# Реферат з журналістики

# Роль засобів масової комунікації у формуванні екологічної політики

## Комунікація як інструмент екологічної політики

Комунікація ? це свідоме прискорення процесів інформаційного обміну, у зв'язку з чим набагато збільшується ефективність таких обмінів.

Нiмецький дослiдник Луман пiд комунiкацiєю розумiє процес, який об'єднує iнформацiю, повiдомлення та розумiння в єдине цiле, до чого здатнi приєднатися iншi комунiкацiйнi одиницi . Комунікація – це також вербальні та невербальні стосунки, обмін інформацією, поводження, порозуміння і його спроба, зв'язки, взаємозалежність тощо.

Німецький дослідник Заксер вважає, що "сьогодні політичний процес стає все більш і більш комунікативним, і журналісти беруть у ньому участь поруч з політиками

Комунікація як прискорення процесів інформаційного обміну здатна підвищити ефективність політичних процесів і в галузі охорони навколишнього середовища.

Як зазначає всесвітньо відомий німецький учений, професор Вайцзекер , екологічна політика існує вже давно. Обмеження на мисливську діяльність чи, наприклад, облаштування каналізації беруть свій початок з ранніх часів. Захист під час роботи, гігієна, вивіз сміття мають тисячолітню історію. Природоохоронна думка розвивається в ХІХ ст. Але лише у ХХ ст. починається систематизоване використання природних ресурсів і проведення природоохоронних заходів.

Важливим моментом для дослідження є те, що саме журналісти та письменники стоять біля джерел природоохоронного руху в усьому світі. Саме робота журналістки й письменниці зі Сполучених Штатів Америки Рейчел Карсон стала поштовхом для розвитку екологічної політики. Вона дослідила протягом багатьох років отруєння довкілля хімікатами, особливо пестицидами. Висновки було оприлюднено в книзі "Безмовна весна" . Спочатку хімічна індустрія спробувала запобігти впливу цього видання на громадськість, придбавши його примірники. Проте книга вже стала бестселером. Позиція журналістки та письменниці мала величезний вплив на громадськість. Саме тоді з'явилися й природоохоронні громадські ініціативи.

Через активність Америки та Скандинавії екологічні проблеми прийшли до Організації Об'єднаних Націй. У 1972 році в Стокгольмі пройшла всесвітня конференція, яка наголосила важливість вирішення екологічних проблем в усьому світі та стимулювала розвиток екологічної політики.

Якщо політику визначають як мистецтво управління державою, або як організацію суспільства, що знаходиться під владою , то "екологічна політика – система заходів, спрямована на забезпечення якості навколишнього середовища, відтворення природних ресурсів і створення відповідних екологічних умов для життя населення. За характером здійснення виділяють такі види: глобальна, державна, локальна; за засобами здійснення – адміністративна та за допомогою економічних (ринкових) методів регулювання. Глобальна – здійснення комплексу заходів з поліпшення якості середовища, які мають планетарний (глобальний) характер; державна – забезпечення якості середовища шляхом законодавчих актів, методів адміністративного втручання та економічних механізмів у межах певної держави ".

На думку українського дослідника В.С.Скляра , до екополітичних стратегій належать:

 – технократична (вирішення екологічних проблем на основі розвитку науки і технологій),

 – утилітаристська (принцип "ліквідації наслідків"),

 – ліберальна (ринкові відношення, але "природний" регулятор взаємодії суспільства й природи),

 – плановоцентралізована тощо.

Як зазначено, наприклад, у законодавчих актах Європейської Спільноти: "Екологічна політика Спільноти має на меті:

 підтримувати довкілля, зберігати його та поліпшувати його якість;

 сприяти захисту людського здоров'я;

 гарантувати обачне та раціональне використання природних ресурсів" .

Формулювання мети та її конкретизація є необхідною, але недостатньою передумовою для ефективної екологічної політики. Мета має бути досягнена за допомогою конкретних заходів або інструментів. Численні інструменти екологічної політики включають в себе також і інформаційні.

За визначенням німецького науковця Віке, під екологічними інструментами розуміють заходи держави, спрямовані на досягнення екологополітичних цілей . У нашому випадку інструменти являють собою також зв'язуючий елемент між інституціями екологічної політики та громадськими групами як адресатами, на які спрямовані державні заходи . Інформаційні інструменти мають на меті вплив на ставлення адресатів до певної проблеми за допомогою інформації та переконання до екологічно зорієнтованих дій .

Державна інформаційна і консультативна діяльність спрямована насамперед на підтримку екологічної свідомості. Вона діє на певні цільові групи та мультиплікаторів у інформаційних процесах. До них належать: журналісти всіх засобів масової комунікації, екологічні організації, громадські ініціативи, спілки споживачів, підприємці, регіональні владні структури, а також громадяни в певних ролях, таких як споживачі, автокористувачі, дачники тощо .

Подібна консультаційна робота розрахована на обмежений у часі стан громадської поінформованості. Від невеличкої інформації до сталого зростання свідомості можна перейти лише в процесі довгострокової екологічної освіти. Інформаційні інструменти найбільш ефективні як превентивні заходи.

Аналіз показав, що нема ідеального екологічного інструменту, який би вирізнявся серед інших альтернатив. Сильним аспектам будьякого інструменту згідно з одним критерієм оцінки протистоять слабкі аспекти цього інструменту згідно з іншим критерієм. Кінецькінцем розумна екологічна політика повинна використовувати набір різноманітних та повністю узгоджених між собою інструментів .

Функцію підвищення ефективності політичних процесів у галузі охорони навколишнього середовища виконує і такий важливий інструмент екологічної політики, як екологічна комунікація. Існує як вербальна, так і невербальна екологічна комунікація. До останньої належить, наприклад, маркування позитивних екологічних характеристик продуктів як на національному, так і на міжнародному рівнях. Екологічна комунікація, наприклад, відбувається за допомогою "Європейського екологічного знака". На думку фахівців , екологічний знак виступає в сучасних умовах важливим інструментом екологічної політики, орієнтованої на ринкову економіку з урахуванням усіх аспектів конкурентної боротьби як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках. Українські споживачі також усе більше звертають увагу на те, чи є товар екологічно безпечним.

