

Экологическая журналистика

Тренинг «Освещение экологических новостей в Интернет»

Сферы жизнедеятельности

- Политика,
- Экономика,
- Социальная сфера,
- здравоохранение,
- Культура,
- Спорт,
- Религия,
- Экология.

Вопрос: КАК ЭКОЛОГИЯ ВЛИЯЕТ НА ДРУГИЕ ПЕРЕЧИСЛЕННЫЕ ВЫШЕ СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА? ЗАНИМАЕТ ЛИ ОНА ОСОБОЕ МЕСТО В ЭТОМ СПИСКЕ?

Экологическая журналистика

«Экологическая журналистика»

подразумевает непрерывное, широкое освещение экологических вопросов как глобального, так и локального значения.

Предметом такой журналистики могут быть не только проблемы, но и положительные примеры в области использования и охраны окружающей природной среды.

Экологическая журналистика

"Экологическая информация" - любая информация в письменной, аудиовизуальной, электронной или любой иной материальной форме о:

- состоянии элементов окружающей среды (воздух и атмосфера, вода, почва, земля и т.д.)
- факторах (вещества, энергия, шум и излучение) и деятельности в области окружающей среды
- состоянии здоровья и безопасности людей, условиях жизни людей, состоянии объектов культуры, зданий и сооружений

Экологическая журналистика – зачем она нужна?

Функции экологической журналистики:

- ***Информационная***
- ***Просветительская***
- ***Организационная***
- ***Контролирующая***

Экологические СМИ

Общие (или общественно-политические) СМИ - освещающие в той или иной степени все стороны современной жизни: политику, экономику, международные отношения, социальную сферу, культуру.

Экологическая тема – одна из возможных тем, затрагиваемых в такого типа изданиях.

Специализированные (тематические) СМИ – издания и программы, рассчитанные на аудиторию, объединенную определенным общим интересом. Это специализированные женские и мужские, научные и развлекательные издания, радио- и телепрограммы для детей, подростков, автомобилистов, любителей домашних животных, фотографов, бизнесменов, программистов. Среди всех этих изданий занимает свою нишу и экологическая (или "зеленая") пресса.

Экологические СМИ

"Зеленая" пресса – это газеты, журналы, бюллетени, дайджесты и другие периодические издания (как печатные, так и электронные), специализирующиеся на освещении различных аспектов и проблем экологии и охраны окружающей среды. Цель их – не только информирование о существующих экологических проблемах, но и содействие повышению экологической грамотности и экологической культуры своей аудитории.

Жанры журналистики

- Информационные – заметка, репортаж, отчет, интервью
- Аналитические – комментарий, статья, рецензия, обзор, обозрение, расследование
- Художественно-публицистические – очерк, фельетон, памфлет.

Вопрос : Какие жанры предпочтительнее для подготовки материала по экологической тематике?

Жанровые и стилевые особенности подачи экологической информации

- Основными жанрами "зеленых" СМИ можно считать очерк и проблемные материалы.
- Основные жанры, используемые общественно-политическими СМИ:
 - «Горячая» новость
 - Статья-справка
 - Интервью с экспертом
 - Репортаж

Недостатки и типичные ошибки материалов на темы экологии в общих СМИ

- 1. недостаток базовых экологических знаний**
- 2. необъективность**
- 3. стремление к сенсации**
- 4. отсутствие экологического позитива**
- 5. искажение фактов, некорректность подачи информации**
- 6. поверхностное отношение к проблеме**

Актуальные экологические темы в современных СМИ

Экология и здоровье

Экология мегаполиса

Ядерная и химическая промышленность

Устойчивое развитие

Экологическое образование

Экологическое право

-Глобальное изменение климата, деградация почв, потеря лесов и биологических видов. Все больше внимания будет уделяться проблеме биотехнологий и генной инженерии.

Как привлечь внимание читателя к теме? Что такое «читабельность» материала?

Материал будет прочитан до конца, если журналист будет помнить об информационной классификации:

- БЛИЗОСТЬ ТЕМЫ
- СВОЕВРЕМЕННОСТЬ
- ВОЗДЕЙСТВИЕ
- НЕОБЫЧНОСТЬ

Как привлечь внимание читателя к теме?
Что такое «читабельность» материала?

ЧИТАБЕЛЬНОСТЬ – соотношение содержания и соответствующего ему стиля изложения.
Задача журналиста состоит в том, чтобы обеспечить читателю оптимальную возможность понять смысл текста.

Как привлечь внимание читателя к теме?

Информативная ценность материала- НУЖНО ПОМНИТЬ О СЛЕДУЮЩЕМ:

- Достаточен ли общий словарный запас ваших читателей для понимания материала?
- Владеют ли они словарем специальных терминов – в данном случае экологических?
- Смогли ли они уловить логику изложения темы статьи (новости), то есть ее ГЛАВНОГО смысла?

Эти правила не для специализированных изданий – у каждого из них своя читательская аудитория, своя тематика, свои жанры и стиль изложения.

О терминах

ТЕМА - ОБЩЕЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРЕДМЕТА
ОТРАЖЕНИЯ

ПРОБЛЕМА - ОБЩЕСТВЕННЫЙ ВОПРОС,
РАЗРЕШЕНИЕМ КОТОРОГО ЯВЛЯЕТСЯ
СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ

ЗАДАЧА - КОНКРЕТНАЯ ЦЕЛЬ, СВЯЗАННАЯ С ОДНОЙ
ИЗ ФУНКЦИЙ – ИНФОРМАЦИОННОЙ,
ОБЪЯСНЯЮЩЕЙ, ОЦЕНИВАЮЩЕЙ,
ПОБУЖДАЮЩЕЙ.

Эффективность экологических материалов

- Эффективность материалов в СМИ, в том числе и экологических, остается одной из самых серьезных проблем в журналистике. Сегодня можно говорить об эффективности экологических публикаций в основном на местном уровне. Например, именно материалы в городских и районных СМИ (общих и "зеленых") приводили к прекращению строительства гаражей в неположенных местах, приостановлению вырубке зеленых насаждений в городах и областях.
- Экологическая тема отличается от других тем, что в ней, как правило, не бывает единичных событий, поэтому нужно всегда стремиться показать читателю как предысторию проблемы, так и возможные последствия того или иного явления.

Советы по подготовке экологического материала:

- **Представляйте несколько точек зрения на проблему**
- **Упрощайте техническую информацию**
- **Будьте осторожны при обращении с фактической информацией**
- **Согласовывайте материал с участниками**
- **Будьте корректны по отношению ко всем участникам материала**
- **Ссылайтесь на источники информации**
- **Пытайтесь устами экспертов предлагать возможные решения проблемы**