

ОСВЕЩЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ В ИНТЕРНЕТ-СМИ РОССИИ И КАЗАХСТАНА

К. С. Лантух¹, О. В. Перезовова²

¹Телерадиокомпания «Алау», г. Костанай, Республика Казахстан

²Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск, Российская Федерация

В статье рассматриваются результаты сравнительного и контент-анализа интернет-ресурсов отечественных и зарубежных СМИ, освещающих экологическую проблематику промышленных регионов. Актуальность и перспективы вопроса обосновываются фактором возрастания влияния экологического контента на социальное самочувствие населения. Приводятся результаты контент-анализа по ведущим интернет-СМИ Челябинской области и республики Казахстан; представлен структурно-тематический обзор экологической повестки высокорейтинговых изданий; показаны результаты анализа коэффициента вовлеченности аудитории в материалы экологической направленности по основным группам экологических проблем. Выявлены основные группы проблем при создании экологического контента; обоснована актуальность объективной экологической повестки для регионов риска; систематизированы общие характеристики прессы промышленных регионов.

В статье представляются конкретные стимульные материалы, выделенные с помощью поисковых запросов, на основании которых были выявлены основные закономерности и противоречия в репрезентации экологических материалов в СМИ. Получены результаты, отражающие устойчивые закономерности освещения экологической проблематики в интернет-СМИ, как в отечественной, так и в зарубежной прессе.

Ключевые слова: интернет-СМИ, контент-анализ, отечественные СМИ, зарубежные СМИ, экологическая проблематика, экоконтент, вовлеченность аудитории, экологическая повестка, регионы риска, региональная пресса.

Введение

Тема освещения проблем экологии в современных интернет-СМИ является достаточно актуальной, особенно если вопрос касается регионов с неблагоприятной экологической ситуацией. Люди остро воспринимают новости об изменении экологии, поэтому главная задача СМИ – правильно и объективно донести информацию. Исходя из актуальности вопроса была определена цель исследования – проанализировать особенности экологической проблематики в информационной повестке интернет-СМИ промышленных регионов России и Республики Казахстан.

Объектом исследования были выбраны современные интернет-СМИ промышленных регионов России и Казахстана, а предметом исследования выбраны материалы экологической направленности в информационной повестке интернет-СМИ на примерах Уральского региона и Республики Казахстан. В ходе проведения исследования очерчен круг задач, в числе которых: исследовать влияние региональных интернет-СМИ на освещение экологических проблем в современной журналистике; проанализировать особенности освещения экологических проблем в ведущих региональных интернет-СМИ Уральского региона и ведущих интернет-СМИ промышленных регионов Казахстана; выявить их влияние на социальные намерения населения.

Методы проведения исследования: контент-анализ, метод статистической обработки данных, метод опроса.

Эмпирической базой исследования послужили информационные материалы на экологическую

тематику Уральского региона (Челябинской, Свердловской и Тюменской областей) и республики Казахстан. Временной период исследования составляет охват материалов с 2019 по 2022 год включительно. Количественные показатели исследуемого материала в общей совокупности составили более 2000 единиц различных медиатекстов.

В Челябинской области для анализа были взяты ведущие рейтинговые платформы: телеканал ЧГТРК, газета «Южноуральская панорама», сайт «74.ru»; в Свердловской области – телеканал ЕТВ, «Областная газета Свердловской области» и сайт «E1.RU»; в Тюменской области – телеканал «Тюменское время», газета «Тюменская область сегодня» и сайт «Тюменская линия»; в Республике Казахстан – телеканал «Хабар», газета «Деловой Казахстан» и сайт «Zakon.kz». Рейтинг изданий подтверждается данными аналитического сайта «Медиалогия» (<https://www.mlg.r>) за первый квартал 2022 года.

Новизна исследования заключается в сопоставительном изучении содержательно-тематических особенностей современных публикаций экологической тематики в региональных интернет-СМИ Урала, а также сравнение с освещением данной темы в промышленных регионах Казахстана.

Обзор литературы

Обзор литературы показал, что научная проблема активно изучается и получает освещение с самых различных точек зрения. Экологическую проблематику в СМИ изучают в спектре междисциплинарных связей: психологии, филологии, социологии, коммуникативистики. Ценными для ис-

следования представляются идеи Е. В. Барковой об особенностях экологических межкультурных коммуникаций в общей стратегии информационных парадигм современных медиа [1]. Значительно повлияли на наше исследование методологические подходы, сформулированные Е. В. Барковой в свете социокультурных коммуникаций и экологической проблематики в СМИ, в том числе связь с мировоззренческими позициями медиааудитории [2].