Відкрите громадське обговорення поліпшує умови для успіху при використанні економічних екополітичних стратегій. Чим краще поінформовані окремі вирішальні сторони і чим більше вони здатні критикувати, тим краще функціонує економічно спланована політика, основана на автономії індивіда. Під властивістю критикувати тут (інакше, ніж це розуміється в екополітичній дискусії) треба розуміти властивість критики індустрії (промисловості). Мова йде, насамперед, про властивість у цілому розпізнавати супровід інтересів аргументами, які висловлюються в суспільстві. Це стосується не тільки зацікавленості представників промисловості примножувати витрати на свою продукцію. Але й журналісти (учені) не повинні бути байдужими до привабливості своїх повідомлень. Такі матеріали мають сприяти заінтересованості політиків їхньою діяльністю.

На думку німецького вченого А.Ендрюса, екологічна політика має миритися з тим, що люди не повною мірою поінформовані, а їх погляди на вартість деяких товарів (природні блага та придатні для ринку товари) можуть змінюватися . Така позиція, проте, має дещо пасивний характер. Екологічна політика не повинна миритися, а навпаки ? робити все можливе, аби всебічно поінформувати населення. Особливо це стосується комунікації під час оцінки впливу на довкілля як інструменту превентивної екологічної політики .

До речі, Німеччина є членом Європейської Спільноти, законодавство якої ? Директива ЄС 90/313 ? чітко вказує на вільний доступ до інформації про стан навколишнього середовища. Статтею 7 передбачено активну форму такої діяльності ? держава має забезпечити громадян інформацією про стан довкілля без прохання з їх боку . В Україні чинне законодавство також надає подібні можливості, хоча питання вільного доступу до інформації про стан навколишнього середовища врегульовано лише останніми роками .

Одночасно А.Ендрюс визнає, що розвивається "інформаційна економіка", у результаті створення якої поінформованість сторін, котрі приймають рішення, не вважається більше зовнішньою стратегією. Поінформованість інтегрована в "організм" економічної теорії. Тут процес поширення та переробки інформації розглядається як економічна складова .

Як зазначають українські вчені, "природа екологічних проблем загальнопланетарна, їх неможливо вирішити окремо в тій чи іншій державі. Виникло нове явище в розвитку цивілізації – екологічна політика. У сучасному суспільстві вона стала самостійною сферою в політичній діяльності держав. Лідером у формуванні принципів екологічної політики та її проведення, безумовно, є країни Західної Європи... Україна як європейська держава приєдналася до процесу державного та правового регулювання збереження якості природного середовища" .

Зростаюча екологічна свідомість населення є передумовою розвитку екологічної політики від вузько спеціалізованої ланки до тематики, яка викликає значне політичне зацікавлення.

Наприклад, найбільшу увагу населення Німеччини приділяє глобальним проблемам (зміна клімату, забруднення морів, загибель окремих видів тварин чи рослин тощо) – від 70 до 84 відсотків опитуваних. Локальні проблеми (сміття, забруднення повітря, знищення ландшафтів) недооцінюються – від 14 до 29 відсотків . Це пов'язано з недостатнім сприйняттям важливості з одного боку і, можливо, впливом засобів масової комунікації з іншого. Адже журналісти більш активно повідомляють про глобальні чи далекі, але гострі випадки, які призвели до екологічної кризи, ніж про малопомітні локальні небезпеки довкіллю.

На думку фахівців, зростаюче висвітлення екологічних проблем у пресі позитивно сприяє формуванню екологічної свідомості. У Німеччині це також призвело до того, що окремі спеціалізовані видання для вузького кола фахівців перетворилися на пресу для широкої публіки. Однак сприйняття екологічних проблем має селективний характер. Екологічна криза набуває уваги в пресі лише протягом певного проміжку часу. Коли ж ефект новизни вичерпано, подія поступово зникає з повідомлень преси. Якщо ж тема дістала додатково ще й певну реакцію з боку політиків, масмедіа швидко забувають про її існування або замінюють її новими екологічними проблемами.

Висновки з кризової ситуації протягом кількох років, повторне згадування минулої проблеми з'являються в пресі досить рідко, навіть незважаючи на те, що певна кризова ситуація може бути не вирішена тривалим часом. Ефект відлуння на сьогоденні проблеми переважає. Від цього страждає й екологічна політика: її ефективність недостатньо донесена до громадськості.

Зростання живих істот у водоймах з 27 до 97 видів протягом десяти років може бути покажчиком успіху природоохоронної роботи для фахівця. Але це залишиться малозрозумілим для загального кола. Проте такі ситуації, як масове повернення лососів у Рейн або те, що міністр екології плавав у річці, яка до цього була дуже забрудненою, чи навіть випив склянку води з неї, здатні викликати більш вдалий ефект. Досягнуті успіхи потребують їх достойної презентації.

Отже, завданням екологічної політики є постійний пошук позитивних повідомлень та організація символічних акцій. Наприклад, висадження дерев трьома провідними українськими політиками на День Землі у 2001 році надзвичайно широко висвітлювалося в масмедіа. Також важливим є достатня обробка наукових даних та ознайомлення з ними громадськості. Іноді добре відомі фахівцям проблеми роками не привертали до себе уваги, поки в науковців не постала гостра потреба донести таку інформацію до уряду тощо. Наприклад, оприлюднені дані про озонову дірку та зміни клімату викликали настільки величезну увагу журналістів, що для них було спеціально підготовлено посібники з цих проблем , .

