**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Клочковой Марины Сергеевны**

**«ПРИЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКО-КУЛЬТУРЫ В СМИ»**

**Н. рук. – Леонтьева Галина Александровна, старш. преподаватель**

**Кафедра периодической печати**

**Второе высшее и параллельное (заочная форма обучения)**

Выпускная квалификационная работа посвящена проблеме эффективности экологической журналистики.

В качестве **объекта** исследования выступают журналистские материалы на экологические темы в федеральных информационных и научно-популярных изданиях. А **предметом** исследования стали приемы, используемые журналистами для воспита­ния в читателе эко-культуры как важнейшей составляющей общей куль­туры личности.

**Актуальность темы** обусловлена тем, что на фоне роста производства и потребления растет уровень загрязнения окружающей среды, меняется климат. Важнейшая глобальная задача сегодня – остановить деградацию эко-системы, которая стремительно разрушается под влиянием человека.

Важная роль в изменении экологического поведения граждан принадле­жит журналистике и СМИ. Эко-журналистам необходимо сосредото­чить усилия на механизмах производства действенных журналистских материа­лов, которые, воздействуя на сознание читателя, меняли бы установки общества с неограни­ченного потреб­ления на осознанное отношение к природе.

 **Теоретическим обоснованием** служат труды авторитетных исследователей механизмов психологического воздействия на сознание и влияния СМИ на аудиторию, лучших мировых ученых-экологов.

**Научная новизна работы** состоит в том, что впервые предпринимается попытка обобщить способы психологического влияния на сознание с целью применения их в эко-журналистике для формирования экологической культуры читателя.

**Цель работы** заключается в том, чтобы на основе анализа литературы о психологическом воздействии и эко-журналистских материалов выделить способы влияния на аудиторию для изменения ее экологического поведения и оценить степень их приме­нения в печати.

Для достижения цели автор 1) изучил методы воздействия на сознание, сведения об экологическом состоянии Земли, 2) проработал материалы на заданную тему в разных типах изданий и 3) оценил уровень соответствия эко-журналистских материалов задачам современных реалий.

В конце работы предложены **рекомендации** по созданию действенных журналистских эко-материалов.

Основная мысль, которую необходимо внушить обывателю: как чистота улицы и города начинается с чистоты в собственной квартире, так и чистота мира начинается с маленьких дел. Гражданин должен чувствовать свою причастность к тому, что происходит с экологией в настоящее время, и желать действовать. Тем более что готовый алгоритм несложных действий, которые приведут к сокращению вредного влияния на окружающую среду, предлагается и популяризируется СМИ. Для оказания эффективного воздействия на читателя средствам массовой информации и органам власти необходимо совместно заниматься планированием, разработкой и проведением экологических информационно-пропагандистских кампаний на том же уровне и по тем же принципам, что и в федеральных рекламных и предвыборных кампаниях.