

О. Н. Иванищева, Э. Н. Серга

Мурманский арктический государственный университет,
г. Мурманск, Российская Федерация

**«Я не верю информации СМИ»
(к вопросу о роли журналистики в освещении
экологических катастроф)**

Цель работы состоит в определении методов и способов формирования доверия читателей к СМИ (на примере журналистских публикаций на экологическую тему). Объект исследования — экологическая тематика современных российских средств массовой информации, а предмет исследования — специфика представления темы экологии в современных средствах массовой информации. Материал исследования — публикации об экологической катастрофе, произошедшей 29 мая 2020 года на ТЭЦ-3 Норильска (Красноярский край). Новизна работы состоит в выявлении способов формирования доверия читателей к публикациям СМИ на экологическую тему, которая требует специальных знаний от создателей и потребителей информационного сообщения. Методы исследования — метод сплошной выборки и интенционального анализа текстов СМИ.

Результаты работы. Проведенный анализ материала показал, что для публикаций на тему экологической катастрофы в Норильске 29 мая 2020 года основными способами формирования доверия читателей являются использование экспертных мнений экологов, комментарии участников/свидетелей события, противопоставление позиций федеральных и местных властей, корпорации и жителей региона. Интен-анализ журналистских статей разного жанра подтвердил зависимость смысловых доминант от того, какая функция реализована в данном жанре публикаций: информационная или организаторская. При этом степень доверия возрастает при применении таких способов его формирования, как экспертные мнения, ссылки на авторитет Президента России и комментарии очевидцев/свидетелей.

Область применения результатов и перспективы исследования. Примененная методика исследования может быть использована при анализе журналистских публикаций разных жанров и тематической направленности.

Ключевые слова: экологическая журналистика, экологические катастрофы, доверие, функции журналистики.

O. N. Ivanishcheva, E. N. Serga

Murmansk Artic State University, Murmansk, the Russian Federation

«I do not believe the information in the media» (the Role of Journalism in Reporting Environmental Disasters)

The purpose of the work is to determine the ways of building readers' trust in journalistic works on the environmental topic. The tasks of the work are to define the concept of trust in the media at the present stage and its criteria, as well as in the ways of presenting the topic in order to convince the reader of the correctness of the journalist's position. The object of the research is ecological problems of modern Russian mass media. The subject of the research is specifics of the presentation of environmental problems in the media. Research material — 62 publications about the leakage of diesel fuel in Norilsk (Kayerkan region) on May 29, 2020. The sources of the research are the websites of state, corporate and independent (including specialized) mass media. The chronological framework of the study is May 31-June 09, 2020, which is justified by existence of the investigated news occasion. The novelty of the work consists in describing the ways of building readers' trust in mass media publications. Research methods are a sampling method, intentional analysis of media texts, as well as general scientific methods — analysis, generalization, comparison.

Results of the work. Analysis of the material showed that for publications on the environmental disaster in Norilsk on May 29, 2020, these methods are the main ways of using expert opinions of ecologists, comments of participants / witnesses of the event, opposing the positions of federal and local authorities, corporations and local residents of the region. Intentional analysis of articles of different genres showed dependence of semantic dominants on the function implemented in a given genre of publications: informational or organizational. At the same time, it can be confidently asserted that the degree of trust increases with the use of such methods of its building as expert opinions, references to the authority of the President of Russia and comments of eyewitnesses / witnesses.

Scope of the results and research prospects. The applied research methodology can be used in the analysis of journalistic publications of different genres and thematic focus.

Keywords: *environmental journalism, environmental disasters, trust, functions of journalism.*

Введение. 29 мая 2020 года на ТЭЦ-3 Норильска (район Кайеркан), принадлежащей подразделению Заполярного филиала «Норникеля» и Норильско-Таймырской энергетической компании, входящей в группу «Норильский никель», произошел инцидент: из-за

внезапного проседания опор получил повреждения резервуар хранения дизельного топлива, в результате чего произошла утечка примерно 20 тысяч тонн топлива. Нефтепродукты попали в почву, водоём и на проезжую часть. Катастрофа в Норильске имела огромный резонанс на общественном и политическом уровне. Экологи «Greenpeace» заявили, что чрезвычайное происшествие в Норильске стало первым столь крупного масштаба в заполярной Арктике.

Актуальность работы определяется утверждением, что в наше время угроза окружающей среде приобрела иную окраску. Природа «мстит» человеку за бесчеловечное к ней отношение. Доказательством этому может послужить пандемия, охватившая весь мир, под названием COVID-19. Но многие видят обострение экологических проблем в самом человеке, в его стремлении применять технологии, несовместимые с жизнью на Земле, потребительским отношением ко всему живому. Считается, что такие стереотипы мышления и поведения надо менять. Формирование экологического общественного сознания в связи с этим приобретает важное значение. Журналистика может сыграть в этом процессе ведущую роль.

