

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Гуманітарно-педагогічний факультет

УДК 070:502

ПОГОДЖЕНО ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Декан гуманітарно-педагогічного
кафедри факультету
комунікації

В.О. завідувача
журналістики та мовної

Інна САВИЦЬКА

Марина НАВАЛЬНА

“ ” 2023 р.

“ ” 2023 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ЕКОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМАТИКА В СУЧАСНИХ МЕДІА»

Спеціальність 061 Журналістика

Освітня програма Журналістика

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми

доктор філол. наук, професор

Марина НАВАЛЬНА

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

доктор філол. наук, професор

Марина НАВАЛЬНА

Виконав

Тетяна ШИНКАР

КИЇВ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКОПРОБЛЕМАТИКИ ЗМІ	9
1.1. Екологічна журналістика: сутність понять і функції	9
1.2. Історія висвітлення екологічних проблем в українських ЗМІ	24
Висновки до розділу 1	31
РОЗДІЛ 2. ПУБЛІКАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ ТЕМАТИКИ МАС-МЕДІА	34
2.1. Специфіка роботи еко-журналіста	34
2.2. Висвітлення екологічної проблематики в друкованих виданнях	45
2.3. Екодослідження в електронних медіа	59
Висновки до розділу 2	67
РОЗДІЛ 3. СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ ВИДАННЯМИ КИЇВСЬКОГО РЕГІОНУ	69
3.1. Проблемно-тематичний аналіз екологічних публікацій видань «Вісник Переяславщини», «Вісті. Інформація. Реклама», «РепортерUA», «Хрещатик», «Вишгород»	69
3.2. Жанрове розмаїття актуальних екологічних матеріалів у регіональних онлайн-медіа	80
Висновки до розділу 3	90
ВИСНОВКИ	93
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	97
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	98

ВСТУП

НУБІП України

Екологія є невід'ємною частиною якості життя в сучасних суспільствах. Зокрема, стан здоров'я та благополуччя окремих людей і суспільства в цілому безпосередньо пов'язані з навколишнім середовищем та екологічними аспектами

НУБІП України

діяльності окремих громадян, малих, середніх і великих підприємств. Оскільки ЗМІ зараз є одним з основних джерел інформації про навколишнє середовище для більшості громадян, то саме від журналістів залежить, як люди будуть реагувати – чи призведе це до паніки в суспільстві, чи, навпаки, до рішучих дій

НУБІП України

на захист права на сприятливе навколишнє середовище, і саме від них залежить, як вони будуть реагувати.

НУБІП України

Екологічну журналістику можна розглядати як засіб вирішення екологічних проблем. Це накладає певну відповідальність на журналістів, які висвітлюють екологічні проблеми. Особливо важливо, щоб журналісти визначали характер проблем, про які вони пишуть. Спотворення фактів і надмірна сенсаційність у репортажах не тільки вводять читачів в оману, але й дають привід владі, відповідальній за вирішення екологічних проблем, ще раз підкреслити необізнаність журналістів та ігнорувати думку громадян при

НУБІП України

ухваленні важливих екологічних рішень.

НУБІП України

За останні кілька десятиліть екологічні проблеми вийшли на перший план серед глобальних проблем людства. Екологічні питання мають особливе значення для українського суспільства, яке зазнало серйозних негативних наслідків (екологічних, соціальних та економічних) техногенної катастрофи на Чорнобильській атомній електростанції, а в останній рік – через російсько-українську війну. Очевидно, що на зміну ставлення людей до довкілля великий вплив мають засоби масової інформації, які можуть ефективно формувати ставлення громадськості до навколишнього середовища. Однією з

НУБІП України

найважливіших проблем України та світу сьогодні є забруднення навколишнього середовища побутовими відходами та токсичними викидами. Екологічна

інформація є важливою складовою медіа, оскільки вона є необхідним джерелом інформації, важливим надбанням та передумовою і запорукою екоефективності.

З початком стрімкого науково-технічного розвитку світу та виникненням високоіндустріальних суспільств людина активно втручається в природу.

Сьогодні екосистеми Землі перебувають під серйозною загрозою. Стрімкий

розвиток науки і техніки, з одного боку, дозволив задовольнити всі потреби людського суспільства, а з іншого – погіршив умови існування. Що стосується

України, то екологічні проблеми є надзвичайно серйозними. Очевидно, що на

ставлення людей до довкілля значною мірою впливають медіа, які можуть

ефективно формувати ставлення громадськості до довкілля. Аналіз

особливостей висвітлення екологічної тематики в ЗМІ та визначення основних чинників, що впливають на зміст і якість екологічних публікацій, буде корисним

для реалізації інформаційної політики України.

