁵ Bourassa E, Amend W, Secko D (2013) A thematic review and synthesis of best practices in environment journalism. Journal of Professional Communication 3(1): 39–65

³⁶ Hansen, A. (2011). Communication, media and environment: Towards reconnecting research on the producton, content and social implications of environmental communication. International Communication Gazette, 73(7).

³⁷ Tynkkynen Nina. A great ecological power in global climate policy? Framing climate change as a policy problem in Russian public discussion, Environmental Politics, 2010, 19:2, 179-195.

³⁸ Waisbord, S. & Peruzzotti, E. (2009). The environmental story that wasn't: Advocacy, journalism and the asambleísmo movement in Argentina. Media Culture Society, 31, 691.

³⁹ Давыдова А.В. Экологическая журналистика в глобальном мире: очерк истории и контекст развития // С. 148-149.

Азии и Тихоокеанского региона. Считаю возможным ориентироваться на нее и в данной работе, так как признание важнейшей международной организацией подразумевает, что озвученные в пособии идеи гармоничны с международным курсом на решение экологических проблем, а значит, книга по праву считается настольной для журналистов-экологов.

Позволим себе использовать определение экологической журналистики, озвученное Ш. и К. Фридман, как рабочее в данном исследовании. Дело в том, что во многих других изученных нами работах (Е. Шарковой, А. Кочиневой, Л. Кохановой) в том или ином виде используется именно это определение американских исследователей.

Традиционно различают понимание экологической журналистики в широком и узком смысле. Специфика предмета такова, что сама экология как наука о взаимодействии живых организмов с окружающей средой изучает довольно широкий круг вопросов. «Современная экология — комплексная биоцентрическая наука»⁴⁰, в нее входят, к примеру, ауэкология, популяционная экология, синэкология и многие другие дисциплины. В междисциплинарной плоскости говорят об экологической безопасности, устойчивом развитии, природопользовании и даже экологии духа.

Именно по этой причине «экологической можно считать практически любую журналистику»⁴¹ о взаимодействии людей, живой и неживой природы. Разумнее воспользоваться следующим определением: «экологическая журналистика подразумевает непрерывное, последовательное освещение экологических вопросов как глобального, так и местного значения, причем предметом такой журналистики могут быть не только проблемы, но и положительные примеры в области использования окружающей природной среды»⁴². Во-первых, здесь упоминается важность

⁴⁰ Христофорова Н. К. Основы экологии. 1999. URL: <http://myzooplanet.ru/ekologii-osnovyi/osnovyi-ekologii.html> [Дата обращения: 12 ноября 2016]

⁴¹ Фридман, Ш.М., Фридман К.А. Пособие по экологической журналистике. 1998. – С. 2.

⁴² Фридман, Ш.М., Фридман К.А. Пособие по экологической журналистике. 1998. – С. 2.

последовательности в освещении экологического вопроса. При анализе материалов СМИ в данной работе будут использоваться тексты, составляющие корпус публикаций по экологической теме в определенных изданиях (специализированные СМИ или тематические рубрики), только в таких случаях справедливо говорить о наличии экологического дискурса, как последовательного высказывания. Во-вторых, в определении Фридман не называются конкретные проблемные вопросы, составляющие предмет экологической журналистики (климат, энергетика, почвы), а приводится обобщающее понятие «использование окружающей природной среды». Для его уточнения стоит добавить, что спустя первого выхода пособия Фридман прошло уже около 30 лет, и успели появиться полярные точки зрения о том, что является экологической тематикой. Часто понятие экология связывают исключительно с деятельностью по охране природы и окружающей человека среды. В действительности, это прикладная область относится к ведению энвайронментологии, а экология должна пониматься шире как теоретический фундамент. Возможно, причина такой погрешности в том, что англицизм энвайронментализм (от ‘environment’ – окружающая среда) не прижился в русском языке из-за своей «тяжеловесности», а называть всех защитников окружающей среды экологами проще с точки зрения речевой экономии⁴³. Подробнее о содержании произведений экологической журналистики будет говориться в третьем параграфе, посвященном экологическому дискурсу.

Важный тезис Ш. и К. Фридман – создавать журналистские произведения на экологическую тему должен только специалист с определенным уровнем подготовки в данной сфере. Среди причин такого принципиального подхода (можно возразить, что и о культуре должен писать только подкованный человек, и об экономике) называется «неопределенность» экологии как науки (полярные подходы к ключевым вопросам в академической среде, недостоверность или сокрытие некоторых

⁴³ Словарный запас: энвайронментализм // Strelka Magazine URL: <http://www.strelka.com/ru/magazine/2015/10/02/vocabulary-environment> [Дата обращения: 20 октября 2016 года]

данных правительственными источниками)⁴⁴. Авторы утверждают, что если в традиционная журналистика допускает использовать в материале две противоположные точки зрения, то экологическая тематика требует больше. Каждый экологический конфликт имеет множество заинтересованных сторон. Это важная мысль для данной работы в контексте потенциального использования СМИ как инструмента политического влияния третьими сторонами.

Упомянем еще один источник знаний об экологической журналистике – «Green Ink: введение в экологическую журналистику» (1998) Майкла Фрома, известного журналиста, писателя и профессора⁴⁵. Автор начал карьеру экологического журналиста в 1960 годах, буквально на заре самого направления. В Америке его справедливо называют пионером экологической журналистики, отмечают «настойчивость и эффективность в отстаивании необходимости национальной этики окружающей среды» (бывший сенатор, инициатор празднования «Дня Земли» Гейлорд Нельсон о М. Фроме)⁴⁶. Проработав колумнистом в ряде американских изданий (Field & Stream, Los Angeles Times, American Forests, Defenders of Wildlife), Майкл начал преподавать в университетах, где под его руководством открылись программы экологической журналистики и письма. Позже стал автором тематических учебных пособий. Примечательно, что книга начинается с обоснования необходимости осуществления экологическим журналистом информационно-пропагандистской деятельности (advocacy) – необычная для американского исследователя точка зрения и важная для нас. Автор объясняет свою мысль обязательством защищать здоровье и сохранность нашей планеты, качество жизни всего человечества. При этом подчеркивается, что природоохранный аспект не отменяет обязанности оперировать только

⁴⁴ Фридман, Ш.М., Фридман К.А. Указ. соч.. 1998. – С. 2С. 3.

⁴⁵ Frome Michael. Green Ink: an introduction to environmental journalism. University of Utah Press, Salt Lake City, 1998, 204 p.

⁴⁶ URL: <http://rewilding.org/rewildit/michael-frome-may-25-1920-to-september-4-2016/> [Дата обращения: 22 апреля 2017 года]

«точными данными» с целью обеспечения граждан информационным фундаментом, необходимым для участия в процессе принятия решений по экологическим вопросам⁴⁷. Автор заявляет проблему – в силу отсутствия ресурсов многие СМИ занимаются перепечаткой пресс-релизов, ссылаются на официальные источники информации, не предоставляя альтернативную точку зрения. «Связи с общественностью, продвигающие интересы тех, кто может себе их позволить, становятся большим источником информации, чем общественность сама по себе»⁴⁸. Как упоминалось выше, такой подход губителен для качества экологической журналистики.

Майкл Фром рассказывает о случаях использования экологической журналистики в политических целях. К примеру, показательна история с Биллом Клинтон в августе 1996 года, которому удалось мгновенно повысить свой рейтинг накануне выборов, выступив перед СМИ в образе защитника природы (предотвратил возобновление предприятий по золотодобыче напротив Йелоустонского национального парка). Автор называет незамеченные общественностью факты, на самом деле отказу от планов компании способствовала деятельность экологических организаций, а точнее принятие «Закона о чистой воде» в 1972 году. Добывающая компания уже имела много исков в связи с данным законом и финансово не могла позволить очередную тяжбу. Как отмечает Фром, только одно федеральное издание и вестники экологических организаций заметили это⁴⁹.

Также звучит самая распространенная претензия к экологическим журналистам – недостаток знаний по профильной теме из-за чего публикуемые материалы не всегда достоверны, иногда дезинформируют, иногда недооценивают проблемы. Проводится прямая связь между недостатком профессиональных знаний и потенциальным риском стать

⁴⁷ Frome Michael. Green Ink: an introduction to environmental journalism. University of Utah Press, Salt Lake City, 1998, P 3.

⁴⁸ Там же.

⁴⁹ Frome Michael. Green Ink: an introduction to environmental journalism. University of Utah Press, Salt Lake City, 1998, P 8

«жертвой людей, которые скажут самые яркие, но своекорыстные вещи»⁵⁰, то есть стать жертвой политического или иного влияния. Это недопустимо, ведь журналист, ставший субъектом манипуляции, подвергает манипуляции широкую общественность, делает их марионетками в руках могущественных политических и бизнес-фигур.

В книге Фрома поднимается множество интересных тем для обсуждения в профессиональной среде журналистов-экологов. К примеру, автор цитирует директора Йелоустонского национального парка, недовольного поведением журналистом при освещении пожаров на территории заповедника. «Голодные до заголовков журналисты нагрянули толпами требовать ответов на бессмысленные вопросы и умчались строчить крошечные заметки в газеты и лепить минутные сюжеты на ТВ по теме, для объяснения которой нужен целый день». Здесь на лицо столкновение ценностей представителей двух профессий. Понятно разочарование представителя заповедника, который считает нужным донести до общественности максимально объемную и корректную информацию. С другой стороны, любой журналист понимает, что оперативно рассказать о происшествии – его святая обязанность. Если бы такая тема, как пожары в крупнейшем национальном парке США, объекте всемирного наследия ЮНЕСКО, не была освещена в течение целого дня, и журналистов, представителей парка обвинили бы в замалчивании, в сокрытии экологически значимой информации. Следовательно, крайне важно организовывать беседы (конференции, круглые столы, обсуждения в СМИ) между журналистами и экологами для поиска взаимопонимания в служении общему делу.

Фром поднимает важный вопрос об объективности – журналиста, который обращается за информацией к персонажам с неоднозначной репутацией (граждане-активисты, борцы за экологические права, участники общественных движений), обращает внимание на непроверенные документы, скорее обвинят в ангажированности, чем того, кто довольствуется

⁵⁰ Там же.

официальными источниками. И в этом заключается основная проблема – потеря журналистами своего статуса ‘watchdog’ (наблюдателя и контролера)⁵¹. Автор приводит еще множество примеров того, как СМИ в противоречивых вопросах (уничтожение рекреационных зон, ухудшение экологической обстановки в угоду политическим или финансовым выгодам) принимают официальную позицию и игнорируют доводы общественности. Далее мы проследим, как аналогичные ситуации освещаются в российских СМИ.

Пособие Ш. и К. Фридман впервые было опубликовано в 1988 году, М. Фрома – в 1998. К сожалению, многие другие источники так никогда и не были переведены на русский язык, не попали и в отделы иностранной литературы наших библиотек. Первая попытка аналогичным образом осветить экологическое направление журналистской деятельности для отечественной публики была предпринята в 1999 году коллективом авторов Центра координации и информации Социально-экологического Союза⁵². Книга адресована как журналистам, так и участникам экологического движения для осуществления своей информационной работы, то есть имеет прикладную задачу, а не научно-исследовательскую. Чуть ранее, в 1995 году, тот же коллектив авторов выпустил учебное пособие «Основы экологических знаний для журналистов», где реализует заданный Ш. и К. Фридман курс на подготовку специалистов, владеющих как принципами журналистского ремесла, так и базовыми экологическими знаниями. Одноименный курс лекций читался на факультете журналистики МГУ. В связи с этим можно говорить о существовании в нашей стране традиции подготовки экологических журналистов, что потенциально должно отражаться на содержании современной экологической журналистики.

⁵¹ Frome Michael. Green Ink: an introduction to environmental journalism. University of Utah Press, Salt Lake City, 1998, P.10.

⁵² Кочинева А., Берлова О., Колесникова В. «Экологическая журналистика». Центр координации и информации Социально – экологического союза. Москва, 1999. - 99 с.

Вторая часть пособия А. Кочиневой, О. Берловой и В. Колесниковой актуальна и сегодня, в ней рассказывается, как привлечь внимание аудитории к экологическим проблемам, как делать эффективные, преобразующие социальную действительность, публикации, а также как грамотно интерпретировать информацию от государственных и коммерческих структур, чтобы не стать объектом манипулирования.

Экологическая журналистика в работе коллектива мСоЭС называется «одним из инструментов в решении экологических проблем»⁵³, в связи с чем упоминается ответственность журналистов в политическом контексте, авторы подчеркивают необходимость грамотного обращения с экологическими фактами, опасность сенсационного подхода, иначе появляется повод «чиновникам, ответственным за решение экологических проблем, лишней раз подчеркнуть безграмотность журналистов и общественности и игнорировать мнение граждан при принятии экологически значимых решений». В то же время подчеркивается потенциал журналистов содействовать решению экологических проблем, так как «любые решения как чиновники разных уровней, так и обыватели, принимают на основе имеющейся у них информации», которую в том числе предоставляют СМИ.

Похожее пособие для студентов-экологов и студентов-журналистов в 2001 году публикует В. Дёжкин (Международный Эколого-Политологический университет). Акцент в работе делается на негативный опыт отношения к природоохранной теме в СССР, экологические «ляпы и проколы», тезисно (и несколько хаотично) перечисляются основные моменты из теории экологии и журналистики, а также приводится портретный анализ четырех отечественных журналистов-экологов (в том числе автопортрет). Очевидно, данное учебное пособие носит в большей степени публицистический характер, упомянем только дифференциацию направлений

⁵³ Кочинева А., Берлова О., Колесникова В. Экологическая журналистика. Центр координации и информации Социально-экологического союза. – М., 1999 [Электронный ресурс] URL: <http://www.seu.ru/cci/lib/books/ecojour/04.htm> [Дата обращения: 15 апреля 2017 года]

экожурналистики (на основ классификации экологии Н.Ф. Реймерса), предлагаемую авторов. Дёжкин называет «политологическую экожурналистику, социоэкожурналистику, биоэкономическую журналистику и другие⁵⁴. На наш взгляд такая классификация излишня, достаточно определения ключевых тематических направлений экологической журналистики, о чем подробнее будет сказано в следующем параграфе.

Следующая важная работа – систематизация источников экологической информации, которую предпринимает в середине 2000-х Л. Кохановой⁵⁵ в книге «Экологическая журналистика, PR и реклама», сегодня это издание полезно прежде всего тем, кто изучает периоды становления экожурналистики в России. Актуальным остается разбор конкретных приемов по написанию журналистского материала, инструкция по работе с источниками и другая практическая информация.

С учетом специфики украинской ситуации пособие для экожурналистов публикует В. Королев, предлагает свое видение на назначение экологической журналистики, перечисляет предпосылки к ее возникновению. Все эти работы, в целом, не противоречат друг друга, не содержат взаимоисключающих пониманий содержания и назначения экологического направления журналистской деятельности, поэтому не будем сравнивать их детально.

Остановимся только на определении функций экологической журналистики, так как от этого зависит призма, через которую мы будем смотреть на содержание публикаций, осуществляя эмпирический анализ. Какие требования должны предъявляться к целеполаганию в деятельности экологических журналистов? Как известно, петербургская научная школа соотносит функции журналистики с ее социальными ролями, которые она выполняет в каждой из подсистем общества, выделяя производственно-

⁵⁴ Дёжкин В.В, Экологам о журналистике: Учеб. пособие. – М. Изд-во МНЭПУ, 2001. С. 21.

⁵⁵ Коханова Л.А. Экологическая журналистика, PR и реклама. Уч. Пособие. М.: Юнити-Дана. 2007. – 383 с.

экономическую, регулирующую, информационно-коммуникативную и духовно-идеологическую роли. В соответствии с этими ролями упоминаются функции интеграции, познания, пропаганды, агитации и организации⁵⁶. Нас особо интересует функционирование журналистики в политической системе. С.Г. Корконосенко предлагает абстрагироваться от ролей, которые предписаны СМИ в остальных социетальных системах, поставив в центр внимания – власть и отношения по ее поводу, наделив СМИ полномочиями регулирования. Согласно, профессору, они проявляются в следующих ситуациях: использование СМИ определенными государственными или общественными институтами в качестве «инструмента воздействия на социум, проведения своей политики»; способность через СМИ выразить «интересы, волю, мнения населения» для корректирования принимаемых политических решений, а также – выполнение СМИ роли площадки для горизонтального диалога, «между структурными элементами гражданского общества»⁵⁷.

Считаем данную фундаментальную функционально-ролевую характеристику журналистики достаточной и для понимания особенностей функционирования экологической журналистики, как частного компонента более общего комплекса. В качестве доказательства того, что отсутствуют концептуальные противоречия между различными частными теориями, приведем комплекс [самостоятельных функций экожурналистики, выделенных Королевым \(Таврический гуманитарно-экологический институт\). Исследователь называет информационную, воспитательную \(«формирование культуры экологического поведения»\), просветительскую \(«распространение экологических знаний»\), контролирующую \(«система наблюдений за ходом выполнения экологических мероприятий»\),](#)

⁵⁶ Основы журналистики : учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. - М. : Аспект Пресс, 2007. – С. 209.

⁵⁷ Основы журналистики : учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. - М. : Аспект Пресс, 2007. – С. 189.

организационную («мобилизация населения на проведение экологических акций»), реабилитационную («снятие психологического стресса, обусловленного экологическими причинами»)⁵⁸. В более ранней работе Кочиневой, Берловой, Колесниковой встречаются те же информационная, просветительская, организационная («"стимулирование" населения к принятию тех или иных решений, к конкретным действиям»), контролирующая функции («информируя о деятельности властей, предприятий, оказывающих влияние на состояние окружающей среды, предоставлять возможность людям реализовать свое право на знание о состоянии окружающей среды и (...) защищать свое право на благоприятную окружающую среду»)⁵⁹.

Конечно, специалисты в области экожурналистики ставят в центр внимания разные аспекты, например, Л. Коханова подчеркивает необходимость заниматься не только информированием в вопросах экологии, но и распространять актуальную сегодня концепцию устойчивого развития⁶⁰, то есть заниматься просвещением. Ключевой функцией современной экопрессы называется – «организация непрерывного образования населения, или экологического всеобуча»⁶¹.

Экологическая журналистика продолжает представлять предмет интереса для исследователей. Так, Орлова М.В. в своей статье о сущностной характеристике понятия отмечает отсутствие «обозначения целевых установок» в определении термина⁶². На примере трансформации определения термина «экология» автор доказывает необходимость

⁵⁸ Королев В.А. Экологическая журналистика: Учебное пособие. Симферополь: РИО ТГЭИ, 2007. – С. 40.

⁵⁹ URL: <http://www.seu.ru/cci/lib/books/ecojour/04.htm> [Дата обращения: 20 октября 2016 года]

⁶⁰ Коханова Л.А. Указ. соч. М. 2007. – С.9.

⁶¹ Коханова Л.А. Указ. соч. М. 2007. – С. 71.

⁶² Орлова М.В. Экологическая журналистика: сущностные характеристики понятия. // Вектор науки ТГУ. № 1 (23), 2013. – С. 220.

постановки акцента на конечной цели сферы деятельности. Далее на основе определения журналистики Г.В. Чевозеровой формулирует собственное, где называет объект, предмет и цель экологической журналистики. Прочитав вторую половину данного определения: «...целью которой является обеспечение общества в целом и человека в частности сведениями, необходимыми для их функционирования и устойчивого развития при обязательном сохранении природного равновесия»⁶³. Можно подвергнуть сомнению лапидарность данной научной формулировки, но считаем важным упоминание уже в определении сферы деятельности ее миссии. Конечно, экологическая журналистика выполняет разные задачи, но при теоретическом осмыслении сущности профессии важно представлять ее главную миссию, в основе которой лежат идеалы и ценности. Закономерно, что миссией информационного спутника экологической науки является просвещение и воспитание общества в духе экологической сознательности и содействия устойчивому развитию.

Учитывая формулировку миссии при анализе любых других аспектов профессии, задается определенный ценностный вектор. Так, говоря о политическом влиянии, оказываемом экожурналистикой, исследователи знакомые с базовыми тезисами понимают, что речь о воздействии на процесс принятия политических решений в целях продвижения экологической идеи. Если, напротив, влияние оказывается с целью создания определенного имиджа компании или властных субъектов, то такая экологическая коммуникация относится к PR-деятельности. Такая деятельность, конечно, имеет право на существование, но критически важно уметь их отличать, не принимать одно за другое.

При определении направлений информационной политики экологической журналистики Орлова М.В. предлагает использовать положения Концепции перехода на путь устойчивого развития (1992), как фундаментального международного документа, определяющего путь

⁶³ Орлова М.В. Экологическая журналистика: сущностные характеристики понятия. // Вектор науки ТГУ. № 1 (23), 2013. – С. 221.

человечества в достижении гармоничных отношений с природой. Нам кажется, что излишняя регламентация вредит самому характеру журналистики как форме свободной циркуляции знаний и идей в обществе, в то же время иметь положения концепции в виду при уточнении ценностных направлений деятельности, формировании этической ответственности будущих специалистов – полезно. Так, говорится о «формировании эффективной системы пропаганды идей устойчивого развития и создание соответствующей системы воспитания и обучения». Считаем, что журналистика способна участвовать в этом процессе. В мире сложилось неоднозначное, зачастую отрицательное отношение к понятию «пропаганда», однако вспомним, что пропагандистская функция является естественной для СМИ, исполняющих свою роль в духовно-идеологической сфере⁶⁴. Пропаганда в своем чистом виде – это не столько манипулирование, сколько распространение идей, идеалов и ценностей, формирующих определенный тип мировоззрения. В наше время человек имеет доступ практически к неограниченному количеству источников информации. Если такой инструмент популяризации экологического сознания осуществляется ответственными экологическими коммуникаторами, ориентирующимися на ключевую миссию. Если соревнование идей ведется честными методами (без дезинформации и утаивания фактов), то пропаганда становится важным аспектом функционирования экологической журналистики.

Будем помнить, что «назначение журналистики состоит в преобразующем воздействии на социальную практику в соответствии с актуальными интересами общества и человека и целями общественного прогресса»⁶⁵ и трезво оценивать попытки журналистики вмешиваться в социальные процессы. Популяризация экологического сознания, привлечение широкой аудитории к позитивным экологическим действиям, продвижение

⁶⁴ Основы журналистики : учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. - М. : Аспект Пресс, 2007. – С. 189.

⁶⁵ Корконосенко С.Г. Указ. соч. С. 223.

экологических идей на политическом уровне для изменения законодательства – все это, в конечном итоге, способствует решению глобальной экологической проблемы.

2. Политическая направленность экологической журналистики

Под политикой мы понимаем особую сферу социальных отношений, где главенствует конкуренция между группами и отдельными индивидами за власть⁶⁶. Политику называют «механизмом перераспределения» ресурсов, поэтому для большинства общественных субъектов власть привлекательна не сама по себе, а как инструмент реализации интересов. Для реализации одной из своих функций – обеспечения коммуникации между конфликтующими по поводу власти группами населения политика использует СМИ как особую форму общения, а также политическую рекламу, пропаганду, агитацию и PR⁶⁷. Таким образом, журналистика может быть инструментом в руках власти.

С другой стороны, общим для многих работ по теории экологической журналистики является понимание того, что «обращение к какой-либо проблеме экологии как к области знаний, к какому-либо событию, связанному с воздействием на окружающую среду (например, об аварии на предприятии), неизменно повлечет за собой обращение к другим аспектам этого воздействия: экономическим, политическим, социальным, медицинским, этическим⁶⁸». Тогда политика попадает в круг интересов журналиста, как потенциальный источник фактов и историй.

В пособии коллектива мСоЭС утверждается, что «большинство экологических проблем – прямое отражение и порождение политики и экономики, а следовательно «экология и освещение этой темы в СМИ

⁶⁶ Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов /А. И. Соловьев. — М.: Аспект Пресс, 2006. С. 51

⁶⁷ Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов /А. И. Соловьев. — М.: Аспект Пресс, 2006. С. 56

⁶⁸ URL: <http://www.seu.ru/cci/lib/books/ecojour/04.htm> [Дата обращения: 20 октября 2016 года]

теснейшим образом связаны с политической и экономической ситуацией в обществе»⁶⁹. То есть политика является также предпосылкой экологической проблемы – основного предмета экожурналистики.

А. Давыдова объясняет «распространение экологического дискурса на поля политики, экономики, науки и бизнеса» глобальностью самой экологической проблемы, ссылаясь на Л. Коханову, которая писала, что «решение методами государственной экологической политики отдельных стран весьма неэффективно»⁷⁰. Трансграничность экологических проблем признавалась всегда (так последствия Чернобыльской аварии волновали не только страны бывшего СССР, но и всей Европы). Давыдова говорит об особой роли темы изменения климата, как наиболее острой, полемичной и по природе своей глобальной, что определило внимание мировой общественности к проблеме в том числе на политическом уровне⁷¹.

Традиционно принято выделять ряд тематических направлений, составляющих проблематику экологической журналистики, а именно: «политико-правовое и социальное, познавательное, эколого-экономическое, нравственно-эстетическое, направление экологической безопасности и направление защиты экологических прав человека»⁷². В рамках данной работы нас интересует первое – политико-правовое направление. Неслучайно политический и правовой аспект употреблены в связке, имеется в виду способность журналистов выявлять политические предпосылки и политическое значение экологических проблем, а также содействовать «совершенствованию экологического законодательства», контролировать соблюдение действующих законов.

⁶⁹ URL: <http://www.seu.ru/cci/lib/books/ecojour/04.htm> [Дата обращения: 20 октября 2016 года]

⁷⁰ Коханова Л.А. Экологическая журналистика, PR и реклама. Уч. Пособие. М.: Юнити-Дана. 2007. – С. 81.

⁷¹ Давыдова А.В. Экологическая журналистика в глобальном мире: очерк истории и контекст развития // С. 150.

⁷² Сизова. Л. Проблемы экологии. – С.49.

О тесной связи экологических проблем настоящего времени с политикой говорит и существование такого направления науки, как экополитология. В специальном номере «Экология и политика» авторитетного научного журнала «Политическая наука» приводится такое определение этой дисциплины: «Экополитология (англ. «environmental politics») – молодая плюралистическая политическая дисциплина со своим категориальным аппаратом и четко очерченным предметным полем. Она представляет собой комплексное направление политических исследований, изучающее структурно сложный характер экологической политики во взаимодействии с другими элементами политического процесса, разными политическими игроками, различными сферами политической жизни»⁷³.