Цель работы — определить способы формирования доверия читателей в журналистских произведениях на экологическую тему. Задачи работы заключаются в определении понятия доверия к СМИ на современном этапе и его критериев, а также в способах представления темы с целью убедить читателя в правильности позиции журналиста. Объект исследования — экологическая проблематика современных российских средств массовой информации. Предмет исследования — специфика представления экологических проблем в средствах массовой информации. Материал исследования — 62 публикации об утечке дизельного топлива на ТЭЦ-3 Норильска (район Кайеркан) 29 мая 2020 года. Источниками исследования являются сайты государственных, корпоративных, а также независимых (в том числе специализированных) СМИ. Хронологические рамки исследования — 31 мая — 09 июня 2020 года, что обосновано сроком существования исследуемого информационного повода. Новизна работы состоит в описании путей формирования доверия читателей к публикациям СМИ.

Методы исследования, теоретическая база. Методами исследования являются метод сплошной выборки, интенционально-

го анализа текстов СМИ, а также общенаучные методы — анализ, обобщение, сравнение.

Теоретическая база. Доверие как философский и психологический феномен квалифицируется в науке как категория повышенной сложности [1, с. 2]. Широта интерпретации понятия объясняется тем, что доверие является предметом исследования многих дисциплин: социологии, психологии, культурологии, политологии, экономики. При этом четкого определения понятия не существует. В работах выделяются следующие составляющие понятия «доверие»: — риск и ожидания [2, с. 337.3], надежность [1, с. 12], обещания, ожидания, ставки [2, с. 337.2]; свойства информации, заложенные в шкалу оценки доверия, — объективность (информация не зависит от мнения кого-либо), достоверность (информация отражает истинное положение дел), полнота (информации достаточно для понимания и принятия решения), точность (информация максимально близка к реальному состоянию), актуальность (информация важна для настоящего времени, злободневна) [1, с. 11—12].

Проблема формирования доверия к информации, представленной в журналистских произведениях, обсуждается в научной литературе в аспекте интерпретации медиасобытия и/или манипуляции общественным мнением. Доверие к информации связывается с такими социально-психологическими факторами, как доверие к журналу и доверие к журналисту [1, с. 2]. В качестве критериев доверия к СМИ выделяют достоверность информации, баланс мнений, авторитет журналиста, соблюдение журналистских стандартов, наличие экспертного мнения, независимость СМИ, личностные предпочтения [3, с. 84], компонентами доверия аудитории являются наличие общего опыта, авторитетность источников, убедительность аргументов [4].

Краткий обзор позиций по отношению к понятиям «доверие» и «доверие к СМИ» показывает, что оценить его степень практически невозможно. Оценка доверия, представленная в литературе, указывает на ее восприятие с точки зрения адресанта (журналиста). По нашему мнению, доверие к СМИ определяется больше психологическими факторами и крайне индивидуализированно. Поэтому выявить пути формирования доверия читателя к журналистскому материалу достаточно сложно.

Тем не менее определение этих путей чрезвычайно важно, так как именно доверие читателей определяет успешное выполнение функций журналистики, в первую очередь организаторской, в рамках которой задача СМИ — осваивать механизмы социальной консолидации, организовывать общественность (см., например: [5, с. 11; 6; 7, с. 196]).

Нам представляется принципиальным соотнести понятие «доверие к СМИ» с другими компонентами триады «доверие — интерпретация — манипуляция». Доверие понимается нами как убежденность пользователя информации (читателя) в честности, искренности и порядочности журналиста (автора публикации), в правильности его утверждений [8, с. 159]. Интерпретация — это процесс создания и оформления смысла, понимание и восприятие заложенного смысла, толкование, разъяснение смысла [9, с. 80; 10, с. 396]. Владение интерпретационными стратегиями позволяет журналисту применять их осознанно. В литературе обсуждаются в том числе лингвистические способы интерпретации события [9]. В результате такой интерпретации подтверждается факт манипуляции, то есть способа, служащего журналисту для достижения целей путем представления чего-либо в нужном ему смысле (см.: [10, с. 519]). Эффективным будет такой журналистский текст, в котором адресат выявит авторский смысл без искажений и добавлений [11, с. 263].

Тем не менее можно утверждать, что доверие пользователя информации к СМИ основано на том факте, что описываемое событие и его интерпретация укладываются в определенную мировоззренческую схему читателя. Мы доверяем журналисту, если его изложение события укрепляет уже существующие в нашем сознании стереотипы (см. об этом: [11]). Из этого положения вытекают несколько утверждений: во-первых, для сознания российского читателя характерна глубокая традиционность, доступность канала информации, простота его функционирования и ощущение себя рядовым читателем как активного деятеля [12]; во-вторых, чем ближе к читателю автор публикации, тем больше доверия испытывает к нему пользователь информации; в-третьих, для российского сознания характерно больше доверия к негативной информации об объекте повествования, к критике существующего положения, чем к позитивным откликам.

Результаты исследования и их обсуждение. Как известно, цель экологической журналистики — информирование о существующих экологических проблемах и содействие повышению экологической культуры аудитории (см., например: [13, с. 7; 14, с. 10; 15, с. 41—53; 16]). Специфика публикаций на экологическую тему в СМИ состоит в том числе в утверждении, что существует тенденция писать об экологической проблеме как о единичном событии [17] и что экологическая журналистика интересуется только крупными природными катаклизмами [18]. О том, почему не все экологические катастрофы освещаются в СМИ, пишет А. Киреева, утверждая, что экологические проблемы слишком удаленных и малонаселенных мест не вызывают большой общественный резонанс¹. Эта позиция журналистики постепенно меняется.