Працівники ЗМІ, які висвітлюють екологічну тематику, повинні

концентрувати свою увагу, докладати зусиль та застосовувати нові методи і знання. Тому аналіз і систематизація накопиченого досвіду української

екожурналістики та виявлення тенденцій у висвітленні екологічної проблематики є вкрай необхідними для подальшого розвитку мас-медіа.

Питаннями екології займається багато науковців. Інтенсивне та всебічне дослідження історії та особливостей практичного висвітлення екологічної

проблематики в сучасних українських друкованих ЗМІ та розвитку екологічної журналістики в Україні здійснили журналіст О. Беляков (дисертація

«Комунікація як інструмент екологічної політики (на прикладі порівняльного досвіду України та Німеччини)» [4], монографія «Масова комунікація та

екологічна політика» [5]) та Д. Олтаржевський (дисертація «Висвітлення екологічної проблематики в сучасній українській пресі (принципи,

проблематика, досвід, жанрові форми та мовностилістичні прийоми)» [50]).

Екологічна журналістика: світоглядні аспекти (на прикладі зарубіжних та українських видань 1992–2008 рр.) розглядалася в дисертації Г. Гопко [18].

Сучасні проблеми розвитку екологічної журналістики в Україні розглядають

Г. Білявський [8], Д. Будзан [12], Т. Гузенко [23–24], З. Козак [33], В. Конашук [35], В. Цвік [60] та інші. Екологічним аспектам України та питанням дотримання екологічних стандартів присвячені роботи В. Андрейцева [1], П. Гамана [15], В. Горлачука [19], О. Лазор [38], В. Мариненка [40], Л. Мельника [43] та інших.

Актуальність цього дослідження зумовлена необхідністю якісного висвітлення екологічної тематики в сучасних ЗМІ України, особливо в регіональних. Майбутній розвиток регіону з найсприятливішими водними та лісовими ресурсами, перспективними природними та рекреаційними можливостями безпосередньо залежить від стану довкілля, охорони та розвитку природних ресурсів. Місія екожурналістики – доносити до громадськості концепцію бережливого ставлення до довкілля, своєчасно висвітлювати екологічні проблеми, попереджати про існуючі екологічні загрози та працювати для їхнього запобігання. Важливим є вивчення діяльності київської регіональної екожурналістики, аналіз публікацій на екологічну тематику в сучасних газетах і на їхніх сайтах та виявлення загальних тенденцій, позитивних і негативних аспектів цієї журналістської сфери. Тому дослідження екологічної тематики в київському регіональному медіапросторі є актуальним.

Наукова новизна нашого дослідження полягає в комплексному вивченні екологічної тематики в київському регіональному медіапросторі. Зокрема, ми проаналізували видання «Вісник Переяславщини», «Вісті Інформація-Реклама», «РепортерUA», «Хрещатик», «Вишгород» за період з 15 жовтня 2019 року по 15 жовтня 2023 року. Розмаїття тематики, назв та жанрів екопублікацій досліджено з метою виявлення сучасних тенденцій розвитку періодичних видань у цій сфері в нашому регіоні.

Мета дослідження – дослідити розмаїття тематики, проблематики та жанрів екопублікацій на сторінках актуальних друкованих та електронних видань Київщини.

Для досягнення цієї мети було визначено такі основні **завдання**:

1) продемонструвати теоретичне підґрунтя для аналізу екологічної проблематики в місцевих ЗМІ;

2) пояснити актуальні проблеми, пов'язані з розвитком екологічної журналістики в Україні;

3) виявити специфіку змісту публікацій на екологічну тематику в друкованих ЗМІ Київщини;

4) виявити особливості екологічної спрямованості журналістських матеріалів у київських онлайн-медіа;

5) проаналізувати розмаїття жанрів, які використовуються у висвітленні екологічної тематики в сучасних київських регіональних медіа;

6) простежити частоту використання екологічних матеріалів в аналізованих видавцях.

Об'єкт дослідження – сучасні київські друковані видання «Вісник Переяславщини», «Вісті. Інформація. Реклама», «Хрещатик», «Вишгород», їхні сайти-дзеркала та онлайн-видання «РепортерUA».

Предметом дослідження є тематика, проблематика, жанрове розмаїття та своєрідність висвітлення екологічної проблематики в аналізованих виданнях.

Методи дослідження. У магістерській роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи. Описові методи пов'язані з теоретичним визначенням аналізованого поняття. Емпіричний, аналітичний, порівняльний та метод спостереження вважалися доцільними для аналізу окремих складових дослідження. Метод узагальнення використано на завершальному етапі для окреслення виявлених характеристик екопублікацій у проаналізованих виданнях та формування самостійних висновків. Також частково використовувався метод порівняльно-історичного аналізу.