Недостатнє значення екологiчної полiтики є наслiдком помилок екологiчних органiзацiй та партiй . Власне причини такого стану речей полягають не в безсильному мiнiстерствi, постановцi питань чи вже iснуючих рiшеннях проблем, як деякi екооптимiсти думають. Екологічний рух живе все ще за уявою, нiбито актуальнi екологiчнi проблеми автоматично притягатимуть до себе полiтичнi дiї. Але цей автоматизм "великої екологiчної проблеми" чи "законодавчого тиску" бiльше не функцiонує з початку 1990х рокiв. Це пов'язано насамперед з тим, що члени екологiчного руху в партіях, спiлках чи iнiцiативах розглядають сучаснi екологiчнi проблеми пiд кутом застарiлих комунiкацiйних ритуалiв 1970х чи 1980х рокiв. Необхiднiсть вибороти емоцiональну прихильність та увагу не тiльки 10 вiдсоткiв населення, як у ФРН, а його бiльшостi все ще не усвідомлена "зеленими".

Якщо екологiчна полiтика знову хоче відігравати важливу роль, екологічний рух повинен позбавитися егоцентричного власного зображення iмiджу лише з одним соняшником та зеленою травою, навiть якщо такi уявлення ще дуже полюбляють окремi члени. Акцiї та компанiї, котрi зорієнтовані на декiлька вiдсоткiв i без того вже переконаного населення, досягнути цiєї мети не зможуть. Компанiї майбутнього мають емоцiонально орiєнтуватися на стиль життя бiльшостi та рахуватися з ним.

Провокуючи промовлено: екологiчний рух стоїть перед завданням ? свої пропозицiї для вирiшення проблем та екологічно зорієнтовані вiдносини збудувати таким чином, аби все це стало для людей такою ж бажаною частиною їх життя як, наприклад, джинси "Levis", костюми вiд "Boss" чи коштовнi парфуми. Вiдзначено, що рекламнi компанiї фiрмових продуктiв сприяють бiльшому особистому контакту з аудиторiєю, її залученню та схваленню власних iдей, анiж концепцiї для запобiгання глобальних клiматичних змiн. Проте цей стан речей є не хитрощами фаворитiв ринку, а недоліками екологiчного руху. Для власних концепцiй розв'язання проблем застосовуються лише залишки тiєї творчостi, котру використовують для реклами нових продуктiв вiдомi фiрми.

Екологiчна комунiкацiя "зелених" партiй, об'єднань та спiлок обмежена здебільшого застереженнями, рекомендацiями, виборчими плакатами та текстами для преси окремих депутатiв. І хоча для "сучасних" акцiй роз'яснення екологiчних проблем використовуються сучаснi комунiкацiйнi засоби, навчальнi та моральнi принципи залишаються старими. Цим знищуються iснуючi шанси, бо зараз саме емоцiональнi, орієнтовані на вирiшення проблем компанiї повиннi привернути увагу до основних iнтересiв охорони довкiлля.

Майбутнє полягає в тому, аби питання збереження навколишнього середовища (наприклад, екологiчно безпечне сiльське господарство чи екологічна реформа податкiв) постали в системi екологiчної комунiкацiї як певний продукт. Він щодо емоцiонального впливу та любовi населення має зрiвнятися з популярнiстю та стати в один ряд з футбольними iграми чи народними святами. Саме тодi й парламентська екологiчна полiтика отримає нову перспективу .

# Автори екологічних матеріалів

В українських ЗМК на екологічні теми пишуть переважно штатні журналісти. У Німеччині до авторів належать, насамперед, чимало вiльних журналiстiв. Проте в Українi інститут вiльних журналiстiв – це нове явище журналiстської практики. За кордоном же їх кiлькiсть значно перевищує число штатних працiвникiв засобiв масової iнформацiї. І це дуже важливо для становлення та розвитку суспiльства, бо краще забезпечує конституцiйнi свободи громадянина. Hа думку дослiдника української преси А.З.Москаленка, "є двi основнi свободи. Свобода працi, яка означає, що людина вiльна вибирати, де, як i до чого докласти свої зусилля i здiбностi, щоб максимально реалiзувати себе i принести найбiльшу користь iншим. Ця свобода пов'язана з рiзноманiтними формами власностi. І друга з двох основних свобод людини – свобода її духовного “я”, свобода мати, висловлювати, поширювати свої погляди, думки, переконання. Обидвi цi свободи – економiчна i полiтична – пiдтримують одна одну, а одна без iншої неповна, неповноцiнна" .

У процесi роботи вiльних журналiстiв чiтко простежується реалiзацiя вищезгаданого. Право мати особисту думку стає основою вiльної творчостi, яка разом зі свободою висловлювання надає людинi за певних умов (насамперед професiонального рiвня пiдготовки матерiалiв) можливiсть ще й заробляти на життя. Громадянам України законодавчо гарантується право вiльно й незалежно шукати, отримувати, фiксувати, зберiгати, використовувати та поширювати будьяку iнформацiю. Закони України "Про iнформацiю", "Про друкованi засоби масової iнформацiї (пресу) в Українi", "Про телебачення та радiомовлення" створили для реалiзацiї цих прав необхiдну законодавчу базу. Разом з тим доводиться констатувати, що це лише передумови виникнення вiльних журналiстiв в Українi, якi на практицi ще не призвели до масової появи.

Причини цього пов'язанi з:

 1) недосконалим виконанням законiв, окремi з положень яких носять iнодi декларативний характер, бо обмежуються iншими законодавчими актами чи вiдомчими iнструкцiями;

 2) вiдсутнiстю статусу вiльного журналiста та механiзму, за яким вiдбувалася та регламентувалася його дiяльнiсть хоча б на основi iснуючого законодавства;

 3) фiнансовою ситуацiєю в країнi та рiвнем оплати працi, затримкою виплати гонорарів (наприклад, у газеті "День" позаштатні працівники не можуть отримати гроші за матеріали, надруковані одиндва роки тому);

 4) недостатньою розробкою системи збору податкiв із творчих працiвникiв.