Как показывает анализ материала, в экологической журналистике очень важны мнения экспертов, так как они содержат специальные знания, которыми журналист/автор текста не обладает. Поэтому самым эффективным способом формирования доверия читателей к журналистским произведениям на экологическую тему является включение в содержание публикаций экспертных мнений (см. об этом, например: [9, с. 84]). Другой эффективный метод формирования доверия читателей — это применение приема конфликтного описания события. Акцентирование конфликта мнений, противопоставления/сравнения подобных событий, происшедших в мировой истории, включение в ткань повествования оппозиций «свой — чужой — другой» позволяют повысить достоверность информации в глазах ее пользователей.

В анализируемых журналистских публикациях об утечке дизельного топлива на ТЭЦ-3 города Норильска 29 мая 2020 года выявлены следующие способы формирования доверия читателей к освещению крупной экологической катастрофы: использование экспертных мнений экологов, комментарии участников/свидетелей события, в том числе из числа работающих в данной местности, противопоставление позиций федеральных и местных властей, корпорации и жителей региона. Эти способы проявляются при ин-

¹ Киреева А. На восстановление окружающей среды после разлива в Норильске уйдет минимум 10 лет // BELLONA. 05.06.2020. URL: <https://bellona.ru/2020/06/05/na-vosstanovlenie-okruzhayushhej-sredy-posle-razliva-v-norilске-ujdet-minimum-10-let/> (дата обращения: 20.12.2020).

тенциональном анализе публикаций разного жанра с учетом информационной и организаторской функции экологической журналистики.

При исследовании публикаций данного тематического содержания и данных хронологических рамок было отмечено, что исследуемые тексты можно разделить на две группы по реализуемой ими функции журналистики: информационной и организаторской. При этом жанром журналистского текста, реализующего информационную функцию, является новостная заметка, а организаторскую — новостная заметка с элементами аналитики. Первая группа публикаций отличается хронологической логикой изложения, а для второй группы характерны сбои в изложении и разного рода отступления. В группе текстов, выполняющих информационную функцию, преобладают интенции поддержки позиции федеральных и/или местных властей или корпорации, осуждение этих позиций / сомнение в излагаемых фактах и нейтральная интенция (чисто информационное сообщение). Для второй группы публикаций, выполняющих организаторскую функцию, характерны интенции осуждения действий корпорации, смешанная интенция и интенция прогноза ситуации. В зависимости от интенции применяются разные способы формирования доверия читателей.

Так, в государственных и лояльных государству СМИ, осуществляющих информационную функцию, безоговорочно поддерживающих позицию федеральных властей, цитируются сообщения Следственного комитета России, Министерства природных ресурсов РФ¹ и позиция Президента России В. Путина без предоставления другой/альтернативной точки зрения². При этом подчеркнута решительность федеральных властей и Президента РФ в решении

¹ Чевтаева И. СК возбудил дело о халатности после аварии в Норильске // Ведомости. 04.06.2020. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2020/06/04/831896-sk-vozbudil-delo> (дата обращения: 22.12.2020).

² Гирш А., Бочарова С. Путин объявил в Норильске ЧС федерального уровня // Ведомости. 03.06.2020. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2020/06/03/831808-putin-poruchit-pravoohranitelnim-organam-razobratsya-s-chp-v> (дата обращения: 23.12.2020); Путин объявил ЧС федерального уровня из-за разлива топлива в Норильске // Коммерсантъ. 03.06.2020. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4366010?from=hotnews> (дата обращения: 23.12.2020).

проблемы: президент *возмутился*¹, Владимир Путин *обвинил* власти края и чиновников², Следственный комитет (СКР) возбудил уголовное дело о халатности (ч. 1 ст. 293 УК РФ) из-за несвоевременного информирования о чрезвычайной ситуации, произошедшей в Норильске³. Доверие читателя завоевывается здесь с опорой на авторитет Президента России, которое в основном а priori представлено в российском общественном сознании.

Интенция поддержки позиции местных властей содержится в публикациях муниципальных СМИ Норильска. Содержание таких публикаций включает в себя сообщения о действиях главы города Норильска. Стиль журналистских материалов, содержащих клишированные выражения официального стиля, напоминает официозы советских времен и для определенного слоя читателей является привычным, а значит, знакомым и вызывающим доверие: *под руководством Главы города Норильска Рината Ахметчина создана межмуниципальная рабочая группа; рабочей группой разработан план мероприятий по ликвидации последствий разлива топлива, на постоянной основе осуществляется взаимодействие с федеральными и краевыми структурами; привлечены дополнительные силы и средства спасательного формирования; в настоящий момент осуществляется весь необходимый комплекс мероприятий в рамках плана, утвержденного межмуниципальной рабочей группой по ликвидации последствий*⁴. Журналистские материалы в анализируемом контенте, осуждающие действия местных властей, единичны⁵.