Джерельна база дослідження. Матеріалом стали 350 публікації на екологічну тематику, відібрані методом суцільної вибірки з друкованих видань «Вісник Переяславщини», «Вісті. Інформація. Реклама», «Хрещатик», «Вишгород», їхніх сайтів-дзеркал та онлайн-видання «РепортерUA».

Теоретичне значення роботи. Результати та матеріали дослідження допомагають поглибити розуміння феномену екологічної журналістики та можуть бути використані для розробки однойменного курсу. А також

сприятимуть кращому розумінню сучасних екологічних проблем та їх правдивому висвітленню у ЗМІ.

Практичне значення отриманих результатів. Результати магістерської роботи можуть бути використані для журналістських і наукових аналітичних досліджень, статей і доповідей, методичного забезпечення журналістських практикумів і спецкурсів з екології, екожурналістики та організації природоохоронної діяльності. Такі спецкурси допомагають майбутнім журналістам набути навичок і компетенцій для підготовки публікацій на екологічну тематику. Також отримані результати можуть бути застосовані в конкретних медіа-дослідженнях для визначення ефективності подачі матеріалів на екологічну тематику, для координації та вдосконалення практичної діяльності журналістів і підвищення їхньої професійної компетентності.

Структура магістерської роботи. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 103 сторінки, з них 90 – основного тексту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОБЛЕМАТИКА ЕКОЛОГІЇ

ЗМІ

НУБІП України

1.1. Екологічна журналістика: сутність понять і функції

Екологічна журналістика – це відносно новий напрям у журналістиці, стрімкий розвиток і прогрес якого за останні кілька десятиліть пояснюється важливістю цієї сфери. Все більше медійників приділяють час цій темі, бо вважають за потрібне говорити про екологічні проблеми. На відміну від економічної чи політичної журналістики, екологія – це поняття, яке стосується кожної людини, яка є частиною природи, тим паче очевидним є вплив довкілля на людину. Головна місія екологічної журналістики – нагадати суспільству про взаємозв'язок між природою, навколишнім середовищем і людиною: всі екологічні проблеми, з якими ми стикаємося сьогодні, є результатом нашої діяльності, і саме від нас залежить, чи будуть вони розвиватися далі, чи людство знайде спосіб їм протистояти.

Екологічна журналістика постійно висвітлює всі події, пов'язані із взаємодією людини та довкілля. Вона діє як повноцінний соціальний інститут з позитивною суспільною позицією, що має на меті донести якомога більше інформації для порятунку планети від екологічної кризи. Журналісти та письменники завжди були і є в авангарді світового екологічного руху, докази чого можна знайти в багатьох країнах.

Каталізатором розвитку екологічної політики та журналістики стала діяльність Рейчел Карсон, науковиці та письменниці зі Сполучених Штатів Америки, яка багато років досліджувала забруднення навколишнього середовища хімічними речовинами, особливо пестицидами. Результати її досліджень були опубліковані в книзі «Мовчазна весна». Спочатку хімічна промисловість намагалася перешкодити її публікації, скуповуючи копії книги, але вона стала бестселером. Його позиція як журналіста і письменника мала великий вплив на громадську думку. Тоді ж з'явилися громадські ініціативи з

екологічних питань; найважливішу, емоційну та проникливу промову на установчому з'їзді Всеукраїнського екологічного товариства «Зелений світ» у 1989 році виступив не еколог, а саме Олесь Гончар. Він чутливо і позитивно реагував на екологічні проблеми і виступив проти руйнівного ставлення до довкілля. Ця видатна особистість не мирилася з байдужістю та бандитизмом інституцій, які призводять до знищення природи, криміналізації безгосподарності та морального зuboжіння людей. Олесь Гончар поставив дуже складне питання в романі «Чим ми живемо».

Фактори, що призвели до появи екологічних знань, можна підсумувати наступним чином:

1. Провідна роль людини у вирішенні екологічних проблем;
2. Глобальний характер екологічних проблем; і
3. Аварії, катастрофи, символи століття;
4. Поява громадських організацій, рухів і проектів.

Звичайно, не всі ці фактори знайшли відображення в журналістських матеріалах. Однак беззаперечним є той факт, що в результаті передумов і завдяки появі екологічних знань екологія з біологічної галузі знань перетворилася на суспільну науку про взаємодію природи і суспільства.

Таким чином, екологічна інформація – це інформація про довкілля (повітря та атмосфера, вода, ґрунт, земля тощо), фактори (речовини, енергія, шум, випромінювання тощо), стан діяльності, стан здоров'я та безпеки людей, умови проживання, стан об'єктів культури, будівель та споруд в екологічному просторі.