Для понимания и определения границ исследования были детально изучены научные обоснования Ю. М. Ершова о категориальном аппарате экологической журналистики новой цифровой эпохи [3]. Интересными и полезными были идеи Е. А. Есиной, предложившей систему подходов к экологической проблематике в современных СМИ и обосновавшей перспективы их развития в экологическом и социальном аспекте [4].

Существенный научный и методологический влияние на наше исследование оказали труды П. В. Ивлиева, Б. Е. Кошелюк, описавших особенности деятельности СМИ в освещении экологических проблем с позиций нормативов и законодательства в области информационного регулирования [5]. В целом для расширения понимания вопроса были полезны труды Н. В. Калининой о месте экологической журналистики в современной медиасфере [6], а также ее историографические обзоры о становлении экологической прессы в системе российских СМИ на рубеже 1980–1990-х годов [7].

Особую важность для развития вопроса представляют идеи Н. В. Калининой об экологической журналистике в контексте новых медиа [8]. Анализ теоретической и методологической базы позволил нам понять особенности развития экологической проблематики в интернет-изданиях региона [9], установить степень влияния интернет-СМИ на экологический имидж региона и социальное самочувствие населения [10].

Обзор теории по экологической проблематике в СМИ показал, что в большей степени проблематика характерна для отечественной науки [11]. В зарубежной научной литературе идеи влияния интернет-СМИ на поведенческие намерения населения представлены менее выражено, так как экологическая тема интересует зарубежных ученых в более узком контексте концепции «эко-френдли», что находит отражение у отечественных ученых уже в более поздние периоды.

Методы исследования

Методологическую базу составили труды ученых, специализирующихся на изучении влияния интернет-СМИ на поведенческие намерения населения. Особенно полезными в развитии исследования были труды М. С. Сидорова, изучающего медиа в контексте общественных трансформаций, рассматривающего вопросы преобразования российской медиаиндустрии в разрезе научных и пра-

ктических особенностей [12]. Особый интерес вызывают его труды, представляющие экологическую журналистику как инструмент политического влияния.

Также способствовали пониманию изучаемого вопроса отдельные положения в трудах Е. А. Шарковой, отразившей особенности экологической журналистики как актуального жанра современного медиaprостранства [13]. Методология изучения экологической журналистики представлена у Е. А. Шарковой во многих трудах [13–15], при этом акцент изучения делается именно на особенностях российской прессы и на этапах ее развития [15], что обогащает прикладной аспект в исследовании.

При выборе методологических ориентиров в исследовании мы, следуя за М. В. Орловой, сначала выделили существенные характеристики экологической журналистики [16]. Ссылаясь на ее рекомендации, определили специфику оценки качества журналистских текстов, освещающих проблемы экологии [17].

Выбору методов исследования предшествовало изучение трудов Т. Л. Ровинской о механизмах участия СМИ в экологической политике региона [18], а также дискуссионные утверждения В. И. Шаховского о диссонансе экологичности в коммуникативном медиадискурсе [19].

В качестве основного метода был использован контент-анализ, а также анализ коэффициента вовлеченности медиааудитории в проблематику экологического характера. Совокупность выбранных методов позволила получить наиболее значимые результаты.

Для проведения исследования была сформулирована система критериев по отбору материала экологической направленности в ведущих региональных интернет-СМИ России и Казахстана. Первым критерием стал выбор тематики: проблемы загрязнения воды, проблемы загрязнения воздуха, проблема мусора и его переработки, так как основное число публикаций посвящено именно этим вопросам. Вторым критерием для отбора материала стала жанровая направленность, в преобладающем большинстве представляемая в виде новостной заметки. Другие жанры в рамках исследования не рассматривались. Для оценки материалов были выбраны три основных зоны внимания аудитории – заголовок, изображение и лид-абзац, формирующие представление по освещаемому вопросу. Материалы оценивались с позиции композиционного и смыслового наполнения, в том числе с использованием элементов семантического анализа.

Результаты и дискуссия

Результаты исследования представлены в данном разделе и представляют собой обработку более 700 источников из заявленной эмпирической базы. В ходе изучения материалов СМИ Уральского региона мы установили, что экологическая те-

матика в новостной повестке отражается неактивно. Так, из 700 проанализированных материалов «ЧГТРК» только 10 можно отнести к экологической тематике. Это составляет 1,4 % от общего количества (рис. 1).