¹ Путин объявил ЧС федерального уровня из-за разлива топлива в Норильске // Коммерсантъ. 03.06.2020. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4366010?from=hotnews> (дата обращения: 23.12.2020).

² В Москве узнали об аварии в Норильске через полчаса // Коммерсантъ. 03.06.2020. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4366076> (дата обращения: 23.12.2020).

³ Чевтаева И. СК возбудил дело о халатности после аварии в Норильске // Ведомости. 04.06.2020. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2020/06/04/831896-sk-vozbudil-delo> (дата обращения: 22.12.2020).

⁴ Ликвидация последствий утечки топлива на ТЭЦ-3 // Официальный сайт города Норильска. 01.06.2020. URL: <http://www.norilsk-city.ru/press/news/2020/document92746.shtml> (дата обращения: 25.12.2020).

⁵ Левченко Г. Из-за аварии на ТЭЦ в Норильске 20 тысяч тонн топлива вылились в почву и реки. Власти заметили это два дня спустя — после постов в соцсетях // Meduza. 03.06.2020. URL: <https://meduza.io/feature/2020/06/03/>

Публикации корпоративных изданий, поддерживающих позицию корпорации «Норникель», отличаются специфическим подбором фактов и их особым композиционным выстраиванием. Их интенциональные стратегии ограничиваются, как и следовало ожидать, поддержкой действий руководства корпорации. Журналисты подчеркивают безопасность и оперативность действий служб корпорации: *инцидент не оказал влияния на город, компания организовала осмотры¹; пожар был успешно локализован и потушен; водитель транспортного средства не пострадал; на энергоснабжение и водоснабжение города инцидент не повлиял; в ближайшее время собранные нефтепродукты будут утилизированы²; подразделения Заполярного филиала «Норникеля» и Норильско-Таймырской энергетической компании (НТЭК) незамедлительно приступили к ликвидации последствий пролития нефтепродуктов³*. Наличие доверия к таким заметкам со стороны читателей можно подвергнуть сомнению. Даже при условии, что публикация адресована служащим компании, это доверие вряд ли будет сформировано этими публикациями. Как отмечают исследователи корпоративной прессы, данные СМИ функционируют в атмосфере недоверия, а низкий уровень доверия как раз и вызывает создание препятствий для распространения информации негативного характера о деятельности корпорации [19, с. 123].

В группе публикаций, представляющих экологическую катастрофу в Норильске в информационном ключе, материалов с нейтральной позицией журналиста к описываемому событию боль-

из-za-avarii-na-tets-v-norilske-20-tysyach-tonn-topliva-vylilis-v-pochvu-i-reki-vlasti-zametili-eto-dva-dnya-spustya-posle-postov-v-sotssetyah (дата обращения: 20.12.2020).

¹ АО «НТЭК» ликвидирует последствия разлива дизтоплива на ТЭЦ-3 // Красноярский рабочий. 04.06.2020. URL: <https://krasrab.ru/news/incidents/8649> (дата обращения: 28.12.2020).

² НТЭК ликвидирует последствия инцидента на резервуаре хранения дизельного топлива ТЭЦ-3 // Заполярная правда. 01.06.2020. URL: <https://gazetazp.ru/news/ekonomika/ntek-likvidiruet-posledstviya-intsidenta-na-rezervuare-hraneniya-dizelnogo-topliva-tets-3.html> (дата обращения: 28.12.2020).

³ Царев В. В Норильске ликвидируют последствия инцидента на ТЭЦ-3 // Таймырский телеграф. 31.05.2020. URL: <https://www.ttelegraf.ru/news/v-norilske-likvidirujut-posledstviya-incidenta-na-tjec3/> (дата обращения: 25.12.2020)

шинство. Говорить о доверии читателей к таким статьям — значит говорить о доверии к информации. Степень такого доверия, с нашей точки зрения, можно оценить, анализируя композицию заметок. Так, в некоторых исследуемых материалах заголовков, лид и содержание статьи не соотносятся друг с другом вопреки ожиданиям читателя. Так, заголовки «Авария с дизтопливом ударила по имиджу Норникеля»¹, «В Норильск для ликвидации последствий ЧС отправились спасатели из Мурманска»² и лид последней публикации не соответствуют содержанию публикации, в которой представлено лишь информационное сообщение корпорации «Норникель», отраженное в ее пресс-релизе от 31 мая 2020 года³. В научной литературе представлено определение доверия к материалам СМИ через понятие «ожидание» (см. об этом, например: [2, с. 337.2-337.3]). Этот способ, с нашей точки зрения, можно применить к изучению композиционных способов интерпретации события. Познакомившись с заголовком и лидом журналистской публикации, читатель ожидает определенного развития сюжета. В результате ожидание не оправдывается, сменяется разочарованием, что влияет на формирование доверия к публикации.

В группе публикаций, реализующих организаторскую функцию журналистики, преобладает интенция осуждения действий корпорации, а доверие читателей формируется за счет использования приемов противопоставления, конструкций со значением побуждения, эмоциональной лексики и риторических вопросов. Это утверждение основано на том факте, что пользователи больше доверяют негативной и неофициальной информации, а это в свою очередь связано с привычками рядового читателя больше доверять слухам,

¹ Авария с дизтопливом ударила по имиджу Норникеля // RusNews1. 04.06.2020. URL: <https://rusnews1.ru/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/avariya-s-diztoplivom-udarila-po-imidzhu-nornikelya.html> (дата обращения: 25.12.2020).