Наше суспільство мало усвідомлює, що без об'єктивної, повної та доступної екологічної інформації неможливо сформувати громадську екологічну свідомість. Тенденція до зняття заборони на екологічну інформацію набирає обертів.

Екологічна журналістика – це різновид спеціалізованої журналістики, що працює з інформацією, що відрізняється за тематикою, метою, програмою, частотою, тиражем і тривалістю. Акцент робиться на наданні інформації, пристосованої до конкретних інтересів аудиторії.

Функції спеціалізованих видань, спільні для всіх ЗМІ, такі:

1. Інформаційно-пізнавальна (надання корисної для читача інформації та інформування читача про події, що відбуваються на теми, які його цікавлять);
2. Пізнавально-аналітична функція (читачі можуть самостійно аналізувати процеси, що відбуваються в реальному житті, та отримувати необхідні світоглядні орієнтири), та
3. Організаційна функція (читачі можуть розвивати такі навички, як організаційні відносини, включаючи слухняність, координацію, ініціативу та відповідальність [5, с. 67]).

Однією з ознак розвитку сучасних українських медіа є збільшення кількості видань та пошук нових, незайнятих ніш в інформаційному просторі. Однак ці позитивні зміни поки що не призвели до тенденції до більшого висвітлення важливих суспільних проблем, зокрема екологічних. Екологічна тематика є особливим типом інформації, і її репрезентація має свої особливості. Тому сучасне журналістикознавство визнає екологічну журналістику як галузь спеціалізованої журналістики. Українські журналістикознавці такі, як Д. Прилюк, А. Москаленко та В. Лизун, В. Іванов та Д. Олтаржевський, працювали над цією темою.

У Словнику сучасних екологічних та природоохоронних термінів, підготовленому Г. Гончаренком та С. Совгірою, поняття «екологія» трактується як: «наука, що вивчає взаємовідносини рослин, тварин, грибів, мікроорганізмів і вірусів з навколишнім середовищем». Термін «екологія» був запропонований у 1866 році німецьким вченим Ернстом Геккелем» [57, с. 21].

Тлумачний екологічний словник М. Муєїска визначає екологію як «комплексну науку про виживання в навколишньому середовищі, завданням якої є пізнання закономірностей розвитку і функціонування біосфери як цілісної системи під впливом природних і, головне, антропогенних факторів та визначення методів ефективного співіснування техносфери і біосфери». Вона визначається як «найважливіша з усіх біосфер» [48, с. 124].

Екологічна журналістика ставить і вирішує важливі питання, пов'язані із взаємодією людини і довкілля. Основна функція екологічної журналістики – надавати інформацію про існуючі екологічні проблеми та сприяти їх вирішенню.

Екологічна журналістика – це збір, дослідження, виробництво, поширення та відображення інформації про події, тенденції та проблеми, пов'язані з екологічними проблемами. Екологічні журналісти повинні розуміти мову науки, використовувати власні знання про історичні події, що мають екологічне значення, і вміти слідувати політичним та організаційним рішенням з екологічних питань. Крім того, журналісти-екологи повинні мати загальне розуміння нагальних екологічних проблем і вміти легко поширювати інформацію серед широкої громадськості.

Екологічна журналістика є частиною сфери екологічної комунікації. Це відносно новий напрям у журналістиці. Стрімкий розвиток і прогрес суспільства в останні роки пов'язаний із важливістю цієї сфери діяльності. Все більше медійників вважають за потрібне говорити про екологічні проблеми і часто знаходять для цього час. Проте не завжди екологічні питання висвітлюються в усіх українських ЗМІ в достатній мірі через недостатню кваліфікацію журналістів, незацікавленість аудиторії та заміщення екологічної тематики іншими новинами, в тому числі розважального характеру. У більшості випадків журналісти однобоко розглядають екологічні проблеми і не представляють більше однієї точки зору, припускаючи, що їх існує більше. Крім того, працівники місцевих ЗМІ схильні подавати інформацію в новинному стилі, тобто повідомляти, що сталося, з ким і як. Однак це не дуже ефективний спосіб подачі інформації. Оскільки ЗМІ є основним джерелом інформації, журналісти не повинні лінуватися і висвітлювати повну картину реальності, а не лише факти.

Існують різні визначення терміну «екологічна журналістика». З одного боку, екологічна журналістика – це висвітлення медичної, економічної, природно-ресурсної та різноманітної науково-дослідницької тематики [28, с. 45]. З іншого боку, термін «екологічна журналістика» стосується постійного та послідовного висвітлення екологічних питань глобального та місцевого

значення, а темами такої журналістики можуть бути як позитивні приклади, так і проблеми у сфері природокористування [51, с. 38]. Екологічна журналістика не вписується в традиційний поділ журналістики за тематикою. Майже всі екологічні статті містять частини традиційних дисциплін, таких як політика, економіка, наука, медицина та сільське господарство.