Рис. 1. Количество материалов на экологическую тематику на ЧГТРК

Fig. 1. Number of materials on environmental issues on CHGTRK

Большинство материалов рассказывает о загрязнении Челябинска, в основном воды. Из этого следует вывод, что главная проблема Челябинска – загрязнение водохранилищ и их плохое качество. В основном акцент в освещении вопроса делается на разъяснение причин. Цифры, представленные в материале, влияют на визуализацию. Следующей платформой в Челябинской области для изучения материалов на экологическую тему была взята газета «Южноуральская панорама». Она является официальным изданием Правительства и Законодательного Собрания Челябинской области, публикует материалы на экологическую тематику, рассматривая всю область. Из 11 отобранных материалов 4 было посвящено другим городам Челябинской области, один материал рекламе экоакции «Час Земли», и один материал посвящен проекту «Чистый воздух» (Южный Урал). Из 700 просмотренных материалов только 11 можно отнести к экологической тематике, что составляет 1,5 % (рис. 2).



Рис. 2. Количество материалов на экологическую тематику в газете «Южноуральская панорама» (%)

Fig. 2. Number of environmental articles in Yuzhnouralskaya Panorama (%)

Материалы в основном относятся к жанру информационной заметки. Главная цель новости – призвать граждан к каким-либо конкретным действиям, проявлению гражданской позиции.

Следующей платформой для анализа экологических СМИ в Челябинской области был взят сайт «74.ru». В редакцию 74.ru поступают вопросы от местных жителей. Сайт публикует конкретную экологическую проблему. Последующие публикации являются ответом на вопрос. Благодаря этому происходит общение редакции и аудитории. Эта особенность позволяет держать связь со зрителями, а также вызывает доверие у аудитории. Таким форматом общения могут пользоваться не все платформы СМИ. Из 700 проанализированных материалов 15 относится к рубрике «Экология», что составляет 2,1 % (рис. 3).



Рис. 3. Количество материалов на экологическую тематику на сайте «74.ru»

Fig. 3. Number of materials on environmental issues on the site «74.ru»

На примере Свердловской области были взяты платформы: телеканал ЕТВ, «Областная газета Свердловской области», сайт «МК.RU» и выявлены закономерности подачи экологических новостей. Отмечено, что из трех представленных платформ активно освещает экологию телеканал ЕТВ, однако из 700 анализируемых материалов к экологической проблематике можно отнести 17, что составляет 2,4 % от общего количества.

Другие платформы обращаются к теме экологии еще реже, что позволяет говорить о невысокой заинтересованности СМИ в освещении данных проблем.

Несмотря на то что Свердловская область является одним из самых загрязненных регионов Российской Федерации, СМИ практически не освещают тему экологии.

Для изучения экологической проблематики Тюменской области в СМИ были взяты платформы: телеканал «Тюменское время», газета «Тюменская область сегодня», сайт «Тюменская линия».

Тюменский телеканал является официальным телеканалом Тюменской области, который занимает второе место в рейтинге СМИ области.

Было отобрано и изучено 700 новостных материалов, из которых ни один нельзя отнести к экологической проблематике. «Тюменское время» не освещает тему экологии на своем телеканале. «Тюменская область сегодня» – ежедневная официальная газета правительства Тюменской области.

После публикации в данном издании вступают в силу нормативные правовые акты регионального правительства. Входит в ТОП-10 самых цитируемых областных СМИ. На сайте ежедневно публикуются от 20 до 35 материалов. В ходе исследования было проанализировано 700 информационных новостей.

К экологической проблематике можно отнести 17 журналистских работ, что составляет 2,4 % от общего количества (рис. 4).



Рис. 4. Количество материалов на экологическую тематику в газете «Тюменская область сегодня»
Fig. 4. Number of materials on environmental issues in the Tyumen Region Today newspaper

Информационное агентство «Тюменская линия» является одним из самых авторитетных и компетентных электронных СМИ региона. Агентство информирует общественность о событиях, происходящих на территории Тюменской области, включая Ямало-Ненецкий и Ханты-Мансийский автономные округа. Информация выходит в режиме реального времени в ленте новостей на сайте. Среди 700 проанализированных материалов с сайта «Тюменская линия» к экологической проблематике можно отнести 5. Это составляет 0,7 % от общего количества, что тоже говорит о низком интересе прессы к экологической проблематике.