² В Норильск для ликвидации последствий ЧС отправились спасатели из Мурманска // NordNews.Ru. 01.06.2020. URL: <https://nord-news.ru/news/2020/06/01/?newsid=122067> (дата обращения: 21.12.2020).

³ АО «НТЭК» ликвидирует последствия инцидента на резервуаре хранения дизельного топлива ТЭЦ-3 // Норникель. Пресс-релизы и новости. 31.05.2020. URL: <http://ru.nornik2.3ebra.com/news-and-media/press-releases-and-news/#> (дата обращения: 21.12.2020).

а не каналам официальной информации (см. об этом, например: [12, с. 61]). Но просто скомпрометировать факт или отрицать информацию недостаточно, журналист должен найти и предложить свое объяснение/аргументацию. И степень доверия тут будет определяться, представлен ли журналист образом «свой» или «чужой» по отношению к читателю. Если он «свой» по отношению к читателю, то он будет «чужой» официальной точке зрения, и наоборот. Поэтому в анализируемом материале наблюдается в основном интенция осуждения позиции корпорации, реализованная в столкновении мнений и оценок. Так, теория погодного фактора как причины повреждения резервуара хранения дизельного топлива противопоставляется факту халатности руководства корпорации: *самое логичное объяснение утечки дизтоплива — устаревшее оборудование, ведь повредившийся бак «НТЭК» эксплуатировала с 1985 года; версию об износе оборудования представили в Ростехнадзоре; теорию о погодном факторе поддержала часть экологического сообщества; в организации «Альянс зелёных» подтвердили, что климатические изменения «активно происходят в Арктической зоне»¹.*

В проявлении тенденции осуждения позиции корпорации большую роль играет обнародование фактов утаивания / искажения информации (*на прошедшем путинском совещании не было произнесено всуе самое главное — название компании, которая является конечным владельцем и аварийного резервуара, который эксплуатировали вопреки износу; в то же время структуры «Норникеля» докладывают, что им удалось сдержать топливное пятно в реке Амбарная боновыми ограждениями; из чего можно предположить, что загрязнение на самом деле не локализовано²*). Журналисты оппозиционных СМИ подчеркивают масштабность катастрофы, перешедшей в разряд федеральной и даже мировой, а также факт фальсификации размеров экологического ущерба, и даже обвиняют федеральные власти и федеральные СМИ в подмене ин-

¹ ЧП в Норильске. Как «рядовая» авария стала экологической катастрофой // drom.online 09.06.2020. URL: <https://drom.online/oilngas/chp-v-norilске-kak-ryadovaya-avariya-stala-ekologicheskoy-katastrofoj/> (дата обращения: 25.12.2020).

² Веселов М. Экологическая катастрофа руками «Норникеля». Путин включил ручное управление // Barb24.com. 04.06.2020. URL: <http://babr24.com/kras/?IDE=201309> (дата обращения: 25.12.2020).

формации (*В Сибири есть мем о московской тележурналистике: «Красноярский край объят пламенем». Это типичная фраза к каждому сезону лесных пожаров на федеральных каналах. Ничего, что край — это 11 Великобританий или пять Франций? Что это одна седьмая России? К такому пониманию масштабов страны, знаниям ее действительности здесь привыкли, и, разумеется, говорить что-то не о реальном событии, а его отражении во все не стоило бы¹*). Эмоциональность, созданная использованием оценочной лексики и риторических вопросов, усиливает воздействие на читателя. Риторический вопрос, как известно, не просто создает ощущение диалога с читателем, вовлекает его в процесс решения проблемы и даже тревожит его, а также повышает эффективность текста, но и передает недоверчивое отношение к описываемому событию [20, с. 175—176]. А это вызывает недоверие читателя к действиям официальных лиц, а значит, доверие к позиции журналиста. Еще более сильный эффект в формировании недоверия читателя к официальной позиции и доверия к позиции журналиста имеет использование эмоционально-оценочной лексики (*это называется в народе емким термином «подстава»; Россия тем временем продолжает смеяться над сказками о глобальном потеплении и душой Гретой Тунберг; прошлогодние пожары, наводнения, ураганы в Сибири случились из-за китайцев и недоумков губернаторов²*).

Что касается такого способа формирования доверия читателей, как использование экспертных мнений, то в группе анализируемых журналистских материалов, реализующих организаторскую функцию, используются только экспертные мнения представителей «Greenpeace» и «зеленых», в частности руководителя программы по экологической ответственности бизнеса WWF России А. Книжникова, председателя общественной организации «Северо-Западный

¹ Тарасов А. Игра на повышение. Что случилось в Норильске и при чем тут «Норникель» // Новая газета. 04.06.2020. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/06/04/85686-igra-na-povyshenie> (дата обращения: 28.12.2020).