Экологическая политика, в свою очередь, это «часть политики государства в области нейтрализации ущерба, наносимого человеческой деятельностью»⁷⁴. Или, согласно другому источнику: «система принципов и целей, служащая ориентиром в процессе принятия решений по поводу управления экологическим капиталом и природоохранными службами»⁷⁵. Специалисты выделяют несколько методов экологической политики, среди которых – воспитательно-образовательные («формирование экологического сознания и моральной ответственности населения») методы⁷⁶. Частично реализацию этой работы могут осуществлять средства массовой информации, участвуя, таким образом, в процессе экологической политики.

Специалисты в области экономики природопользования отмечают, что, несмотря на заданный международным сообществом курс на устойчивое развитие [доклад ООН], в России сильны «антиустойчивые тенденции» в развитии экономики. Говорится об «отсутствии адекватной региональной и

⁷³ Ефременко Д.В. Политическая наука № 2 / 2010 г. Экология и политика/ Научный журнал – М. 2010 URL: http://www.kniga.com/books/preview_txt.asp?sku=ebooks349917#TOC_IDAZ0IHT [Дата обращения: 20 октября 2016 года]

⁷⁴ Политология. Словарь. – М: РГУ. В.Н. Коновалов. 2010.

⁷⁵ Jane Roberts. Environmental Policy. P. 3.

⁷⁶ Экологический менеджмент /Н.В. Пахомова, А. Эндрес, К. Рихтер. СПб., 2003. С. 191

федеральной экологической политики», о сохранении экстенсивного использования природных ресурсов, недостаточности критериев для оценки эффективности экологической сбалансированности долгосрочной экономической стратегии⁷⁷.

СМИ могут и должны затрагивать подобные вопросы. В силах журналистов публиковать аналитические материалы с привлечением экспертов, разъясняющие суть современной экологической политики, ее недостатки и возможности, а также причины, по которым это имеет значение для каждого жителя страны. Предоставлять площадку для дискуссий в рамках телевизионных или радиопередач. Очевидно, недостаток освещения подобных тем или их поверхностность объясняется только сложностью материала, неспособностью журналиста с полным пониманием освещать тематику.

В учебных пособиях по экологической журналистике рефреном звучит фраза – экожурналисты должны заниматься просвещением и обучением. Однако, не конкретизируется, каким образом должно осуществляться подобное обучение. Как известно, освоение любой дисциплины возможно только при комплексном системном и последовательном подходе. Разумеется, реалии СМИ таковы, что основное содержание посвящено актуальным и злободневным темам. В то же время не случайно в профессиональной среде популярно такое выражение, как «вечнозеленые» темы. При грамотном редакционном планировании возможно как уделять внимание срочным новостям, так и транслировать определенные знания и ценности в рамках последовательного экологического просвещения.

Говоря о системном подходе в науке и практической деятельности, базовым тезисом для работников специализированных экологических СМИ должна стать мысль о том, что крайне важно рассматривать вопросы защиты окружающей среды с макроэкономических позиций. Именно такой фокус

⁷⁷ Мекуш Г. Е. Экологическая политика и устойчивое развитие: анализ и методические подходы / Под ред. С. Н. Бобылева; Министерство образования и науки РФ; Кемеровский гос. ун-т. — М.: Экономика, 2011. С. 6.

исследователей и практиков поможет им определить «системные причины экологической деградации» и, следовательно, направления работы над их устранением⁷⁸. Считаем, что стоит прислушаться к специалистам и взять на вооружение для использования в редакциях в качестве «вечнозеленого» сюжета понятие «экологосбалансированная макроэкономическая политика» (то есть распределение нагрузки между экономическими секторами таким образом, чтобы экономическая выгода не осуществлялась за счет экологического ущерба).

Продуктивная работа с экологической информацией в русле устойчивого развития возможна при разработке и реализации грамотной экологической политики. Ключевой документ в этой области в нашей стране – «Экологическая доктрина Российской Федерации» (2002).

Данное политическое направление возникло совсем недавно. Конференция ООН по окружающей среде в Стокгольме (1972) – постановка проблемы. Конференция ООН по устойчивому развитию в Рио-де-Жанейро (1992). Одни – принципы и цели, концепция. Одним из первых ученых, занимавшихся разработкой дисциплины в России считается В.М. Захаров, он давал такое определение экологической политике: «целенаправленная деятельность по обеспечению рационального использования природных ресурсов, минимизации загрязнения и отходов и сохранению жизнеобеспечивающих функций биосферы»⁷⁹.

Спустя десятилетие, Мекуш Г.Е. на основе анализа различных подходов к экологической политике, появившихся в нашей стране за это время, дала следующее общее определение: «целенаправленная деятельность по обеспечения рационального использования природных ресурсов и охраны

⁷⁸ Мекуш Г. Е. Экологическая политика и устойчивое развитие: анализ и методические подходы / Под ред. С. Н. Бобылева; Министерство образования и науки РФ; Кемеровский гос. ун-т. — М.: Экономика, 2011. С. 6.

⁷⁹ Приоритеты национальной экологической политики России / Под ред. В.М. Захарова. М.: Наука, 1999.С.12.

окружающей среды»⁸⁰. Как мы видим, понимание ... не поменялось значительно, будем считать последнее определение достаточным для использования в данной работе.

Мекуш утверждает, что в России на данный момент сформировалась пассивная эколого-экономическая политика. Этот тип политики подразумевает, что несмотря на наличие экологического компонента в структуре экономики, он не учитывается в процессе принятия экономических решений.

Одними из субъектов реализации экологической политики называются общественные и иные некоммерческие объединения⁸¹. СМИ как субъект экополитики в рассмотренной литературе не называются, в отличие, от хозяйственно-экономических субъектов, общественных организаций, отдельных граждан и других⁸². И в самом деле таким субъектом может быть отдельный журналист в конкретный профессиональный момент своей деятельности или журналистская редакция. Напротив, средства массовой информации и журналистику в целом справедливо назвать инструментом экологической политики, если они способствуют формированию экологического сознания или даже контролю исполнения определенных норм права.

Майл Фром при ответе на вопрос о политической роли СМИ предлагает вспомнить слова Томаса Джефферсона о том, что если придется выбирать иметь правительство без газет или газеты без правительства, то он определенно оставил бы газеты. Фром соотносит это высказывание 2-ого президента США со способностью медиа заставить политиков и ведомства «остановиться и принять замечания». Автор признает способность

⁸⁰ Мекуш Г. Е. Экологическая политика и устойчивое развитие: анализ и методические подходы / Под ред. С. Н. Бобылева; Министерство образования и науки РФ; Кемеровский гос. ун-т. — М.: Экономика, 2011. С. 45.

⁸¹ Мекуш Г. Е. Указ. соч. С. 50.

⁸² Шмыглева А.В. Экологическая политика: принципы формирования и реализации // С. 38.

журналистики оказывать политическое влияние, так как «медиа в своем лучшем проявлении принуждают политические, экономические и социальные институты постоянно экзаменовать и улучшать себя»⁸³. В подтверждение данного тезиса Фром приводит примеры из практики американской журналистики, где материалы в газетах или на ТВ повлияли на ход событий, предотвратили экологический ущерб, создав общественный резонанс. Автор заключает: «Журналисты должны говорить правду властям»⁸⁴.

Королев В.А. – известный биолог, занявшийся развитием экологической журналистики уже будучи сложившимся гистологом-эмбриологом, считает, что «СМИ в экологической политике являются эффективным и высокодинамичным субъектом»⁸⁵. В работе Королева говорится о существовании политико-правового направления экологической журналистики. Основные задачи журналиста здесь: «социальный анализ экологических проблем», содействию «совершенствованию природоохранных законодательств», мобилизация общественных сил, контроль реализации процессов, а также «формируют общественное мнение для политических решений, совершенствуют экологическую культуру»⁸⁶. Аналогично определяет задачи экологической журналистики В. Л. Цвик⁸⁷, подготовивший пособие по журналистике специально для будущих журналистов-экологов.

Инициатор первых исследований экологической печати на факультете журналистики МГУ (1977 год) Людмила Александровна Коханова во вступлении к своей ключевой работе «Экологическая журналистика, PR и реклама» утверждает, что широкое экологическое образование (в том числе

⁸³ Frome Michael. Green Ink: an introduction to environmental journalism. University of Utah Press, Salt Lake City, 1998, P. 13.

⁸⁴ Frome Michael. Green Ink: an introduction to environmental journalism. University of Utah Press, Salt Lake City, 1998, P. 67.

⁸⁵ Королев В.А. Указ. соч. С. 95.

⁸⁶ Там же.

⁸⁷ Цвик В.Л. Лекция 9 Экологическая тематика в СМИ // Введение в журналистику.

средствами журналистики, PR и рекламы) закладывает фундамент для «успешной разработки концепции экологической политики»⁸⁸. По сути, признается, первостепенная роль средств массовой коммуникации в подготовке политических перемен в сфере экологии.

Автор подчеркивает необходимость заниматься не только информированием в вопросах экологии, но и распространять актуальную сегодня концепцию устойчивого развития⁸⁹, то есть заниматься просвещением. Ключевой функцией современной экопрессы называется – «организация непрерывного образования населения, или экологического всеобуча»⁹⁰. Среди других способов содействия называется способность СМИ участвовать в обсуждении принимаемых законов в природоохранной области, особенно на стадии законопроектов: «способствовать разработке, принятию и внедрению в жизнь»⁹¹.

Шаркова Е.А. упоминает «прагматичную значимость политико-экономической и социальной направленности» экожурналистики, имея в виду, что среди ее аудиторий есть субъекты, наделенные властными полномочиями принятия решений⁹². Автор не уточняет, значит ли это, что экожурналистика может оказывать воздействие на характер таких решений. Такой вывод напрашивается, ведь любой коммуникационный акт имеет потенциальный эффект на получателя информации⁹³. Однако, как проанализировать результат информационного воздействия? В теории

⁸⁸ Коханова Л.А. Экологическая журналистика, PR и реклама. Уч. Пособие. М.: Юнити-Дана. 2007. – С. 16.

⁸⁹ Там же. С.9.

⁹⁰ Там же. С. 71.

⁹¹ Там же. С. 70

⁹² Шаркова Е.А. Экологическая журналистика в России: этапы становления // Актуальные проблемы журналистики и массовых коммуникаций. Взгляд молодых исследователей / Межвузовский сборник научных работ студентов и аспирантов. Вып. 12. - СПб., 2012. - С. 240.

⁹³ Об этом - Lasswell The structure and function of communication in society. // The Communication of Ideas. N.Y.: Harper and Brothers,. — 1948.

коммуникации основным параметром оценки результативности воздействия является обратная связь – ответная реакция получателя на сообщение источника. Эта категория рассматривается в теории коммуникации Карла Дойча, о чем подробнее поговорим во второй главе.

Шаркова ставит в центр внимания экологической журналистики политический аспект. Определяет содержание современной российской экожурналистики как освещение «деятельности индивидов, социальных групп и институтов власти, направленной на реализацию экологической политики»⁹⁴. Под это определение у Шарковой попадает даже информирование общества об экологических проблемах, отчего можно сделать вывод, что автор использует термин «экологическая политика» как собирательный для обозначения любых действий в общественном пространстве, касающихся экологии в самом широком смысле. Экожурналистику исследователь называет «актором, обслуживающим освещение политических отношений в системе “природа-общество”», и определяет основную функцию как информационное обеспечение⁹⁵.

Для определения ценностной ориентации экологической журналистики в правовой сфере обратимся к предложению М. Орловой использовать Концепцию перехода на путь устойчивого развития как программный документ для направления информационной политики. Первым в ряде направлений переходы России к устойчивому развитию называется «создание правовой основы перехода к устойчивому развитию, включая совершенствование действующего законодательства...». Аргументированное обсуждение новых законопроектов в СМИ с привлечением разных экспертов,

⁹⁴ Шаркова Е.А. Экологическая журналистика в России: этапы становления // Актуальные проблемы журналистики и массовых коммуникаций. Взгляд молодых исследователей / Межвузовский сборник научных работ студентов и аспирантов. Вып. 12. - СПб., 2012. - С. 240.

⁹⁵ Шаркова Е.А. Экологическая журналистика в России: этапы становления // Актуальные проблемы журналистики и массовых коммуникаций. Взгляд молодых исследователей / Межвузовский сборник научных работ студентов и аспирантов. Вып. 12. - СПб., 2012. - С. 240.

контроль за исполнением уже существующих норм права (вынесение на публичное обсуждение случаев несоблюдения) – вот направления работы, где СМИ могут принести очевидную пользу обществу, не отклоняясь от собственных ценностей, оказывая косвенное политическое влияние.

1.3. Экологический дискурс политической информации

Прежде чем переходить к практическому анализу материалов СМИ требуется включить в понятийный аппарат данной работы термин «экологический дискурс», современная исследовательская традиция предполагает внимание к этому компоненту при анализе экологической коммуникации. Британский исследователь Андерс Хансен, анализируя развития темы экологической коммуникации в качестве предмета научных исследований, отмечает, что в большинстве таких работ в области массовых коммуникаций, «особое внимание уделяется языку, а точнее лексике и дискурсу об экологии в публичной коммуникации».⁹⁶ Общеизвестным стало убеждение, что выбор конкретных лексем (например, выбор и специфика употребления метафор), а также другие дискурсивные практики напрямую влияют на то, как риторически конструируются сюжеты, и в каком «фрейме» они представлены. То есть, какие задаются рамки для восприятия экологической информации публикой⁹⁷. Далее автор подмечает, что, несмотря на обоснованность данного подхода, он считает его не в полной мере эффективным, так как такой анализ не дает связи с более глобальными исследованиями социальной и политической динамики.

Кратко раскроем понятие дискурса в целом и экологического дискурса в частности, так как будем опираться на некоторые концепции при анализе материалов современных экологических СМИ. Экологический дискурс в российских СМИ заявлен объектом данного исследования.

⁹⁶ Hansen, A. (2011). Communication, media and environment: Towards reconnecting research on the production, content and social implications of environmental communication. *International Communication Gazette*, 73(7). P. 10.

⁹⁷ Там же.

В русский язык слово пришло от французского *discours* (речь, слово) и стало использоваться в том же значении: речь как процесс языковой деятельности. Однако слово *discours* также имеет другие стилистические коннотации, важный смысловой оттенок связан с учетом экстралингвистических факторов, влияющих на формирование дискурса.

Термин впервые появляется в работе бельгийского ученого Э. Бюиссанса «Язык и дискурс» (1943 г.), где вводится как третий элемент в бинарной оппозиции язык/речь. Дискурс здесь посредник между системой знаков и живым актом общения⁹⁸.

Впервые описание количественного метода анализа связной речи появилось в статье З. Хариса «Дискурс-анализ» 1952 года⁹⁹. За основу взята частотность употребления значимых единиц без анализа их содержательных параметров. Предложенная Харисом модель призвана давать представление о структуре текста и ключевых элементах, позволяющих отнести его к определенному типу дискурса. Также важная посылка З. Хариса – о контекстном употреблении и изучении языковых единиц.

Впоследствии идеи З. Хариса были осмыслены, отчасти подверглись критике сообществом французских лингвистов (среди которых К. Арош, П. Анри, М. Пешё). Одна из значимых концепций, предложенных французской школой в продолжение развития дискурс-анализа – применение идеологии как социокультурной структуры при изучении конкретных текстов, анализ идеологических аспектов языка. Категория дискурс рассматривается Мишелем Пешё как «точка, где встречаются язык и идеология». Согласно этой теории, функциональное использование отдельных языковых единиц меняется в зависимости от системы ценностей актора политической борьбы. «Идеологические формации (...) определяют

⁹⁸ Русакова О.Ф., Русаков В.М. PR-дискурс: теорико-методологический анализ.

Екатеринбург: Институт философии и права УрО РАН: Институт международных связей, 2008. – С. 3.

⁹⁹Harris Z. Discourse analysis // *Language*. 1952. V. 28 №1. – P. 1-30.

то, что может и должно быть сказано (в форме наставления, проповеди, памфлета, доклада, программы и т.д.) в соответствии с определенной позицией и при определенных обстоятельствах»¹⁰⁰. В этом подходе понятие дискурс приобретает принадлежность к политической коммуникации, становясь ее средством. Но не только средством доставки информационных сообщений, а средством, способным оказывать влияние на облик формируемой реальности.

В дальнейшем эта идея развивается в работах последователей французской школы дискурс-анализа, среди которых, например, Патрик Серио, который сводит все многообразие значений понятия «дискурс» к восьми ключевым. Как важный для терминологического аппарата данной исследовательской работы приведем одно из таких значений «дискурсом называют воздействие высказывания на его получателя и его внесение в “высказывательную ситуацию” (что подразумевает субъекта высказывания, адресата, момент и определенное место высказывания)»¹⁰¹.

О необходимости понимать дискурс как цельный процесс, включающий как сам акт речевой деятельности, так и ее результат говорит отечественный исследователь В.В. Красных. «Дискурс есть вербализованная речемыслительная деятельность, понимаемая как совокупность процесса и результата и обладающая как собственно лингвистическими, так и экстралингвистическими планами»¹⁰².

Наконец, стоит привести определение слова «дискурс» из энциклопедического словаря: «Дискурс – это связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном

¹⁰⁰ Pecheux M. Les verities de la palice. Paris: Masbero. 1975. – P.82.

¹⁰¹ Серио П. Анализ дискурса во Французской школе (дискурс и интердискурс) // Семиотика: Антология / Сост. Ю.С. Степанов. Изд. 2-е, испр. и доп. М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – С.549-550.

¹⁰² Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: Курс лекций. М., 2001. – С. 200-201.

аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс – это речь, “погруженная в жизнь”»¹⁰³.

Итак, для использования категории дискурс как базового для конкретизации объекта исследования отметим следующие ключевые характеристики: значимость лингвистических и экстралингвистических факторов; идеологическая принадлежность высказывания (под высказыванием пониманием также текст, связную последовательность предложений) и воздействие высказывание на получателя.

Дискурс – это речь в совокупности с коммуникативной ситуацией, включенная в конкретное социокультурное измерение. Таким образом, закономерна возможность производить его типологическое и жанровое деление. Языки различных областей культуры, науки, социальных и политических классов отличаются не только частотой употребления отдельных терминов и понятий, но индивидуальной философией и рамками мышления. Помимо специфической лексики их формирует специфическая семантика.

Итак, анализ материалов СМИ будет производиться с учетом концепции дискурса. Важен не сам анализ уровня профессионализма освещения экологической темы на примере отдельных материалов, а возможность сделать комплексные выводы о состоянии экологической журналистики в России (федеральная и международная повестка подлежит рассмотрению, но допускаем превалирование сюжетов о Санкт-Петербурге и Ленинградской области), ее политического потенциала. Это реализуемо только при рассмотрении тематического корпуса текстов, а также «речи, погруженной в жизнь».

Будем учитывать лексемный уровень политико-правового направления экологического дискурса в российских СМИ. Как упоминалось выше, выбор

¹⁰³ Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. — М.: СЭ, 1990 — URL: <http://tapemark.narod.ru/les/136g.html>

определенных лексических единиц может быть способом осуществления идеологической борьбы. Известно, что «зеленая» тематика не лишена идеологии, если вспомнить об истории «зеленых» политических партий Европы. Постепенно они приобрели «левую» окраску, соединяя природоохранную риторику с правозащитной, социальной и иногда феминистической тематикой. Важно понимать, использование каких слов и словосочетаний является индикатором экологической ориентированности текста. Для этого обратимся к понятию «экологической информации».

Ее определение нормативно закреплено в Орхусской конвенции 1998 г. (Конвенция о доступе к информации, участии общественности в процессе принятия решений и доступе к правосудию по вопросам, касающимся окружающей среды). Эта конвенция включает в себе достигнутые уже ранее договоренности в рамках Стокгольмской декларации 1977 г., Рио-де-Жанейрской 1992 года и других документов, принятых в русле деятельности по защите окружающей среды.

Данный документ обязателен к изучению специалистами в области экологической журналистики, так как его содержание касается информационного обеспечения и поддержки мер, предпринимаемых для сохранности благоприятной для здоровья и благосостояния человека окружающей среды. В предисловии к конвенции говорится, что для отстаивания права жить в благоприятной окружающей среде и выполнения обязанности по ее охране «граждане должны иметь доступ к информации, право участвовать в процессе принятия решений и доступ к правосудию»¹⁰⁴. Думается, это подразумевает информационную открытость государственных и коммерческих структур, так как первые принимают политические решения в сфере экологии, а вторые способны оказывать влияние на экологическую обстановку в ходе своей деятельности. Граждане имеют право знать о последствиях любого воздействия на окружающий мир и собственное здоровье. Следовательно, данное положение затрагивает деятельность

¹⁰⁴ URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/orhus.shtml [Дата обращения: 07.04.2016]

средств массовой информации, ключевая функция которых – информирование населения по социально-значимым вопросам.

Доступ к какой именно информации позволяет общественности участвовать в процессе принятия решений, объясняет следующее определение. «“Экологическая информация” означает любую информацию в письменной, аудиовизуальной, электронной или любой иной материальной форме о:

a) состоянии элементов окружающей среды, таких, как воздух и атмосфера, вода, почва, земля, ландшафт и природные объекты, биологическое разнообразие и его компоненты, включая генетически измененные организмы, и взаимодействие между этими элементами;

b) факторах, таких, как вещества, энергия, шум и излучение, а также деятельность или меры, включая административные меры, соглашения в области окружающей среды, политику, законодательство, планы и программы, оказывающие или способные оказать воздействие на элементы окружающей среды, охватываемые в подпункте *a* выше, и анализ затрат и результатов и другой экономический анализ и допущения, использованные при принятии решений по вопросам, касающимся окружающей среды;

c) состоянии здоровья и безопасности людей, условиях жизни людей, состоянии объектов культуры и зданий и сооружений в той степени, в какой на них воздействует или может воздействовать состояние элементов окружающей среды или, через посредство этих элементов, факторы, деятельность или меры, упомянутые в подпункте *b* выше»¹⁰⁵.

Будем использовать это определение как фильтр, помогающий решить, какие журналистские материалы содержат экологическую проблематику, а какие – нет.

Для определения эффективности экологического дискурса, как и для планирования эффективной журналистской деятельности, необходимо

¹⁰⁵ URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/orhus.shtml [Дата обращения: 07.04.2016]

знакомство с понятием и принципами экологической коммуникации. Анализу биологических, исторических и социальных предпосылок, оказывающих влияние на наше восприятие экологической информации, посвящена работа О. Захаровой «Экологические коммуникации в социокультурном пространстве». Автор отмечает своеобразие отношения к экологическим проблемам в русской культуре. Если на западе естественно воспринимается «необходимость трансформации окружающей среды под нужды человека» (что выражается в том числе в борьбе за улучшение экологической ситуации), то в отечественной культуре распространено мнение, что даже если проблемы существуют, исправить их не в силах человека. Захарова считает, что государственная и бизнес-пропаганда только закрепила эту установку¹⁰⁶.

Автор подвергает сомнению способность СМИ быть самостоятельным субъектом общения, называя его «коммуникативным каналом между властью и народом». На характер отражения информации и ее восприятия аудиторий, по мнению авторов, прежде всего влияет «обыденная картина мира» (то, что в теории дискурса принято называть экстралингвистическими факторами). По сути признается, что содержание экологической коммуникации зависит не столько от намерений автора, сколько от едва осознаваемых подсознательных привычек восприятия реальности. Автор указывает четыре уровня социокультурного пространства и разницу между характером передачи и восприятия экологической информации на каждом из них: местный, этнический и национально-страновой. На каждом из этих уровней действуют свои «законы» коммуникации. Учет эту классификации при практическом анализе, сравнивая отличия в содержании материалов локальной, региональной и федеральной повестки.

Захарова связывает проблему неэффективности экологической журналистики в нашей стране с отсутствием незыблемых ценностей, таких

¹⁰⁶ Захарова О.А. Экологические коммуникации в социокультурном пространстве. Природа и культура. – М.: Лесная страна, 2008. С. 50.

принципов, как демократия и права человека на Западе. На содержание экологической коммуникации влияют такие установки в массовом сознании, как «”закон — что дышло...”», и существование их зависит только от воли высшей власти», а также – «сила личных связей и договоренностей»¹⁰⁷, которые зачастую сильнее принципа законности. Вырисовывается безрадостная картина, где от журналистики для реализации своих целей в продвижении экологических идей на политическом уровне требуется коренная смена парадигмы мышления в стране. Наша задача – проверить так ли это, или журналистская практика уже сегодня предъявляет положительные результаты своей деятельности.

В теоретическом обзоре мы упоминали американского журналиста и профессора Майкла Фрома, который столкнулся со сложностью соблюдать требования к объективности с желанием популяризировать экологические идеи. Интересно, что в отечественной литературе четко отрицается возможность использования американского опыта: «”Жесткая” журналистика американского стиля, построенная на изложении фактов, которая сейчас доминирует, противоречит полноценному изложению экологической проблематики»¹⁰⁸. Следовательно, назрел еще один параметр для анализа эмпирики. Стоит определить пропорциональное соотношение материалов, построенных по принципу «жесткой новости» (постановка проблемы, комментарий эксперта, вывод) и аналитических материалов, где рассматриваются разные стороны проблемы (снова вспомним Фридмана, отмечавшего важность использования как можно большего количества точек зрения). Такой анализ много скажет о характере использования журналистики как инструмента политического влияния.

Сравнивая различные типы культур Захарова делает еще один интересный вывод о том, чем определяется существующий дисбаланс

¹⁰⁷ Захарова О.А. Экологические коммуникации в социокультурном пространстве. Природа и культура. – М.: Лесная страна, 2008. С. 54.

¹⁰⁸ Там же С. 57.

материалов на экономическую и экологическую тему. Автор сравнивает ценностный конфликт между властью (близкой к бизнесу) и общественниками-активистами с конфликтом отцов и детей. «В спорах об экологической цене “прогресса”, о сохранении природной среды позиция природоохранников выставляется как “детская”, “несерьезная”, активисты — это “неразумные дети, которыми кто-то управляет”, ... ведь серьезными, “взрослыми”, “реальными” темами признаётся только то, что приносит “реальные” деньги или власть (что сейчас почти одно и то же)»¹⁰⁹.