Разом з тим навiть за цих важких умов є можливим зростання числа вiльних журналiстiв. Потенцiйно ними спочатку стануть професiонали, матерiали яких уже мають попит на ринку iнформацiї. Часто за колишнім мiсцем постiйної роботи авторiв не було можна вiльно пiдготовити, надрукувати матеріали чи отримати достатню платню. Ставши вiльним журналiстом, творча особистiсть звiльняється вiд певних обмежень, якi об'єктивно, але частiше суб'єктивно створюються в колективах на чолi з редактором закомплексованого пострадянського чи, навпаки, занадто кон'юктурнокомерцiйного типу мислення.

Вiльний журналiст, шукаючи орган масової iнформацiї, виходить на iнформацiйний ринок як продавець власного матерiалу. Він думає, де краще надрукувати чи оприлюднити iншим чином свій доробок, а не навпаки, написати або знiмати лише те, що пасує до наявного мiсця роботи.

Разом з тим свобода думок потребує необхiдних технiчних засобiв їх висловлювання. Найпростiше тим, хто орiєнтується на пресу. Для пiдготовки деяких матерiалiв теоретично вистачить лише наявностi паперу та олiвця. Але вже процес роботи, наприклад над аналiтичними статтями чи репортажами, потребує додаткових витрат (відрядження чи замовлення необхідної довідникової інформації). Вони суттєво зростають для вiльних фото, радiо, тележурналiстiв. І тут уже мова йтиме про наявнiсть чи умови створення первинного капiталу для забезпечення дiяльностi. Держава має допомогти створити законодавчонормативну базу, яка б обумовила його накопичення.

Стосовно цього цiкавим є досвiд Німеччини, насамперед, законодавчий . Вiльний журналiст може iнвестувати заробленi ним грошi в засоби, необхiднi в професiйнiй дiяльностi: автомобiль, комп'ютер, копiювач, факс тощо. У цьому разі зменшується сума податкiв на певний термiн. Існують ще й iншi види пiльг при оплатi переговорiв з домашнього телефону чи при купiвлi паперу, бензину, дискет або навiть звичайної ручки. 16 вiдсоткiв податку на додану вартiсть у цiнi придбаних для роботи товарiв можна буде вiдрахувати потiм при сплатi власних податкiв. Така система може стати дуже привабливою для інших категорiй людей, якi потенцiйно здатнi стати вiльними журналiстами. Насамперед, мова йде про безробiтних колег, якi не можуть (або не хочуть з особистих мiркувань) знайти постiйну роботу.

Зараз з'являються вiтчизнянi та закордоннi агенцiї, комерцiйнi видання, теле, радiоканали, якi здатнi виплачувати гонорари вищi, нiж iншi засоби масової iнформацiї. Особливу увагу треба звернути на величезну кiлькiсть позаштатних кореспондентiв, iнститут яких має добрi традицiї в нашiй країнi. Матерiали окремих з них є досить конкурентоздатними. Hайспроможнiші стати вiльними журналiстами зараз ті фахiвцi, якi добре знають певну проблему та вмiють її зробити привабливою для iнших.

Існує дефiцит журналiстiв, якi добре знають економiку, право, сучаснi технологiї тощо. Тому iншi фахiвцi займають цю нішу все активнiше. Часто їх одразу беруть до штату редакцiй. Але можна припустити ситуацiю, коли вони не погодяться на таку форму працi. Hаприклад, жiнка хоче присвятити бiльше часу сiм'ї, але разом із тим зацiкавлена й у певному заробiтку. Ситуацiя, коли вiльним журналiстом є людина з освiтою в iншiй галузi, є типовою за кордоном.

Добре, коли журналіст є науковцем або принаймні має уяву про наукову діяльність. Для підготовки екологічних матеріалів досить часто необхідна консультація або інтерв'ю з експертом. "Вчені бажають, щоб журналіст, коли збирається брати інтерв'ю, мав хоча б загальну уяву про проблему" .

З кiнця грудня 1995 по квiтень 1996 року авторові випала можливiсть проходити практику в однiй з неурядових органiзацiй Hiмеччини, де, зокрема, довелося працювати i з європейською документацiєю. Цiкава особливiсть: багато з матерiалiв Інформацiйного центру Європейської Спiльноти в Боннi пiдготовлено вiльними журналiстами.

Hаприклад, Центр поширює касети із записами радiопрограм про європейськi iнституцiї, якi створив доктор фiлософiї Матiас Шмiдт, котрий працює як вiльний журналiст у сфері радiомовлення та виробництва фiльмiв.

У ФРH особливо суттєвий внесок вiльнi журналiсти роблять у висвiтлення екзотичних та складних тем, якi потребують аналiтики. Hа думку нiмецького журналiста Петера Шмiдта, без вiльних журналiстiв не обходиться майже жодна редакцiя країни . І особливо велика зацiкавленiсть – до спiвробiтництва з тими, хто висвiтлює дуже актуальнi в Німеччині проблеми довкiлля .

Так, на радiо "Deutsche Welle" екологiчна програма створюється лише одним штатним працiвником, якому допомагають 20 вiльних журналiстiв. Через це можна зробити висновок про значну їх роль у збиранні iнформацiї та висвiтленнi багатьох проблем. Проте мова йшла поки що про позитивнi боки роботи вiльних журналiстiв. Хоча багато з них має чимало труднощiв.

Так, вiльний фотограф із США Лiлiана Hiетс на мiжнародному семiнарi в Києвi в 1994 роцi розповiдала, що не має жодного контракту з редакцiями. Бiльшiсть знімкiв, якi вона зробила за власним проектом, нiколи не надрукують. Ринок вимагає вiд вiльних журналiстiв професiйно пiдготовлених матерiалiв, так би мовити кiнцевого продукту, який не треба доопрацьовувати .

Ця вимога чiтко проводить межу мiж вiльним журналiстом та позаштатним кореспондентом, над творчiстю якого iнодi доводиться ще працювати редакторовi. Але якщо до послуг бажаючих отримати другу професiю журналiста або пiдвищити рiвень за кордоном є чимало курсiв та навчальних закладiв з iнтенсивною програмою, то в Українi їх кiлькiсть обмежена. І тому вiльнi журналiсти у нас з'являться, коли почнуть масову роботу постiйно дiючi семiнари, курси, розрахованi й на них.