² Тарасов А. Игра на повышение. Что случилось в Норильске и при чем тут «Норникель» // Новая газета. 04.06.2020. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/06/04/85686-igra-na-povyshenie> (дата обращения: 28.12.2020).

Зеленый Крест» Ю. Шевчука, координатора программ Проектного офиса развития Арктики (ПОРА) А. Иванова¹.

Еще одним способом формирования доверия читателей к публикациям на экологическую тему является ведение в текст статьи комментариев участников/свидетелей события. Мнение рядового читателя, да еще непосредственного участника/свидетеля катастрофы, вызывает особое доверие. В таком случае активизируется концепт коммуникативной совместимости, когда коммуникативное действие в отношении «своего» определяется совпадением основных характеристик и базовых ценностей участников коммуникативного действия (см. об этом: [11, с. 42—43]).

Так, в публикации «Спортэкспресс» использовано мнение Ю. Ангельгардта, мастера спорта международного класса по силовым видам спорта и одного из самых востребованных персональных тренеров города Норильска, который представил читателям версию горожан о катастрофе на ТЭЦ-3: *никакого экологического ужаса именно для города и ближайших поселений не предвидится; топливное хранилище находится далеко за городом; вот рыбка умрет; насколько я знаю, это руководство Красноярского края пыталось отмазаться; из Норильска соответствующее оповещение было отправлено им день в день; у нас появлялись соответствующие сообщения в соцсетях; хорошо, что ситуацию сейчас обсуждают так громко; сделать вид, что вообще ничего не произошло, уже не получится; авария — совокупность факторов, а не недоработка определенного человека; какого-то виноватого наверняка найдут, у нас по-другому нельзя*². Как видим, позиция рядового гражданина основана не только на негативных факторах, она представляет и трезвое осознание ситуации. Доверие читателя к такому «эксперту» при этом однозначно.

¹ Бабаева В. Авария в Норильске: удар по Арктике // Деловой Петербург. 05.06.2020. URL: https://www.dp.ru/a/2020/06/05/Avarija_v_Norilske_udar (дата обращения: 28.12.2020).

² Иванов В. «Река уже краснела пару лет назад, все просто улыбались». Норильский тренер — о катастрофе // Спортэкспресс. 04.06.2020. URL: <https://www.sport-express.ru/obshchestvo/reviews/razliv-dizelnogo-topлива-i-chs-v-norilske-20-tysyach-tonn-nefteproduktov-v-vode-i-zemle-intervyu-o-katastrofe-1679330/> (дата обращения: 28.12.2020).

Заключение. Среди ученых, занимающихся проблемами экологической журналистики, существует мнение о недостаточном внимании журналистов к некоторым проблемам экологии (см., например: [21, с. 95]). Частота появления публикаций на тему загрязнения окружающей среды, в каком свете представлена проблема и чья точка зрения отражена — таковы цели анализа освещения экологических проблем в СМИ в большинстве научных публикаций. Но этот аспект проблемы является односторонним по своей сути: он отражает только одну сторону коммуникативного процесса. Во взаимообмене мнениями между журналистом и читателем отношение другой стороны (пользователя информации) к публикации является принципиально важным, чтобы журналистика могла реализовывать такую функцию, как организаторскую (функцию журналистики как «четвертой власти»), что предполагает мобилизацию и интеграцию населения.

В связи с этим важно определить пути формирования эффективного взаимопонимания и взаимообмена, частью этого процесса и является формирование доверия читателей к журналистским произведениям. Доверие в настоящем исследовании понимается как убежденность в правильности излагаемых фактов и достоверности мнений. Такое определение понятия «доверие» предполагает веру читателя в порядочность, честность и искренность журналиста, в восприятии участниками коммуникативного процесса автора публикации как «своего», как защитника мнения читателя. Важна при этом полнота и объективность в изложении информации, даже если она не соответствует убеждениям адресата и адресанта.

Учитывая эти положения, проведенный анализ материала показал, что способами формирования доверия читателей к публикациям на экологическую тему в СМИ являются включение в содержание публикаций экспертных мнений и применение приема конфликтного описания события. Для публикаций на тему экологической катастрофы в Норильске 29 мая 2020 года эти способы были уточнены и конкретизированы до следующих вариантов: использование экспертных мнений экологов, комментарии участников/свидетелей события, в том числе из числа работающих/проживающих в данной местности, противопоставление позиций федеральных и местных властей,

корпорации и жителей региона. Интенциональный анализ журналистских статей разного жанра показал зависимость смысловых доминант от того, какая функция реализована в данном жанре публикаций: информационная или организаторская.

Для новостных заметок, реализующих информационную функцию журналистики, характерны интенции поддержки позиции федеральных и/или местных властей или корпорации, осуждение этих позиций / сомнение в излагаемых фактах и нейтральная интенция (чисто информационное сообщение). При этом способами формирования доверия выступают ссылки на авторитет федеральных властей, в том числе на Президента России, использование элементов официального стиля (советского официоза), подбор фактов и специфическое композиционное выстраивание публикаций, предполагающее освещение события по контрасту/сопоставлению с другими подобными событиями, компоновку деталей при описании событий с учетом хронологии действий властей и корпорации, отбор фактов в ситуации замалчивания/подмены информации.