Итак, перечисленные выше особенности экологического дискурса: слова-маркеры принадлежности, особенности влияния формы на содержание, зависимость от культурно-исторической традиции, важно иметь в виду при анализе материалов СМИ.

1.4. Экологическая журналистика и неправительственный сектор

Отечественные исследователи отмечают значимость неправительственного сектора в развитии экологической журналистики, проводят прямые параллели между усилением НПО и становлением экожурналистики¹¹⁰. Коханова Л.А. выстраивает такую цепь событий: расцвет экологического движения в 1990 годы предопределил появление экопрессы в нашей стране, после чего началось формирование структуры природоохранных ведомств¹¹¹. В связи с этим, нельзя обойти вниманием роль неправительственного сектора в функционировании экологической журналистики сегодня. Пожалуй, самый известный пример, который вспомнит любой обыватель, это коммуникационная деятельность международной общественной организации «Гринпис». «Гринпис» – это

¹⁰⁹ Захарова О. Указ. соч. С. 63.

¹¹⁰ Шаркова Е.А. Экологическая журналистика в России: этапы становления // Актуальные проблемы журналистики и массовых коммуникаций. Взгляд молодых исследователей / Межвузовский сборник научных работ студентов и аспирантов. Вып. 12. - СПб., 2012. - С. 240.

¹¹¹ Коханова Л.А. Экологическая журналистика, PR и реклама. Уч. Пособие. М.: Юнити-Дана. 2007. – С. 52.

успешный бренд, так как независимо от эмоциональной окраски отношения к данной организации, он узнаваем. Организация заявляет о своей независимости, так как не принимает пожертвований от государственных, коммерческих структур и политических партий.¹¹² Наконец, организация и ее представители часто становятся героями СМИ (на апрель 2017 года поисковая система Google выдает 96 100 результатов в графе «Новости» при поиске по слову «гринпис») и на регулярной основе ведут собственный блог на сайте. Под блогом подразумевается раздел «Новости» на сайте организации, где публикуются материалы, по форме и содержанию напоминающие традиционные журналистские (новостные заметки)¹¹³. Согласно SimilarWeb (компания, предоставляющая услуги веб-аналитики), сайт российского отделения «Гринпис» в марте 2017 года посетило 47, 2 тысячи человек¹¹⁴. Закон №97-ФЗ от 5 мая 2014 года, так называемый «Закон о блогерах», приравнивает такие интернет-ресурсы к СМИ¹¹⁵. На страницы с аудиторией свыше 3000 пользователей в сутки накладывается ряд ограничений, предусмотренных «Законом о СМИ», а авторы ресурсов несут ответственность за нарушения. Кроме того в составе «Гринпис» есть пресс-центр, распространяющий документы и отчеты для журналистов, с материалами можно ознакомиться на сайте организации.

Во второй главе приведен анализа выпуска, посвященного климатической теме журнала «Экология и право». В связи с этим считаем важным упомянуть также правозащитную организацию Bellona¹¹⁶ как важный экополитический субъект в рамках данного исследования.

¹¹²URL: <http://www.greenpeace.org/russia/ru/about/> [Дата обращения: 20 апреля 2017 года]

¹¹³URL: <http://www.greenpeace.org/russia/ru/news/> [Дата обращения: 20 апреля 2017 года]

¹¹⁴URL: <https://www.similarweb.com/website/greenpeace.ru#overview> [Дата обращения: 20 апреля 2017 года]

¹¹⁵URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/da2a8ed52c0ea1e8f010a002bfbe2dd8dfb0062f/ [Дата обращения: 20 апреля 2017 года]

¹¹⁶URL: <http://bellona.ru> [Дата обращения: 20 апреля 2017 года]/

«Беллона» – международное экологическое объединение было основано как неправительственная организация в 1986 году. Центральный офис организации находится в Осло (Норвегия). Объединение «Беллона» также функционирует в Брюсселе (Бельгия), в брюссельском офисе усилия сотрудников организации сосредоточены на усовершенствовании европейского законодательства в области охраны окружающей среды. Неслучайно организация, созданная в Норвегии, имеет офис в Брюсселе. Норвегия не входит в Европейский Союз, а в Брюсселе располагается большинство законотворческих органов ЕС. «Беллона» не скрывает своих целей по воздействию на процесс принятия политических решений. Это воздействие осуществляется в ходе партнерских отношений, установленных членами организации с другими НКО, представителями промышленностями, политиками и даже членами Европарламента. В Бельгии «Беллона» имеет официальный статус некоммерческой общественной организации. В России аналогичная деятельность по продвижению экологически ориентированного законодательства имеет ограничения. 16 января 2017 года Санкт-Петербургская общественная организация Экологический Правозащитный центр «Беллона» была внесена Министерством юстиции РФ в реестр «некоммерческих организаций, выполняющих функцию иностранного агента». В связи с этим, объединение фокусирует усилия на других инструментах влияния, ключевую роль играет взаимодействие со СМИ. Кроме того, что представители организации Bellona появляются в СМИ в качестве экспертов, публикуют исследования и доклады, представляя журналистам информационные поводы, объединение имеет собственную площадку – всероссийский журнал «Экология и право». Его тематика – защита экологических прав граждан. В истории журнала были памятные страницы, которые доказывают серьезность намерений объединения по продвижению идеи первичности экологических интересов граждан, а не экономических или военных интересов государства. Первый главный редактор журнала Григорий Паськ был осужден за освещение в СМИ случаев

нарушении ядерной безопасности на базах Тихоокеанского флота, ему было предъявлено обвинение в шпионаже. Выбирая между интересами государства и правом граждан на доступ к экологической информации, журналист предпочел второе.

Шаркова Е. А. выделяет несколько разновидностей неправительственных организаций экологической направленности: «политические организации (экологические и «зеленые» партии); юридические и правовые организации, участвующие в законодательной деятельности, защищающие экологические права граждан; проблемные организации (объединения по определенной экологической проблеме); образовательные организации (...); протестные движения и группы, практикующие акции прямого действия; научно-практические организации ...»¹¹⁷. В зависимости от типа неправительственные организации выполняют разные задачи и имеют различные потребности во взаимодействии с журналистами, а также специфику этого взаимодействия. К примеру, протестные движения известны совершением провокационных действий ради привлечения внимания СМИ, «проблемные», правозащитные и образовательные экологические организации чаще выступают в качестве экспертов, характеризуются большей степенью взвешенности и аргументированности суждений, а организации, работающие над конкретным научным проектом, далеко не всегда заинтересованы во взаимодействии с журналистами.

Экологическую журналистику связывает с НПО не только история происхождения, как часть экологической коммуникации она неизбежно оказывается на пересечении информационных потоков государства, бизнеса, науки и НПО¹¹⁸, то есть служит каналов опосредованного общения перечисленных субъектов. По мнению многих исследователей, именно НПО

¹¹⁷ Шаркова Е.А. Экологическая журналистика: природа источников экологической информации

// Электронный научный журнал «Argiōi. Серия: Гуманитарные науки» № 2, 2014. – С.9.

¹¹⁸ Захарова О. Указ. соч. С. 65.

являются наиболее активной частью общественности, занимаются реальным продвижением экологической темы в общественный дискурс, зачастую имеют собственные информационные площадки. Это говорит о том, что изучая особенности взаимовлияния политики и журналистики, нельзя обойти вниманием деятельность экологических неправительственных организаций, так как они играют важную роль в формировании экологического дискурса: как своей деятельностью, производя инфоповоды, так и своим пропагандистско-агитационным потенциалом, который реализуется в том числе на страницах СМИ в тот момент, когда журналист обращается к представителю НПО за комментарием по какой-либо экологической проблематике.

Кроме того, именно НПО имеют практически неограниченную свободу в выражении собственных идеалов и ценностей. Журналистика неспособна на это в силу положения посредника, а политики вынуждены защищать, в первую очередь свои ключевые интересы (удержание власти), для чего часто приходится идти на компромиссы, например, с влиятельными бизнес-структурами. Журналистов и НПО связывает взаимовыгодные отношения. Неправительственные организации используют СМИ в качестве инструмента достижения своих целей, а СМИ, в свою очередь, выгодно иметь контакты с НПО ради получения альтернативной информации. Впрочем, стоит помнить, что альтернативная не значит достоверная, журналист не должен очаровываться харизмой и деятельностью общественников и выделять их точку зрения в материалах, непозволительно опираться при подготовке журналистского произведения только на пресс-релизы (как от власти, так и от общественных организаций). Соблюдение баланса – наиболее сложная, но святая обязанность профессионального журналиста.

В качестве примера, обратимся к американскому опыту, где требование объективности к журналистам наиболее высоко. Журналистское сообщество в каждой стране имеет свою специфику, так из книги *Green Ink* Майкла

Фрома мы узнаем о множестве случаев увольнения профессиональных экологических журналистов из изданий, где проработали долгие года за излишнюю близость к экологам. В Америке одно из главных мерил профессионализма журналиста – это его объективность и беспристрастность. Фром рассуждает о том, как оставаясь объективным, придерживаясь только фактов и не высказывая собственное мнение (табу в классической американской журналистике), способствовать популяризации экологической идее. Нам кажется, что в России ситуация несколько проще. Художественные, часто лиричные, описания природы, публицистический пафос журналистских произведений – часть отечественной традиции. В то же время сравнение двух полярных традиций («журналистика фактов» и «журналистика мнений») наводит на мысль, что стоит стремиться к «золотой середине». Об этом и пишет Майкл Фром, в главе «Беспристрастной объективности не существует» автор приходит к выводу, что экологический журналист должен иметь страсть к предмету своей работы, но выражать эти чувства только на основе реальных фактов¹¹⁹.

В области взаимодействия СМИ и неправительственных организаций баланс проявляется в том, что журналист не имеет права занимать чью-то сторону, он изначально должен находиться между сторонами конфликта. По крайней мере, такова американская традиция и тесное сотрудничество (партнерство, дружба) представителя СМИ с представителями экологических движений ставит под сомнение его объективность и служит поводом для отстранения от должности.

Добавим, что позитивный образ НПО, репутация спасителей привлекает в эту сферу корыстных людей. Многие неправительственные организации существуют за счет добровольных пожертвований. Не нова следующая «бизнес-модель»: создать положительный имидж, вызвать симпатию, предложить гражданам решение какой-либо проблемы, чтобы

¹¹⁹ Frome Michael. Green Ink: an introduction to environmental journalism. University of Utah Press, Salt Lake City, 1998, P. 32.

получить деньги, а дальше использовать их по собственному усмотрению. Будем иметь в виду при анализе журналистских публикаций.

Наконец, перечислим три метода (классификация Шарковой Е.¹²⁰), при помощи которых неправительственный сектор оказывает влияние на экополитический процесс. «Использование собственных ресурсов» для распространения экологической информации, создание информационных поводов для привлечения внимания СМИ, «заявление СМИ и политическим силам своих требований и точек зрения, определение характера экополитического дискурса, используя их зависимость от своей поддержки».

¹²⁰ Шаркова Е.А. Экологическая журналистика: природа источников экологической информации

// Электронный научный журнал «Архіоі. Серія: Гуманитарні науки» № 2, 2014. – С. 12.

Глава 2. АНАЛИЗ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ СОВРЕМЕННЫХ СМИ (на примере на примере ТАСС, РБК, «Коммерсантъ» и «+1»)

1. Тематические доминанты экологических текстов

Круг возможных тем для сообщений в СМИ, воспитывающих экологическое сознание, довольно широк. Базовым параметром при отборе материалов для анализа служило соответствие содержательных единиц текста составляющим определения экологической информации (международный стандарт, Орхусская конвенция, см. 1.4.). Мы помним, что в популярном определении экологической журналистики, Ф. и К. Фридман не назывались узкие проблемные отрасли, предмет дисциплины, согласно исследователям, составляет «использование окружающей природной среды». Отечественные авторы, Берлова, Колесникова и Кочинева, в 1999 году выделяли следующие тематические направления экологической журналистики: «экология и здоровье» (так называемая бытовая экология: информация об экологически чистых продуктах, «зеленой» косметике, экологически благоприятных для проживания районах и т.д.), «экология мегаполиса» (несколько основных проблем: «качества воздуха, воды, утилизации бытовых отходов, уничтожения зеленых насаждений»), тема экологического образования, тема экологического права, воздействие на людей ядерной и химической промышленности, тема устойчивого развития. Авторы отмечали популярность тем глобального изменения климата, деградации почв, потери лесов и биологических видов, предполагали увеличение внимания к проблеме «биотехнологии и генной инженерии»¹²¹. В современных исследованиях чаще всего тематическое деление экологической журналистики производится в соответствии со сферами общества на: политико-правовое и социальное направление, экономическое направление,

¹²¹ Кочинева А., Берлова О., Колесникова В. «Экологическая журналистика». Центр координации и информации Социально – экологического союза. Москва, 1999. - 99 с.

культурное направление, направление экологической безопасности¹²². Далее мы определим, какие конкретные сюжеты наиболее популярны в современных российских СМИ (на примере материалов, выбранных для анализа).

Экологическая журналистика присутствует как в печатных, аудиовизуальных и сетевых СМИ широкого профиля, так и в специализированных средствах массовой информации. Проанализировать все существующие на данный момент источники экологической информации – невыполнимая задача в рамках магистерской диссертации. Вспомним определение экологической журналистики Ш. и К. Фридман, приведенное в начале работы, исследователи относили к этому направлению журналистики «непрерывное, последовательное освещение экологических вопросов», поэтому считаем справедливым сконцентрироваться на специализированных СМИ, спецпроектах, посвященных экологии, и тематических рубриках, но не на материалах на экологическую тематику из СМИ общего профиля. Если тема экологии освещается непоследовательно, то внимание к ней обусловлено исключительно характером информационного повода – сиюминутной актуальностью, сенсационностью, или рассматривается в бытовом, приземленном контексте. Как говорилось в первой главе, со ссылкой на классиков дисциплины, экологический журналист едва ли может быть беспристрастным «зеркалом общества», эмоциональная приверженность экологической идее часто обусловлена экологической грамотностью, и наоборот, соответственно только такие авторы способны компетентно освещать данную тематику.

Выбор источников обуславливался рядом факторов: последовательностью в освещении экологической темы, степенью охвата аудитории, наличием политического аспекта в материалах, причастностью к изданию организаций неправительственного сектора или политических

¹²² Шаркова Е.А. Экологическая журналистика: природа источников экологической информации // Электронный научный журнал «Argiogi. Серия: Гуманитарные науки» № 2, 2014. – С.2.

органов. По словам экологического журналиста газеты «Коммерсант» Ангелины Давыдовой [выступление на конференции «Зеленые университеты: лучшие практики»], «зеленые» вопросы перестали восприниматься как маргинальные в российских СМИ в последние 7-8 лет. Если в начале 2000-х годов публикации на тему защиты природы ассоциировались с неоднозначными провокационными акциями таких организаций, как «Гринпис», то сегодня отношение общества и сам имидж подобных организаций меняется. Показательный пример – появление на онлайн-платформах трех крупных российских СМИ: «РБК», «Коммерсант» и «ТАСС» информационного проекта «+1» – страницы, где публикуются материалы, освещающие деятельность социальных и экологических проектов. В текстах выступают общественные и волонтерские организации, индивидуальные предприниматели и крупный бизнес, а главный критерий отбора героев – наличие у экспертов социальных и экологических решений. Данный проект – пример кооперации СМИ для создания единой площадки для диалога, циркуляции идей и потенциальных решений социальных и экологических проблем на политическом уровне.

На начало мая 2017 года на сайте «+1» в рамках проекта было опубликовано 260 статей на экологические темы: реконструкция очистных сооружений, практика раздельного сбора мусора и переработки, изменения экологического законодательства в России и мире. Материалы сделаны на высоком профессиональном уровне, а соответствие тенденциям мультимедийности, конвергентности и адаптивности к мобильным устройствам позволяет считать этот проект не формальным исполнением политического заказа (из трех площадок только одна является государственным активом), а современным и потенциально успешным журналистским проектом.

Другой источник экологической информации, который мы посчитали важным для нашего исследования – журнал «Экология и право» (издается экологическим правозащитным центром «Беллона»). Данный пример призван

показать возможности экологической журналистики как политического ресурса для НКО.

Анализ эмпирического материала будет осуществляться по следующей схеме:

Таблица 1. Параметры анализа

Тема	Герой	Источник	Политическое действие	География	Жанр
------	-------	----------	-----------------------	-----------	------

Выбор факторов для анализа обусловлен следующими мотивами. Во-первых, мы хотим выявить наиболее частотные темы материалов, затрагивающих экологию в современных СМИ. Это позволит определить наиболее актуальные, а значит волнующие общество вопросы, а также сюжеты, которые, напротив, «выпадают» из поля зрения СМИ. Изначально в массив материалов для анализа попадали только те, в которых явно присутствует политический компонент. В графе «политическое действие» будет объясняться, какой политический потенциал заложен в публикацию.

В графе «Герой» будет назван политический субъект (государство, чиновник, партия, общественная организация), который попал в фокус журналистского внимания. Графа «источник» нужна для выявления институциональной принадлежности элементов экологического дискурса, определения возможного круга источников экологической информации. Используется классификация Шарковой Е.А., согласно которой к кругу источников относятся все социальные субъекты, участвующие в экологическом дискурсе: индивиды (отдельные граждане, политические и социальные лидеры, лидеры мнений); социальные группы (научное сообщество; группы граждан, населяющих конкретные территории, затронутые экологическими проблемами); общественные организации («зеленые» движения; НПО); институты власти (государство); политические организации (партии; политические движения; политические организации) и

бизнес-субъекты¹²³. Графа «география» должна показать уровень присутствия международной и региональной повестки в федеральных СМИ.

Как говорилось в первой главе, политическое влияние может оказывать не только экологическая журналистика, но и экологический PR – «одна из информационных технологий, направленная на создание соответствующей интересам определенной группы информационной реальности»¹²⁴. Насущная проблема современной журналистики – злоупотребление официальными источниками информации в виде пресс-релизов. Не менее опасной для реализации адекватной экологической стратегии с помощью СМИ является существование феномена «гринвошинг» (деятельность, направленная не на реальное изменение ситуации в экологическом направлении, а создание иллюзии такой деятельности). Будем обращать особенное внимание на наличие подобной подмены понятий, информация об этом будет представлена в комментариях, поясняющих интерпретацию каждой публикации.

Итак, на первом этапе маркировались темы текстов, источники, герои и заложенные в публикацию эффекты (интенции: призывы к действию, обещания действий, обвинения и т.д.) – открытое кодирование. На втором этапе производилось вычленение ключевых фраз, доказывающих самую неоднозначную категорию – потенциальный эффект сообщения. В работе используется понятие «политическое действие», так как термин «эффект» предполагает знакомство с последствиями публикации.

В ходе анализа мы определили тематические доминанты: каким аспектам экологической проблематике уделяется наибольшее внимание на странице проекта «+1», какие вопросы исследуются в развитии (не единоразовое освещение, а постоянное наблюдение за ходом событий).

¹²³ Шаркова Е.А. Экологическая журналистика: природа источников экологической информации // Электронный научный журнал «Argiori. Серия: Гуманитарные науки» № 2, 2014. – С.3.

¹²⁴ Захарова О. Указ. соч. С. 69.

Для начала максимально подробно были обозначены все узкие темы, получилось 13 сюжетов: загрязнение воздуха, загрязнение воды, проблема отходов, лесопользование, изменения климата, возобновляемая энергетика, экологическое законодательство, экомаркировка, экологическая ответственность бизнеса, цели устойчивого развития, экологическое просвещение (образование и воспитание), особо охраняемые территории, в том числе восстановление редких видов животных (*см. приложение, диаграмма 1*).

На уровне федеральной повестки максимальное внимание уделяется проблеме отходов: сбор, утилизация, хранение, переработка твердых бытовых, промышленных, ядерных, химических отходов – вот аспекты, которые волнуют общество и журналистов.

Следующие частотные темы посвящены мерам по созданию экологической культуры в обществе, а также тем экологическим практикам, которые уже применяет бизнес. Важно понимать, что многие из сюжетов имеют точки пересечения, где говорится про возобновляемую энергетику, подразумеваются цели устойчивого развития, где упоминаются меры по сокращению выбросов, предпосылкой имеется в виду борьба с изменением климата, а не только с загрязнением воздуха. В связи с этим, в графике возможна погрешность, но ключевого вывода – повышенная актуальность «мусорной проблематики» на федеральном уровне – мы придерживаемся.

В рамках, обусловленных методологией нашего анализа, количественная характеристика тематики материалов производилась только для тех единиц, которые соответствовали критерием для отбора данных. На этапе первичного кодирования были также рассмотрены материалы зарубежной повестки, составляющие большую часть публикацией на странице проекта «+1». Однозначно доминирующей проблематикой в них является тема изменений климата, что обнаруживает разницу в функционировании экологической журналистики на разных уровнях. Такая тема, как климат, требует совместных усилий большинства развитых и

развивающихся стран мира, именно поэтому – она является предметом международной повестки. Проблема сбора и переработки отходов назрела для решения именно в российском обществе (не только, но, как известно, Европа уже имеет успешный опыт по преодолению данной проблемы), поэтому – она является предметом нашей федеральной повестки.

2. Специфика источников экологической информации

Источник для анализа – страница кроссплатформенного информационного проекта «+1» раздела «Экология» (<http://plus-one.ru/blog/ecology>). На 10 мая 2017 года опубликовано 260 статей. Временной промежуток анализа – 6 месяцев обусловлен сроком существования проекта. На сайте отсутствуют точные даты появления материалов, самую первую публикацию, в начале страницы, сопровождает подпись «шесть месяцев назад» (на 30.04.17.), самую последнюю, вверху страницы, – «неделю назад» (на 10.05.17), проект был запущен 31 октября 2016 года¹²⁵. Цель проекта – «продвижение социальной экологической ответственности». Учредители: три крупнейших медиахолдинга страны – ТАСС, «Коммерсантъ» и РБК в сотрудничестве с социальным проектом «Один за всех и все за одного» (НКО, специализирующееся на продвижении благотворительности, и агентство по размещению социальной рекламы). Проект «+1» заявлен как площадка равных информационных возможностей для всех – от волонтерских организаций до большого бизнеса. Объект исследования – материалы, опубликованные на странице проекта. Единица анализа – публикации, имеющие политическую направленность (критерий – представители власти являются героями публикации или источниками информации). Общий объем проанализированных материалов – 260, эмпирической базой стали 43 из них. Хронология: 31 октября 2016 года – 10 мая 2017 года (6 месяцев). Единицами анализа становились материалы, посвященные локальной, региональной и федеральной повестке (Россия), а

¹²⁵URL: <http://tass.ru/novosti-agentstva/3739478> [Дата обращения: 30 апреля 2017 года]

также международной, но только в том случае, если освещалась отечественная практика в рамках международной (глобальной) повестки. Материалы о зарубежной экологической повестке не становились единицами анализа.

Операционализация концептуальных понятий:

1. Эмпирическими индикаторами соответствия заявленной теме, являлось соответствие содержания, как минимум, одному из пунктов:

- информация о состоянии элементов окружающей среды (перечислены в параграфе 1.3. 1 главы),

- информация о факторах, таких, как вещества, энергия, шум и излучение, а также деятельность или меры, включая административные меры, соглашения в области окружающей среды, политику, законодательство, планы и программы, оказывающие или способные оказать воздействие на элементы окружающей среды,

- информация о состоянии здоровья и безопасности людей, условиях жизни людей, состоянии объектов культуры, зданий и сооружений в той степени, в какой на них воздействует или может воздействовать на состояние элементов окружающей среды или, через посредство этих элементов, на факторы, деятельность или меры.

2. Эмпирическим индикатором принадлежности информации к экополитической коммуникации являлась частотная распространенность основных субъектов политического процесса: бизнес, власть (федеральные и местные органы власти), НКО, НПО и другие общественные экологические организации.

3. Эмпирическими индикаторами доминирующих эмоционально-образительных средств изображения субъектов конфликта являлись:

- Форма материала: расширенная новость, интервью, аналитическая статья, колонка,

- Заложенное политическое действие (критика, призыв, обвинение, улучшение имиджа).

Кодирование осуществлялось для фиксации частотных темы материалов, субъектов (героев) и источников информации, а также формы материалов (жанрового своеобразия), географии материалов – фиксацию таких данных считаем манифестным кодированием. Оно дополнено латентным кодированием («семантический анализ, направленный на поиск имплицитных значений содержания текста»¹²⁶) – так фиксировались «политические действия» публикаций – потенциальные эффекты, заложенные интенции. Аргументация латентного кодирования приводится в примерах ниже с ключевыми цитатами и авторской интерпретацией, послужившей поводом для оценки. Манифестное кодирование политических эффектов осуществлялось в символической форме.

Используемые символы для кодирования:

- Субъекты анализа: «Э» - экологи, «П» - политики, «Б» - бизнес, «НКО» - некоммерческие организации и/или неправительственные организации
- Оценки: «+» - положительная оценка действий субъекта в тексте, «-» - отрицательная оценка действий субъекта в тексте, «0» - нейтральная оценка;
- Агитационный компонент: «!» - призыв к действию со стороны того или иного субъекта;
- «>» и «<» - показатель расстановки сил между субъектами.

В результате эмпирического анализа (см. приложения) были получены данные о частотности тем и сюжетов экологически ориентированных материалов, об источниках информации, о героях (субъектах) публикаций, а также были предложены и обоснованы гипотезы о том, какой политический эффект имеют или могут иметь изученные материалы.

Начнем представление результатов исследования с данных об источниках. Процесс поиска и сбора информации журналистом всегда

¹²⁶ Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / Под ред. В.А. Мансурова. – М.: Институт социологии РАН, 2010. С. 65-69.

начинается с поиска и обращения к источникам (официальные организации, люди, документы, факты действительности). Чаще всего первична тема, однако, именно от выбора источников зависит, каким образом, сюжет будет освещен в СМИ.

В теоретическом обзоре, в предыдущей главе, мы уже называли основные критические замечания, высказываемые исследователями СМИ, по отношению к практикующим журналистам. Первое – недостаточное количество источников (Фридман, 1998), второе – чрезмерное доверие официальным источникам информации, в частности пресс-релизам (Фром, 1998).