Серед iнших перепон появи нової категорiї творчих працiвникiв є вiдсутнiсть статусу вiльного журналiста, iнформацiйна блокада. У нашій державi проголошено свободу збирати iнформацiю. Разом з тим почастiшали випадки вiдмов в акредитацiї журналiстiв, наприклад у парламентi, хоча на його засiданнях у бiльшостi країн може бути присутнiй кожний громадянин.

Зовсiм не зрозумiло, як бути зі страхуванням, оподаткуванням та пенсiйним забезпеченням вiльного журналiста. Треба визначитися, повинен вiн реєструватися в певних установах чи нi. Це необхiдно як для полегшення його роботи, так i для запобiгання рiзноманiтних зловживань вiд випадкових людей, котрi можуть працювати "пiд журналiста". Не до кiнця зрозуміло, на яких засадах має відбуватися спiвробiтництво з iноземними засобами масової iнформацiї, аби не змiшувати понять акредитованого журналiста iноземного органу та вiльного, який iнодi працює на нього. Це є теж важливим, адже з розширенням iнтересу до України в нас починають активно працювати закордоннi колеги не тiльки із засобiв масової iнформацiї, але й із сучасних комп'ютерних та iнших мереж, якi заохочують українських журналiстiв до спiвробiтництва.

Отже, питання про статус вiльного журналiста в Українi залишається вiдкритим. Законодавчi недоліки пропонується розглянути в процесi подальших доповнень до Закону України "Про професійних творчих працівників та творчі спілки", виносячи цi та iншi аспекти на обговорення як журналiстiв, так i громадськостi.

Цей Закон визначає правовий статус професійних творчих працівників, правові, соціальні, економічні та організаційні засади діяльності творчих спілок у галузі культури та мистецтва. Професійний творчий працівник, згідно із Законом, – це фізична особа, творча діяльність якої становить її основне заняття, що завершується створенням і оприлюдненням творів або їх інтерпретацією в галузі культури та мистецтва і є головним джерелом її доходів, незалежно від того, має вона чи не має будьякі юридично оформлені трудові відносини . Статус вільного журналіста потребує конкретизації, якої в цьому визначенні не існує.

За оцiнкою Інституту публiцистики унiверситету Мюнстера (Нiмеччина), майже кожен третiй із 60 тисяч нiмецьких журналiстiв працює як вiльний. Навантаження за часом вiдповiдає не менше нiж 51 годині на тиждень. Але незважаючи на це, вiльнi журналiсти постiйно турбуються про подальшу освiту та технiчне забезпечення, сподiваючись на кращi часи та пропозицiї. Третина має вже зараз добрі прибутки – середня заробiтна плата становить понад 5 тисяч нiмецьких марок. 40 вiдсоткiв вiльних журналiстiв із захiдних земель отримують менше 3 тисяч нiмецьких марок. У Берлiнi таку платню мають 60 вiдсоткiв вільних працівників ЗМК, а в схiдних землях уже двi третини задовольняються цiєю сумою .

З творчими проблемами тiсно пов'язанi й фiнансовi. Hаприклад, у ФРH вiльнi журналiсти сплачують соцiальну страховку, оренду технiки та багато iншого. Для оренди примiщень об'єднуються в журналiстськi бюро. Інодi цi суми стають важким тягарем: адже не завжди можна отримати стабiльний прибуток. Є чимало вiльних журналiстiв, якi працюючи щодня, отримують ледве двi тисячi марок на мiсяць. Тому держава має для цих осіб певнi пiльги, якщо їх рiчний заробiток не перевищує 25 тисяч марок.

Екологічні журналісти активно об'єднуються в різноманітні організації. Міжнародна федерація екологічних журналістів діє в усьому світі, регіональні об'єднання є у США, Німеччині, Росії тощо. В Україні автором у 1995 році проводилося анкетування журналістів, котрі працюють в екологічних виданнях . За його результатами було визначено, що на той час у нашій країні ще не було інституту екологічних журналістів, а ті, хто вважали себе ними, не мали бажання об'єднуватися в будьяку структуру. Одну з причин цього було названо в анкеті А.С.Льовіна з Асоціації екологічної освіти (Запоріжжя): "не вірю в об'єктивні результати об'єднання – організації". У відповідях висловлювалися недовіра до тих, хто хоче об'єднати ще майже не існуючих екологічних журналістів та побоювання, чи така організація буде відстоювати інтереси насамперед журналістів, а не свої власні.

Результати анкетування підтверджує і довідник "Хто є хто в українських масмедіа". За статистикою першого випуску в 1997 році лише 5 з усіх журналістів, дані яких внесено в це видання, указали екологічну тематику як одну з провідних у власній творчості.

Проте в 1996 році ідею заснування нової структури без урахування фактичної ситуації було використано в Кривому Розі. Там було створено Всеукраїнську екологожурналістську асоціацію (ВЕЖА). Така назва дала змогу залучити до її лав як екологів, так і журналістів. У зв'язку з цим організація втратила ознаку суто професійного об'єднання журналістів, тобто той принцип, за яким створено такі структури в усьому світі. На сьогодні активність ВЕЖА на всеукраїнському рівні практично не помітна й не відома широкому загалу журналістів, частково зосереджена лише на регіональному рівні. Останнім часом є бажання членів організації реформувати її, провести перереєстрацію, перемістивши центральний офіс до Києва.

В Україні також діє представництво Асоціації "зеленої" преси Соціальноекологічного Союзу (Москва). Його активність на всеукраїнському рівні також поки що малопомітна й зведена до видавничої діяльності у співпраці з іншими екологічними організаціями.

Більш ефективною формою організації журналістів, котрі висвітлюють проблеми довкілля, може бути об'єднання їх на професійних засадах за умови наявності авторитетних лідерів.