Для новостных заметок с элементами аналитики, реализующих организаторскую функцию, характерны интенции осуждения действий корпорации, смешанная интенция и интенция прогноза ситуации. При этом способами формирования доверия выступают использование приема противопоставления, конструкций со значением побуждения, эмоциональной лексики и риторических вопросов. Активно используются прием обнародования фактов утаивания / искажения информации, экспертные мнения представителей «Greenpeace» и «зеленых», комментарии участников/свидетелей события из числа жителей региона.

При этом можно с уверенностью утверждать, что степень доверия возрастает при применении таких способов его формирования, как экспертные мнения, ссылки на авторитет Президента России и комментарии очевидцев/свидетелей.

Примененная методика исследования может быть использована при анализе журналистских публикаций разных жанров и тематической направленности.

Библиографический список

1. Купрейченко А. Б., Шляховская Е. В. Доверие к информации как фактор доверия к электронным массмедиа // Электронный журнал «Психологическая наука и образование». 2012. № 1. URL: www.psychedu.ru (дата обращения: 28.12.2020).
2. Сытько В. О., Найденова М. В. Понятие «доверия» и роль массмедиа в формировании доверия // Современные тенденции и инновации в науке и производстве : сборник материалов VIII Межд. научн.-практ. конф. 03—04 апреля 2019 г. / отв. ред. Т. Н. Гвоздкова. Междуреченск: КузГТУ, 2019. С. 337.1—337.6.
3. Каверина А. С. Доверие к СМИ в Украине: влияние проблем медийной отрасли на процесс формирования доверия // *Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe*. 2016. Т. 13. № 3. С. 83—86.
4. Виноградов П. Н. Отношение человека к информации об экологической безопасности // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. 2018. № 1 (2). С. 548—558.
5. Блохин И. Н. Этножурналистика в политических процессах: ролевой анализ : автореф. дис. ... докт. полит. н. СПб., 2009. 41 с.
6. Корконосенко С. Г. Интегративная функция: журналистика или социальные сети? // Век информации. 2018. № 2—1. С. 277—279.
7. Яблоновская Н. В. Крымско-татарские СМИ Крыма и социальные медиаплатформы // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2015. № 5 (360). Вып. 94. С. 196—201.
8. Толковый словарь ключевых слов русского языка / под общ. рук. Г. Н. Складчиковской. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2014. 672 с.
9. Баташева А. А. Лингвистические способы интерпретации медиасобытия (на примере освещения конфликта в Сирии в изданиях «Коммерсант» и «Die Zeit») // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М. К. Аммосова. 2017. № 5 (61). С. 78—87.
10. Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 2000. 1536 с.
11. Блохин И. Н. Личность в пространстве массовой коммуникации: начала ролевого анализа : монография. СПб.: SCIENTIA, 2016. 360 с.
12. Осетрова Е. В. Слухи в современной языковой практике: парадокс доверия // Мир русского слова. 2008. № 4. С. 61—66.
13. Калинина Н. В. Экологическая журналистика : учебн. пособие. Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. 92 с.
14. Коханова Л. А. Экологическая журналистика, PR и реклама : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / под ред. Я. Н. Засурского. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 383 с.

15. Проблематика СМИ: Информационная повестка дня : учебн. пособие для студентов вузов / под ред. М. В. Шкондина, Г. С. Вычуба, Т. И. Фроловой. М.: Аспект Пресс, 2008. 316 с.

16. Фридман Шарон М., Фридман Кеннет А. Пособие по экологической журналистике. Бангкок: Tasis, 1988. 111 с. URL: <http://refdb.ru/look/2636124.html> (дата обращения: 25.11.2020).

17. Новоселова Н. А. Основные факторы, влияющие на работу журналистов-экологов // Вопросы устойчивого развития общества. 2020. № 4—1. С. 284—293.

18. Ким М. Н. Журналистика как индикатор духовной жизни общества // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. Т. 216. С. 100—104.

19. Волкоморов В. А. Корпоративная газета как индикатор доверия: к методологии анализа факторов, определяющих экономическую культуру организации // Известия Санкт-Петербургского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2008. № 73—1. С. 120—125.

20. Контемирова А. Н. Прагматический аспект функционирования риторического вопроса (на материале англоязычного авторского эссе и журнальной статьи) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2011. Вып. 17 (623). С. 173—180.

21. Грибок М. В. Особенности освещения в СМИ проблемы загрязнения воздуха в городах России // ИнтерКарто. ИнтерГИС. Геоинформационное обеспечение устойчивого развития территорий : мат-лы межд. конф. М.: Изд-во Московского ун-та, 2020. Т. 26. Ч. 1. С. 94—104.

References

1. Kuprejchenko A. B., Shlyahovskaya E. V. Trust in information as a factor of trust in electronic media. *Elektronnyj zhurnal «Psichologicheskaya nauka i obrazovanie»* [Electronic journal "Psychological Science and Education"], 2012, no 1. Available at: www.psyedu.ru (accessed: 28.12.2020). (In Russ.)