Современные исследователи подтверждают эти две точки зрения и дополняют новыми аспектами (Bourassa E, Amend W, Secko D, 2013). «Недостаток времени для подготовки материалов побуждает репортеров полагаться на пресс-релизы как источники сюжетов для публикаций, позволяя PR-агентам оказывать чрезвычайное воздействие на освещение экологической темы»¹²⁷ (Masia, 2007) – обозначается проблема, существующая в каждой редакции, необходимость в сжатые сроки, имея ограниченные ресурсы, подготовить качественный материал. Зачастую страдает именно качество, так как отсутствие регулярных публикаций означает забвение СМИ, а рамки бюджета (а значит, и ресурсов) зачастую строго фиксированы. Этот конфликт из жизни любой редакции отсылает к более глобальной проблеме – особенностям функционирования СМИ в условиях рыночной экономики. Этот вопрос не является предметом исследования в рамках данной диссертации, однако, в контексте научного стремления выработать рекомендации по качественному и эффективному выполнению экологическими журналистами своих обязанностей, укажем, что экономический аспект немаловажен – кто и в каких интересах способен обеспечить существование таких СМИ, или каким образом СМИ способны самостоятельно обеспечить свою независимость.

¹²⁷ Bourassa E, Amend W, Secko D (2013) A thematic review and synthesis of best practices in environment journalism. *Journal of Professional Communication* 3(1). P. 47.

Исследователями называется еще одна угроза, связанная с использованием PR-источников в публикации: «это может привести к опасной лживой журналистике, так как истории, спровоцированные пиар-службами, могут представляться аудитории как имеющие независимые источники» (Valentine, 2010)¹²⁸.

Итак, мы посчитали количество публикаций, где источником информации называется пресс-релиз, количество публикаций, где предположительно источником информации служил сотрудник пресс-службы, и количество публикаций, где не назван источник информации. Поводом для отнесения во вторую категорию (скрытый PR-источник) служил позитивный характер публикации, посвященной одному герою или организации. Также используется категория «другое», так как не все материалы проекта «+1» использовались на втором этапе анализа – семантическом. Значительную долю материалов проекта составляет экологическая информация зарубежной повестки, ее источники, преимущественно, – зарубежные СМИ, в таком случае публикация этой информации на странице проекта «+1» является вторичным журналистским продуктом, исследование таких текстов не отвечает цели и задачам данной работы.

Источники материалов, опубликованных на странице кроссплатформенного проекта «+1» в разделе, посвященном экологии:

- «Пресс-релиз» – 42 публикации;
- «Скрытый PR» – 20 публикаций;
- «Источник не определен» – 8 публикаций;
- «Другое» – 161 публикация.

Общее число публикаций – 231, а не 260, как было заявлено выше, объясняется тем, что отсутствующие 29 публикаций представляют собой небольшие фрагменты статистики (например, «156,20 млн руб.составили расходы российских предприятий Segezha Group на природоохранные

¹²⁸ Bourassa E, Amend W, Secko D (2013) A thematic review and synthesis of best practices in environment journalism. *Journal of Professional Communication* 3(1). P. 47.

мероприятия в 2015 году»), которые опубликованы на главной странице проекта, но не имеют индивидуального интернет-адреса, они не были включены в эмпирическую базу.

Вопрос о природе источников был важен сразу по нескольким причинам. Во-первых, нас особенно интересовало соотношение материалов, основанных на пресс-релизах, и тех, где журналист самостоятельно определил инфоповод (то есть не стал объектом воздействия PR-специалиста). Во-вторых, мы намеревались выяснить, распространена ли ситуация, когда PR-характер публикации намеренно скрывается. Третий мотив возник уже в ходе анализа – определить характер PR-источников, то есть выявить соотношение политических, бизнес и экологических (имеются в виду экологически ориентированные НКО и НПО) PR-источников (см. приложение, диаграмма 2). Несмотря на показательность диаграммы, выводы не так однозначны.

С учетом проведенного содержательного анализа предлагаем следующую интерпретацию. На первый взгляд, количественные данные показывают невысокую долю пресс-релизов в качестве источника журналистской информации. Дело в том, что лидирующую долю занимает графа «другое», необходимая для отбора наиболее релевантных предмету нашего исследования материалов. Уберем эту графу, так как в ней, в значительной степени, представлены публикации, не вошедшие в итоговую эмпирическую базу, и увидим, что пресс-релизы являются основным источником экологической информации для журналистов. Вывод по второй задаче – скрытые PR-источники в количественном отношении занимают второе место в общем объеме публикаций.

Здесь следует уточнить, что понимается под категорией «другое». В эту категорию были отнесены колонки независимых экспертов и интервью с экспертами (учеными, журналистами, экологами), содержание которых не создает положительный имидж какой-либо компании, экологической организации или власти. А также сообщения зарубежных СМИ (как

научного, так и общего профиля), доклады независимых организаций, результаты исследовательских групп, не затрагивающие чьи-либо политические интересы (кроме общепринятых выводов, вроде необходимости снижать выбросы парниковых газов, что, несомненно, затрагивает экономические интересы государств, но считаем, что такое содержание имеет приоритетную природоохранную направленность).

Третья поставленная задача решается на примере данных о характере источников пресс-релизов (см. приложение, диаграмма 3). Выявлено, что на страницах проекта «+1» доминирует PR-информация, полученная от экологически ориентированных организаций – 36%. Незначительно меньше сообщений от официальных ведомств – 33%, ровно вдвое меньше внимания, чем экологами уделяется бизнес-субъектам (для более корректного сравнения позже обратимся к категории скрытых источников) – 18%. Также присутствует информация от других общественных организаций – 13%, среди них те, для кого экологическая деятельность не является профильной.

Если воспользоваться классификацией источников экологической информации Шарковой Е. А.¹²⁹, становится понятно, что в проанализированных материалах полностью отсутствуют такие потенциальные источники, как отдельные граждане (представители народа), лидеры мнений (не имеющие отношения к представленным в текстах бизнес-компаниям и экологическим организациям), а также политические организации (партии, политические движения). Эти данные во многом пересекаются с результатами исследования Э. Бурассы, о котором говорилось выше: «Данные также демонстрируют иерархию источников и их воздействия на контент, так журналисты отдают предпочтение официальным

¹²⁹ Шаркова Е.А. Экологическая журналистика: природа источников экологической информации // Электронный научный журнал «Argiogi. Серия: Гуманитарные науки» № 2, 2014. – С.3.

источникам, далее обращаются к общественным институтам, правозащитным группам и затем – к широкой общественности» (Valentine, 2000, pp.24-25)¹³⁰.

Поясним, ключевой вывод о преобладании официальных источников не совпадает с нашим выводом о доминировании сообщений от экологов. Погрешность заключается в том, что сюда не включены данные 161 публикации, попавших в категорию «другое», где достаточное количество первичных источников – официальные заявления институтов власти. Корректно будет сказать, что соотношение информации, полученной от официальных источников и общественных организаций, приблизительно равно. Делаем вывод о специфике контента на странице проекта «+1» – заявленный экологический характер проекта подтверждается на практике, так как нет оснований говорить о доминировании информации, полученной от официальных ведомств.

Осталось проверить соотношение источников информации с учетом «скрытого PR-потенциала». Считаем, что обнаружили 20 таких материалов, среди них наблюдается следующая пропорция: 45% материалов со скрытыми PR-источниками посвящено бизнес-субъектам, по 14% приходится на доли материалов, представляющих интересы экологического консалтинга, а также материалы смешанного характера: представляющие интересы бизнеса и политических субъектов или бизнеса и экологов. Материалы, содержащие скрытый PR-компонент политического характера, занимают 9% от общего объема, а доля скрытой PR-информации от экологов составляет всего 4% (см. приложение, диаграмма 4).

Если сложить данные, представленные на 3 и 4 диаграммах: о характере пресс-релизов и о характере скрытых PR-источников, то получится новая пропорция (см. приложение, диаграмма 5). В общем соотношении материалов с PR-элементов доля трех ключевых субъектов экополитического процесса приблизительно равна: экологи и бизнес – по 32%, органы власти – 36%.

¹³⁰ Bourassa E, Amend W, Secko D (2013) A thematic review and synthesis of best practices in environment journalism. *Journal of Professional Communication* 3(1). P. 48.

С учетом скрытых PR-источников меняются выводы о соотношении внимания, уделяемого журналистами бизнес-субъектам как источникам экологической информации. Первое место теперь занимают бизнес-субъекты, что объясняется бизнес-ориентацией двух из трех изданий (РБК и «Коммерсант»), реализующих проект «+1». Будем считать эти цифры приблизительными, так как наличие публикаций смешанного происхождения и существование такого неоднозначного субъекта, как «экологический консалтинг», не позволяет выявить точную пропорцию.

Добавим, что определение источников экологической информации соответствует целям и задачам данной работы, так как общепризнана «значительная роль и сила новостных источников оказывать влияние на характер освещения экологической проблематики»¹³¹.

Далее мы конкретизируем специфику сбора данных и поясним, на каких основаниях принималось решение об определении того или иного источника.

Пресс-релизы бизнес-субъектов. Обоснованием для включения в данную категорию служила фразы типа: «Об этом сообщается в официальном пресс-релизе ветропарка», то есть непротиворечивые указания на источник (в процессе количественного анализа кодировались слова «пресс-релиз» и «пресс-служба»).

Типичный пример такой публикации: «В школах проведут интерактивные экологические уроки»¹³² (ТАСС). Указание на источник – «говорится в пресс-релизе компании PepsiCo». В материале рассказывается об экоориентированной инициативе бизнеса – просветительская работа с детьми. Помимо PepsiCo, организатором акции в третьем абзаце называется экологическая организация «ЭКА». В комментарии президента компании

¹³¹ Hansen, A. (2011). Communication, media and environment: Towards reconnecting research on the production, content and social implications of environmental communication. *International Communication Gazette*, 73(7). P. 11.

¹³²URL: <http://plus-one.ru/blog/ecology/v-shkolah-provedut-interaktivnye-ekologicheskie-uroki>
[Дата обращения: 01 апреля 2017 года]

PepsiCo звучат такие слова: «Проект „Хранители воды“ не единственная экологическая инициатива PepsiCo в рамках глобального подхода компании „Ответственно к цели“, однако для нас этот проект особенно важен. Он позволяет нам работать с молодым поколением, в силах которого сохранить нашу планету». С одной стороны, создается образ экологически сознательного бизнес-субъекта, с другой – популяризируются экологические ценности. Таким образом, материал решает две задачи: имиджевую (в интересах бизнес-субъекта) и идеологическую (в интересах сохранности окружающей среды).

Тему продолжает комментарий чиновника (правда, не профильного ведомства, а Департамента государственной политики и регулирования в области водных ресурсов и гидрометеорологии). Напоминается о проведении Года экологии, затем звучит «программная» мысль: «Только при совместных усилиях государства и общества возможно экологическое развитие нашей страны...». Очевидно, проект по проведению уроков представителями частной корпорации в государственной школе был бы невозможен без готовности сторон к сотрудничеству. Безусловно, в рамках данного сюжета выполняются задачи по созданию положительного имиджа упомянутых героев, плановые показатели, которые имеются в каждом министерстве, по освещению реализации властью социальных проектов. И вместе с тем, особенность экологической темы такова, что трансляция положительного действия уже положительна, так как побуждает к распространению экологических идеалов и ценностей.

Если вспомнить теоретиков экологической журналистики, то главное, что стоит иметь в виду, работа журналиста не должна заканчиваться на освещении запуска акции. Следующий логичный шаг – репортаж с места проведения урока, включение в текст комментариев самих детей, их родителей, учителей. Только так можно достоверно оценить эффективность прикладываемых усилий, соответствие словам делу. К сожалению, подобные материалы отсутствуют на страницах информационного проекта «+1».

Журналисты (или сотрудники пресс-службы), однако, понимают важность присутствия в тексте данных об уже свершившихся фактах действительности, а не только заявлений и обещаний. Звучат цифры: «Общероссийские экоуроки проходят с 2015 года. За 2015-2016 годы в экологических уроках приняли участие более 800 тыс. школьников. (...) Также они собрали более 850 тонн макулатуры и пластика, сохранив около 20 тыс. тонн пресной воды».

На первый взгляд, представлена картина мира, в котором уже происходят позитивные экологические изменения. Однако далее звучит критическая оценка (эксперта ООН по химической безопасности, заслуженного профессора МГУ Валерия Петросяна) самой системы экологического образования в стране: «У нас очень плохое массовое экологическое образование, просвещение», эта точка зрения поддерживается руководителем организации «ЭКА», высказывается политическая рекомендация: «должна формироваться и реализовываться государственная политика и стратегия образования в интересах устойчивого развития».

В итоге, материал представляет собой пример качественной работы журналиста, который получив в качестве инфоповода пресс-релиз, смог раскрыть тему системно, обратился за альтернативными точками зрения («в беседе с +1»), избежал однозначно рекламного характера публикации.

Что касается политического компонента, кроме постановки проблемы (отсутствие системы школьного экологического образования) и рекомендации, переданной словами эксперта, что уже является проявлением организационной функции журналистики (стимулирование принятия определенных политических решений), также сообщается официальная информация. Упоминается поручение президента, «которое предполагает включение базовых знаний об устойчивом развитии в государственные образовательные стандарты». Отчасти сводится на нет критика экологов, так как решение уже принято на высоком уровне и готовится его реализация. С другой стороны, как известно, политические обещания далеко не всегда

приводят к практическому результату, поэтому огласка таких поручений – элемент исполнения журналистской контролирующей функции. У любого гражданина появляются основания позже вспомнить обнародованную информацию и обратиться в соответствующие инстанции с вопросами о реализации планов. В идеале, этим должны заниматься СМИ.

На примере большого количества материалов, инициированного бизнес-субъектами, где подробно рассказывается о внедрении новых экологических технологий, приводится статистика, иллюстрирующая достижения в этой области за последние несколько лет, опровергается тезис о бизнесе, как наиболее закрытом источнике экологической информации. «Как правило, такие экополитические субъекты придерживаются закрытой информационной политики, предпочитают не распространять экологическую информацию о своей деятельности, поскольку это может повлечь за собой общественный резонанс, применение санкций и штрафов и, как следствие, потерю капитала»¹³³, – безусловно, на суд общественности предъявляется преимущественно позитивная информация, однако сам выход на коммуникацию с журналистами, позволяет последним проявить свой исследовательский потенциал, поинтересоваться такими аспектами деятельности предприятия, о которых сами они неохотно рассказывают. Наличие прецедента появления бизнес-субъекта в СМИ с положительными новостями, но отказ давать любую другую информацию, является рычагом воздействия в руках журналиста, так как позволяет ему публично подвергнуть сомнению «зеленую» репутацию той или иной компании.

Пресс-релизы экологических организаций. Обоснованием для включения в данную категорию служили фразы типа: «Об этом говорится в пресс-релизе “Эко-Согласия”», а также такие, как «Результаты исследования опубликованы на сайте “Беллоны”». Большинство материалов, рассказывающих об исследованиях и докладах независимых академических

¹³³ Шаркова Е.А. Экологическая журналистика: природа источников экологической информации // Электронный научный журнал «Argiogi. Серия: Гуманитарные науки» № 2, 2014. – С.12.

или общественных структур, относились в категорию «другое». Если речь в тексте шла о федеральной, региональной или локальной повестке, если источник – известный субъект экополитического процесса, и если не предпринято попыток скрыть авторство источника (вполне вероятно, что в редакцию все-таки пришел пресс-релиз с результатами исследований, или же издание регулярно следит за официальными публикациями этого субъекта, содержание которых приравнивается к пресс-релизу), то мы считали материал, подходящим для данной категории.

Пресс-релизы официальных ведомств. Обоснованием для включения в данную категорию служила фразы типа: «Об этом сообщили в пресс-службе Минприроды»).

Этот источник имеет для нас особое значение. Во-первых, содержание материалов, основанных на таких источниках, наиболее релевантно теме нашего исследования. Во-вторых, обзор теоретической литературы, в частности, результаты неоднократно упоминаемого исследования Э. Бурассы (используем его в качестве вторичного источника, так как исследование представляет собой анализ и синтез всех пособий по «лучшим практикам экологической журналистики») вооружили нас знанием о том, что «официальные источники имеют тенденцию «вбрасывать» (to spin) информацию, соответствующую их целям» (Block, 2010)¹³⁴.

Пример публикации: **«В Челябинске создадут единую систему контроля выбросов (ТАСС).** Рассказывается о встрече ответственного ведомства с бизнесом, звучат обещания по улучшению ситуации, как для города, так и для бизнеса: «В результате будут ужесточены требования к основным загрязнителям, а остальные предприятия смогут избежать избыточного регулирования». Отсутствует оценка законодательной инициативы экспертами (экологами, учеными).

Скрытый PR.

¹³⁴ Bourassa E, Amend W, Secko D (2013) A thematic review and synthesis of best practices in environment journalism. *Journal of Professional Communication* 3(1). P. 48.

Наиболее частый субъект – экологически-ответственный бизнес: например, представитель компании высказывается по насущной экологической проблематике (утилизация отходов), обсуждает степень государственного участия, делится собственными успехами, наработками. Коммерческий директор компании по производству и продаже картона о рынке макулатуры в России: «Сейчас по всем регионам вводятся территориальные схемы обращения с отходами. Многие региональные власти отрапортовали, что такие схемы разработаны и утверждены, но в них не попало практически ни одно перерабатывающее предприятие, занимающееся утилизацией макулатуры. В том числе и компания «Кнауф Петроборд» — хотя мы находимся в Ленинградской области и перерабатываем в год 240 тыс. тонн макулатуры». Вывод – «невредный» PR, так как, несмотря на продвижение собственного бренда, пропагандируются экологические ценности.

Источник не определен. В эту категорию попали публикации, где в первых абзацах не называется источник информации, а далее приводятся комментарии нескольких экспертов, таким образом определить первоисточник не предоставляется возможным. Также именно в эту категорию мы отнесли классические журналистские материалы (аналитические статьи).

3. Особенности технологий воздействия в публикациях экологической журналистики

Наиболее трудоемкая часть работы – выявление потенциальных и реализуемых политических эффектов. Эта проблема (возможное использование материалов экологической журналистики как механизма влияния политическими или бизнес-субъектами) не уникальное явление нашей страны. Современные зарубежные исследователи также обращают внимание на возможную зависимость содержания экологически ориентированных материалов, а, следовательно, общественного восприятия экологических проблем, от чьих-то, далеких от науки интересов. «Несколько современных статей, где исследуется экологическая журналистика в

различных географических контекстах повторяют идею о том, что могущественные политические и бизнес-интересы оказывают влияние на освещение экологической темы, особенно на общенациональном уровне», – пишет Эмили Бурасса¹³⁵, ссылаясь на Отюрка и Цитака (Öztürk & Çitak, Турция, 2010), Вэйсборда и Перуззоти (Waisbord & Peruzzotti, Аргентина, 2009). В своей статье, посвященной исследованию практик экологической журналистики, автор также отмечает, что газеты являются основным источником экологической информации, особенно на локальном и региональном уровне (на примере Америки), при этом качество освещение экологических проблем в них довольно низкое, так как редко предлагаются конкретные решения этих проблем (Riffe & Reimold, 2008).

Верно, что сама по себе постановка проблемы имеет мало смысла, если в ней не дается анализа причин и путей возможных решений, в том числе на индивидуальном уровне (какой вклад может сделать отдельный человек?). Выступая в роли информатора, но не в роли советчика, журналистика не способствует обретению комфортного психологического состояния человеком, отсюда популярное мнение о том, что за новостями лучше не следить, так как там «одни страшилки».

Как объяснялось выше, для получения доказательного результата мы воспользовались латентным кодированием, в таблицу вносились символы, поясняющие субъектов и объектов политического влияния, а также характер данного взаимодействия. Основанием для записи служил результат семантического анализа, поиск имплицитного значения текста. Назовем основные категории эффектов, которые удалось выделить и покажем на примерах.

Итак, основные субъекты присутствующие в текстах – это политические субъекты («П»), бизнес-субъекты («Б») и экологические субъекты («Э»). Другие представители общественных организаций («А»),

¹³⁵ Bourassa E, Amend W, Secko D (2013) A thematic review and synthesis of best practices in environment journalism. *Journal of Professional Communication* 3(1). P. 41.

граждане («Г») и представители науки («Н») становились активными субъектами материалов значительно реже.

Наиболее распространенный способ оказать влияния в СМИ (как политическое, так и коммерческое) – это предоставление положительной информации о себе, создание позитивного (соответственно теме нашего исследования – экологически ответственного) имиджа. На первый взгляд, информация о внедрении новых «зеленых» технологий на производстве или о поручении принять меры по решению какой-либо экологической проблемы является не более чем информационным поводом, фактом действительности, о котором журналист должен, в связи со своими профессиональными обязанностями, рассказать обществу. С другой стороны, мы знаем, что далеко не все факты реальности попадают в объектив СМИ, именно подход к отбору достойной для публикации информации, заслуживающих доверия источников и позиций, которые они высказывают, определяет редакционную политику издания. Редакционная политика издания создает определенную картину мира, «фреймы», представляющие тот или иной участок реальности с того или иного ракурса. Австрийские исследователи публичной коммуникации в анализе «гринвошинга» доказали, что давление активистов часто стимулирует – в корпоративных организациях – удвоение попыток сотрудников по связям с общественностями предотвратить, опровергнуть аргументы и претензии групп давления» (Signitzer and Prexl, 2007)¹³⁶.

Стоит более детально рассмотреть случаи «имиджевых» публикаций, чтобы подтвердить или опровергнуть наличие последовательной информационной политики по оказанию политического влияния через СМИ.

Примеры.

«Российские регионы впервые подсчитают выбросы CO₂» (ТАСС). Текст построен на основе пресс-релиза (есть ссылка на источник). Рассказывается об экоориентированных действиях власти, транслируется

¹³⁶ Hansen, A. (2011). Communication, media and environment: Towards reconnecting research on the production, content and social implications of environmental communication. *International Communication Gazette*, 73(7). P. 12.

озабоченность проблемой. (*информирующая функция СМИ*). Положительный имидж власти поддерживают такие высказывания, как «Несмотря на то что Россия не ратифицировала Парижское соглашение по климату и не собирается делать этого ранее 2020 года, страна стремится следовать глобальным тенденциям». Однако, в тексте не говорится о причинах, по которым Россия не может в данный момент ратифицировать Парижское соглашение и брать на себя обязательства перед мировым сообществом. Таким образом, ситуация представлена в интересах только одного субъекта.

«В Ростовской области построят первую в регионе ветроэлектростанцию» (ТАСС). Транслируется положительный образ региона и местного правительства: «Участок предоставлен компании «Азовская ВЭС» на 10 лет без торгов в соответствии с областным законодательством о поддержке масштабных инвестпроектов». Сообщается о планах госкорпорации «Росатом» заняться развитием ветряной энергетики, стать фактически монополистом в данной сфере: ««Речь идет о создании совершенно новой отрасли в России. Госкорпорация ставит перед собой задачи не только строительства ветроэлектростанций, но также создания системы технического регулирования, подготовки кадров, организации локализации производства ВЭУ (ветроэнергетическая установка), сертификации, развития НИОКР (научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы)». В тексте не дается полярной точки зрения – полезно ли для развития самой отрасли возобновляемой энергетики, если с самого начала приоритетную долю в ней займет госкорпорация, не допустив, таким образом, в долю представителей сектора малого и среднего бизнеса.

«Популяцию леопарда восстановят в Дагестане и Северной Осетии» (ТАСС). Транслируется благоприятный имидж региона, озабоченность экологическими проблемами, но не дается оценки тому, как развивалась природоохранная деятельность в регионе ранее.

«Дополненная реальность поможет изучать экологию» (ТАСС).

Информация о совместном просветительском проекте для учеников столичных школ, подготовленном фондом развития и поддержки экологических проектов при поддержке экспертов в сфере устойчивого развития, общественных организаций и профильных ведомств столицы. Пример эффективного сотрудничества всех акторов экополитического процесса. Несмотря на частные (имиджевые) интересы всех субъектов материала, он соответствует курсу на формирование экоориентированного сознания, это подтверждает комментарий автора «Красной книги Москвы», одобряющий инициативу.

«Проект «Разделяй с нами!» отправит в переработку 4,5 тыс. тонн пластика» (ТАСС)

Новость явно начинается как пресс-релиз: «Компания Coca-Cola Россия станет первым в стране представителем бизнеса, организовавшим отдельный сбор ...», в первом же предложении подчеркивается, что предпосылка такого шага – «новые нормы федерального законодательства» (информирование об экологически ориентированных изменениях в законодательстве). По первому абзацу можно сделать вывод, что текст, помимо исполнения основной задачи – информирования, создает положительный имидж упомянутым субъектам (государство и бизнес).

Далее конкретизируется сама проблема и пути ее решения. Пластик – один из основных источников загрязнения природы, его можно перерабатывать, однако, соответствующая культура в обществе отсутствует. Представитель Росприроднадзора утверждает, что «государственные органы не могут бороться с этой проблемой сами по себе, без поддержки со стороны бизнеса». Для привлечения бизнеса государство уже приняло ФЗ, обеспечивающий «расширенную ответственность производителя»: организацию системы сбора и переработки или выплаты «экологического сбора». Примером осуществления такой ответственности и является акция «Кока-колы», которая стала информационным поводом. Через комментарий представителя некоммерческой организации «Промышленность за экологию»

поднимается следующий проблемный момент: «законодательных усилий и инициативы производителей для решения проблемы недостаточно: другим важным условием успеха должно стать обучение граждан и формирование соответствующей культуры в обществе». Далее оказывается, что Coca-Cola проводит и такую работу, но на данном этапе становится понятно, что потенциальный эффект от публикации – не только создание позитивного имиджа предприятия, но и пропагандистско-агитационный эффект, о чем и говорит генеральный директор компании: «Наша ключевая задача — привлечь внимание населения, бизнес-сообщества и органов власти к проблеме раздельного сбора отходов и их переработки». Для увеличения эмоционального воздействия на читателя в финальной части текста используется банальный, но популярный прием, когда для доказательства масштабности какого-либо действия его сравнивают с чем-то понятным для читателя, вроде: «4,5 тыс тонн пластика, которые планирует собрать компания, достаточно для изготовления 140,5 млн новых пластиковых бутылок: если уложить их одну за другой, получится расстояние между Северным и Южным полюсами Земли».