Науковці зазначають, що «спеціалізовані екологічні газети (або «зелені» газети) прагнуть до поглибленого аналізу проблем, але їхньою читачською аудиторією, як правило, є широка громадськість» [28, с. 67]; «відсутність екологічних видань у газетних кіосках, «важка» мова публікацій та відсутність роз'яснювальних матеріалів, зрештою, сприяють непопулярності цього виду ЗМІ серед широких верств населення» [14].

Виходячи з вище зазначеного, екологічна журналістика визначається як комплексний соціальний інститут з позитивною суспільною позицією, метою якого є поширення якомога більшого обсягу інформації для постійного висвітлення всіх подій, пов'язаних з усіма взаємовідносинами між людиною і навколишнім середовищем, і порятунку планети від екологічної кризи.

Основними завданнями екологічної журналістики є інформування, освіта, організація та управління. Кожне з цих завдань є сумісним і взаємодоповненим.

Екологічна журналістика – це не про моду чи намагання привернути увагу актуальними публікаціями, які можуть викликати резонанс. Вона вимагає відповідального та свідомого підходу. Екологія – це питання, яке потрібно вирішувати системно і послідовно, а не від однієї події до іншої або від однієї природної катастрофи до іншої техногенної катастрофи. Беручи поняття «екологічна журналістика» в широкому сенсі, деякі дослідники розглядають усі форми журналістики як екологічну, оскільки навколишнє середовище – це складна система, що включає в себе різноманітні взаємовідносини між людиною та біологічною і небіологічною природою. Глибокий аналіз економічних, соціальних та інших питань неминуче призводить до екологічних проблем. І навпаки, якщо розглядати конкретну екологічну проблему як галузь знань, то події, пов'язані з впливом на навколишнє середовище (наприклад, аварії на

підприємствах), завжди впливають на інші аспекти (економічні, політичні, соціальні, медичні, етичні) [9, с.13].

Визначаючи поняття «екологічна журналістика» у вузькому сенсі, слід мати на увазі, що вона охоплює широке коло екологічних проблем глобального та локального значення. Предметом такої журналістики може бути не лише проблема, але й позитивний захід, спрямований на захист довкілля.

На думку Л. Будзан, екологічна журналістика – це галузь журналістики, яка фокусується на таких глобальних проблемах, як запобігання ядерним катастрофам, забруднення навколишнього середовища хімічними відходами та

іншими шкідливими виробництвами [12, с.10]. Наприкінці XX та на початку XXI століття дослідники зацікавилися світовими природними ресурсами та зосередили увагу на марнотратному підході до світових природних ресурсів.

Тому питання екології вимагають більшої відповідальності, глибоких знань та пропаганди з боку ЗМІ, щоб сприяти раціональному та економному використанню природних ресурсів.

Екологічна журналістика має донести до кожного усвідомлення необхідності нового підходу до довкілля. Тільки спільними зусиллями суспільство може запобігти знищенню цивілізації та планети. Екологічна

журналістика є одним із засобів, за допомогою якого можна вирішити екологічні проблеми. Тому на журналістах, які займаються цією тематикою, лежить велика відповідальність. Важливо розуміти природу питань, які вони піднімають. Варто

зазначити, що найпоширенішою тенденцією до недоброчесності в медіа є питання цілісності матеріалу. Це коли автор заради сенсаційності подає лише

факти та обставини і коротко описує екологічні проблеми. При цьому залишаються поза увагою інші важливі моменти та пояснення, які є ключовими для загального розуміння представленого читачеві матеріалу, а події, описані онлайн-медіа, виключаються із загального екологічного контексту [10, с.35].

Щодо екологічної журналістики використовуються такі поняття, як «екологічна свідомість», «екологічне мислення», «екологічна освіта» та «екологічне виховання». Екологічна свідомість – це «глибоке і автоматичне

розуміння нерозривного зв'язку людини і природи та залежності добробуту людини від цілісності і порівняльної сталості навколишнього середовища» [45, с. 118]. Екологічна свідомість – це найвищий рівень усвідомлення людиною свого місця і значення в розвитку біосфери в результаті стрімкого розвитку науки і техніки.

Екологічна освіта визначається як «система навчання, спрямована на оволодіння основами екології, усвідомлення кожним членом суспільства тісного взаємозв'язку всіх природних і соціальних процесів, необхідності охорони і поліпшення навколишнього середовища та раціонального

природокористування». Екологічна освіта нині є видом людської діяльності і необхідним елементом загальної культури [45, с. 116]. Екологічна освіта спрямована на формування у людей свідомого ставлення до навколишнього світу, почуття особистої відповідальності за діяльність, яка так чи інакше пов'язана з перетворенням природного середовища, бережливого ставлення до природи і впевненості в необхідності раціонального використання природних багатств.