У Національній Спілці журналістів України відбувалися засідання клубу, на якому були присутні працівники ЗМК, котрі також висвітлюють і проблеми навколишнього середовища. Об'єднання саме таких професіоналів може сприяти підвищенню активності ЗМК у висвітленні екологічних проблем, а також мати певні координуючі функції, якщо така потреба існуватиме.

# Джерела екологічної інформації

Для ефективного інформування політиків та громадськості журналісти повинні мати вільний доступ до інформації та вміти працювати з її джерелами, не всі з яких ще активно використовуються в журналістській практиці.

Методи збирання й фіксації отриманої інформації досліджено в багатьох роботах . Ефективність знаходиться в прямій залежності від активності журналістів, які збирають і фіксують інформацію. Урахування різних позицій та об'єктивне висвітлення проблем довкілля неможливе без залучення різноманітних джерел. Ними є, насамперед, редакційні та позаредакційні. Розглянемо їх з додатковим акцентом на тих, котрі використовуються ще замало.

Редакційні:

 1. Власні розслідування та ідеї журналіста;

 2. Інформація, завдання та пропозиції редактора й колег видання;

 3. Листи, дзвінки читачів та відвідувачі редакції.

Позаредакційні:

 1. Інформація урядових та державних структур:звіти, доповіді, закони, документи та постанови, промови політиків, заяви урядовців, пресрелізи та інші повідомлення офіційних пресслужб. Особливо треба звернути увагу на налагодження контактів із відповідними відділами таких структур, як Верховна Рада, Міністерство екології та природних ресурсів, Міністерство надзвичайних ситуацій, Міністерство внутрішніх справ, Міністерство охорони здоров'я, Державна екологічна інспекція, екологічна прокуратура, Держкомгідрометеослужба тощо.

 3. Новини та бюлетені інформаційних агенцій.

 4. Повідомлення та періодичні видання міжнародних організацій.

 5. Екологічна наукова та популярна преса, матеріали журналістів інших ЗМК.

 6. Організації охорони здоров'я, санепідстанції.

 7. Організації захисту прав споживачів.

 8. Об'єднання за інтересами: рибалки, бджолярі тощо

 9. Науковці вузів, дослідних інститутів, насамперед соціологи, географи, аграрії.

 10. Депутати та їх передвиборна кампанія.

 11. Працівники лісництв, сільського господарства, водопостачання тощо.

 12. Туристичні організації.В Україні діє Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Нею для пропаганди екологічно безпечних видів відпочинку створено журнал "Туризм сільський зелений". Окремі матеріали з екологічного виховання молоді друкував і журнал "Міжнародний туризм" .

 13. Заповідники, заказники, національні парки, станції юннатів, Доми природи.

 14. Екологічна міліція, працівники контролю дорожнього руху.

 15. Військові, громадська оборона та Служба безпеки України.

 16. Судові установи.

 17. Потенційні чи реальні забруднювачі довкілля – підприємства різних напрямів діяльності, атомні та інші станції.

 18. Неурядові екологічні організації.

 19. Фонди та організації, котрі займаються розподілом грошей на екологічні проекти або благодійницькою діяльністю.

 20. Церква.

Всесвітній Патріарх Православної Церкви Варфоломей Перший запропонував об'єднати зусилля для порятунку Чорного Моря. З цією метою Вселенська церква сприяла створенню Екологічного Інституту в Туреччині та проведенню двотижневого семінару екологічних журналістів у червні 1999 року.

Ця унікальна ініціатива має об'єднати наукові й релігійні сили для захисту навколишнього середовища. У відкритті інституту та семінарі брали участь 70 священиків, журналістів та вчених з України, Болгарії, Грузії, Румунії, Росії, Туреччини, США, Греції й Чехії.

Міжнародна організація "Релігія, наука та довкілля" також опікується проблемами Чорного моря та стала ініціатором ще одного заходу за сприяння Патріарха Варфоломея та Європейської комісії – екологічного симпозіуму з відвідуванням усіх дунайських країн. На одинадцятий день подорожі форум завітав і до України, на дунайські береги Вилково.

"У серцях людей нашого суспільства необхідно відновити почуття святості життя, яке було властиво нашим предкам. Саме життя на Землі зараз знаходиться під загрозою через недалекоглядні й егоїстичні дії людей ", – вважає Патріарх.

Екологічна ініціатива Всесвітньої Патріархії існує вже протягом декількох років і намагається зробити, на перший погляд, неможливе – об'єднати науковий і релігійний підходи до розв'язання екологічних проблем. Аби поліпшити екологічну ситуацію, необхідно спочатку змінити свідомість людей. Тому програма семінару передбачала окрему частину – тренінг для екологічних журналістів, котрі й мають донести цю думку до громадськості. У ході семінару журналісти причорноморських країн створили мережу професійної співпраці. Розуміння екологічних і духовних проблем, пов'язаних з Чорним морем, відкриває нові можливості для працівників ЗМК. Журналісти зі США Боб Нессон, Моніка Ален та Девід Хелварг знімали й монтували разом з учасниками семінару фільми та репортаж для CNN, розробляли нові теми з проблем Чорного моря.

Всесвітня Патріархія запропонувала делегаціям країн і невеличкі кошти для конкретних природоохоронних справ. Святі отці з КиєвоПечерської лаври підтримали проект розчистки колодязів на території цієї святині та збереження чорних грифів у Криму. Ідею було запропоновано тележурналісткою Тетяною Шаманаєвою, котра вже декілька років веде спостереження за цими рідкісними птахами та підтримує їх у тяжкі зимові часи.

 21. Дитячі установи та навчальні заклади.

 22. Наукова література та спеціальні видання для журналістів з наукових проблем.

 23. Різноманітні заходи для журналістів:

пресконференції, брифінги, поїздки, зустрічі та "круглі столи", робота та засідання клубу Спілок журналістів та інших професійних об'єднань, семінари підвищення кваліфікації тощо.