Далее мы попытались сравнить полученные аналитические данные по особенностям экологической повестки СМИ Уральского региона с прессой республики Казахстан. Выбрали несколько платформ и попытались обобщить данные. Телеканал «Хабар» – это телесемейство каналов, вещающих на казахском, русском и английском языках. На телеканале было проанализировано 700 новостных сюжетов, из них 10 относятся к экологической проблематике, что составляет 1,4 %.

Газета «Казахстанская правда» распространяется по всем регионам Казахстана, тираж газеты стабильно превышает 100 тысяч экземпляров. На сайте газеты нет отдельной рубрики «Экология», поэтому все материалы, связанные с данной проблематикой, в основном относятся к категории «Общество». Из 700 материалов только 7 можно отнести к данной теме. Это составляет 1 % от общего количества всех новостей.

Zakon.kz – одно из старейших интернет-СМИ Казахстана. Сайт ежедневно публикует около 60 материалов на разные тематики. Материалы раз-

деляются на рубрики (спорт, культура, политика, экология, коррупция, мнение, наука и др.). После 700 проанализированных материалов было выяснено, что к категории «экология» относится 11 новостных работ. Это составляет 1,5 % от общего количества материалов (рис. 5).



Рис. 5. Количество материалов на экологическую тематику на сайте «Zakon.kz»
Fig. 5. Number of materials on environmental issues on the site «Zakon.kz»

Видим, что структура и содержание новостей несут схожий характер. Более того, было отмечено, что региональные СМИ активно уходят в освоение новых медийных ресурсов.

Для СМИ Уральского региона и для СМИ республики Казахстан характерен уход в масс-медийные ресурсы, в том числе в социальные сети. Все вышеперечисленные СМИ имеют свой сайт и социальные сети.

В табл. 1 представлено количество подписчиков на данные СМИ в соцсети «ВКонтакте», а также выявлен коэффициент вовлеченности аудитории (ER) в материалы экологической проблематики. Коэффициент вовлеченности (Engagement Rate, ER) – метрика, помогающая оценить эффективность контентной политики и коммуникации на площадке. ER позволяет определить, насколько активно аудитория взаимодействует с постами.

Активной реакцией считается лайки, репосты, комментарии. Они могут учитываться по отдельности или вместе в зависимости от целей. Один из наиболее популярных подходов – расчет ER per post, или средний уровень вовлеченности на один пост. Формула имеет такой вид:

$$ER = (\text{лайки} + \text{комментарии}) / \text{подписчики} * 100\%$$

Показатели коэффициента представлены в табл. 1 и позволяют сделать вывод, что медиааудитория более активна в масс-медийных ресурсах, чем на официальных страницах издания.

Исходя из анализа данных таблицы, можно сделать выводы.

1. Большая часть подписчиков приходится на интернет-сайты промышленных регионов.
2. Информационные сайты более качественно развивают свои социальные сети.
3. Больше информации на экологическую тематику аудитория получает благодаря интернет-сайтам.

Таблица 1
Количество подписчиков в «ВКонтакте»
на информационных площадках промышленных регионов
Table 1
Number of subscribers in «Vkontakte» on information
sites of industrial regions

Телеканалы		
«ЧГТРК» (Челябинская об- ласть)	«ЕТВ» (Свердловская область)	«Тюменское время»
14 279	8 892	84 176
Газеты		
«Южноуральская панорама» (Челябинская об- ласть)	«Областная газе- та Свердловской области»	«Тюменская область сегодня»
2 151	287	8 530
Сайты		
«74.ru» (Челябинская об- ласть)	«E1.RU» (Свердловская область)	«Тюменская линия»
332 255	287 388	2 302

Были просчитаны все коэффициенты в заявлен-
ных ресурсах. Данные по ER всех анализируемых
СМИ Уральского региона представлены в табл. 2.

Таблица 2
Показатели ER в СМИ Уральского региона
Table 2
ER indicators in the media of the Urals region

Телеканалы		
«ЧГТРК» (Челябинская область)	«ЕТВ» (Свердловская об- ласть)	«Тюменское время»
4%	Количество подпис- чиков уменьшилось, сайт заблокирован, новости не публику- ются	1%
Газеты		
«Южноуральская панорама» (Челябинская область)	«Областная газета Свердловской обла- сти»	«Тюменская область сего- дня»
5%	15%	14%
Сайты		
«74.ru» (Челябинская область)	«E1.RU» (Свердловская об- ласть)	«Тюменская линия»
26%	14%	0,6%

Так, например, ER для «ЧГТРК»: аккаунт
имеет 14379 подписчиков, за неделю к общему
количеству прибавилось еще 100 человек, было
опубликовано 280 постов, которые набрали 987
лайков и 50 комментариев: $(987+50)/280 = 4$ реак-
ции на пост, $ER = 4$ реакции на пост / 100 подпис-
чиков $*100\% = 4\%$.