Екологічне мислення – «один з найважливіших компонентів екологічної культури людини, що відображає особливості об'єктів пізнання (окремих явищ, процесів або систем соціоприродного характеру, екологічних проблем і ситуацій)» [45, с.11]. Це пізнавальний процес, який опосередковано й узагальнено відображає явища навколишньої дійсності людини в її важливих екологічних зв'язках.

Журналісти у своїй роботі порушують важливі екологічні проблеми. Енциклопедія сучасної України тлумачить цей термін наступним чином: «Проблеми, пов'язані з відхиленням від усталеного рівноважного стану підсистеми біосфери. Більшість причин такої зміни екологічної ситуації – масштабні антропогенні впливи, викликані бурхливим зростанням світового виробництва, що базується на недосконалій щодо сучасних екологічних вимог технології» [26]. Моніторинг екологічних проблем є питанням демократії. Наприклад, зберігання та знищення хімічної зброї, промислове забруднення та

радіоактивне зараження. Іншими словами, висвітлення цих питань у ЗМІ тісно пов'язане з політичною та економічною ситуацією в суспільстві. Очевидно, що державні інституції та компанії намагаються захистити власні інтереси і що кожен уряд намагається приховати інформацію, подану в негативному світлі, але в зрілому демократичному суспільстві існують механізми, які запобігають таким тенденціям. ЗМІ є одним з інструментів побудови демократичного суспільства.

Висвітлення екологічних питань можна розділити на статті у спеціалізованих екологічних виданнях та загальнополітичних виданнях.

Екологічні ЗМІ – це спеціалізовані ЗМІ, що мають особливі комунікаційні можливості для висвітлення екологічної тематики. Кількість і склад спеціалізованих екологічних видань є нестабільним і постійно змінюється. Така ситуація значною мірою зумовлена політичними, фінансово-економічними та іншими чинниками національного масштабу, тому більшість видань виходять нерегулярно [45, с. 18].

Екологічна тематика в загальнополітичних виданнях характеризується перебільшенням фактів, орієнтацією на сенсації, кризи та катастрофи, нестабільністю екологічної проблематики, що може легко створити негативні прецеденти, надмірною представленістю екологічних матеріалів. Існують також хибні практики подання інформації лише крізь призму новин, що комунікативно відокремлює та відчужує тему від конкретних онлайн-медіа та їхньої аудиторії [42, с. 23].

Звісно, існують успішні екологічні онлайн-видання, які висвітлюють різні аспекти взаємодії людини з довкіллям. Такі медіа не лише залучають читачів, але й досліджують серйозні екологічні проблеми, такі як забруднення та глобальне потепління.

Важливим підходом до висвітлення екологічної проблематики є специфічний регіональний та локальний підхід, який вирішує екологічні питання та допомагає громадськості глибше та свідоміше сприймати екожурналістику як частину своєї особистої сфери діяльності. Аналітична екожурналістика в Україні ретельно та скрупульозно досліджує та систематизує явища. Негативні та

критичні екологічні явища не просто описуються, а з професійної точки зору розглядається суть та походження явища, а не його зовнішня форма. Сьогодні спостерігається негативна тенденція до замовчування екологічно та соціально важливих новин на шпальтах газет і подачі офіційної інформації. Це призводить до ситуативного ставлення до офіційних повідомлень ЗМІ і часто робить їх неактуальними. Інформація, надана такими виданнями, сприймається громадськістю як офіційна думка, що вимагає спеціалізованих форм вираження, ретельного дослідження та фільтрації певних фактів. Статус офіційних видань накладає певні обмеження на критичне спостереження за подіями та екологічними проблемами, пов'язаними з діяльністю державних інституцій та засновників ЗМІ.

Комунікативними перевагами офіційних медіа над іншими категоріями ЗМІ є прямий доступ до офіційних джерел, прямий доступ до державних службовців та непорушна довіра. Тому офіційні видання мають більше можливостей для висвітлення та вирішення аспектів екологічних проблем національного масштабу та національної екологічної політики.

Порівняно зі способом подання інформації, офіційні публікації менш схильні до категоричних коментарів, необґрунтованих припущень і різких інтерпретацій, а також не мають на меті зробити матеріал сенсаційним. Це є сприятливою умовою для написання збалансованих та екологічно чистих публікацій. Визначення функцій журналістики означає визначення ролі суспільства по відношенню до ЗМІ. Мета і роль журналістики не є статичними, оскільки вони динамічні і визначаються політичними подіями. У сучасній науці існують різні класифікації функцій журналістики, але це створює серйозну теоретичну проблему. Адже роль, обов'язки та відповідальність журналістів, як і компетенція самої журналістики, не отримали належної оцінки.