Повторим, почему считаем данный текст успешным примером пропагандистско-агитационного материала. Инфоповод – конкретная (уже продуманы детали), масштабная (6 городов, известный крупный бренд-организатор), экологически-позитивная акция. Далее последовательно объясняется, зачем нужен такой проект, какие цели он выполняет (предупреждение обвинения в «гринвошинге»). Также предупреждается возможная реакция, когда результатом информации о действиях бизнеса/НКО, становится недовольство действиями властей (власть участвует, сама не справляется). Наконец, во второй половине текста объясняется необходимость общественной поддержки и выполняется функция по популяризации идеи.

«Фестиваль «Древо жизни» ждет работ юных экологов» (ТАСС).

Создание положительного эко-имиджа государства: организация просветительских мероприятий для детей, конкурса, направленного на формирование эко-сознания, с призами в качестве стимулов (путевки в «Артек»). Предоставляется официальная позиция министерства: «глава пресс-службы Минприроды Николай Гудков: “Экологическое воспитание — это, может быть, даже важнее, чем природоохранные мероприятия”». В какой-то степени это заявление определяет приоритеты государства в сфере защиты окружающей среды – просветительская деятельность (*пропагандистская функция СМИ*).

«Глава Минприроды потребовал уничтожить «Черную дыру»» (ТАСС).

Материал выделяется среди тех, что уже были рассмотрены. В нем появляется противостояние «хорошей» федеральной власти («Мы не можем допустить очередного срыва сроков, у вас есть финансирование, даны поручения Президента РФ и Правительства») и недобросовестных чиновников на местах (ответственные чиновники и подрядчики привлечены к суду за «мошенничество», «служебный подлог и злоупотребление должностными полномочиями»). Известно, что подобные материалы были распространены в советской прессе, когда авторитет партии был безусловным, информация о том, что из-за действий верховной власти причинялся ущерб природе, в прессу не попадала, но периодически появлялись статьи, обличающие нерадивых местных чиновников.

С одной стороны, важно, что читателям рассказывается о текущей ситуации, почему несмотря на финансирование, проблема не была решена. С другой стороны, после того, как симпатия читателя закономерно оказывается на стороне федеральной власти, говорится о том, что теперь ликвидацию поручили ГК корпорация «ГазЭнергоСтрой». Вдумчивый читатель задастся вопросом, на каких условиях проходил конкурс на госконтракт, есть ли альтернативные частные компании, способные предоставить такие услуги. Данный материал создает прецедент – делегирование важных решений на

муниципальный уровень, проведение конкурсов среди частных компаний – неэффективно и ведет к потере ресурсов и времени, значимые (а значит, денежные) контракты стоит отдавать компаниям с государственным участием. Считаем такую публикацию явным политическим инструментом.

Бизнес.

«Акция по сбору макулатуры стартует в Москве» (ТАСС). Новость анонсирует акцию по сбору и переработке мусора. На первый взгляд – рядовой пресс-релиз экологической организации. Интерес предоставляют субъекты, упоминаемые в тексте: пункты по приему макулатуры открыты в офисах Segezha Group (крупнейший российский лесопромышленный холдинг) и АО «Лидер-инвест». В тексте упоминается о том, что обе бизнес-структуры входят в АФК «Система», что в контексте последних событий (иск от «Роснефти», нефтегазовой компании с государственным участием) считаем имиджевой публикацией. Процесс «Роснефти» и АФК «Система» многие СМИ называют политическим, обусловленным «переделом рынка» за счет близости к власти¹³⁷. Конечно, наивно считать, что публикация об экологической ответственности компаний холдинга способна повлиять на ситуацию, тем не менее, это пример материала, создающего экологический имидж бизнес-структуре. Также в материале упоминается некоммерческая неправительственная организация, организатор акции – Лесной попечительский совет (Forest Stewardship Council, FSC), занимающаяся продвижением ответственного управления лесами в мире. Международные НКО – частый и важный субъект произведений экологической журналистики. Наша гипотеза состоит в том, что публикации о деятельности экоориентированных НКО играют свою роль в политическом процессе – их активность и эффективность в решении ряда социально-экологических вопросов одновременно показывает несостоятельность государства.

Два петербургских предприятия приняли «Зеленый кодекс» (ТАСС).

¹³⁷ <http://davydov.in/region/biznes/rinat-bichurin-v-tom-chto-proisxodit-mezhdu-rosneftyu-i-afk-sistema-net-nikakoj-ekonomiki/>

Транслируются экоориентированные инициативы бизнеса, добровольное принятие правил экологической безопасности, а также причастность правительства (представители бизнеса выступили на заседании в Заксобрании города). При этом из текста непонятно, какова роль власти в данном мероприятии: организация, представившая свод правил, является «независимой и некоммерческой», кодекс называется инициативой «российских компаний». В целом, материал служит целям создания позитивного эко-имиджа ряда бизнес-субъектов.

«Ирина Архипова: Природоохранная деятельность интегрирована в нашу бизнес-стратегию» (РБК) – интервью с директором по внешним связям и коммуникациям Соса-Сола НВС Россия. Как и в предыдущем объекте анализа, отсутствие имени журналиста и характер вопросов (первый вопрос начинается с утверждения: «Забота об экологии является приоритетным направлением корпоративной социальной ответственности Соса-Сола в России») дает основания считать материал рекламным.

Предмет разговора – «базовые принципы успешных экологических программ». В ответах на первые вопросы рассказывается об экоориентированной деятельности компании Соса-Сола (зеленый имидж бизнес-субъекта). Далее рассматривается конкретная законодательная инициатива (*ФЗ о расширенной ответственности производителя, см. пример 30*), дается его оценка с точки зрения представителя бизнеса.

Как и во многих материалах проекта звучит сравнение с зарубежным опытом: «В России культура обращения с отходами находится на крайне низком уровне: на переработку уходит 5-7% твердых коммунальных отходов. Для сравнения, в Германии этот показатель достигает 47%». Также повторяется популярная мысль: «необходимо одновременное участие бизнеса, государства, населения, с четким разделением обязанностей».

«Кирилл Болматов: Мы знаем углеродный след каждого бренда» (РБК) – интервью (имя журналиста отсутствует).

Рассказ представителя компании о том, как с помощью современных технологий снижается экологический ущерб от производства. Имидж-эффект соединен с проветительско-пропагандистским: «Мы осознаем меру своей ответственности за эффективное использование ресурсов планеты», «Больше всего на экологию влияет производство и использование упаковки — это 38% от общего углеродного следа».

Экологи.

«Защитники парка «Нумто» призвали соблюдать права жителей Севера» (ТАСС). В материале освещается акция протеста, критика действий властей продолжается в публикации: «Власти позволили компании «Сургутнефтегаз» добывать нефть на водно-болотных угодьях — самом ценном участке природного парка». Приводится обвинение чиновников в незаконной деятельности: «Эколог подчеркнул, что постановление правительства ХМАО, передавшее часть территории парка под нефтедобычу, незаконно, так как было принято без проведения государственной экологической экспертизы». «Обвиняемой» стороне предоставлено право на ответ, представитель компании сообщает об использовании уникальной и экологичной технологии. Сюжет с защитой озера Нумто представляет не только экологическую, но и этнологическую проблематику. Читателям рассказывается о существующем в регионе конфликте между нефтяниками и коренными жителями (*просветительская функция СМИ*): «Этнограф и антрополог Анна Ларионова напомнила об уголовном преследовании хантыйского шамана Сергея Кечимова, пытавшегося защитить другое священное озеро — Имлор, и предупредила, что распространение «неудобной» информации может сдерживаться путем давления на местных жителей». В материале упоминается о нарушении существующих экологических норм представителями предприятий ТЭК «заместитель прокурора ХМАО Евгений Шейрер сообщил ТАСС об ущербе в размере 1,5 млрд рублей, который предприятия ТЭК нанесли природе региона в

2015-2016 годах (...) добавив, что в 2016 году выявлено около тысячи нарушений закона в экологической сфере» (*контролирующая функция СМИ*).

«WWF выделил заповедникам и национальным паркам России 8 млн рублей» (ТАСС).

В материале рассказывается о практических действиях экологов (финансовая помощь) по улучшению природоохранной ситуации – восстановление редких видов животных и растений в рамках года экологии и ООПТ. В комментарии представителя организации говорится, что «программа малых грантов для ООПТ была задумана для поддержки интересных проектов в условиях недостаточного государственного финансирования». Как отмечалось выше, наша гипотеза состоит в том, что позитивные публикации о деятельности эко-организаций косвенно рожают негативную оценку аналогичной деятельности официальных органов власти. Данное высказывание в тексте только подтверждает эту гипотезу. На контрасте с негативным (пассивным) образом государства в материале выделяется положительная оценка участия бизнес-субъектов («Программа существует во многом благодаря активной поддержке российского бизнеса»).

Следующий способ оказания политического влияния с помощью журналистики – это высказывание прямых оценок: критики или одобрения, а также собственно политические выступления: заявления, обещания, призывы, угрозы и прочее. Особенно популярным приемом в проанализированных нами материалах является обращение к зарубежному опыту в качестве образца, идеала, к которому нужно стремиться, при этом отечественная практика на контрасте представляется в неприглядном свете, даже если автор не высказывал прямых оценок.

Критика.

«Российская система заповедников отмечает столетие» (ТАСС). Поднимается проблема угрозы национальному наследию («Наша заповедная система уникальная и лучшая в мире»). Экологи критикуют «политику властей», новые поправки к законам: «государственные органы и бизнес-

структуры относятся к ООПТ как к преграде в развитии коммерческой деятельности». Власть обвиняется в сращивании интересов с бизнесом: «Нововведения в законодательстве напрямую связаны с интересами «Газпрома» и «Интерроса», считают в WWF». Предоставляется и альтернативная точка зрения – Минприроды РФ отрицает обвинения, рассказывает об опыте положительной работы (увеличение количества заповедников, объявление 2017 года годом ООПТ – просветительская работа).

«Рослесхоз вернул запрет на промышленную вырубку кедра» (ТАСС). Материал рассказывает об отмене новых правил в сфере лесозаготовки под давлением экологических активистов. Цитируется заявление Минприроды, о том, что изначально в документе была допущена ошибка, неизвестно так ли это, или чиновники поддались общественному давлению. Комментарии экологов (Greenpeace) подтверждают роль экологических НКО и граждан в процессе изменения политического решения: «Вероятно, разработчики или их начальники поняли, что по-тихому протащить явно очень кому-то нужные поправки не получилось, ... Против них выступило большинство экологических НКО». В любом случае, материал транслирует способность гражданского общества участвовать в процессе политических решений.

«Рынок «умных» технологий сбора мусора превысит \$223 млн к 2025 году» (ТАСС). Пример латентного политического содержания публикации. Материал начинается с факта (научно-исследовательская компания опубликовала отчет о ситуации со сбором мусора в мире), далее рассказывается об опыте применения «умных технологий» в разных странах (*просветительская функция СМИ*). Завершается материал комментариями российских экологов, выражающих сомнение в целесообразности применения «умных технологий» в России, так как не реализован первый этап решения проблемы – отдельный сбор (*пример последовательного дискурса, проблема рассматривается в развитии*). «По мнению

представителей Greenpeace России, внедрять «умные» технологии можно только в тех странах, где система раздельного сбора уже налажена» – неявно, но выражается упрек по отношению к властям, т.к. им не удалось осуществить задуманную реформу.

«Саранск признан самым удобным городом для раздельного сбора мусора в России» (ТАСС). Информационный повод – публикация экологами расследования ситуации с раздельным сбором мусора в России – дает основание для журналиста озвучить саму проблему раздельного сбора отходов в СМИ, донести ее содержание до граждан (*информационная и просветительская функция*). Приведенный комментарий представителя власти (как ответ на подразумеваемый вопрос о причинах ситуации) транслирует осведомленность главы профильного ведомства о проблеме, а также о нацеленности на ее решение: «По словам Сергея Донского, раздельный сбор — это одна из ключевых проблем страны на сегодня». Если бы материал на этом закончился, можно было бы говорить об эффекте «успокоения», но журналист расширяет проблему. Рассказывается о планах правительства построить несколько мусоросжигающих заводов в целях уменьшения экологического ущерба, связанного с захоронением твердых бытовых отходов. В качестве комментария к инициативе («Считается, что таким образом можно будет улучшить условия проживания для 23 млн человек») приводится сообщение об объединении сразу трех экологических организаций и создании «Альянса против сжигания и за переработку отходов». Выявляется конфликт между властями и экологами – первые за сжигание, вторые – за переработку как более экологичный способ утилизации отходов. Позиция экологов снова уравнивается комментарием представителя компании, разработчика проекта, утверждающего, что «сжигание» является лишь частью цикла, для уничтожения отходов, которые не могут быть переработаны. Таким образом, публикация представляет собой максимально взвешенный обзор мнений, отсутствуют личные оценки журналиста (материал был опубликован на информационном портале),

соблюдается принцип чередования точек зрения. Считаем, что подобные материалы имеют слабый политический потенциал, так как способны лишь подтвердить те установки, которые уже имеет читатель (эффект, согласно которому аудитория воспринимает лишь ту информацию, которая соответствует имеющимся убеждениям).

«Мы продаем не сертификаты, а идеологию экологической ответственности» – интервью журналиста Ангелины Давыдовой с главой Экологического союза Юлией Грачевой.

Выше анализировались материалы жанра информационной заметки, что обусловлено расположением материалов на сайте (с них начинается архив публикаций). Далее появляются материалы других жанров, в числе которых интервью. Каждое интервью посвящено конкретной теме, здесь – «состояние и перспективы экомаркировки в России». Герой интервью – руководитель общественной организации, разрабатывающей зеленые стандарты, а также «основатель единственной в РФ системы добровольной экологической сертификации». Предмет разговора – экомаркировка, экотовары. Как упоминалось в первой главе работы, любой материал на экологическую тему, скорее всего, является еще и социальным, и политическим. Анализируемая публикация подтверждает данный тезис, в ответе на первый вопрос журналиста спикер высказывает упрек в сторону государства: «Во всем мире огромное число экотоваров покупается госучреждениями через систему госзаказа. В РФ, пока, увы, нет». В ответе на второй вопрос утверждается значимость журналистского сообщества для продвижения экологической идеи: «Профессиональные журналисты и блогеры с пристрастием разбирают тему, объясняя разницу между «эко» и «псевдоэко» (*просветительская функция*). Далее звучит вопрос журналиста об участии государства в популяризации экопродукции: **«Спрос на экотовары в России создают частные потребители. Есть ли успешные примеры создания его государством?»**. Эксперт рассказывает о существовании соответствующих директив в странах ЕС и некоторых

странах Азии. Теперь на примере материалов в жанре интервью мы встречаем тот же прием, который неоднократно видели в информационных заметках. Лейтмотивом звучит тезис «за рубежом это [положительная экоинициатива со стороны государства] уже есть, а в России еще нет». Считаем данный прием попыткой оказать политическое влияние. Журналистские материалы призваны создать в обществе запрос на внедрение имеющихся в других странах положительные экологические практики. Следующий шаг – понять, каков эффект такой попытки, для этого необходимые глубинные интервью с экспертами (журналистами, представителями экологических организаций, аудиторией материалов).

Несмотря на выраженную ранее негативную оценку опыта РФ по созданию условий для преимуществ экосертифицированной продукции при осуществлении госзаказа, далее говорится о наличии «предпосылок» для появления таких преимуществ. Упрек нивелируется. Отметим профессиональную работу журналиста, обнаружив противоречие оценок эксперта, интервьюер продолжает исследование проблемы: **«Почему тогда зеленые госзакупки в РФ не работают на практике?»**. В ответе уже конкретизируются причины: недостаток знаний (а соответственно – просветительской работы) и отсутствие «четких руководств по применению правил госзакупок», то есть все-таки – несовершенство законодательства (*контролирующая функция*). Далее журналист узнает о степени зрелости российского законодательства в области «органических» продуктов. В ответе (в целом, нейтральном с точки зрения интонации) обозначаются болевые точки (отсутствие закона об органической сертификации) и приводятся аргументы в пользу его принятия.

Из анализа данного материала можно сделать вывод, что такой жанр, как интервью представляет несравнимо больше возможностей, чем информационная заметка, для качественного исполнения экологической журналистикой своих функций. Здесь акцент сделан на анализ существующего законодательства и рекомендации по его улучшению. Такой

материал можно считать образцом политико-правового направления экологической журналистики, о котором говорилось во втором параграфе первой главы.

«Арктика может пройти точку невозврата» (ТАСС).

Текст, посвященный климатической проблеме, прямо критикует позицию президента США, Дональда Трампа, по данному вопросу (стоит отметить, что его критикует большинство защитников природы). Обозначается проблема – таяние льдов подтверждает теорию глобального потепления и влечет за собой отрицательные экологические последствия. Источник научной информации – доклад шведского совета по Арктике. Российские ученые высказываются в поддержку этих данных. Главная мысль академического сообщества – необходимо продолжать исследования. «На этом фоне тревогу ученых вызывают планы, озвученные помощниками избранного президента США Дональда Трампа». Как известно, проблема изменений климата общемировая, поэтому важны совместные усилия всех стран, тем более обладающих такими значительными ресурсами, как США. В финале текста приводится справочная информация о Парижском соглашении по климату, которая звучит как аргументация в пользу уже имеющихся международных планов по преодолению проблемы, и настраивает читателя на солидарность (*пропагандистская функция*).

«Эксперт: российский мониторинг питьевой воды контролирует не все вредные вещества» (ТАСС).

В заметке представлена позиция ученого, критикующего государственные стандарты мониторинга питьевой воды (*контролирующая функция*). Пример произведения экологической журналистики, выполняющего важную функцию контроля: он показывает недостаточное вовлечение академических экспертов, несовершенство госнормативов. В тексте подробно приводится аргументация ученого, отмечающего «белые места» в госрегулировании. По журналистским стандартам, данную точку зрения должен был прокомментировать другой представитель

академического сообщества, однако такой комментарий отсутствует. Повествование материала переходит к рассказу о новейших способах очистки воды, применяемых в разных странах. Таким образом, материал имеет явное политическое влияние (антиправительственное), но используется некорректный прием – представлена одна точка зрения.

«Директор WWF России Игорь Честин — об экологических трендах 2017 года».

Материал представлен как интервью, однако, отсутствует имя журналиста-интервьюера, что позволяет думать о том, что текст является промоутирующим и был заранее прислан пресс-службой организации (WWF).

Содержание интервью, в целом, нейтральное, оно представляет собой обзор трендов мировой экологической повестки за последний год. Дается оценка действиям российского правительства, она и отрицательная: «Россия же рискует оказаться на периферии», «В России могут происходить конфликты...», и положительная: «ситуация с загрязнением воздуха и воды в России с каждым годом улучшается». Таким образом, негативные оценки уравновешиваются положительными и взгляд эколога представляется взвешенным и уравновешенным (нивелируется распространенный долгое время образ экологов как фанатиков и экстремистов).

Высказываются пожелания к власти, фигура нового главы администрации президента Сергея Кириенко упоминается в связи с ожиданием на исключение экологических организаций из списка иностранных агентов (выше приводился пример «Белоны»). Отметим, что эколог выражает свои пожелания в мягкой, неимперативной форме: «Надеюсь, что те экологические организации, которые уже были названы «иностранными агентами», будут из этого списка исключены», «Рассчитываем, что в год столетия заповедной системы заповедникам будет возвращен должный режим охраны», «Также мы надеемся, что будет наконец восстановлена экологическая экспертиза». При этом даже, без агрессивной

риторики содержание высказываний однозначно является критикой существующих законодательных норм.

Таким образом, это интервью – пример нового пресс-имиджа экологов: людей, которые способны контролировать природоохранную деятельность государства, высказывать свои рекомендации, при этом оставаться в рамках конструктивного диалога. Очевидно, такой образ должен привлекать симпатию читателей и общества в целом.

Константин Фомин: «Вместе с зелеными зонами Москву покинул чистый воздух» – авторская колонка

Критика градостроительной политики Москвы начинается со сравнения с зарубежным опытом: на контрасте с цифрами о количестве посаженных деревьев в других крупных городах мира, приводится отечественная статистика: «Москва, по оценкам «Гринписа», за 15 лет лишилась 700 га зеленых насаждений».

Эмоциональное усиление информации достигается за счет использования инфографики (авторство – «Гринпис», по данным анализа космических снимков).

Далее приводится ретроспективная справка – объясняется, как из центра Москвы пропали зеленые насаждения. Причисление Москвы к городам с «худшей экологической ситуацией в стране» делается со ссылкой на данные главы Минприроды, Сергея Донского. Таким образом, первый вывод о политической направленности публикации – кажется, что представитель Greenpeace критикует не современную власть, а советскую (периода после 1950-х).

Впрочем, далее звучит оценочная фраза «агрессивная градостроительная политика» и называются примеры такой политики «этого года». Подробно описывается один из конфликтов, звучат обвинения: «юристы «Гринписа России» убеждены: правительство Москвы реализует проект строительства Северо-Восточной хорды (шестиполосная автомагистраль) по землям лесопарка «Кусково» незаконно», «правительство

Москвы решило легализовать задуманное, подогнав нормативно-правовые акты под строительные планы».

Публикация – пример того, как СМИ выступают площадкой для сторон (в данном случае – экологов) экополитических конфликтов, выражением мнения общественности.

«Экологи требуют проверить состояние воздуха вблизи горячей скважины в Коми».

Пример публикации, представляющей альтернативный взгляд на ситуацию. Инфоповод – заявление Greenpeace «с требованием организовать независимый государственный мониторинг состояния воздуха» около аварийного объекта (пожар на нефтяной скважине). Ответственные представители бизнеса уверяют в отсутствии поводов для беспокойства: «С первых дней аварии пресс-служба «Лукойл-Коми» заявляет об отсутствии угрозы для населения». Однако, история имеет множество случаев, когда ответственные за аварию субъекты, подвергая риску граждан, скрывали серьезность катастрофы. Долг экологических организаций и экологических журналистов состоит в том, чтобы добиваться наиболее достоверной информации. Отказ от представления такой информации: «На запрос «+1» о подробностях мониторинга в «Лукойл-Коми» не ответили» должен служить поводом к судебной проверке.

Призывы.

«Сингапур обяжет производителей бумаги беречь торфяники от пожаров» (ТАСС). Пример материала, где зарубежная повестка становится поводом к анализу похожей российской. Повторяется привычная уже структура: постановка проблемы, характеристика современной ситуации (что уже сделали, а что нет, со ссылкой на экспертов – агентство при министерстве промышленности), заключение о необходимости дальнейшей деятельности, высказываются рекомендации властям (*контролирующая функция СМИ*): «Для дальнейшего роста эффективности и экологичности отрасли со стороны государств и бизнеса необходимы такие шаги, как ...»

«Ученые: 2016 год является самым жарким за всю историю наблюдений» (ТАСС). Типичная структура: констатация научных фактов, заключение с призывом к политическим действиям: «Ученые считают, что мировые лидеры не должны закрывать глаза на опубликованные данные и должны предпринять соответствующие действия для решения проблемы».

«Россия потеряла почти 18 млн га леса за 13 лет» (ТАСС). В материале хоть и указывается недостаток политико-правовой системы: «Право не всегда может защитить леса», основной заложенный эффект – призыв к гражданскому активизму (*организационная функция СМИ*): «До тех пор, пока законы не начали действовать, исследователи предлагают бороться своими силами. Пример Бразилии доказал, что активизм может быть эффективным».

«Глава ООН призвал бизнес включиться в борьбу с изменением климата» (ТАСС). «Партнерские отношения государств с бизнесом выгодны всем сторонам процесса — это основа стратегии устойчивого развития» – цитируются «программные» положения международных организаций (ООН) по достижению устойчивого развития. Публикация таких высказываний служит пропагандистским целям (формирует мировоззренческие установки), причем аудиторией пропаганды можем считать не только граждан, но и самих представителей власти и бизнеса (предположение позволяет сделать характер площадок).

«Экологи призывают наладить общественный контроль над утилизацией радиоактивных отходов» (ТАСС).

Данная публикация – пример того, как важно для экологов иметь контакты со СМИ. Весь материал основан на исследовании экологического правозащитного центра «Беллона», проанализировавшего системы управления радиоактивными отходами в странах ЕС и России. Уже в заголовке в агрессивной форме обозначена проблема («призывают» - сильный глагол, «наладить общественный контроль», т.е. предполагается, что он не налажен). В первом абзаце публикуются выводы исследования:

деятельность государственного предприятия по обращению с радиоактивными отходами несовершенна и требует «большого общественного и экспертного участия и контроля». Далее озвучиваются прямые политические рекомендации: авторы доклада призывают государство «разработать законодательство, которое регламентировало бы общественное участие в обращении с отходами», «расширить полномочия органов власти на местах», «предлагают развивать в стране независимую научную экспертизу». Высказывается намек на то, что структуры, обязанные давать независимую экспертную оценку, находятся под контролем госкорпорации, имеющей собственные интересы («... финансируется Росатомом. В этой ситуации говорить о непредвзятых исследованиях сложно»). Текст информирует о проблеме (*информирующая функция СМИ*), сообщает о несовершенстве государственной системе и потенциальном конфликте интересов (*контролирующая функция СМИ*). После рассказа о ситуации в России (взгляд экологов) приводится зарубежный опыт решения проблемы с радиоактивными отходами, подчеркивается, что единого метода решения нет и что определить надежность того или иного способа невозможно, т.е. проблемы становится глобальной, а тон публикации более уравновешенным. Завершается материал справкой об организации «Беллона», упоминается, что с января 2017 года Министерство юстиции РФ причислило организацию к иностранным агентам.