На семінарах для журналістів варто зупинитися окремо. Добре організовані, із залученням фахівців як у сфері комунікації, так і екології, такі заходи здатні стати поштовхом до тривалого опрацювання екологічної тематики, підказати багато нових тем, налагодити цікаві контакти на майбутнє.

 24. Інтернет та електронна пошта.

Конкурентом традиційної журналістики стає комп'ютерна, що детально досліджують у численних роботах українські журналістикознавці, зокрема В.В.Різун, В.Ф.Іванов, та О.К.Мелещенко , . Пересічний споживач інформації все частіше звертається не тільки до газетного кіоску, а й до комп'ютерних мереж. Особливо це стає важливим тоді, коли від оперативності отримання інформації залежить її цінність.

Більшість науковців та представників екологічних організацій з метою оперативного отримання інформації використовують Інтернет, технологію "всесвітнього павутиння" World Wide Web та електронну пошту. На думку А.З.Москаленка, "розширення і диференціація аудиторії преси, нові соціальні завдання, науковотехнічна революція породжують необхідність виникнення нових видів і типів періодичних видань, включаючи програми і канали електронної преси" .

Наприклад, матеріали бюлетеню "Медична екологія" київської організації "Екопреса" можна було прочитати як на папері в традиційному вигляді, так і в Інтернет. У цій мережі в електронному вигляді чимало екологічніх видань майже з усього світу.

 25. Різноманітні заходи для громадськості:

– науковопопулярні доповіді, виступи, конференції;

– свята та народні традиції тощо.

 26. Події – від катастроф та акцій протесту до організації виставок, ярмарок, концертів тощо.

 27. Населення (наприклад, пересічна людина "з вулиці").

 28. Особисті знайомства, сім'я тощо.

Доступ до екологічної інформації є одним із важливих чинників роботи журналіста. У разі відмови надати необхідну інформацію треба вдатися до офіційного листування та зробити запит .

# Запит на екологічну інформацію

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(назва державного органу, установи, організації, підприємства)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(адреса державного органу, установи, організації, підприємства)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові запитувача, його повна адреса або назва громадської організації, її адреса згідно з державною реєстрацією)

Прошу Вас надати мені (нам) таку інформацію\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(зазначити конкретний вид необхідної екологічної інформації)

Зазначена інформація:

 а) стосується моїх (наших) екологічних прав та інтересів;

 б) викликає громадський інтерес і не вимагає необхідності формулювати свою зацікавленість у ній.

Моє (наше) право на одержання зазначеної інформації гарантується чинним законодавством України, а саме:

 1. Конституцією України, статті 16, 32, 34, 40, 50.

 2. Законом України "Про охорону навколишнього природного середовища", стаття 9.

 3.Основами законодавства України про охорону природи, ст. 6.

 4. Законом України "Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення", стаття 4.

 5. Законом України "Про відходи", сттаття 14.

 6. Законом України "Про захист людини від впливу іонізуючих випромінювань", стаття 4.

 7. Законом України "Про інформацію", статті 9, 35, 47.

 8. Міжнародною Конвенцією "Про доступ до інформації, участь громадськості у прийнятті рішень і доступ до правосуддя з питань, що стосуються навколишнього середовища", ратифікованою Верховною Радою України 6.07.1999 року.

Інформацію прошу (необхідне зазначити)

 а) видати особисто;

 6) вислати за адресою;

 в) надати можливість ознайомитися.

У разі відмови в наданні інформації прошу дати письмову аргументовану відповідь, яка за необхідності дозволить оскаржити Ваші дії в судовому порядку.

Дата Підпис

Примітки:

 а) запит направляється листом на замовлення з повідомленням про вручення;

 6) квитанція про відправлення листа й офіційне повідомлення про відмову в наданні інформації є необхідними в разі звернення до суду.

# Етика й екологічна інформація

Доступ до інформації не вирішує всіх існуючих проблем. Має бути й відповідальність за правдиве та конструктивне висвітлення проблем довкілля. Необхідно протидіяти зловживанню екологічною інформацією для провокування неспокою й недовіри між людьми різних держав.

Просвіта широкої громадськості й підтримка добровільної діяльності повинні стати головними завданнями. Слід також мати на увазі участь у дискусіях із великих проектів, що мають значення для довкілля, а також у пошуках їх найкращих здійснень.

Ці принципи потрібно враховувати при розгляді інформації на міжнародному рівні. Недооцінка цих факторів призводить до неадекватного сприйняття матеріалів на екологічну тематику, а при відхиленні від певних норм навіть викликає несподівану для авторів реакцію.

Подібні ситуації виникали в початковий період висвітлення Чорнобильської катастрофи, коли внаслідок когнітивного дисонансу споживач інформації відчував дискомфорт. Почуття протиріччя виникає у людини в тому разі, коли вона одночасно володіє двома психологічно несумісними фактами щодо того чи іншого предмету . Одразу після трагедії 1986 року дію ЗМК було направлено, з одного боку, на применшення масштабів і наслідків того, що сталося. А з іншого, звучав заклик суворо й ретельно дотримуватися різноманітних заходів профілактики радіоактивного забруднення організму людини й довкілля. Населення потрапило в складну психологічну ситуацію, адже головним джерелом інформації для нього були саме ЗМК .

Український журналістикознавець В.Бугрим, аналізуючи це явище, визначив принципи журналістики екстремальних подій. "Дослідження діяльності засобів інформації з висвітлення Чорнобильської катастрофи дає підстави сформулювати деякі науковоприкладні фактори журналістики екстремальних подій:

 1. Прогностична ймовірність, що охоплює передбачення кризових ситуацій і обов'язково готовність властей і населення до стохастичнооповіщувальних ефектів. Чорнобильською Касандрою стала Л.Ковалевська зі своєю публікацією в "Літературній Україні" 27 березня 1986 р.

 2. Інформаційнокомунікативна адекватність матеріалів засобів інформації реальності явища, що передбачає максимальну оперативність, достовірність і повноту повідомлень.