Наприклад, А. Москаленко поділяє функції журналістики на: організаційну, виховну, пропагандистську, контрпропагандистську та соціологічну [46, с. 172-173]. В. Шкляр розрізняє інформаційно-пізнавальну,

ціннісно-орієнтаційну, комунікативну, естетичну, соціальну, організаційну та психологічну координативну функції [22, с. 70-73].

1. Михайлик виокремлює такі функції в роботі журналістів:

1. Надання інформації.

2. Формування громадської думки.

3. Спеціальні функції: організаторська, соціальної критики, ідеології, культури, розваг, реклами [45, с. 114-122].

Журналісти не лише надають інформацію про актуальні екологічні проблеми, а й сприяють формуванню екологічної культури. Це означає розуміння актуальних екологічних проблем у країні та світі, прийняття ідеї екологічного розвитку, раціонального використання природних ресурсів та подолання екологічних проблем споживачів. Екологічно грамотна поведінка сучасної людини – це вміння передбачати наслідки свого впливу на природу.

Екологічна інформація в сучасних Інтернет-ЗМІ включає аналіз актуальних правових, соціально-політичних та економічних питань. Питання міжнародного співробітництва в галузі екології також не залишаються на порядку денному. У спеціалізованих виданнях екологічна інформація подається як у позитивному, так і в негативному сенсі, але в універсальних тематичних виданнях така інформація здебільшого негативна, оскільки журналісти повідомляють про проблеми, але не пропонують шляхів їх вирішення. Позитивної інформації про вирішення екологічних проблем на глобальному, національному та регіональному рівнях дуже мало. Місцеві онлайн-медіа часто ігнорують екологічні проблеми і подають їх як новини, не зосереджуючись на їх аналізі. Така ситуація ще раз доводить, що усвідомлення екологічних проблем має починатися на місцевому рівні, оскільки глобальні проблеми є продуктом локальних проблем.

Екологічна культура – це рівень, на якому людина оцінює природу, навколишній світ і своє місце в ньому, а також ставлення до світу. В умовах глобальної екологічної кризи необхідно визначити, які відносини між людиною

і природою можна вважати сумісними, як діяльність людини впливає на навколишнє середовище і чому екологічна культура важлива сьогодні.

Не менш важливо визначити, як рівень екологічної культури співвідноситься з глобальною ситуацією та глобальною екологічною кризою.

Рівень екологічної культури пропорційний екологічній ситуації на планеті і

визначається уявленнями про біосферу. Сьогодні екологічна компетентність стає беззаперечною і невід'ємною частиною культури. Ставлення людей до довкілля включає в себе не лише раціональне та ефективне використання природних сил

і ресурсів, але й відповідальність за їхні наслідки. На думку М. Тарасенка,

культура є проявом не лише національної та індивідуальної свободи, а й відповідальності перед світом. Причому, чим більш універсальною і незалежною від зовнішнього світу стає людська діяльність, тим більшою є відповідальність людини перед природою як екуменізм людської культури [58].

На жаль, тема «екологічної культури» є малодослідженою. Літератури на цю дуже важливу тему дуже мало, хоча вона є в роботах провідних науковців.

Термін «екологічна культура» вперше з'явився у 1920-х роках (в американській школі культурної екології) для позначення сукупності пов'язаних між собою екологічних норм («заборон» і «дозволів»), але його екологічне коріння сягає

доісторичних часів. Тому екологічну культуру можна визначити як «певну програму, мету у своїй діяльності, що ґрунтується на тому, що природний суб'єкт конструює певний історичний процес взаємодії з природою» [56].

Екологічна культура – це також знання про закони та основні взаємозв'язки між природою і суспільством, емоційні переживання та емоційно-практичне ставлення до природи. Вона складається з уєднання трьох сфер: екологічної освіти, етико-естетичних відносин і практичної діяльності.

Екологічну культуру іноді розглядають як невід'ємну частину власної інтелектуальної та духовної культури, що сприяє творчому самоусвідомленню

для розуміння та вирішення екологічних проблем. Вона є інтегрованою категорією, яка включає в себе багато елементів. Принаймні, в її структурі можна виділити кілька взаємопов'язаних елементів: когнітивний, емоційний,

естетичний, ціннісний та діяльнісний. Основою екологічної культури є екологічна свідомість.