Показатели ER для телекомпании «Тюменское
время» будут выглядеть следующим образом: акка-
унт имеет 85279 подписчиков, за неделю к общему
количеству прибавилось 1103 подписчика, было
опубликовано 195 материалов, которые набрали 2525
лайков и 155 комментариев: $(2525+155)/195=14$ ре-
акции на пост, $ER = 14$ реакции на пост / 1103 под-
писчика $*100\% = 1\%$.

Количество подписчиков на сайте «74.ru» за не-
делю увеличилось на 533 человека, был опубликован
171 материал. Комментарии и лайки в сумме соста-
вили 23942, следовательно, $23942:171=140$ реакций
на пост, $ER = 140$ реакции на пост / 533 подписчика
 $*100\% = 26\%$.

Можно сказать, что показатели вовлеченности
аудитории очень хорошие, если сопоставить их со
шкалой нормирования. Нормой принято считать
следующие показатели:

менее 1% – плохой показатель; от 1% до 3,5% –
средний показатель; от 3,5% до 6% – высокий пока-
затель; свыше 6% – очень высокий показатель.

В Республике Казахстан телеканал «Хабар»
не ведет социальную сеть «ВКонтакте», последний
материал был опубликован в марте 2021 года. У газе-
ты «Казахстанская правда» нет группы в Вконтакте.

У информационного сайта «Zakon.kz» показат-
ель ER составил 0,5%. Это говорит о том, что офи-
циальная пресса сохраняет свой статус, не стремится
усилить обратную связь с аудиторией.

Выводы

Обобщая полученные результаты исследова-
ния, можно отметить, что медиатексты Уральского
региона в Российской Федерации, а также в рес-
публике Казахстан имеют выраженные особеннос-
ти освещения экологической проблематики, ха-
рактерные для промышленных регионов.

В заголовках преобладают слова-триггеры,
привлекающие внимание: «опасность», «грязь»,
«смерд», отражающие высокую степень экологи-
ческого риска в регионе, воздействующие на аф-
фективное состояние аудитории. Установлено, что
новостные заметки вызывают живой отклик ауди-
тории, что подтверждено показателями коэффици-
ента вовлеченности (ER), который превышает
средний показатель примерно в два раза. Отмеча-
ем, что образы, мотивы и художественные приемы
анализируемых материалов носят шаблонный ха-
рактер, формирующий материал в контексте «проб-
лема-проблема», заставляя аудиторию сопережи-
вать, но при этом не дают объективный взгляд
на освещаемую ситуацию.

Структурно-содержательные особенности ма-
териалов в интернет-СМИ Уральского региона
в Российской Федерации и в республике Казахстан
имеют общие черты, в том числе:

1. Способы подачи экологических материа-
лов имеют схожий характер (чаще всего это ин-
формационная заметка, которая рассказывает
аудитории о наличии проблемы региона).

2. В интернет-СМИ публикуется мало каче-
ственных фотоснимков с проблемных экологи-
ческих мест. В основном это картинки, взятые в бан-
ке интернета, либо фотографии, сделанные ауди-
торией.

3. Большинство материалов, относящихся
к экологической проблематике, имеют отрица-
тельную направленность.

Так, например, из 78 материалов Уральского региона на экологическую тему 41 журналистская работа имеет отрицательную тональность. Это составляет 52 % от общего количества.

Остальная часть материалов уведомляет аудиторию об изменении среды, о начале чистки природных объектов, о проведении экокций и др.

Данные представлены на рис. 6.

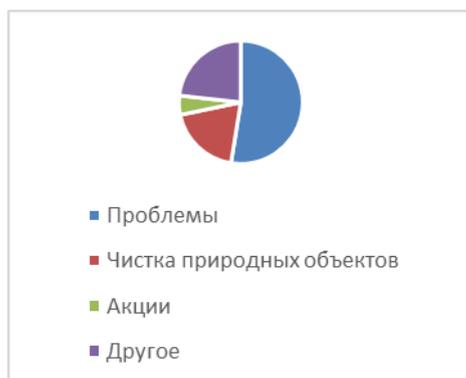


Рис. 6. Экологическая тематика в СМИ (%)
Fig. 6. Environmental topics in the media (%)

Сравнение экологических новостей двух стран показало, что модели написания материалов схожи, но отличительные черты также имеются.