 3. Соціальнопсихологічна оптимізація матеріалів засобів інформації, під якою розуміється задоволення найважливіших інформаційних потреб населення щодо безпеки, здоров'я і життєдіяльності та формування емоційного стану людини. З'ясування "ризику" ситуації та компенсаційних дій.

 4. Управлінськопрагматична функціональність, що означає своєчасне інформування людей про способи й засоби розв'язання неординарних проблем, хід ліквідації наслідків катастрофи.

 5. Плюралістичне відображення екстремальної події всіма каналами засобів інформації.

 6. Координація взаємодії засобів комунікації (редакції, програми, служби, агентства) з метою уникнення дублювання і розподілення сил для всебічного охоплення явища, системність матеріалів".

У контексті журналістики екстремальних подій цікаві дослідження екологічної комунікації з елементом страху. Нiмецький дослiдник Луман вважає [ ], що новi екологiчнi теми змiнили напрям диференцiацiї проблем вiд схеми "другворог" до "системаперспектива довкiлля". Новi теми, наповненi страхом, потребують нових властивостей. На думку вченого, не треба боятися показати страх. Коли він починає обговорюватися, то набуває моральної сутностi. Вона у свою чергу робить необхiдними турботи про стан довкiлля, що й стає попереджуючим фактором, з усiма моральними ризиками. Екологiчна комунiкацiя перетворюється в такому випадку на моралiзовану та наповнену страхом. Та тiльки майбутнє може показати, наскiльки цей страх був виправданий.

Для того, аби розтлумачити широким масам громадськості певну проблему, її рішення, журналістам потрібно самим розумітися на висвітлюваних питаннях. Якщо цього немає, то помилкові дії, а тим паче заклик до них, завдає великої шкоди як довкіллю, так і суспільству взагалі. Особливо болюче питання екотематики на газетних шпальтах – порушення журналістської етики. Дослідник О.К.Мелещенко наводить один із таких прикладів у Запоріжжі.

За шість десятків років забруднення повітря й скидання в ріку своїх відходів 114 промисловими підприємствами 29 міністерств і відомств зробили цей регіон екологічно неблагополучним. А розсекречені дані санепідемстанції міста про те, що з 50 шкідливих речовин у повітряному басейні 18 мають мутагенну активність (тобто, можуть уражати спадковий апарат полових клітин людини) підготували грунт для кількох газетних сенсацій.

"Шість місяців 1991 року в Запорізькій області нападав на велику рогату худобу і людей потворний мутант із звірячими щелепами, якого народила і викинула на смітник матипроститутка". Плід творчої фантазії молодого журналіста В.Сергєєва з місцевої молодіжної газети "МІГ" після кількох публікацій викликав справжню паніку: у відділ реклами посипалися об'яви про продаж та обмін будинків із цієї місцевості – села в 27 кілометрах від Запоріжжя, зривалися заняття в школах, дітей не пускали в лісопосадки, обурені директори радгоспів повідомляли про неприбуття робітників на посівні роботи, а в'язні з найближчої зони відправляли в різноманітні інстанції прохання про добровільне переведення до місць ув'язнення бодай на Північ, аби подалі від мутанта". Вигадку "молодіжки" змушена була викрити республіканська газета "Комсомольское знамя", відчувши, що в даному випадку колеги перестаралися .

Від часів Чорнобильської катастрофи й відтоді, як деякі ЗМІ почали орієнтуватися на найгірші зразки "жовтої преси", виникла проблема перенасичення екоматеріалів "чорнухою". Скільки сімей відмовились мати дітей після інформації про дитинумутанта, яку розповсюдили всі газети. Журналісти не повинні зовсім замовчувати подібні факти. Але й не треба смакувати ними, наводити на людей жах. Проте журналісти багатьох видань, і не тільки "жовтої преси", продовжують вміщувати фото дітейінвалідів, зображення скелетів тощо.

Виходячи з Кодексу етики екологічного журналіста, розробленого Міжнародною Федерацією екологічних журналістів (IFEJ) у 1999 році, працівник ЗМК має поводитися таким чином:

 1. Право на чисте середовище і довгостроковий розвиток аргументоване й тісно пов'язане з правом на життя, здоров'я та добробут. Екологічний журналіст повинен інформувати громадськість про загрозу навколишньому середовищу на глобальному, регіональному та місцевому рівнях.

 2. Часто ЗМІ є єдиним джерелом інформації про навколишнє середовище. Обов'язок журналіста – підвищувати рівень усвідомлення громадськістю проблем довкілля та відображати плюралізм думок.

 3. Шляхом інформування журналіст відіграє життєво важливу роль у мобілізації зусиль громадськості для захисту довкілля. Обов'язок журналіста – не лише відкривати очі людей на певну загрозу, а й відслідковувати ці небезпеки, тримати громадськість у курсі розвитку подій. Журналіст має також писати й про можливі шляхи розв'язання екологічних проблем.

 4. Журналіст не повинен керуватися впливом заангажованих інтересів, чи то комерційних, політичних, урядових чи неурядових організацій. Журналісту слід дистанціюватися від таких інтересів і не вступати з ними в об'єднання. Як правило, журналісти мають надавати слово всім сторонам у будьякому конфлікті, пов'язаному з екологією.

 5. Екологічні журналісти по можливості повинні посилатися на джерела інформації та уникати такого висвітлення, що може викликати паніку або спекуляції, а також різноманітні тенденційні коментарі. Журналіст мусить перевіряти автентичність джерела інформації.

 6. Екологічний журналіст повинен відстоювати рівний доступ до такої інформації й допомагати організаціям і громадянам промислово нерозвинених країн в одержанні електронної інформації, що допоможе цим країнам у вирішенні екологічних проблем.

 7. Журналіст також має поважати права людей, які потерпіли від природних катастроф та стихійних лих, не втручатися в особисте життя.

 8. Екологічний журналіст мусить без вагань виправити інформацію, яка раніше вважалася достовірною і могла справляти вплив на громадську думку, якщо аналіз і наступні події показали її помилковість.