«В Москве начались Дни Арктики» (ТАСС). Материал посвящен федеральному форуму (организован государством), направленному на взаимодействие ученых, представителей Минприроды, НКО и журналистов по вопросу защиты арктических территорий. Обозначается конфликт интересов в регионе: «сталкиваются интересы нефтегазового бизнеса и природоохранных организаций, а также пограничников и туристического бизнеса». Пересказывается выступление экспертов WWF, считающих, что «гигантские площади, которые отводятся государством под газо- и нефтедобычу» – конкретизируется претензия к государству со стороны

защитников природы, далее высказываются рекомендации по природоохранным мероприятиям в регионе и звучит обещание «представить в Минприроды свой проект плана по эффективному сохранению природы в Арктике». Как говорилось ранее, в связи с аналогичным «обещанием» президента, обязательство в публичном поле дает временное имиджевое преимущество, но при условии неисполнения, напротив, может испортить деловую и политическую репутацию. Главными героями материала об инициированном государством мероприятии становятся экологи, с точки зрения концепции «политического влияния» мы видим выражение претензий, рекомендаций и обещания собственных политических действий. Все это является примером попытки гражданского общества участвовать в процессе принятия политических решений, а СМИ выступают транслятором этой позиции, а также, в некоторой степени, гарантом и контролером, например, спустя некоторое время «напрашивается» публикация о результатах инициативы по предоставлению плана в Минприроды. Звучит еще один важный призыв со стороны экологов: «Нужно, чтобы государственные и негосударственные природоохранные организации выступали единым фронтом и имели общие приоритеты, потому что мы часто дублируем друг друга и не можем определиться, кому нужно помогать». Подводя итог, можно сказать, что тональность материала не столько антиправительственная («экологи правы, а государство нет»), сколько ориентированная на диалог и сотрудничество. На базе уже проанализированных материалов можно сделать промежуточный вывод о том, что такая тенденция на диалог – характерна для данной площадки, портала «+1».

Евгений Шварц: «Информация по лесам, не относящаяся к государственной или коммерческой тайне, должна быть доступна заинтересованным сторонам» – авторская колонка.

Первый материал такого рода на странице проекта – монолог представителя крупной природоохранной организации с критикой существующей ситуации по доступу к экологической информации (данным

Рослесхоза). Автор, апеллируя к собственным источникам, объясняет, почему тезис о том, что Россия имеет «огромные неиспользуемые лесные богатства» – неверен. «Попытки скрыть информацию о состоянии лесов страны успешно продолжаются» – заявляет автор колонки. Сам факт наличия такой точки зрения, которую могут подтвердить другие эксперты (по словам автора) должен послужить поводом к глубокому журналистскому расследованию, так как сама публикация в рубрике «авторское мнение» не может иметь такой силы влияния, как полноценный журналистский материал с привлечением разных заинтересованных сторон.

Однако, некоторые пункты колонки не вызывают сомнения и сейчас, так как основаны на открытых данных, к примеру, достаточно зайти на сайт упомянутого госоргана, чтобы проверить достоверность следующей информации: «Большинство пунктов «Публичной декларации Рослесхоза» за 2015 год, предусматривавших публичное раскрытие информации, в том числе о космическом мониторинге пожаров и госинвентаризации лесов на 26% площади лесов России, осталось невыполненным».

Автор аргументированно обвиняет в коррупции ответственных за сохранение российских лесов ведомств: «являются попытками втихую сохранить некий «резерв» природоохранных лесов под промышленную вырубку». Это серьезное обвинение, которое требует с одной стороны проверки журналистами, другими общественными организациями и прокуратурой, а также – ответом самого ведомства.

Наконец, звучат конкретные рекомендации: требуется открыть «всю информацию по лесам» (данные госинвентаризации лесов и государственного лесного реестра, лесные планы и лесные регламенты), «срочно» доработать нормативно-правовые акты, регламентирующие отчетность субъектов РФ по исполнению переданных полномочий управления лесами, а также опубликовать «на первых страницах сайта Рослесхоза» статистику о пожарах в субъектах РФ.

Для того, чтобы оценить эффективность, влияние этой публикации (значительной по интонации) следует обратиться (4 месяца назад)

Сравнение с зарубежным опытом.

«Австрия создаст национальную сеть электрозаправок» (ТАСС).

Еще один материал, построенный по типу: проблема, зарубежный опыт решения, ситуация в России. Обратим внимание на композицию текста. Говорится, что «благодаря активной господдержке», созданию национальной сети электрозаправок (цель – 2000 станций к концу года) «спрос на электротранспорт в Австрии вырос на 130%». В следующем абзаце называются цифры по теме в нашей стране – «722 электромобилей» на всю Россию и планы по установке «90 электрозаправок на крупных региональных трассах» и «еще 10 пунктов подзарядки в Краснодаре» (при участии администрации края и АО «Объединенная приборостроительная корпорация», входит в ГК «Ростех»). Контраст на лицо, успех перехода на более экологичный вид транспорта в Австрии прямо связывается с государственной помощью. Автор текста не выступает с критикой отсутствия подобной поддержке со стороны российского правительства, за него это делает структура текста.

«Еврокомиссия выступила за мораторий на новые мусоросжигательные заводы» (ТАСС).

С позиций зарубежного опыта материал затрагивает насущную и для России проблему. В российском обществе существует конфликт точек зрения по поводу строительства мусоросжигательных заводов. Об этом говорится в завершающих абзацах текста – правительство РФ утвердило план на строительство 5 таких заводов по стране, экологические организации выступают против, «утверждают, что сжигание отходов противоречит действующему законодательству», то есть обвиняют власть в несоблюдении законов (*контролирующая функция*). Инфоповодом к публикации послужило выступление Еврокомиссии с призывом к запрету заводов по сжиганию

мусора и предложением альтернативных методов. Таким образом, позиция российского государства оказывается противоположной позиции законодательного органа Евросоюза и экологов, что в контексте установки «Западный опыт авторитетен» дискредитирует отечественную позицию.

«Химики из Финляндии нашли способ переработки старой одежды» (ТАСС).

Очередной материал о зарубежном экоориентированном опыте, который становится поводом к обсуждению проблемы в нашей стране. После рассказа об инновации финских ученых, несколько абзацев уделяется теме переработке одежды в целом и предоставляется комментарий отечественному эксперту (директору сети благотворительных магазинов). Эксперт отмечает, что подобная разработка не актуальна на данном этапе для России, так как в первую очередь надо побудить людей не выбрасывать одежду, а приносить в организации, которые готовы с ней работать. Также называется такая проблема, как «отсутствие в России переработки одежды как таковой». Через высказывание эксперта высказывается политическая рекомендация: «По мнению Цыганкова, государство должно выделять на эти цели субсидии» (*организационная функция*).

«Экомаркировка подтверждает конкретную деятельность в решении экологических проблем» – интервью журналиста Ангелины Давыдовой с главой Всемирной ассоциации экомаркировки.

Предмет разговора – «теория и практика экологической сертификации», то есть продолжается тема предыдущего интервью, но теперь на глобальном уровне, т.к. герой интервью – представитель «независимой международной некоммерческой организации». Большая часть материала – рассказ о развитии экосертификации в Северной Европе, а также о самой сути, «миссии» экомаркировки (*просветительская функция*). Из слов интервьюируемого звучит важный тезис в поддержку предыдущего материала: «Госзакупки являются эффективным инструментом стимулирования экосертификации для новых групп продукции». Учитывая

последовательный выпуск материалов, он звучит как аргумент (из уст зарубежного эксперта) к озвученному в другом интервью «пожеланию» о том, чтобы соответствующие действия были приняты со стороны правительства РФ. Именно последовательное освещение какого-либо сюжета, как говорилось в первой главе, можно считать полноценным дискурсом, частью экополитической коммуникации. Такое перекрестное освещение проблемного вопроса в двух интервью считаем попыткой осуществления продуманного политического влияния путем «вброса» темы в публичное поле. Возможности журналиста ограничены, он не может напрямую влиять на власть, но вынесение темы на общественное обсуждение – его самый честный способ политической борьбы. На вопрос о ситуации с экосертификацией в России эксперт дает оценку «медленно, но в правильном направлении», но отсутствует какая-либо оценка государственного участия.

«В Германии развивается экономика совместного потребления» (ТАСС).

Новость о зарубежной практике (частной, не государственной) становится поводом к освещению аналогичной практики в РФ. Экспером, который дает такой анализ для СМИ становится представитель общественной организации «ЭКА», т.к. в зарубежном кейсе не рассказывается о значительной роли государства в процессе, то и далее в материале вопрос государственного участия не поднимается (нет политических рекомендаций). Рассказывается об общественных частных проектах, гражданской инициативе. В финале текста звучит вывод со слов эксперта: «благодаря многолетней активной просветительской работе общественных организаций число людей, которые сортируют отходы дома и сдают их в переработку, постепенно растет», то есть заслуга в области экологического просвещения причисляется, в первую очередь, гражданскому обществу, а не государству. Также в тексте (слова эксперта) критикуются приоритеты госполитики, обозначается расхождение между заявлениями и действиями: «Несмотря на то, что в новой редакции 89 ФЗ „Об отходах“ в качестве приоритета

госполитики декларируется максимальный возврат ресурсов во вторичный оборот (...), мы видим приоритетную поддержку строительства мусоросжигательных мощностей, что на практике означает уничтожение ценных ресурсов и блокирует развитие отрасли переработки».

«Качество товаров — в подходах» («Коммерсант»).

Первая аналитическая статья в нашем анализе, на самом деле, была опубликована в первый месяц существования проекта – в ноябре. Дело в том, что если обращаться к архиву материалов проекта, то эта статья появляется приблизительно на середине главной страницы («блочная» верстка, все публикации расположены на одной странице), а мы изучали материалы «снизу-вверх».

Тема – уже освещаемая ранее (экомаркировка), в лиде обозначен замысел автора – понять «как и в каких случаях экологическая маркировка работает на благо потребителя». Журналист предстает в материале исследователем: «. Мы разобрались в том, как зародился и устроен процесс эко-маркировки товаров, что стоит такими отличительными знаками и каким из них можно доверять». Отчасти эта тема уже освещалась в публикуемых ранее интервью, но повторении не является недостатком, а, напротив, показывает серьезность намерений журналистов, старающихся представить разные точки зрения на проблему и наиболее комплексно раскрыть вопрос.

Нам это позволяет обнаружить последовательность или противоречия информации. Так, в вводной части статьи звучит оценка: «потребители — как частные, так и государство — стали подогревать спрос на товары и услуги, производство которых не наносит вреда природной среде». При этом эксперты из проанализированных ранее текстов говорили о том, что государство на данном этапе не способствует росту потребительского спроса на экосертифицированную продукцию.

Далее звучит критика в сторону существующих в России правовых норм (*политико-правовое направление экологической журналистики, контролирующая функция*): раскрывается содержание ГОСТа,

регламентирующего экологические этикетки, и объясняется его несовершенство – покупатель не защищен от обмана производителем.

На контрасте рассказывается о единственном стандарте, существующем в России, который способен защитить потребителя, и он разработан общественной организацией (замаскированный упрек в сторону государства).

Поднимается вопрос о том, кто гарантирует надежность различных экомаркировок, по мнению автора статьи, это – «независимые сертифициаторы, общественные кампании и СМИ», а вопрос о надежности самих сертифициаторов остается открытым, говорится только, что «часто контрольную функцию берет на себя государство». Эта фраза соответствует интонации статьи: не отрицается, что какие-то действия в данной области государством предпринимаются, однако автор явно не считает их значительными и более того не пытается озвучивать политических рекомендации, рассматривая проблему в большей степени на уровне деятельности общественных организаций.

«Инструментов для борьбы с «зелеными» подделками в России практически нет. Экологические маркировки принадлежат независимым или иностранным организациям, и отстаивать свои права необходимо им самим. Способов сделать это всего два — обращения с жалобами непосредственно в торговые сети и публикации в СМИ», – тезис о том, что на государственном уровне невозможно вести борьбу с подделками довольно сомнительный, этот отрывок отражает позицию автора, изначально не нацеленного на политическую борьбу, возможно, из-за неверия в ее успех.

Эту мысль, которая может возникать у читателя в ходе прочтения материала, однозначно доказывает финальный абзац текста. Автор прямо говорит, что в странах Европы и США существует «нормативно-правовая база и государственные органы, гарантирующие потребителю заявленное качество», в России же она отсутствует. Таким образом, потенциальный эффект данного материала все-таки политический – с одной стороны, автор

ведет просветительскую работу и агитационную (нацеленность на общественные организации и активистов), с другой стороны – высказывает политический запрос.

Татьяна Честина «Экологическое образование в РФ не соответствует серьезности проблем» – авторская колонка.

Колонка директора по развитию фонда «ЭРА» посвящена теме экопросвещения в России и опыте обучения детей и подростков разделному сбору отходов. Автор ссылается на российские законы (ФЗ «Об охране окружающей среды», «Основы государственной политики в области экологического развития РФ на период до 2030 года»), в которых декларируется «важность экологического образования», но отмечает, что заявления расходятся с практикой: с практической реализацией этой концепции есть большие проблемы: «уровень экологического образования не соответствует серьезности экологических проблем. с практической реализацией этой концепции есть большие проблемы: уровень экологического образования не соответствует серьезности экологических проблем». Автор называет причины проблемы: «отсутствие единой государственной политики», «низкая экокультура» в обществе, упоминается и то, что «много экопросветительских инициатив реализуется некоммерческими организациями», а не государством. Подчеркивается значимость совместной работы бизнеса и НКО, в качестве примера приводится упомянутый ранее проект «Разделяй с нами» (Coca-cola).

Снова приводится сравнение с зарубежным опытом, статью завершает фраза: «В мире накоплен огромный опыт в сфере образования для устойчивого развития и экологического просвещения — нам есть на что опираться и к чему стремиться», которая иллюстрирует тон большинства публикаций проекта «+1».

Итак, выше мы показали, как проводилась интерпретация журналистских текстов для получения выводов о потенциале их политического влияния. Наконец, перед нами стояла задача сравнить

содержание политического направления экологической журналистики в локальной, региональной и федеральной повестке. Выявлена диспропорция в преобладании одних сюжетов на федеральном уровне (**«Россияне считают мусор главной экологической угрозой» (ТАСС)**), а других – на глобальном (изменения климата, цели устойчивого развития). В региональной и локальной повестке конкретизируются ответственные экополитические акторы, политические призывы имеют явных адресатов.

Итак, на основе семантического анализа приведенных выше и других публикациях (полный список в таблице в приложении) можем сделать следующие выводы. Значительная доля материалов посвящена событиям зарубежной экологической повестке. Несмотря на то, что согласно задачам данного исследования такие материалы не становились единицами анализа, важно отметить их потенциальный политический эффект. Публикации в отечественных СМИ о случаях успешной деятельности активистов в других странах (пример: демонстранты добились отзыва федеральными властями США разрешения на строительства нефтепровода (ТАСС)¹³⁸) определенно служат пропагандистским целям. «Природоохранные организации назвали победу индейцев сокрушительной. Она свидетельствует, что интересы крупных компаний и государственных структур не могут быть важнее интересов людей, чью судьбу строительство затрагивает напрямую, полагают экологи» – такие пассажи воодушевляют людей быть активнее, зарубежный пример доказывает, что граждане способны участвовать в процессе принятия решений. С одной стороны, такая информация способна менять мировоззренческие установки (*пропагандистская функция*), а также вдохновляют на действия (*организационная функция*). Возможен и еще один эффект по причине следующих факторов:

– доминирующее в стране патерналистское сознание (из опроса «Левада-центра»: «более половины респондентов (53%) считают, что государство «должно заботиться обо всех своих гражданах, обеспечивая им

¹³⁸URL: <http://plus-one.ru/blog/ecology/indeycy-dobilis-otmeny-stroitelstva-nefteprovoda-pod-missuri> [Дата обращения: 01 мая 2017 года]

достойный уровень жизни» — именно так, по их мнению, должны складываться отношения между властью и обществом»)¹³⁹

- скепсис относительно возможности сотрудничества: «Примерно каждый пятый (18%), объясняя, почему, по его мнению, интересы власти и общества различаются, отмечает отсутствие «обратной связи между теми, кто принимает политические решения наверху, и населением».

Вместе это приводит к тому, что происходящее за рубежом представляется недостижимым идеалом. С одной стороны, граждане сами не готовы проявлять подобную активность. Из опроса ВЦИОМ 2016 года – 66% респондентов в течение года ни разу не принимали участия в общественных акциях, таких как коллективное благоустройство, благотворительные организации, экологические мероприятия и прочее¹⁴⁰. С другой стороны, всегда готовы обвинить власти в недостаточном уровне «заботы» и сотрудничества с рядовыми гражданами.

Приведем в качестве примера еще один материал – «Микропластик признан главным загрязнителем океана». В тексте последовательно аргументируется озвученная в заголовке проблема, а далее рассказывается какие действия по ее решению принимают разные страны. В частности, перечисляются регионы, где в последние несколько лет полностью прекратили использование одноразовых пакетов. Опыт России в тексте даже не упоминается (любой читатель знает, как распространено использование таких пакетов в стране), но тем выше эффект. Неосознанно возникают вопросы: «А возможна ли в нашей стране такая инициатива?», «Почему о таких вещах не говорят политики?».

Популярным тезисом является мысль, высказываемая как бизнесом и экологами, экспертами, так и государством о том, что необходимо консолидированное участие всех этих субъектов в процессе решения

¹³⁹URL: <http://www.levada.ru/2014/01/29/rossiyane-hotyat-ot-vlasti-zaboty/> [Дата обращения: 01 мая 2017 года]

¹⁴⁰ URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116167> [Дата обращения: 01 мая 2017 года]

экологическим проблем, и как сказано в одном тексте – «с четким разделением обязанностей». Эта мысль наиболее верно характеризует тон современной экополитической коммуникации в СМИ – журналистика, в первую очередь, используется не как инструмент политического влияния, в смысле, борьбы по захвату и удержанию власти, а как канал для призыва к помощи, к объединению усилий. Из проанализированных материалов складывается мнение, что экологическая политика действительно является приоритетным направлением политики в российском государстве (есть консенсус по поводу основных конфликтных вопросов: изменения климата, работа с отходами, сохранение редких видов). Другое дело, что многие из озвученных ценностей лишь декларируются, но не исполняются на практике. В такой ситуации чрезвычайно важна роль СМИ, как контролирующего органа. Термин ‘watchdog’ из англосаксонской теории журналистики здесь как никогда актуален.

Итак, несмотря на то, что большинство текстов, опубликованных на портале «+1» являются информационными, и в них отсутствуют авторские оценки, экспрессивные единицы, политический компонент присутствует на этапе отбора сюжетов и комментаторов. Последовательное освещение определенной проблематики может считаться политическим заявлением, если оно направлено на изменение законодательства в экологической сфере, этому способствуют следующие приемы: постановка проблемы, представление зарубежного опыта как образца, трансляция усилий бизнеса и НКО по претворению в жизнь экологических практик, которые пока не общеобязательны на законодательном уровне.

4. Изменение климата как приоритетная политическая проблема в экологическом дискурсе

На основе анализа материалов проекта «+1», осуществленного в параграфе 2.2. данной работы мы также выделили несколько наиболее частотных тем в современном экологическом дискурсе. В ходе анализа было доказано, что тема изменения климата заслуживает особенного внимания не только потому, что для решения этой глобальной экологической проблемы в 1992 году была принята Рамочная конвенция ООН об изменении климата (впоследствии ее подписали более чем 180 стран), и каждый год стороны конвенции собираются для новых переговоров. Кроме того, тема климата доминирует количественно в материалах проекта, посвященного экологической теме в широком смысле.

Андерс Хансен (Anders Hansen) в исследовании, посвященном экологической коммуникации, заявляет: «‘Окружающая среда’, а в последнее время, прежде всего, ‘изменение климата’ за последние 3-4 декады стала одной из ключевых общественных и политических забот нашего времени, а медиа и публичная коммуникация были и продолжают играть в этом центральную роль»¹⁴¹.

Антропогенное изменение климата – глобальная экологическая проблема, выражающаяся, в первую очередь, в повышении средней температуры воздуха – глобальном потеплении. В публичном дискурсе разных стран до сих пор существуют полярные точки зрения на изменения климата (от озабоченности до отрицания самой проблемы). В академической среде, напротив, признан научный консенсус, согласие в том, что негативные изменения климата действительно происходят, и причина этого –

¹⁴¹ Hansen, A. (2011). Communication, media and environment: Towards reconnecting research on the production, content and social implications of environmental communication. *International Communication Gazette*, 73(7). P. 8.

деятельность человека¹⁴². Неслучайно межправительственная группа экспертов по изменению климата (МГЭИК), которая занимается всеобъемлющим анализом текущей ситуации, ее причин и последствий, в 2007 году была награждена (совместно с вице-президентом США Альбертом Гором) Нобелевской премией мира¹⁴³.

Согласно наиболее популярной гипотезе, основной причиной климатических изменений являются выбросы в атмосферу парниковых газов, прежде всего – CO₂ (диоксида углерода). В 1992 году в Рио-де-Жанейро 180 стран мира подписали «Рамочную Конвенцию Объединенных Наций по изменению климата», устанавливавшую особые обязательства по ограничению опасных выбросов и другие меры. Расширение требований по конвенции произошло в 1997 году в Киото.

Российская Федерация ратифицировала Киотский протокол в октябре 2004. Вопрос реализации Россией Киотских договоренностей волновал многие государства, т.к. наша страна стоит четвертой в списке, после Китая, США и Индии, по количеству выбросов¹⁴⁴. Киотский протокол предлагал крайне выгодные условия для России: благодаря структурным изменениям в российской экономике в период с 1990 по 2008 годы, для успешной реализации обязанностей по Киотскому протоколу России могла не снижать уровень выбросов, а только обязаться не превышать показатели 1990 года (17,4% против 6% в 1999 году). Таким образом, Россия изначально имела экономический потенциал к ратификации (торговля квотами на эмиссию), а также политический – улучшение международного имиджа. Попытку подробного анализа стимулов, которые Россия имела для ратификации

¹⁴² Oreskes Naomi. The scientific consensus on climate change: how do we know we're not wrong. // Climate Change: what it means for us, our children and our grandchildren / edited by Joseph F. C. DiMeto, Pamela Doughman, Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2014. P. 65.

¹⁴³ URL: http://www.ipcc.ch/home_languages_main_russian.shtml [Дата обращения: 7 мая 2017 года]

¹⁴⁴ URL: <https://yearbook.enerdata.ru/CO2-emissions-data-from-fuel-combustion.html> [Дата обращения: 01 мая 2017 года]

Киотского протокола, и в целом, содержание, мотивы и потенциальные эффекты участия России в глобальном регулировании климата предпринимает Нина Тюннкюнен, профессор университета Турку, специалист в области экологических проблем Балтийского региона. Как поясняет автор, такой анализ полезен для понимания будущей роли России в решении глобальных экологических проблем.

В своей статье (*A great ecological power in global climate policy? Framing climate change as a policy problem in Russian public discussion*)¹⁴⁵ автор предлагает обратить внимание на то, как характеризуется проблема изменения климата в российской общественной повестке (на примере газетных публикаций). Это позволит определить степень участия страны в глобальном управлении климатическими изменениями. Исследователь называет три основных «фрейма»: миссия, национальные интересы и долг. Первый предназначен для улучшения международного имиджа страны. Второй заставляет сфокусироваться на экономических и социальных издержках. И только фрейм долга «определяет климатические изменения как проблему, которую Россия должна помочь решить».

Тюннкюнен обращается к концепту России как «Великой державы» (Н. Бердяев, Ф. Достоевский, Д. Хоскинг), вспоминает термин «Великая экологическая держава» Н. Ключева, подразумевая, что значительная степень величия нация основывается на обладании крупным запасом природных ресурсов, а также, что экологическая ситуация в России, во многом, влияет на мировую. Тюннкюнен ссылается на американских исследователей глобальной экологической политики, которые отметили, что более 80% публикаций на эту тему в российских СМИ были неполноценными или недостоверными¹⁴⁶, но концентрируется на интерпретации политических смыслов. Исследователь

¹⁴⁵ Nina Tynkkynen (2010) *A great ecological power in global climate policy? Framing climate change as a policy problem in Russian public discussion*, *Environmental Politics*, 19:2, 179-195

¹⁴⁶ Henry L. and McIntosh Sundstrom L., *Russia and the Kyoto protocol: Seeking an alignment of interests and image*. *Global Environmental Politics*, 7 (4), 2007, p. 53

делает вывод, что все три указанные выше фрейма: климатическая политика как миссия, как аспект национальных интересов и как долг «Великой Державы» представляют собой разные точки зрения на то, что делает Россию великой страной. Соответственно, в первом случае – это ее экологическое превосходство, во втором – экономический статус и в третьем – исполнение обязательств перед собственными гражданами и остальными миром. Далее автор поясняет, как такие ценностные установки отражают характер политической идеологии, фрейм «долга» связывается с либерально-демократическими взглядами, фрейм «национальных интересов» – с национально-патриотической, а фрейм миссии ассоциируется с направленностью на улучшение международного имиджа.

На основе проведенного анализа исследователь высказывает опасение, что ЕС, доверившись имиджу «Великой Экологической Державы», а также по причине собственной зависимости от российских природных ресурсов будет лояльнее относиться к действиям внутри РФ, противоречащим глобальному курсу на стабилизацию экологической ситуации.

Добавим к этому собственный вывод – данное исследование показательно как пример обоснованного суждения об экологически-ориентированных материалах в СМИ как эффективном инструменте политического влияния. Финский исследователь аргументированно объясняет, как работа СМИ внутри страны может влиять на международную политику. Конечно, в первую очередь автор анализирует собственно экологическую политику, действия главы государства и ответственных органов власти, которые сами по себе влияют на имидж страны за рубежом. Однако, так называемые «фреймы», системы ценностей становятся достоянием общественности именно в публичном поле, значительная часть которого – СМИ.

Исследование Нины Тюнкюнен было осуществлено в 2010 году. За прошедшие годы наиболее значимая конференция по климату состоялась в 2015 (Парижская конференция по климату), где были приняты обязательства

по сокращению выбросов парниковых газов. Как показал анализ произведений экологической журналистики из современной практики, декларация политических намерений далеко не всегда означает их практическую реализацию. Много зависит от участия всех субъектов экополитического процесса: бизнеса, некоммерческих, неправительственных, общественных организаций, граждан и СМИ. В рамках данной работы предметом исследования являются произведения, опубликованные в средствах массовой информации, соответственно мы можем проследить, какие ценностные установки по отношению соблюдения обязательств по климату транслируют отечественные СМИ. Для этого предпримем попытку продолжить работу финского исследователя, воспользовавшись концепцией фреймов. Статья Тюннкюнен завершилась фразой: «Устойчивость экологического величия России обеспечит поощрение участия России в глобальной экологической политике на базисе долга». Наша задача – проследить, какой фрейм относительно климатической политики популярен сегодня.