1. Материалы из Казахстана имеют более четкую схему, мало речевых оборотов. Текст практически не украшен литературными приемами. А новости Уральского региона имеют стилистически окрашенный характер.

2. На информационных сайтах Казахстана можно встретить экологические материалы с проблематикой со всей планеты.

3. В Казахстане новости в основном имеют жанр «информационная заметка», по сравнению с Уральским регионом, где жанры имеют разнообразный характер – статьи, комментарии, опросы и т. д.

4. Казахстан публикует примерно одинаковое количество материалов на экологическую тематику как со всей страны, так и только своего региона. Например, из новостей всей страны, к экологической проблематике можно отнести 1,3 %. А из всех материалов Уральского региона – 1,2 % от общего количества.

Таким образом, в информационной повестке по экологической проблематике в интернет-СМИ России и Казахстана можно выявить общие и отличительные черты. К общим особенностям освещения следует отнести негативный характер подачи материала, а к отличительным особенностям следует отнести факт, что пресса Казахстана не заходит на ресурсы социальных сетей. Структурно и содержательно конструкции новостей схожи, жанровое многообразие также имеет схожий характер.

Литература

1. Баркова, Э. В. Экология межкультурных коммуникаций: поиски и стратегии новых пара-

дигм / Э. В. Баркова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7. Философия. – 2011. – № 2 (14). – С. 128–136.

2. Баркова, Е. В. Экология социокультурных коммуникаций: мировоззрение и методологические основы / Е. В. Баркова // Человек в Индии. – 2017. – Т. 97, № 21. – С. 241–256.

3. Ершов, Ю. М. Как вас теперь называть? О категориально-понятийном аппарате журналистики новой эры / Ю. М. Ершов // Вестник СПбГУ. Журналистский ежегодник. – 2020. – С. 7–11.

4. Есина, Е. А. Экологическая проблематика в современных СМИ и перспективы их развития в экологическом аспекте / Е. А. Есина // Вестник экологического образования в России. – 2015. – Т. 4. – С. 14–18.

5. Ивлиев, П. В. Деятельность СМИ в освещении экологических проблем / П. В. Ивлиев, Б. Е. Кошелюк // Закон и право. – 2021. – № 7. – С. 58–62.

6. Калинина, Н. В. Место экологической журналистики в современной медиасфере / Н. В. Калинина // Вестник АмГУ. – 2016. – Вып. 72. – С. 16–21.

7. Калинина, Н. В. Становление экологической прессы в системе российских СМИ на рубеже 1980–1990-х годов / Н. В. Калинина // Вестник АмГУ. – 2019. – Вып. 86. – С. 26–31.

8. Калинина, Н. В. Развитие экологической журналистики в контексте новых медиа / Н. В. Калинина // Вестник АмГУ. – 2014. – Вып. 64. – С. 31–42.

9. Перезовова, О. В. Особенности развития экологической проблематики в интернет-изданиях региона / О. В. Перезовова // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы : материалы XII Всероссийской научно-практической конференции : в 2 т. – М. : РУДН, 2021. – С. 381–383.

10. Перезовова, О. В. Влияние интернет-СМИ на экологический образ региона / О. В. Перезовова // Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия. – Челябинск, 2022. – С. 45–46.

11. Свешникова, В. А. Обзор статей по экологии / В. А. Свешникова. – URL: <https://sdelano.media/ecology/> (дата обращения: 04.07.2021).

12. Сидорова, М. С. Экологическая журналистика как инструмент политического влияния : магистерская диссертация / М. С. Сидорова. – СПб., 2013. – 147 с.

13. Шаркова, Е. А. Экологическая журналистика в регионе риска / Е. А. Шаркова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 264–269.

14. Шаркова, Е. А. Экологическая журналистика в России: этапы становления / Е. А. Шаркова // Вестник Воронежского государственного университета. – 2012. – № 2. – С. 239–243.

15. Шаркова, Е. А. Экологическая коммуникация как информационно-коммуникативная состав-

ляющая эколопического процесса / Е. А. Шаркова // Власть. – 2014. – № 7. – С. 43–48.

