

Особенности освещения экологической тематики в досуговых СМИ

Агафия Петровна Черепанова,

магистрант 2-го курса обучения

Уральский гуманитарный институт

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина,

Екатеринбург, Россия

agafia.cherepanova@gmail.com

Аннотация. В статье речь идет об особенностях материалов на экологическую тематику в досуговых СМИ, в частности в глянцевых журналах. Досуговые СМИ как источник ценностных ориентаций для своей аудитории способны формировать экологическое сознание аудитории и, как следствие, интересны для нашего исследования.

Ключевые слова: экологическая тематика, экологическое сознание, досуговые СМИ, глянцевого журнала, особенности освещения

Благодарности: выражаю благодарность научному руководителю Чепкиной Элине Владимировне за ценные советы при выстраивании работы и за рекомендации по оформлению статьи.

Features of Environmental Coverage in the Leisure Media

Agafia P. Cherepanova,

Master's Student of the 2nd year

Ural Institute for Humanities

Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia

agafia.cherepanova@gmail.com

Abstract: The article deals with the peculiarities of materials on environmental topics in the leisure media, in particular glossy magazines. Leisure media as a source of value orientations for the audience can form the ecological consciousness and, as a consequence, are interesting for our study.

Keywords: environmental topics, environmental consciousness, leisure media, glossy magazine, features of topic coverage

Acknowledgments: I express my gratitude to my supervisor Elina V. Chepkina for valuable advice in organizing the work and for recommendations on the article design.

Актуальность данной работы продиктована релевантностью проблем окружающей среды и необходимостью корректного и полного освещения экологической темы в СМИ, в том числе досуговых.

Цель исследования — изучить специфику освещения экологических проблем в досуговых СМИ.

Для достижения цели необходимо решить данные задачи:

- изучить экологические проблемы в современном мире;
- определить роль досуговых СМИ в освещении экологических проблем;
- рассмотреть экологическую проблематику в российских СМИ;
- проанализировать материалы на экологическую тематику.

В работе были использованы такие методы исследования, как анализ, синтез, сравнение, контент-анализ.

Эмпирической базой исследования стали публикации по теме экологии в журналах *Marie Claire*, *Glamour*, «Домашний очаг», «Вокруг света» за 2020–2021 гг.

Сегодняшние СМИ освещают экологическую тематику в таких направлениях, как экологические конфликты, загрязнение воздуха, утилизация отходов и т. д. Активнее всего проблемы экологии освещаются в федеральных изданиях [1, с. 41]. В основном это материалы в информационно-новостных жанрах: заметка, отчет, статья-справка [Там же].

Досуговые СМИ обращаются к адресату как к потребителю с личной ответственностью за качество жизни и здоровье, с возможностью выбора. При чтении глянцевого журнала читатель переносит на себя идеологию жизни, показанной в издании [2, с. 25]. Именно поэтому важно в таких журналах транслировать идеи экологической грамотности и экологического сознания.

Мы изучили более шестидесяти материалов на экологическую тематику в таких журналах, как *Marie Claire*, *Glamour*, «Домашний очаг», «Вокруг света».

Нами были выделены тематические, ценностные, функциональные и стилистические особенности освещения экологической тематики в этих изданиях.

Тематика материалов в этих глянцевах журналах разнообразна, публикации на тему экологии так или иначе связаны с тематической направленностью издания в целом. Например, в журнале Glamour представлены материалы про экологическую косметику, про экологические инициативы брендов одежды и т. д. Журнал Marie Claire отличается наибольшим многообразием изучаемых материалов, в них мы выделили такие тематические блоки, как «Об экологии в цифрах», «Экология и бизнес», «Экокосметика», «Экоодежда», «Экохобби».

Ценностные особенности заключаются во включенности идеи сохранения окружающей среды и непричинения ей вреда в систему ценностей издания. К примеру, журналы Marie Claire, Glamour и «Домашний очаг» транслируют ценности непричинения вреда природе и минимизации отходов, заботы о здоровье, стремление к построению жизни и работы по принципу eco-friendly, стремление делиться экологичным подходом с окружающими, осознанное потребление.

Выделенные функции материалов на экологическую тематику в досуговых СМИ — информирование, просвещение, ценностное ориентирование и развлечение, что хорошо интегрируется в функции глянцевого журнала в целом.

Среди стилистических особенностей изученных публикаций можно выделить термины (антиоксидант), неологизмы (эко-рефил), иностранные слова (эко-friendly), средства выразительности (веганский), фразеологизмы (Green is the new glam).

Таким образом, материалы на экологическую тематику в изученных изданиях досуговых СМИ вплетены в общую тематическую, ценностную и функциональную канву, а стилистические особенности подчинены задаче «оживить» текст и сделать его привлекательным для целевой аудитории.

Список источников

1. Сураleeва Е. С., Бакеева Д. А. Экологическая тематика как необходимая составляющая современных СМИ // Огарев-онлайн. 2013. № 10. С. 40–46.

2. Дускаева Л. Р., Цветова Н. С. Досуговое направление в российской журналистике: проблемы подготовки специалистов // Учен. записки Забайкал. гос. ун-та. Серия: Профессиональное образование, теория и методика обучения. 2011. Вып. 6. С. 178–183.