

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБЩЕМИРОВОЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПОВЕСТКИ

Ситникова Е.А.

Московский педагогический государственный университет (МПГУ)

Katia9806@mail.ru

Экологические проблемы – одни из наиболее важных и острых тем не только для всего человечества, но и для нашей планеты в целом. Деятельность человека вносит необратимые изменения в климат. Экология, «наука о доме» (греч.) изучает абсолютно все воздействия человека на живую среду, она затрагивает множество актуальных вопросов, интересующих человечество. Проблемами экологии заняты не только группы активистов по всему миру, к диалогу присоединяются и крупнейшие международные организации, мировые лидеры и даже корпорации.

Если мы вдумаемся в цифры и масштабы загрязнения, то мы увидим, что ситуация близка к катастрофической. Ежегодно каждый россиянин выбрасывает около 400 килограммов мусора, то есть, если мы возьмем всех жителей нашей страны, то цифра вырастает аж до 70 миллионов тонн. В сравнении данная цифра равна 175 миллионам лосей, 7 тысячам Эйфелевых башен и 10 пирамидам Хеопса. Мимо таких подробностей невозможно пройти стороной, если об этом говорить. К сожалению, в России экологическая журналистика появилась с большим опозданием. Под этим термином подразумевается некий обособленный жанр журналистики, который направлен на сбор, анализ и экспансию полученных данных, затрагивающих актуальные вопросы, проблемы, текущие события, которые в свою очередь связаны с взаимодействием окружающего мира и человека. Благодаря этому направлению, люди смогу познавать экологические проблемы как глобально, так и регионально. Экожурналистика имеет характерные отличия от других жанров журналистики. В этом направлении необходимо прочувствовать тонкую нить между корреспондентом и читателем/слушателем. Ведь здесь разная стилистика подачи информации: нельзя слишком резко и эмоционально преподносить сведения – это может отпугнуть, и, если использовать только информационное представление новостей, то не удастся «докричаться» до аудитории. Необходимо найти нечто среднее, дабы это было не монотонно, скучно, а наоборот, чтобы также присутствовала эмоциональность, немного запугивающий характер, чтобы читатели и слушатели брали во внимание.

На сегодняшний день существует множество литературы об истоках зарождения термина «экология», о взаимодействии природы и человека, современном состоянии науки, ее видах. Экожурналисту необходимо всё это знать. Люди, работающие в данной направленности, должны в первую очередь любить свое дело, а уже последующая их задача грамотно, целенаправленно, простым языком доносить информацию, чтобы каждый мог прикоснуться к решению той или иной проблеме.

Издания, которые занимаются вопросами экологии, обладают неустойчивой характеристикой: они как появляются на российском рынке очень быстро, так и исчезают. На данный момент существует много различных газет, журналов, теле- и радиопрограмм, общественных организаций, информационных сайтов, посвященные деятельности по спасению природы. Нестабильность на рынке обуславливается тем, что многие средства массовой информации не выдерживают конкуренции. Трудности состоят в поиске именно «своего» читателя, а также спонсоров, партнеров, которые готовы реализовывать экологическую повестку. Но все же экожурналисты не опускают руки и повышают эффективность их деятельности.

Стоит немного обратиться к истории, а именно к тому периоду, когда начали зарождаться эко-СМИ в России. Еще до 1980-х годов СССР не существовала ни одного экоиздания. Обусловлено было тем, что советские власти держали под строгим контролем документы, обозревающие состояние природы страны. Изредка можно было встретить некоторые публикации в журналах «Наука и жизнь», «Техника — молодежи», «Юный натуралист» и др. Но советский человек оставался «покорителем природы» в большей степени, чем «защитником».

К концу 80-х резко меняется привычный образ окружающей среды резко изменился. Всему причиной стали изменения в политической ситуации. Время перемен или перестройка – новые идеологии, реформы со стороны советского партийного руководства. Так скажем, появилась «мода» говорить об экологии в плохом ключе, что нередко жители стали слышать от кандидатов в депутаты. Был сразу найден легкий путь к сердцу общества. Претенденты стали все чаще опираться на плохое состояние экологии и предлагать свои подходы к решению. Тем самым, способствовали высоким рейтингам среди избирателей. Негативный поток экологической информации не прекращался до тех пор, пока в 1990 году не приняли первый закон о печати, объявившего свободу слова. С того времени у эко-СМИ получили возможность развиваться. С апреля 1990 года в новой нише экожурналистики начали выходить газеты «Зеленый мир», журналы «Экос», «Зеленый крест», «Свет» («Природа и человек»), чуть позже появился журнал «Экология жизни», газета «Природно-ресурсные ведомости» и т.д. Однако стоит признать, что перечисленные издания мы могли редко увидеть на полках киосков. Причина проста – слишком маленький тираж, так как не было спроса у покупателей, особой заинтересованности у торговцев.

Печатные издания стали истоками зарождения экологической направленности СМИ. Тем не менее также не стоит забывать о теле- и радиопрограммах, которые, к сожалению, имели невысокие рейтинги. Становится резко вопрос о необходимости новых реформ в этой области. Для того, чтобы повлиять как-то на ухудшающуюся ситуацию, неизбежно требуется воздействие на уровень осознанности, который нужно и важно растить, поддерживать среди большей аудитории. Таким образом, у журналистов-экологов появилось еще больше ответственности: им необходимо самим обладать широким экологическим мировоззрением и также уметь сориентировать аудиторию в актуальных проблемах.