16. Орлова, М. В. Экологическая журналистика: сущностные характеристики понятия / М. В. Орлова // Вектор науки ТГУ. – 2013. – № 1 (23). – С. 220–227.

17. Орлова, М. В. Специфика оценки качества журналистских текстов, освещающих проблемы экологии / М. В. Орлова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2015. – № 4. – С. 130–137.

18. Ровинская, Т. Л. Механизмы участия СМИ в экологической политике / Т. Л. Ровинская. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizmu-uchastiya-sredstv-massovoy-informatsii-v-ekologicheskoy-politike/viewer> (дата обращения: 20.08.2021).

19. Шаховский, В. И. Диссонанс экологичности в коммуникативном круге: человек, язык, эмоции : монография / В. И. Шаховский. – Волгоград : ИП Поликарпов И. Л., 2016. – 504 с.

Лантух Ксения Сергеевна – корреспондент, телерадиокомпания «Алау» (Костанай), e-mail: Lantukhks@mail.ru

Перезовова Ольга Владимировна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, Южно-Уральский государственный университет (Челябинск), e-mail: perevozovaov@susu.ru. ORCID 0000-0002-1593-1727

Поступила в редакцию 24 июня 2022 г.

DOI: 10.14529/ssh220315

COVERAGE OF ENVIRONMENTAL ISSUES IN THE ONLINE MEDIA OF RUSSIA AND KAZAKHSTAN

K. S. Lantukh¹, O. V. Perevozova²

¹Alau TV and radio company, Kostanay, Kazakhstan

²South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

The article deals with the results of a comparative and content analysis of Internet resources of domestic and foreign media covering environmental issues of industrial regions. The relevance and prospects of the issue are justified by the increasing influence of environmental content on the social well-being of the population. The results of content analysis on the leading Internet media of the Chelyabinsk region of Russia and the Republic of Kazakhstan are provided; a structural and thematic review of the environmental agenda of highly rated publications is presented; the results of an analysis of the coefficient of audience involvement in environmental materials covering the main groups of environmental problems are shown. The main groups of problems in creating environmental content were identified; the relevance of an objective environmental agenda for at-risk regions was substantiated; the general characteristics of the press of industrial regions were systematized. The article presents specific stimulus materials found with the help of targeted search queries, on the basis of which the main patterns and contradictions in the representation of environmental materials in the media were revealed. The obtained results demonstrate the patterns followed by domestic and foreign online media resources when covering ecological issues.

Keywords: Internet media, content analysis, domestic media, foreign media, environmental issues, eco-content, audience engagement, environmental agenda, risk regions, regional press.

References

1. Barkova E.V. Ekologiya mezhkul'turnyh kommunikacij: poiski i strategii novyh paradigms [Ecology of Intercultural Communications: Search and Strategies for New Paradigms] // *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 7. Filosofija*. 2011. № 2 (14). S. 128–136.
2. Barkova E.V. Ekologiya sociokul'turnyh kommunikacij: mirovozzrenie i metodologicheskie osnovy [Ecology of Socio-Cultural Communications: Worldview and Methodological Foundations] // *Chelovek v Indii*. 2017. T. 97, №. 21. S. 241–256.
3. Ershov Y.M. Kak vas teper' nazyvat'? O kategorial'no-ponyatijnom apparate zhurnalistiki novoj ery [What Should I Call You Now? About the Categorical and Conceptual Apparatus of Journalism of the New Era] // *Vestnik SPbGU. Zhurnalistiskij ezhegodnik*. 2020. S. 7–11.