Итак, за основу анализа взята характеристика Тюннкюнен: «миссия», «национальные интересы» и «долг». Всего было проанализировано ... материалов журнала «Экология и право» (издается Экологическим правозащитным центром «Беллона» с 2002 года). Выбор издания обусловлен тем, что это специализированное экологическое СМИ, выходящее при поддержке международной (центральный офис расположен в Норвегии) некоммерческой общественной организации (о значимости НКО в экополитическом процессе неоднократно говорилось на страницах данного диссертационного исследования). Кроме того, один из номеров журнала (октябрь 2016 года) был целиком посвящен теме изменений климата, был опубликован накануне очередного раунда климатических переговоров ООН – в Марракеше, первого климатического саммита после Парижского (2015). Предполагаем, что в материалах этого номера зафиксированы парадигмы

«парижского» этапа международного климатического сознания. Именно этот выпуск стал объектом нашего исследования.

Анализ климатической повестки в российских экологических СМИ на примере журнала «Экология и право».

На 44 страницах выпуска размещено 11 материалов, посвященных разным аспектам климатической политики, в частности в редакционном письме сообщается о попытке «оценить, что обещают и делают политики ... в области снижения выбросов парниковых газов». Проанализировав каждую из них, размещаем здесь только выводы о доминирующих фреймах и цитаты, подтверждающие наш вывод.

1) «Время рекордов» Климатические антидостижения как стимул к действию.

Статья-гид по номеру представляет собой анонсы всех материалов. Несмотря на то, что материал носит обзорный характер, в нем также присутствует авторская (в данном случае коллективная редакционная оценка) действий по борьбе с изменениями климата. Однозначно, это фрейм «долга», так как не говорится о национальных интересах или международном имидже нашей страны, вообще не говорится об особенностях процесса по взаимодействию с климатическими изменениями в нашей стране. Проблема рассматривается масштабно, на международном уровне, то есть именно так, какова она есть: «В последние годы последствия изменения климата мы ощущаем на себе все сильнее, и тем безотлагательнее совместные усилия стран в преодолении климатического кризиса. Пришло время оставить климатические антирекорды позади».

2) «Опасный «малыш» Эль-Ниньо и «невечная» мерзлота» О чем говорят данные последних наблюдений за изменением климата (Юлия Смирнова)

В статье предпринимается попытка обобщить уже известные ученым данные об изменениях климата. Ситуация объясняется так, что должно стать

понятно даже обывателю, неблизкому к естественным наукам. Выполняется просветительская функция экожурналистики.

Конкретизируется, в чем состоит проблема изменений климата для России – главным побочным эффектом называется таяние вечной мерзлоты (60% всей территории России). «Этот процесс приводит, во-первых, к разрушению выстроенной в северных районах инфраструктуры, а во-вторых – к высвобождению находящихся в пластах вечной мерзлоты метана и углерода, которые усиливают парниковый эффект». Что касается идеологической риторики, в материале звучит общий экологический пафос: «Климат менялся и будет меняться, даже если мы в одночасье прекратим свое существование. Но в наших силах дать этим изменениям происходить естественным путем, помня, что все наши действия влияют на то, в каких условиях мы будем жить в ближайшем будущем», – не конкретизирующий роль России, поэтому считаем, что здесь снова присутствует фрейм «долга», формируется установка на то, что человечество в целом должно бережнее относиться к климату.

3) Владимир Катцов: Без масштабной адаптации не обойтись
(Юлия Смирнова)

Интервью с директором Главной геофизической обсерватории (ГГО) им. А. М. Воейкова, ведущим автором 3-го, 4-го и 5-го Оценочных докладов МГЭИК (межправительственная группа экспертов по изменению климата ООН), вице-председателем Объединенного научного комитета Всемирной программы исследований климата, Владимиром Михайловичем Катцовым.

Эксперт рассказывает о важности междисциплинарных исследований (взаимодействие климатологов и экономистов), а также раскрывает тему климата на обыденных примерах, например, поясняет, что резкое изменение температуры «способствует разрушению зданий и дорожных покрытий». Отчасти это формирует установку не на глобальные последствия климатических изменений, а частные экономические, что соответствует фрейму «национальных интересов» по классификации Нины Тюнкюнен.

Фрейм «миссии», то есть озабоченности международным имиджем страны заметен в следующем фрагменте: «Думаю, что Парижское соглашение, в котором Россия участвует, придаст новый импульс реализации Климатической доктрины в нашей стране и другие субъекты Федерации должны вскоре озаботиться своим климатическим будущим и соответствующими мерами адаптации». Так как отмечается, что успех реализации федеральных и региональных планов зависит от декларации соответствующей деятельности на международном уровне.

Журналистом задается вопрос, позволяющий в некоторой степени оценить, как эксперт относится к фрейму «национальных интересов»: «— *Может быть, от изменения климата будут и какие-то положительные последствия?*». Ответ эксперта подтверждает, что потенциально для РФ появляются «новые возможности». Однако, подчеркивается, что для их грамотного использования нужно «Нужно правильно инвестировать, уметь оценивать и рассчитывать», то есть отмечается значимость научной подготовки по адаптации к климатическими изменениями. Эксперт не сразу дает ответ на то, какая деятельность первостепенна: борьба или адаптация. Это становится ясно из финального абзаца, где ученый говорит о динамическом характере изменений климата, которые уже едва ли можно полностью предотвратить, в связи с этим эксперт считает, что: «без масштабной адаптации, очевидно, – никак!». Таким образом, приходится говорить о фрейме «национальных интересов», но что важно, и о чем не упоминалось в работе финского исследователя, автора теории: причины использования данного фрейма могут быть обусловлены не только парадигмой «национальное важнее глобального», но и убежденностью в том, что изменения климата неизбежны.

4) «Климатический кафтан» Адаптационное латание дыр климатического бюджета России (Игорь Ермаченков).

Материал развивает риторику предыдущего и всецело посвящен анализу мер по адаптации климата, принимаемых в России. О том, что

изменения климата будут рассматриваться в контексте «национальных интересов» становится понятно уже из лида: «... неизвестно, смогут ли ожидаемые преимущества потепления для экономики России компенсировать прогнозируемый ущерб».

Среди основных позитивных факторов изменений климата называется развитие Северного морского пути, сулящее экономические и социальные преимущества ряду регионов. Возникает подозрение, что подобный конфликт национальных интересов с глобальными может повлиять на адекватное участие России в международных процессах по предотвращению необратимого уровня потепления.

5) «Черное дело» Россия имеет все шансы радикально сократить эмиссию черного углерода (Дмитрий Шевченко)

Статья посвящена менее известным факторам (чем выбросы CO₂), вызывающим изменения климата, носит научно-популярный характер (исполняется просветительская функция). Критикуется российская практика «сжигания биомассы», как способствующая опасному загрязнению воздуха. Виновником называется вовсе не федеральное правительство (нормативные акты есть), а сами граждане, бизнес и чиновники «на местах»: ««Регионы фактически саботируют запрет правительства России».

Публикация посвящена частному случаю, когда принятая в стране практика противоречит глобальному экологическому курсу. Причина, как следует из статьи, кроется не в неверной установке, а в отсутствии соответствующей грамотности. Ликвидация такой грамотности – задача данного материала. Есть основание причислить риторику статьи к фрейму «долга», так как автор показывает понимание того, что устаревшая антиэкологическая практика не только приносит экономический ущерб стране и портит ее имидж на международной арене, но и сводит на нет международные усилия по борьбе с изменениями климата: «Россия

действительно имеет все шансы радикально сократить эмиссию черного углерода и вынос этого вещества в арктические широты».

6) «"Скорым" в Марракеш» Дорога к ратификации Парижского соглашения оказалась быстрой – но что ждет впереди?

(Станислав Кувалдин)

Материал объясняет тонкости порядка реализации климатических соглашений. Перечисляя уже ратифицировавшие парижское соглашение страны (большинство крупных эмитентов, кроме России), автор не делает патетических призывов, а замечает, что «у нее [России] есть определенное время для выжидания и маневров» – фрейм «миссии» не разыгрывается. Автор акцентирует внимание на том, что многие механизмы реализации соглашения пока не ясны, и делает вывод, что «отсутствие ясности в вопросах правил работы Парижского соглашения стало одной из причин откладывания ратификации документа со стороны России». Кажется, что автор на первое место ставит те самые «национальные интересы», но не менее верной видится мысль о том, что автор занимает отстраненную аналитическую позицию, понимая, что необходимо «превратить соглашение в непротиворечивую с бюрократической точки зрения конструкцию, которая

сможет запустить в движение необходимые процессы по снижению выбросов парниковых газов...». Итак, авторская позиция в тексте остается нейтральной, в то же время позиция России по поводу ратификации климатического соглашения однозначно соответствует фрейму «национальных интересов», она отодвигается до тех пор, пока не будет точно ясно, какова будет методика оценки выбросов метана (агент влияния – «Газпром») и «каким образом будет учитываться поглощение углерода лесами».

7) «Ольдаг Каспар: Климатические переговоры сегодня идут удивительно быстро (Игорь Ермаченков)

Интервью с руководителем группы экспертов по низкоуглеродной

политике немецкой неправительственной организации Germanwatch Ольдагом Каспаром о развитии современной международной климатической политики. Дается оценка российской климатической политике с точки зрения немецкого эксперта. В ответе звучит важный тезис о том, что ФРГ «несмотря на сложные политические отношения» готова помогать России для развития альтернативной энергетики, то есть на первом плане оказывается фрейм «долга».

8) «Углеродная неспешность» Климатическая политика России до и после Парижа (Станислав Кувалдин)

Дается комплексная оценка действий России по изменению климатической политики. Говорится о том, что перемены происходят, но крайне медленно, и план пока не амбициозен, упоминается значимая роль лоббистов углеродоемкой отрасли. В финале текста становится понятно, что позиция автора не совпадает с позицией наших чиновников, действующих согласно идее «национальных интересов» при реализации климатических соглашений.

9) «Прикрыться лесом» Лесное богатство как оправдание пассивной климатической политики России (Станислав Кувалдин)

Автор этого материала тот же, что и предыдущего, продолжает раскрывать причины неспешной работы России по принятию климатических соглашений, концентрируясь на «вопросе учета поглощающей способности лесов». Автор поясняет, что отстаиваемый Россией принцип учета «роли лесов как основных поглотителей парниковых газов», основанный на значительности лесного ресурса в России, нельзя считать постоянным фактором, а значит – ставить его в центр климатической политики. «Согласно научным оценкам вне зависимости от выбираемой модели

лесопользования поглощающая способность российских лесов должна неизбежно уменьшиться ... Таким образом, основание для особого подчеркивания роли лесов в климатической политике России пропадет естественным образом». Снова точка зрения автора противостоит

официальной: «Увы, но упорное подчеркивание значения лесов Россией, (...), выглядит, скорее, как нежелание занимать более активную позицию в климатической политике». Сложно определить, является ли мотивом фрейм «миссии» или «долга», но однозначно – не идея «национальных интересов».

10) «"Мифическое" потепление» Шесть ответов на возражения «климатических скептиков» (Юлия Смирнова)

Материал построен по типу – «разрушение мифов», явно выполняет просветительскую функцию. Один из опровергаемых мифов – о том, что Россия только «выиграет» от глобального потепления. Доводы, почему не все так однозначно позитивно, подкреплены научными исследованиями. Так, мы видим последовательную риторику редакции журнала «Экология и право» по опровержению состоятельности идеи «национальных интересов» применимо к проблеме изменений климата. Кроме того, опровергаются конспирологические теории, которые, к сожалению, появляются даже в крупных российских СМИ: «Поговаривали, что жара 2010 года в России – дело американцев, а в статье от 25 февраля прошлого года, в разгар небывалых холодов и снегопадов в США, «Российская газета» рассказала, что «в ЦРУ решили, что лютые морозы на США обрушила именно Москва, воспользовавшись секретным климатическим оружием». Таким образом, сводится на нет и фрейм «миссии», то есть использования проблемы климата как инструмента в геополитической борьбе.

11) «"Зеленые" лайфхакеры» Как с помощью смекалки, технологий и политической воли обустроить климат своими руками (Галина Рагузина)

Последний материал номера посвящен гражданским инициативам, отвечающим принципам климатической и социальной ответственности («победители премии «Импульс перемен» Рамочной конвенции ООН об изменении климата»). Как мы помним из анализа текстов проекта «+1», всеми участниками экополитического процесса разделяется идея об объединении усилий. Информирование об уже существующих успешных

примерах личного вклада способна оказать стимулирующее воздействие на читателей, то есть оказать пропагандистско-агитационное влияние. Считаем, что такой текст отвечает принципам фрейма «долга» по отношению к климатическим обязательствам.

Заключение

Проблема использования журналистики в качестве инструмента политического влияния волнует современных исследователей медиа и массовых коммуникаций. В большей степени этот интерес наблюдается за рубежом. В ходе нашего исследования мы познакомились с существующими взглядами на данную проблему, иностранные авторы особенно отмечают значимость поисков собственных источников информации журналистами, обращение к максимально возможному количеству источников, а также необходимость выходить за рамки традиционной иерархии источников и обращаться к представителям широких слоев общественности за информацией.

Эти три аспекта считаются специфическими для экологического направления журналистики, а не для журналистики в целом по той причине, что признана, во-первых, неопределенность экологической информации, а во-вторых ее спекулятивный характер. Несмотря на осознанность экологических проблем на уровне международных организаций, на всех других уровнях, в том числе на государственных, решение проблем экологии зачастую противоречит интересам многих групп влияния. Следовательно, возникает необходимость исследования журналистской практики на предмет двух ключевых аспектов: наличия манипулятивного содержания, то есть использования возможностей журналистики в личных (политических или коммерческих интересах), а также исполнения средствами массовой информации своего потенциала по организации просветительской работы в области экологии.

Нами были изучены такие работы, где подчеркивалась идеологичность экологического направления журналистики по той причине, что вопросы взаимоотношения человека и окружающей среды сегодня принимают острый эмоциональный характер в силу стадии развития человечества, на которой мы сейчас находимся. Со второй половины XX века на глобальном уровне политической коммуникации распространяется идея о том, что в интересах

собственного процветания, мировой общественности необходимо сделать совместные усилия и изменить антропоцентричную мировоззренческую парадигму взаимоотношений человека и окружающей среды. Именно эта мысль послужила предпосылкой к нашему исследованию. С этой позиции мы наблюдали за политическим компонентом экологического дискурса. В ходе исследования возникла необходимость выявить случаи проникновения PR-технологий в содержание экологически ориентированных материалов СМИ.

В процессе анализа мы подсчитали соотношение различных типов источников материалов эмпирической базы. Выводы получились неоднозначными. Были обнаружены случаи скрытого PR-воздействия публикаций, а также случаи смешанного характера источников, когда публикуемая информация могла быть одновременно выгодна одновременно бизнес-субъектам и экологическим организациям, или бизнес-субъектам и органам власти. Тем не менее, наш вывод состоит в том, что пресс-релизы являются основным источником экологической информации для журналистов. Если говорить об открытых случаях использования сообщений пресс-служб, то доминирует PR-информация, полученная от экологически ориентированных организаций, чуть меньше сообщений от официальных ведомств. Если учитывать обнаруженные случаи скрытого использования PR-технологий, то предпочтение отдается трансляции экологически ответственных инициатив бизнес-субъектов. Это можно объяснить бизнес-ориентацией двух из трех изданий (РБК и «Коммерсант»), реализующих проект «+1». Взвесив плюсы и минусы такой специфики содержания экологических материалов на страницах общеполитических изданий, сделан вывод о том, что если публикации создают положительный имидж определенным бизнес-субъектам, но также исполняют просветительскую, воспитательную и пропагандистско-агитационную функцию – это не является серьезным нарушением журналистской этики. Другое дело, если заявленный «курс на экологию» носит фиктивный характер. Об этом заставляет задуматься существование такого неоднозначного субъекта как

«экологический консалтинг». Нам кажется, что подобные организации должны сталкиваться с серьезной аттестацией собственной деятельности, это же относится к структурам экологической сертификации. Журналисты не имеют возможности подвергать эмпирической проверке все заявления, которые получают от структур, имеющих «зеленый» имидж. Становясь объектами «гринвошинга» журналисты распространяют недостоверную информацию, создаваемую исключительно с имиджевой целью. К сожалению, на страницах проанализированных изданий практически полностью отсутствуют такие возможные источники экологической информации, как отдельные граждане (представители народа), лидеры мнений, не имеющие отношения к представленным в текстах бизнес-компаниям и экологическим организациям, а также политические организации негосударственного характера (партии, политические движения).

Также были выявлены тематические доминанты экологических материалов, определены ключевые сюжеты экологических материалов. На уровне федеральной повестки максимальное внимание уделяется проблеме отходов (сбор, утилизация, переработка), на международном, глобальном уровне выделяется тема изменений климата. В этом мы видим разницу между особенностями подачи информации в рамках федеральной и глобальной повестки: выбор сюжета определяется тем, внимание каких экополитических акторов требуется для решения проблемы. На региональном и местном уровне чаще звучат темы локального загрязнения воздуха или воды, так как требуется участие местных политиков. Выявлена популярность темы экологической ответственности бизнеса, информации о конкретных технологиях и результатах. Таким образом, был опровергнут существующий в отечественных исследованиях тезис о закрытой информационной политике большинства бизнес-субъектов, но подтвержден вывод зарубежных авторов о наибольшей эффективности бизнеса в роли «спин-докторов», чем других субъектов экополитического процесса.

Заявленный экологический характер проекта «+1» подтвердился практикой, проанализированный корпус текстов является последовательным экологическим дискурсом, прослеживается природоохранная тональность преимущественного количества публикаций.

Подтвердилась гипотеза о значительной роли НКО и НПО в экополитическом процессе, в рамках проекта «+1» три крупнейших медиахолдинга страны предоставили площадку для выражения экологами своих позиций, наблюдалась прямая критика действий властей, высказывание политических рекомендаций, обращение к зарубежному опыту как образцовой реализации экологической политики. Все это говорит о том, что экологическая журналистика действительно является агентом политического влияния, но также и агентом коммерческого PR-влияния. Наш вывод состоит в том, что это две стороны одного процесса, невозможно объявить информационную открытость и препятствовать трансляции коммерческими структурами своих экологических достижений. Угрозу политической манипуляции представляет размещение заявлений, поручений и обещаний органов власти, но отсутствие последовательной работы по контролю исполнения заявлений. Это часть работы журналиста: не только рассказать об экологической инициативе, но и проследить за ходом ее реализации, выявить результаты спустя определенный промежуток времени, обратиться за комментариями к очевидцам. К сожалению, обнаружен недостаток глубинных журналистских расследований, отсутствие репортажных материалов и использования горожан в качестве источников информации.

Список использованной литературы

1. Афиногенов Д.В. Экологический кризис как политическая проблема: автореф. дис. .канд. философ, наук. СПб., 2001.
2. Бородин А.И. Стратегии маркетинга в контексте устойчивого развития. Вестник СевКавГТУ, Серия «Экономика». – 2004. - №2 (13).
3. Ефременко Д.В. Политическая наука № 2 / 2010 г. Экология и политика/ Научный журнал – М. 2010.
4. Пугачёв В.П. Введение в политологию. М.: Аспект Пресс, 2000. – 384 с.
5. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов /А. И. Соловьёв. — М.: Аспект Пресс, 2006. – 559 с.
6. Берлова О., Борейко В., Колесникова В., Кочинева А. Как экологам работать со средствами массовой информации. — Киев, 2000.
7. Буйлов О.П. Экополитология и экологическая политика. – 263 с.
8. Давыдова А.В. Экологическая журналистика в глобальном мире: очерк истории и контекст развития // С. 147.
9. Дёжкин В.В, Экологам о журналистике: Учеб. пособие. – М. Изд-во МНЭПУ, 2001. 108 с.
- 10.Захарова О.А. Экологические коммуникации в социокультурном пространстве. Природа и культура. – М.: Лесная страна, 2008. – 150 с.
- 11.Королев В.А. Экологическая журналистика : учебное пособие / В. А. Королев; ред. И. Б. Камынина. Таврический гуманитарно-экологический институт (Симферополь). - Симферополь: Таврический гуманитарно-экологический институт, 2008. - 109 с.
- 12.Корконосенко С.Г. Основы журналистики : учебник для вузов / - М. : Аспект Пресс, 2007. 318 с.
- 13.Косов Г.В., Харламова Ю.А., Нефёдов С.А. Экополитология: политология в контексте экологических проблем. Учебник. - М.: А-Приор, 2008. – 318 с.

14. Кочинева А., Берлова О., Колесникова В. Экологическая журналистика. Центр координации и информации Социально-экологического союза. – М., 1999.
15. Коханова Л.А. Экологическая журналистика, PR и реклама. Уч. Пособие. М.: Юнити-Дана. 2007. – 383 с.
16. Овсянникова О.В. СМК и экологизация сознания: автореф. дис. .канд. филос. наук. М., 1996.
17. Ромасевич Д.И. Глобальные проблемы современности и экологическая политика: дисс. канд. полит. наук. М., 2006. - 148 с.
18. Сидоров В. А. 10 рассуждений о социологии журналистики. СПб., 2012.
19. Сидоров В. А. Политическая культура журналиста. Учеб. пособие. СПб., 2010.
20. Сидоров В. А., Ильченко С. С., Нигматуллина К. Р. Аксиология журналистики: Опыт становления новой дисциплины / под ред. В. А. Сидорова. СПб., 2009.
21. СМИ и политика: Учеб. пособие для студентов вузов/ Под ред. Л.Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2007.
22. Сизова Л.В. Проблемы экологии // Проблематика СМИ: Информационная повестка дня: учеб. пособие / Под ред. М.В. Шкондина, Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой. М., 2008. С. 41-54.
23. Теории журналистики в России: зарождение и развитие / Под ред. С. Г. Корконосенко. - СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2014. – 272 с.
24. Харченко Л. Н. Взаимодействие государства и гражданского общества в формировании национальной экологической политики РФ: автореф. дис. канд. полит. наук. СПб., 2002.
25. Шаркова Е.А. Экологическая журналистика в региональных политических процессах (на примере Архангельской области): дисс. канд. полит. наук. – СПб., 2012. – 319 с.
26. Шаркова Е.А. Экологическая журналистика в России: этапы становления // Актуальные проблемы журналистики и массовых

- коммуникаций. Взгляд молодых исследователей / Межвузовский сборник научных работ студентов и аспирантов. Вып. 12. - СПб., 2012. - С. 239.
27. Шаркова Е.А. Экологическая журналистика: природа источников экологической информации // Электронный научный журнал «Argiori. Серия: Гуманитарные науки» № 2, 2014. – 16 с.
28. Шмыглева А.В. Экологическая политика: принципы формирования и реализации // Проблемы устойчивого развития Обь-Иртышского бассейна. – №1. – Новосибирск, 2005. - С. 37-39
29. Шуленина Н.В. К вопросу об определении понятия «экологическая политика» // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия: Политология. – 2006. - №8 – С. 51-63
30. Шумилина Т.В. Журналистика и концепция устойчивого развития // Вестник Московского университета. - Сер. 10 Ж-ка. – 2006. - №1 – С. 71-81.
31. Экологическая журналистика: сборник научных статей / Санкт-Петербургский государственный университет (СПб.), Факультет журналистики ; ред., сост. А. В. Давыдова, ред., сост. А. С. Смолярова. – СПб. : Лаборатория оперативной печати ф-та журналистики СПбГУ, 2011. Экологическая журналистика : сб. статей / под ред. А. В. Давыдовой, А. С. Смоляровой. — СПб. , 2011. — 128 с.
32. Экологическая политика и гражданское общество (региональный опыт)/ Под. ред. В.М. Захарова. — М.: Акрополь, Центр экологической политики и культуры, Центр здоровья среды, 2008. — 364 с.

Иностраные источники:

33. Печчеи А. Человеческие качества. – 2-е издание. – М.: Прогресс, 1985. С. 127.
34. Фридман, Ш.М., Фридман К.А. Пособие по экологической журналистике. 1998. – 111 с.
35. Archibald, E.F. (1996). How environmental reporters on daily newspapers construct news of the environment (Doctoral dissertation).

36. Berger, G. (2002). Environment journalism meets the 21st century. *Intermedia*, 30(5), 8-11.
37. Boykoff, M. T. (2009). We speak for the trees: Media reporting on the environment. *Annual Review of Environment and Resources*, 34, 431-57.
38. Bourassa E, Amend W, Secko D (2013) A thematic review and synthesis of best practices in environment journalism. *Journal of Professional Communication* 3(1): 39–65
39. Cox Robert J. *The environmental communication and the public sphere*. Sage Publishing, Inc., Washongton, 2010. – 385 p.
40. Frome Michael. *Green Ink: an introduction to environmental journalism*. University of Utah Press, Salt Lake City, 1998, 204 p.
41. Hansen, A. (2011). Communication, media and environment: Towards reconnecting research on the production, content and social implications of environmental communication. *International Communication Gazette*, 73(7).
42. Lester L (2010) *Media and Environment*. Cambridge: Polity.
43. Lester L and Cottle S (2009) Visualizing climate change: Television news and ecological citizenship. *International Journal of Communication* 3: 920–936
44. Oreskes Naomi. *The scientific consensus on climate change: how do we know we're not wrong. // Climate Change: what it means for us, our children and our grandchildren / edited by Joseph F. C. DiMetto, Pamela Doughman, Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2014. 343 p.*
45. Roberts Jane. *Environmental Policy*. Routledge, London, 2004, 230 p.
46. Tynkkynen Nina. A great ecological power in global climate policy? Framing climate change as a policy problem in Russian public discussion, *Environmental Politics*, 2010, 19:2, 179-195.
47. Waisbord, S. & Peruzzotti, E. (2009). The environmental story that wasn't: Advocacy, journalism and the asamblea movement in Argentina. *Media Culture Society*, 31, 691.

