

УДК 070:574(075.8)
ББК 76.0я73-1+20.1я73-1
К75

Рецензенты:
писатель, научный журналист *В.С. Губарев*;
канд. хим. наук, доцент *В.В. Меньшиков*
(химический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова)

Главный редактор издательства кандидат юридических наук,
доктор экономических наук *Н.Д. Эриашвили*

Коханова, Людмила Александровна.

К75 Экологическая журналистика, PR и реклама: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / Л.А. Коханова; под ред. Я.Н. Засурского. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 383 с. — (Серия «Медиаобразование»).

ISBN 5-238-01134-2

Агентство СІР РГБ

Рассматриваются формы взаимодействия медиаресурсов и окружающей среды, взаимоотношения СМИ и экологических организаций. Исследуется новое направление в деятельности СМИ — непрерывное экологическое образование. Обсуждаются стратегия и тактика выхода экологического издания на информационный рынок.

Показывается расширение сферы распространения экологической информации от СМИ к PR; дается представление, как формируются отношения экологического PR с общественными организациями, социальными институтами, органами власти, бизнесом и обществом в целом. Рассказывается об особенностях экологической рекламы как средства продвижения; анализируются формы и методы эффективной рекламы. Уделяется внимание специфике работы экологического журналиста: выбору издания, отбору фактов, их интерпретации, использованию мнения экспертов и т.д.

Для студентов, обучающихся по специальности «Журналистика», работников СМИ, освещающих в печатных и электронных изданиях, Интернете экологическую тему, а также специалистов в области PR и рекламы.

ББК 76.0я73-1+20.1я73-1

ISBN 5-238-01134-2

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2007

Воспроизведение всей книги или любой ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.

Оглавление

Устойчивое развитие — повестка XXI века	3
Предисловие	6
Глава 1. Средства массовой информации и окружающая среда	18
Поиск точек соприкосновения	18
Традиционная журналистика: прошлое и настоящее	27
Предпосылки появления экологической печати	35
Информационно-законодательная основа природопользования	51
Система экологической печати	62
Анализ современного рынка «зеленой» прессы	81
Резюме	112
Задания для самостоятельной работы	114
Библиографический список	114
Глава 2. Сетевые массмедиа — будущее экологической информации	116
Экологическая информация в Интернете	116
Серверы как носители экологической информации	123
Базы данных экологических медиаресурсов	149
Сайты государственных органов и общественных экологических организаций	151
Резюме	176
Задания для самостоятельной работы	177
Библиографический список	177
Глава 3. Экологический PR в контексте промоушен	179
За пределами редакции	179
Продвижение экологической идеи	182
Экологический PR	193
Паблик сервис — служение интересам общества	228
Резюме	238
Задания для самостоятельной работы	240
Библиографический список	241
Глава 4. Экологическая реклама	242
Реклама как средство промоушен	242
Специфика экологической рекламы: от общего к частному	250
Газеты продаются дважды	257

Кто делает экологическую рекламу?	264
Какие работы выполняет персонал агентств?	271
Всегда ли эффективна экологическая реклама?	274
Резюме	281
Задания для самостоятельной работы	282
Библиографический список	282
Глава 5. Тематика: окружающая среда	284
Экология — насущная проблема человечества	284
«Зеленые» СМИ: журналистское мастерство	308
Жанровое своеобразие журналистских материалов на экологические темы	323
Специфика работы экожурналиста	341
Резюме	372
Задания для самостоятельной работы	376
Библиографический список	376
Заключение	378