4. Esina E.A. Ekologicheskaya problematika v sovremennyh SMI i perspektivy ih razvitiya v ekologicheskom aspekte [Environmental Issues in Modern Media and Prospects for Their Development in the Environmental Aspect] // *Vestnik ekologicheskogo obrazovaniya v Rossii*. 2015. T. 4. S. 14–18.
5. Ivliev P.V., Koshelyuk B.E. Deyatel'nost' SMI v osveshchenii ekologicheskikh problem [Media Activities in the Coverage of Environmental Problems] // *Zakon i pravo*. 2021. № 7. S. 58–62.
6. Kalinina N.V. Mesto ekologicheskoy zhurnalistiki v sovremennoj mediasfere [The place of Environmental Journalism in the Modern Media Sphere] // *Vestnik AmGU*. 2016. Vyp. 72. S. 16–21.
7. Kalinina N.V. Stanovlenie ekologicheskoy pressy v sisteme rossijskikh SMI na rubezhe 1980–1990-h godov [The Formation of the Environmental Press in the Russian Media System at the Turn of the 1980s–1990s] // *Vestnik AmGU*. 2019. Vyp. 86. S. 26–31.
8. Kalinina N.V. Razvitie ekologicheskoy zhurnalistiki v kontekste novyh media [Development of Environmental Journalism in the Context of New Media] // *Vestnik AmGU*. 2014. Vyp. 64. S. 31–42.
9. Perevozova O.V. Osobennosti razvitiya ekologicheskoy problematiki v internet-izdaniyah regiona [Features of the Development of Environmental Issues in the Internet Publications of the Region] // *Sredstva massovoy kommunikacii v mnogopolyarnom mire: problemy i Perspektivy: materialy XII Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii: v 2 t. M., 2021. RUDN*. S. 381–383.
10. Perevozova O.V. Vliyanie internet-SMI na ekologicheskij obraz regiona [The Influence of Internet Media on the Ecological Image of the Region] // *Zhurnalistika v 2021 godu: tvorchestvo, professiya, industriya. Chelyabinsk, 2022*. S. 45–46.
11. Sveshnikova V.A. Obzor statej po ekologii [Review of Articles on Ecology]. URL: <https://sdelano.media/ecology/> (data obrashcheniya: 04.07.2021).
12. Sidorova M.S. Ekologicheskaya zhurnalistika kak instrument politicheskogo vliyaniya [Environmental Journalism as a Tool of Political Influence]: masterskaya dissertatsiya. SPb., 2013. 147 s.
13. Sharkova E.A. Ekologicheskaya zhurnalistika v regione riska [Environmental Journalism in the Risk Region] // *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika*. 2012. № 1. S. 264–269.
14. Sharkova E.A. Ekologicheskaya zhurnalistika v Rossii: etapy stanovleniya [Environmental Journalism in Russia: Stages of Formation] // *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika*. 2012. № 2. S. 239–243.
15. Sharkova E.A. Ekologicheskaya kommunikaciya kak informacionno-kommunikativnaya sostavlyayushchaya ekopoliticheskogo processa [Environmental Communication as an Information and Communication Component of the Ecopolitical Process] // *Vlast'*. 2014. № 7. S. 43–48.
16. Orlova M.V. Ekologicheskaya zhurnalistika: sushchnostnye karakteristiki ponyatiya [Environmental journalism: essential characteristics of the concept] // *Vektor nauki TGU*. 2013. № 1 (23). S. 220–227.
17. Orlova M.V. Specifika ocenki kachestva zhurnalistskikh tekstov, osveshchayushchih problemy ekologii [The Specifics of Assessing the Quality of Journalistic Texts Covering Environmental Issues] // *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika*. 2015. № 4. S. 130–137.
18. Rovinskaya T.L. Mekhanizmy uchastiya SMI v ekologicheskoy politike [Mechanisms of Media Participation in Environmental Policy]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mekhanizmy-uchastiya-sredstv-massovoy-informatsii-v-ekologicheskoy-politike/viewer> (data obrashcheniya: 20.08.2021).
19. Shahovskij V.I. Dissonans ekologichnosti v kommunikativnom krugе: chelovek, yazyk, emocii (monografiya) [The Dissonance of Environmental Friendliness in the Communicative Circle: Man, Language, Emotions]. Volgograd: IP Polikarpov I.L., 2016. 504 s.

Kseniya S. Lantukh – correspondent, Alau TV and radio company (Kostanay), e-mail: Lantukhks@mail.ru
Olga V. Perevozova – Cand. Sc. (Pedagogy), Associate Professor of the Department of Journalism, Advertising and PR, Chelyabinsk, South Ural State University (Chelyabinsk), e-mail: o-v-perevozova@mail.ru

Received June 24, 2022

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Лантух, К. С. Освещение экологических проблем в интернет-СМИ России и Казахстана / К. С. Лантух, О. В. Первозова // *Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки»*. – 2022. – Т. 22, № 3. – С. 115–122. DOI: 10.14529/ssh220315

FOR CITATION

Lantukh K. S., Perevozova O. V. Coverage of environmental issues in the online media of Russia and Kazakhstan. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Social Sciences and the Humanities*, 2022, vol. 22, no. 3, pp. 115–122. (in Russ.). DOI: 10.14529/ssh220315