Интернет-источники:

48. Указ Президента Российской Федерации от 05.01.2016 г. № 7. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/40400>
49. Экологическая доктрина Российской Федерации. URL: http://www.mid.ru/foreign_policy/official_documents//asset_publisher/CptICkV6BZ29/content/id/548754
50. Министр природных ресурсов и экологии Российской Федерации. URL: <http://www.mnr.gov.ru/>
51. Цели в области устойчивого развития. URL: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/>
52. 70 направлений деятельности ООН. URL: <http://www.un.org/un70/ru/content/70ways#environment>
53. Конвенция о доступе к информации, участии общественности в процессе принятия решений и доступе к правосудию по вопросам, касающимся окружающей среды [Орхусская конвенция]. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/orhus.shtml
54. Официальный сайт года экологии в России. URL: <http://ecoyear.ru/>
55. Информационный проект «+1». URL: <http://plus-one.ru/blog/ecology>
56. Экологическое объединение Bellona. URL: <http://bellona.ru/>
57. Журнал «Экология и право». URL: <http://bellona.ru/ecopravo/>
58. Гринпис России. URL: <http://www.greenpeace.org/russia/ru/>
59. WWF России. URL: <http://www.wwf.ru/>
60. Словарный запас: энвайронментализм // Strelka Magazine. URL: <http://www.strelka.com/ru/magazine/2015/10/02/vocabilary-environment>

Приложения

Приложение 1. Иллюстративный материал к главе 2, обоснование эмпирической базы

Таблица 2. Характеристика эмпирических источников

Название	Тип	Тираж/ Посещаемость	Год основани я	Владелец
ТАСС	Информационное агентство	Неизвестно	1904	Государство
«КОММЕРСАНТЪ»	Издательский дом	Посещаемость сайта в среднем за три месяца – 620 тыс. человек	1990	Предприниматель, миллиардер Алишер Усманов
РБК	Медиахолдинг	Неизвестно	1993	Контролирующий акционер – предприниматель, миллиардер Михаил Прохоров
«+1»	Информационное пространство, агрегатор	Неизвестно	2016	Указанные выше холдинги + проект «Один за всех и все за одного»
«ЭКОЛОГИЯ И ПРАВО»	Журнал	1002 экземпляра (анализируемый выпуск)	2008	Общественная организация «Экологический Правозащитный Центр «Беллона» (СПб)

Табл. 3. Манифестное кодирование материалов проекта «+1»

Тема	Герой	Источник	Политическое действие	География	Жанр
------	-------	----------	-----------------------	-----------	------

Загрязнение воздуха	Федеральные власти	Минприроды России (пресс-служба, глава Сергей Донской)	Эко и бизнес-ориентированные инициативы государства («П+»)	Челябинск	Пост-отчет
Экологически устойчивый транспорт	Участники и конференции ООН	Представитель ООН	Призыв к бизнесу и правительству объединяться для инноваций («!»)	Глобальная	Пост-отчет
Бытовой мусор	Граждане РФ, власть	В Ц И О М , Сергей Донской	Оценка работы властей гражданами («П-»); перечисление действий властей («П+»)	Федеральная	Расширенная новость
Изменения климата	Мировая экономическая система	Американские ученые	Апелляция к экономической выгоде температурных изменений для РФ («0»)	Глобальная	Расширенная новость
Загрязнение водных ресурсов	Производители целлюлозно-бумажной продукции	Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии	Стимуляция процессов экологизации отрасли (ссылкой на федеральный орган исполнительной власти) («Э>П»)	Федеральная	Расширенная новость
Особо охраняемые территории	Экологи «Газпром» «Интеррос» власти	Представитель Greenpeace России, WWF России, Минприроды	Критика политики властей со стороны экологов («Э>П»)	Федеральная	Расширенная новость

О х р а н а о к р у ж а ю щ е й с р е д ы (п р о с в е т и т е л ь с к а я д е я т е л ь н о с т ь)	Губернат о р о б л а с т и, С е р г е й Д о н с к о й, С е р г е й И в а н о в, «Н о р н и к е л ь » , п р е д с т а в и т е л и W W F	«Норникель»	Т р а н с л я ц и я п о з и т и в н о г о с о т р у д н и ч е с т в а г о с - в а и к р у п н о й п р о м ы ш л е н н о с т и и в о б л а с т и о х р а н ы о к р . С р е д ы (Э+П)	Мурманская о б л а с т ь	Пост-отчет
Г л о б а л ь н о е п о т е п л е н и е	«Д е я т е л ь н о с т ь ч е л о в е к а » , в ы б р о с ы в а т м о с ф е р у	Ученые	П р и з ы в к м и р о в ы м л и д е р а м р е ш а т ь п р о б л е м у («!» П)	М е ж д у н а р о д н а я	Р а с ш и р е н н а я н о в о с т ь
В ы р у б к а л е с о в	М и н п р и р о д ы Р Ф	М и н п р и р о д ы Р Ф , G r e e n p e a c e , W W F	Ф а к т и з м е н е н и я п о л и т и ч е с к о г о р е ш е н и я п о д д а в л е н и е м э к о л о г о в (Э>П)	Ф е д е р а л ь н ы и р е г и о н а л ь н ы й (П р и м о р ь е)	Р а с ш и р е н н а я н о в о с т ь
В ы р у б к а л е с о в	Л е с н а я п р о м ы ш л е н н о с т ь	G r e e n p e a c e	П р и з ы в д е й с т в о в а т ь « с в о и м и с и л а м и » (!Э)	Ф е д е р а л ь н ы	Р а с ш и р е н н а я н о в о с т ь
Ц е л и у с т о й ч и в о г о р а з в и т и я	Г е н е р а л ь н ы й с е к р е т а р ь О О Н	О О Н	П р и з ы в к о б ь е д и н е н и ю в л а с т и и б и з н е с а (!Э+П)	Г л о б а л ь н а я	Р а с ш и р е н н а я н о в о с т ь
У т и л и з а ц и я о т х о д о в	«У м н ы е т е х н о л о г и и» (к о м п а н и я п о п р о и з в о д с т в у с е н с о р о в S m a r t b i n)	«Э к с п е р т ы » : и с с л е д о в а т е л ь с к а я к о м п а н и я N a v i g a n t R e s e a r c h) , G r e e n p e a c e	К р и т и к а с и т у а ц и и с р а з д е л ь н ы м с б о р о м м у с о р а в Р о с с и и («-» П)	Г л о б а л ь н а я	Р а с ш и р е н н а я н о в о с т ь

Выбросы парниковых газов	Сергей Донской	Минприроды, Комитет по природопользованию Петербурга	Трансляция экоориентированных действий властей («+»П)	Федеральная	Расширенная новость
Ветряная энергетика	«Азовская ВЭС»	Правительство Ростовской области	Трансляция положительного имиджа региона («+»П)	Региональная (Ростовская область)	Расширенная новость
Восстановление популяции редких животных	WWF и министр природных ресурсов и экологии Дагестана	WWF	Трансляция положительного имиджа региона («+»П)	Региональной (республика Дагестан)	Расширенная новость
Особо охраняемые территории	Экологи этнографы представители коренных народов Севера, Правительство Ханты-Мансийского автономного округа, «Сургутнефтегаз»	?	Акция протеста («+»Э)	Региональная (Ханты-Мансийский автономный округ)	Расширенная новость
Мусор (раздельный сбор)	Гриенреасе, Сергей Донской, «РТ-инвест»	Greenpeace	Конфликт точек зрения, («Э>П», «+П»)	Федеральная	Расширенная новость

Сбор и переработка макулатуры	Segezha Group и АО «Лидер-инвест», Лесной попечительский совет России	Segezha Group	Трансляция экологической ответственности бизнеса («+Б», «+НКО»)	Региональная (Москва)	Расширенная новость
Электротранспорт	Правительство Австрии, «АВТОСТАТ», администрация Краснодарского края, АО «Объединенная приборостроительная корпорация»	Reuters	Сравнение с западным опытом - «-П» (федеральные), трансляция позитивных инициатив («+П», региональные)	Международная, федеральная, региональная (Краснодар)	Расширенная новость
Утилизация радиоактивных отходов	«Беллона», «НОРАО»	Доклад «Беллоны»	Прямые рекомендации и призывы от экологов к гос. органам («Э» > «П»), апелляция к международному опыту	Международная, федеральная	Расширенная новость

Экологическое законодательство	пивоваренный завод «Балтика», табачная компания «Петро», комиссия по экологии и природопользованию СПб	Санкт-Петербургская международная бизнес-ассоциация (СПИБА)	Позитивные инициативы бизнес-субъектов («+Б»), поддержка со стороны ЗакСа	Региональная	Расширенная новость
Утилизация мусора	Еврокомиссия, правительство РФ, Greenpeace, «Раздельный сбор», «ЭКА»	Эко-движение «Раздельный сбор»	Апелляция к западному опыту, усиливающая позицию экологов («Э»>«П»)	Международная	Расширенная новость
Особые охраняемые природные территории	WWF	WWF	Финансовая помощь природоохранному делу со стороны экологических организаций («+Э»)	Федеральная	Расширенная новость

Переработка одежды	Ученые и з Универси тет а Алто (Финляндия), директор по развитию сети благотворительных магазинов в Charity Shop Александр Цыганков, Greenpeace	портал Phys.org., доклад Greenpeace	Политическая рекомендация, апелляция к зарубежному опыту («-П»)	Международная, федеральная	Расширенная новость
--------------------	---	-------------------------------------	---	----------------------------	---------------------

Экологическое просвещение	экологическая организация «ЭКА» и компания PepsiCo, Дмитрий Кириллов (Министерство природных ресурсов и экологии РФ), эксперт ООН, Валерий Петросян, президент РФ	Компания PepsiCo	Создание экологического имиджа бизнес-субъекты («+Б»), поддержка со стороны власти («+П»), общественный контроль	Федеральная	Расширенная новость
Экомаркировка	Глава Экологического союза Юлия Грачева		Политический упрек («-П»), положительная оценка законодательных инициатив («+П»), политические рекомендации («Э>П»)	Федеральная	Интервью
Экомаркировка	Глава всемирной ассоциации и экомаркировки Бьорн-Эрик Лённ		Зарубежный опыт («Э>П»)		Интервью

ООПТ, Арктика	Сергей Донской, WWF		Призыв со стороны экологов к государству для консолидацию усилий в природоохранной деятельности (!«Э»+ «П»)	Федеральная	Расширенная новость
Экологическое просвещение	Фонд «Русский углерод», Департаменты природопользования, транспорта, топливно-энергетического хозяйства Москвы	Фонд «Русский углерод»	Трансляция эффективного сотрудничества бизнеса, власти и общества + имиджевый эффект («Б»+ «П»)	Региональная (Москва)	Расширенная новость
Переработка пластика	Компания Соса-Сола Россия, Минприроды	ТАСС	Трансляция экологической ответственности бизнеса («+Б»), поддержка со стороны власти («+П»), привлечение внимания общества.	Федеральная	Расширенная новость

Экологическое воспитание	Минприроды, Минобрнауки, ГПБУ «Мосприрода», Государственный Геологический музей имени В.И. Вернадского	?	Освещение экопросветительской деятельности гос-ва («+П»)	Региональная (Москва) + Федеральная	Расширенная новость
Изменения климата, Арктика	Арктический совет (Швеция), российские ученые, Дональд Трамп	Отчет Arctic Resilience Report	Аргументы ученых против недальновидных действий политиков (Дональд Трамп) – «-П»	Международная	Расширенная новость
Свалки промышленных и твердых бытовых отходов	Сергей Донской, Правительство РФ, компания «ГазЭнергоСтрой — Экологические технологии»	Минприроды	Трансляция озабоченности государства конкретной экологической проблемой + действия («+П»), также рассказывается о недобросовестности отдельных политиков на местах («-П»)	Федеральная	

Экономика совместно потребления, Переработка мусора	онлайн-платформа Foodsharing, WWF, «ЭКА», Магазины Charity shop и «Спасибо!»	А Ф Р , Европейское агентство по окружающей среде , Росприроднадзор	Западный опыт, призыв экологов к использованию этого опыта и просветительской работе («!Э»), критика государственных приоритетов («Э>П»)	Международная	Расширенная новость
Загрязнение воды	Государственная система химико-аналитического мониторинга питьевой воды	Академик РАН Юрий Рахманин	Критика госоргана со стороны научного сообщества («-П»)	Федеральная	Расширенная новость
Экомаркировка	Г Е N , «Экологический союз»	ГОСТ Р ИСО 14020 - 99 «Экологические этикетки и декларации. Основные принципы»	Критика законодательства, сравнение с зарубежным опытом «Э>П», «-П»	Международная	Аналитическая статья
Экологическая повестка	Директор WWF Игорь Честин		Противоречивые оценки российской экологической политики («-П», «+П»)	Международная	Интервью

Природоох р а н н а я д е я т е л ь н о с т ь б и з н е с а	Директор п о внешним с в я з я м и к о м м у н и к а ц и я м С о с а - С о l а Н В С Р о с с и я , И р и н а А р х и п о в а		Экологическая о т в е т с т в е н н о с т ь б и з н е с а («+Б»), п р и з ы в к с о в м е с т н о й р а б о т е с о в с е м и с у б ь е к т а м и э к о п о л и т и ч е с к о г о п р о ц е с с а («! Б»).	Федеральная	Интервью
Проблема о т к р ы т о с т и э к о л о г и ч е с к о й и н ф о р м а ц и и	Директор п о п р и р о д о о х р а н н о й п о л и т и к е « W W F Р о с с и и » Е в г е н и й Ш а р ц , Р о с л е с х о з		П р и з ы в к о т к р ы т и ю э к о л о г и ч е с к о й и н ф о р м а ц и и («! Э»), к р и т и к а о т в е т с т в е н н ы х в е д о м с т в («Э- П»).		А в т о р с к а я к о л о н к а
Зеленые н а с а ж д е н и я , ч и с т о т а в о з д у х а	П р е с с - с е к р е т а р ь «Гринпис а Р о с с и и » К о н с т а н т и н Ф о м и н		К р и т и к а г р а д о с т р о и т е л ь н о й п о л и т и к и («Э-П»)		А в т о р с к а я к о л о н к а
Экопросве щ е н и е	Директор п о р а з в и т и ю ф о н д а « Э К А » Т а т ь я н а Ч е с т и н а ,	ВЦИОМ	К р и т и к а р е а л и з а ц и и в л а с т ь ю п л а н о в п о э к о п р о с в е щ е н и ю , а п е л л я ц и я к з а р у б е ж н о м у о п ы т у («Э-П»)	Международ ная	А в т о р с к а я к о л о н к а

«Углеродный след» предприятий	Директор по корпоративным отношениям HEINEKEN Кирилл Болматов		Трансляция миджа экологически ответственного бизнеса («+Б»)		Интервью
Загрязнение воздуха, экологическая авария	Гринпис, «Лукойл-Коми», «Комитет спасения Печоры»	Пресс-релиз Greenpeace	Экологи и журналисты расследуют случай аварии на предприятии («-Б»), трансляция неэффективной работы местной власти по расследованию ситуации («-П»)	Региональная (Коми)	Расширенная новость
Экологическая ответственность бизнеса, переработка отходов	Генеральный директор компании и «ОптиКом» Максим Рогожко		Трансляция миджа экологически ответственного бизнеса («+Б»), пропаганды и идеи переработки отходов		Интервью

Приложение 2. Тематические доминанты и характер источников материалов проекта «+1»

Диаграмма 1. Тематические доминанты экологических материалов

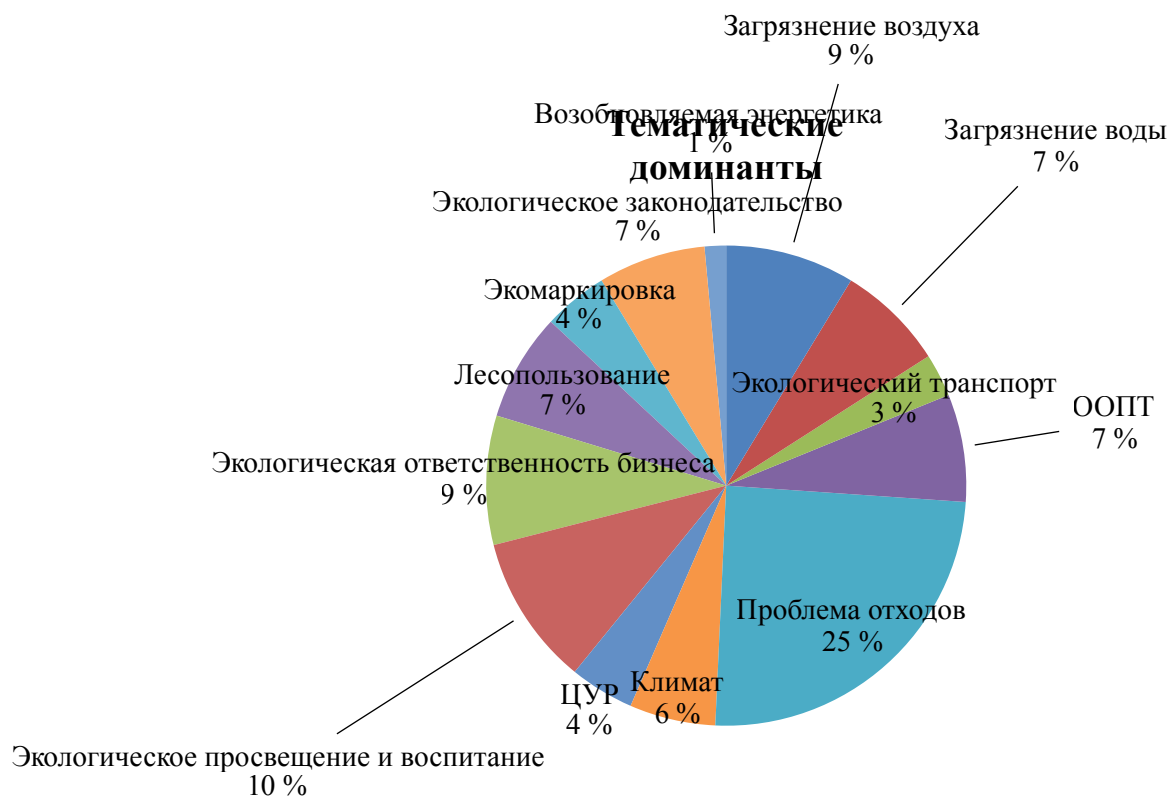


Диаграмма 2. Соотношение источников экологически ориентированных материалов проекта «+1»

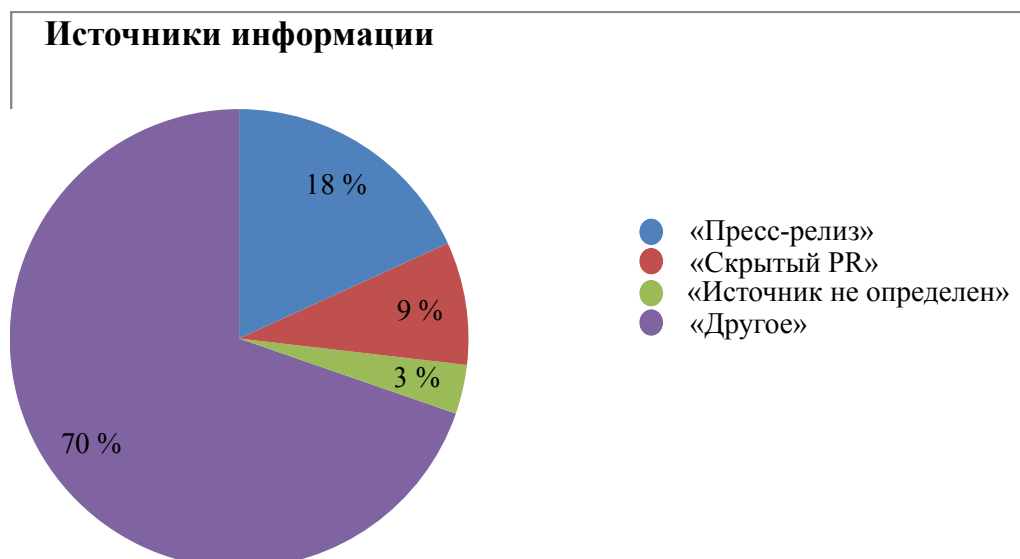


Диаграмма 3. Характер источников пресс-релизов

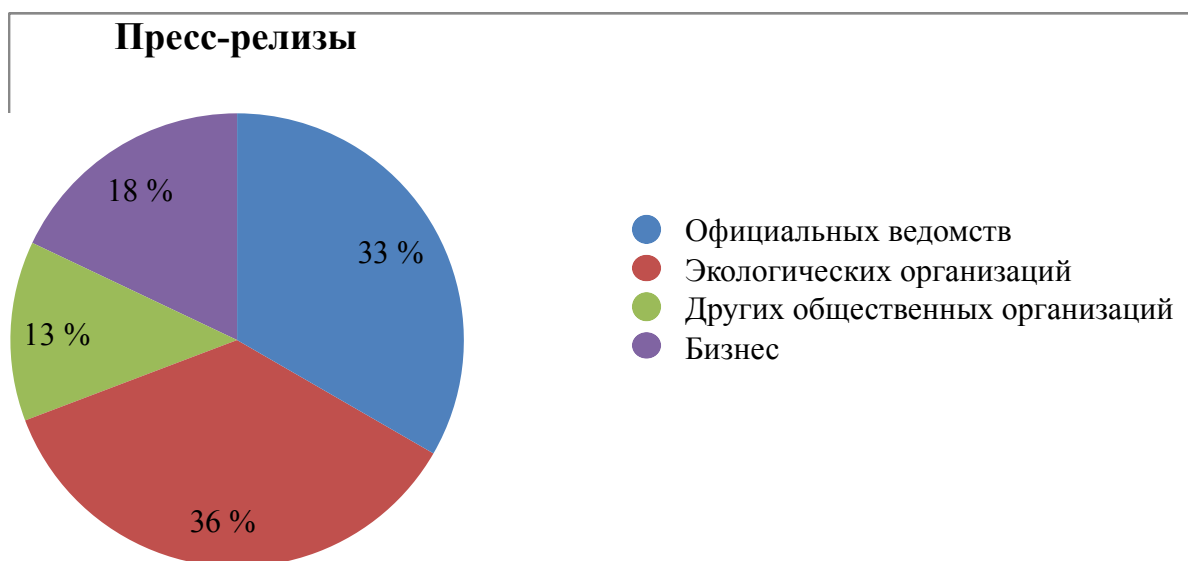


Диаграмма 4. Характер скрытых PR-источников

Скрытый PR-мотив

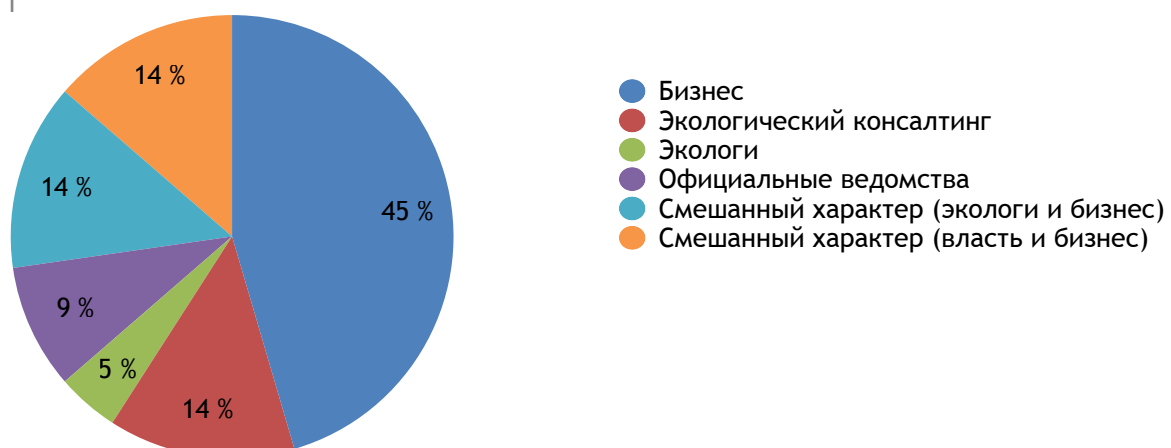


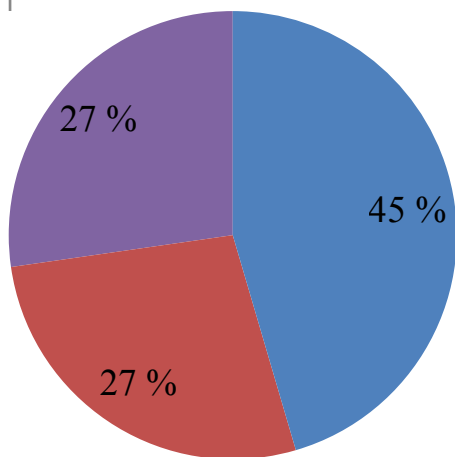
Диаграмма 5. Общее соотношение материалов с PR-элементом



Приложение 3. Выявленные фреймы материалов журнала «Экология и право»

Диаграмма 6. Доминирующие фреймы

Фреймы проблемы изменения климата



- Долг
- Национальные интересы
- Миссия
- Фрейм-опровержение идеи "национальные инт"

Приложение 4. Экологическая журналистика в лицах

- 1) Главный редактор журнала «Экология и право» – **Ангелина Давыдова**, журналист и участник переговорного процесса ООН в области изменения климата, пишет материалы по экологической теме для газеты «Коммерсантъ» и проекта «+1». Ангелина награждена знаком «Доверие», который вручают журналистам, отличившихся в неуклонном отстаивании идеалов «зеленого» сообщества.



- 2) Заместитель главного редактора, **Юлия Смирнова**, также автор научно-популярного журнала «Наука и жизнь», журнала «Санкт-Петербургский университет». В 2016 году стала победителем конкурса инновационной журналистики Tech in Media в номинации «Лучшая публикация в региональном издании» на этапе «Науки о жизни».



3) **Станислав Кувалдин**, канд. истор. наук, независимый журналист, освещающий экологическую и социальную тематику. Специализируется на вопросах климатической политики различных стран мира. Сотрудничает с изданиями «Экология и право», проектом «+1», Кислород.Life, «Новой газетой» и другими изданиями.