В 2021 году социум постепенно уходит от прочтения печатных изданий и все чаще обращается к телепрограммам, интернет ресурсам, поддерживающие эко-направление. Радиовещания просто незаменимы в практической современной жизни. С появлением нового формата журналистики – блогерства, можно почувствовать поддержку экожурналистам со стороны публичных личностей. Те ужасные цифры, о которых говорили в самом начале, не оставляют равнодушными и управляющего директора «Русской МедиаГруппы» Дмитрия Медникова. Он объявил о «Годе экологии» в русской музыке. Это совершенно новый проект, главной целью которого будет привлечение внимания аудитории к экологической повестке. «Экологическая повестка станет частью нашей стратегии. В информационном поле радиостанций холдинга, телеканала RU.TV, на всех мероприятиях мы будем поддерживать зелёную повестку для привлечения многомиллионной аудитории наших слушателей и зрителей к решению экологических проблем» - рассказал медиахолдингу Дмитрий Медников.

Особое внимание привлек новый экологический проект «МИССИЯ КРАСОТЫ», несущий глобальную цель. Он привлекает всех неравнодушных людей, любящих поистине родной дом, красоту природы и все то, что нас окружает. Абсолютно новый подход к предотвращению экологических катастроф

представили 23 сентября этого года. На экологической бизнес-сессии собрались обсудить насущные вопросы эко-волонтеры, эко-блогеры, эко-амбассадоры, руководители различных крупных компаний (например, Cosmopolitan, Garnier, L'OREAL и др.), поддерживающие экологическую повестку, сотрудники «Русской МедиаГруппы», в частности и управляющий Дмитрий Медников, Председатель Российского Экологического Общества Рашид Исмаилов, Председатель Ассоциации Волонтерских центров Артём Метелев, российские медийные личности и зарубежные. О том, что окружающая среда — это наш общий дом, который не имеет границ, национальностей и каких-либо политических воздействий, подтверждает приезд знаменитого эко-активиста, бразильской супермодели Алессандры Амбросио. Она поддержала межиндустриальную платформу, которая объединяет усилия представителей медиа и музыкальной индустрии для популяризации общих идей о бережном отношении к окружающей среде. Цель проекта «МИССИЯ КРАСОТЫ» — повышение информированности людей о проблемах экологии. Это колоссальная мультимедийная коммуникация, ведь слушателей «Русского Радио» насчитывается около 23 миллионов слушателей, более 30 миллионов зрителей телеканала «RU.TV» и огромная аудитория на просторах социальных сетей (более 15 миллионов подписчиков). Идеи «зеленых» по всему миру становятся все более популярны, тк люди видят конкретные изменения в окружающем их мире.

Наш доклад начался с яркого примера по статистике. Человек — часть окружающей среды. Сейчас время начать с себя. Всем известно, что проблемы загрязнения экологии глобальная и необъятная. Можно говорить абсолютно о разных причинах, но ведь согласитесь: каждый из нас производит в день более 1,1 кг отходов. А значит все мы можем приложить усилия, чтобы в «нашем доме» было чище. Лишний раз не использовать одноразовые пакеты (можно перейти на многоразовые сумки), не бросать мусор, где захочется (донося его до урны и думая о животных), стараться разделять мусор заранее (чтобы у заводов была возможность его переработать и снова что-то воспроизвести) и т.д. На эту тему действительно можно много и долго говорить, но очень важно ради своего же будущего приложить усилия и не оставаться в стороне. Помнить, что в окружающей среде мы не одни, а связаны тонкой нитью. Вместе с новыми мультимедийными коммуникациями общество станет более ответственным и уже не сможет пройти мимо. Сохранить дом в чистоте и уюте – это общее дело!

Список литературы

1. Антонов С. Сколько мусора производят россияне. URL: <https://journal.tinkoff.ru/garbage/> (дата обращения: 24.10.2021).
2. Беркова О.А. Экологическая журналистика в России: проблемы и реалии / /Актуальные проблемы журналистики: Материалы научно-практической конференции «Журналистика в 1996 году. Средств массовой информации в постсоветском обществе». М., 1997.
3. Гаврилова Д. Эрнст Геккель - создатель науки экологии. URL: <https://www.ecosever.ru/article/21855.html> (дата обращения: 24.10.2021).
4. Галицкая И.В. Экологические проблемы обращения и утилизации бытовых и промышленных отходов // Геология. 2005. № 2.
5. Ключев Н.Н. «Россия: экологический «портрет» на глобальном фоне». URL: <http://www.ecolife.ru/jornal/econ/2002-6-2.shtml/> (дата обращения: 24.10.2021).
6. Кочинева А., Берлова О., Колесникова В. Экологическая журналистика: Учеб. пособие. М., 1998

7. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М.: «Аспект Пресс», 2001.
8. Медников Д. «Русская Медиагруппа» объявляет год Экологии в русской музыке. URL: <https://esg.russianmediagroup.ru/> (дата обращения: 24.10.2021).
9. Мишурнова Ю.Е. Особенности экологической журналистики. URL: https://studbooks.net/723802/zhurnalistika/osobennosti_ekologicheskoy_zhurnalistiki (дата обращения: 24.10.2021).
10. Пресс-служба «Русской Медиагруппы». Миссия красоты. URL: <https://miss.rusradio.ru/about> (дата обращения: 24.10.2021).
11. Редина М.М., Хаустов А.П. Нормирование и снижение загрязнений окружающей среды. М.: Юрайт, 2014.
12. Цвик В.Л. Экологическая тематика на телеэкране. URL: https://studref.com/491733/zhurnalistika/televizionnaya_zhurnalistika (дата обращения: 29.10.2021).
13. Юсевич А.И. Вторичные виды сырья в технологии органического синтеза: учебное пособие . Минск: БГТУ, 2012.