2. Syt'ko V. O., Najdenova M. V. The concept of "trust" and the role of mass media in the formation of trust. *Sovremennye tendencii i innovacii v nauke proizvodstva: Sbornik materialov VIII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii* [Modern trends and innovations in the science of production: Collection of materials of the VIII International scientific-practical conference]. Mezhdurechensk: KuzGTU, 2019, pp. 337.1-337.6. (In Russ.)

3. Kaverina A. S. Confidence in the media in Ukraine: the impact of the problems of the media industry on the process of building trust. *Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe*, 2016, vol. 13, no 3, pp. 83—86. (In Russ.)

4. Vinogradov P. N. Human attitude to information about environmental safety. *Social'nye i gumanitarnye nauki: teoriya i praktika* [Social and humanitarian sciences: theory and practice.], 2018, no 1 (2), pp. 548—558. (In Russ.)

5. Blohin I. N. *Etnozhurnalistsika v politicheskikh processah: rolevoj analiz. Avtoref. doktor. diss.* [Ethnojournalism in political processes: role analysis. Abstr. doctor. diss.]. St. Petersburg, 2009. 41 p. (In Russ.)

6. Korkonosenko S. G. Integrative function: journalism or social networks? *Vek informacii* [Age of information], 2018, no 2—1, pp. 277—279. (In Russ.)

7. Yablonovskaya N. V. Crimean Tatar mass media of Crimea and social media platforms. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskuststvedenie* [CSU Bulletin], 2015, no 5 (360), vol. 94, pp. 196—201. (In Russ.)

8. *Tolkovyj slovar' klyuchevykh slov russkogo yazyka* [Explanatory dictionary of key words of the Russian language] / edit. G. N. Sklyarevskoj. St. Petersburg: Filologicheskij fakul'tet SPbGU, 2014. 672 p. (In Russ.)

9. Batasheva A. A. Linguistic methods of interpreting media events (on the example of coverage of the conflict in Syria in the editions "Kommersant" and "Die Zeit"). *Vestnik Severo-Vostochnogo federal'nogo universiteta im. M. K. Ammosova* [Vestnik of North-Eastern Federal University], 2017, no. 5 (61), pp. 78—87. (In Russ.)

10. *Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo yazyka* [Great Dictionary of Russian language] / edit. S. A. Kuznecov. St. Petersburg, Norint, 2000. 1536 p. (In Russ.)

11. Blohin I. N. *Lichnost' v prostranstve massovoj kommunikacii: nachala rolevogo analiza: monografiya* [Personality in the space of mass communication: the beginning of role analysis: monograph]. St. Petersburg, SCIENTIA, 2016. 360 p. (In Russ.)

12. Osetrova E. V. Rumors in modern language practice: the paradox of trust. *Mir russkogo slova* [The World of Russian Word], 2008, no 4, pp. 61—66. (In Russ.)

13. Kalinina N. V. *Ekologicheskaya zhurnalistsika* [Environmental journalism]. *Blagoveshchensk, Amur State University, 2011, 92 p.* (In Russ.)

14. Kohanova L. A. *Ekologicheskaya zhurnalistsika, PR i reklama* [Environmental journalism, PR and advertising]. Moscow, YUNITI-DANA, 2007, 383 p. (In Russ.)

15. *Problematika SMI: Informacionnaya povestka dnya* / pod red. M. V. Shkondina, G. S. Vychuba, T. I. Frolovoj [Media Problems: Information Agenda / ed. M. V. Shkondina, G. S. Vychuba, T. I. Frolova.]. Moscow, Aspect-Press, 2018, 316 p. (In Russ.)

16. Fridman Sharon M., Fridman Kennet A. *Posobie po ekologicheskoy zhurnalistike* [Manual on environmental journalism]. Bangkok, Tacis, 1988, 111 p. Available at: <http://refdb.ru/look/2636124.html> (accessed 25 november 2020) (In Russ.)

17. Novoselova N. A. The main factors influencing the work of environmental journalists. *Voprosy ustojchivogo razvitiya obshchestva* [Issues of sustainable development of society], 2020, no 4-1, pp. 284—293. (In Russ.)

18. Kim M. N. Journalism as an indicator of the spiritual life of society. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury* [Proceedings of the St. Petersburg State Institute of Culture.], 2018, vol. 216, pp. 100—104. (In Russ.)

19. Volkomorov V. A. Korporativnaya Gazeta as an Indicator of Trust: to the Methodology of Analysis of Factors Determining the Economic Culture of an Organization. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gercena* [Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences], 2008, no 73-1, pp. 120—125. (In Russ.)

20. Kontemirova A. N. The pragmatic aspect of the functioning of a rhetorical question (based on an English-language author's essay and a journal article). *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta* [Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities], 2011, vol. 17 (623), pp. 173—180, (In Russ.)

21. Gribok M. V. Features of media coverage of the problem of air pollution in Russian cities. *InterKarto. InterGIS. Geoinformacionnoe obespechenie ustojchivogo razvitiya territorij: materialy mezhdunarodnoj konferencii* [Proceedings of the International conference InterCargo. InterGIS]. Moscow, Moscow University Publishing House, vol. 26, part 1, pp. 94—104. (In Russ.)