Отже, екологічна культура – це процес і результат формування у людей екологічної свідомості, що відображає сукупність знань, образів природи та нерозривну єдність емоційно-ціннісного ставлення до природи (внутрішня культура) і потреби в уміннях, навичках, компетентності та співпраці на основі узгодження відносин у системі «природа-людина» (зовнішня культура), що є єдиним цілим.

Хоча екологічна культура ще не є точно і загально визначеним поняттям, більшість дослідників виділяють три елементи, які визначають зміст цього поняття. Це: відповідний рівень екологічних знань (інтелектуальний компонент), відповідний рівень екологічної свідомості (ціннісний компонент) та джерело навичок і практичних знань, пов'язаних з охороною природи (діяльнісний компонент).

Екологічна культура ще не стала пріоритетом для суспільства. У системі українських природоохоронних інституцій існують серйозні внутрішні проблеми, які перешкоджають реальному виконанню природоохоронного законодавства. Серед них – недостатні стандарти правозастосування, нерозвиненість сучасних методологій, брак об'єктивної та всебічної інформації. Екологічні матеріали часто подаються (нелогічно) в апокаліптичному ключі. Як наслідок, суспільна свідомість стає невротичною, переважає стан «екоістерії» з політичною інтерпретацією екологічних фактів, а наукові дані підміняються посиланнями на урядові рішення. Нерозуміння реальної ролі екологічної освіти та формування екологічної культури поширюється не тільки в нашій країні, але й у всьому світі.

Таким чином, екологічна журналістика є відносно новою дисципліною в журналістиці і включає в себе збір, дослідження, виробництво, розповсюдження та представлення інформації про події, тенденції та питання, пов'язані з екологічними проблемами. Екологічні журналісти повинні розуміти мову науки, вміти застосовувати власні знання про історичні події, що мають екологічне

значення, а також бути здатними слідувати організаційним рішенням щодо екологічної політики та проблем. Стрімкий розвиток і прогрес суспільства в останні роки зумовлений важливістю діяльності в цій сфері. Все більше працівників ЗМІ вважають за потрібне говорити про екологічні проблеми і часто присвячують цьому свій час.

Іншим питанням, тісно пов'язаним з екологічною журналістикою, є екологічна культура. Це процес і результат формування у людей екологічної свідомості, що ґрунтується на узгодженні відносин у системі «природа-людина», відображає нерозривну єдність знань, образів природи та емоційно-ціннісного ставлення до неї (внутрішня культура) і потреби в уміннях, навичках, компетентності та співробітництві (зовнішня культура).

Сьогодні ЗМІ є основним джерелом екологічної інформації для більшості громадян, тому саме від журналістів залежить, як люди дізнаються про проблему, як на неї реагують, чи викликає вона паніку в суспільстві, чи, навпаки, рішучі дії на захист прав на сприятливе навколишнє середовище. Саме від журналістів залежить, чи викличуть вони паніку, чи, навпаки, рішучі дії на захист права на сприятливе навколишнє середовище.

Можна також сказати, що екологічна журналістика є одним із засобів вирішення екологічних проблем. Це накладає на журналістів певну відповідальність. Особливо важливо розуміти суть питань, про які вони говорять. Неправильне поводження з фактами або надмірно сенсаційна подача матеріалу може не тільки заплутати читача, але й викликати паніку.

Висвітлюючи екологічні проблеми та аналізуючи їхнє походження, журналісти одразу стикаються з іншими сферами людської діяльності, такими як економіка, політика, суспільство та медицина.

Екологічні журналісти повинні розбиратися в наукових і практичних деталях екологічних явищ, знати історичні передумови екологічних подій, бути в курсі регуляторних рішень і діяльності екологічних організацій у сфері екологічної політики, розбиратися в актуальних проблемах і вміти доносити всю інформацію в зрозумілій формі до аудиторії, незважаючи на її складність.

Основними напрямками екологічної журналістики є

1. Політична, правова та соціальна сфера – аналіз екологічних проблем, визначення їх міжнародного та політичного значення, вивчення їх структури та шляхів вирішення за допомогою екологічного законодавства;

2. Пізнавальні дисципліни – надання читачеві наукових знань про функціонування природних систем і законів; та

3. Еколого-економічний напрям – вивчає взаємозв'язок між економікою та природоохоронною діяльністю;

4. Морально-естетичний напрям – пояснює взаємозв'язок між людиною та навколишнім середовищем з моральної точки зору;

5. Екологічна безпека – надає наукові та практичні способи дій у надзвичайних ситуаціях;

6. Захист екологічних прав людини – аналізує порушення прав людини на безпечне довкілля, достовірну екологічну інформацію та переслідування осіб, які займаються захистом довкілля.

Сучасні екожурналісти є розповсюджувачами ідей, формувачами порядку денного і, по суті, експертами та активістами. Екологічна інформація, яку вони надають, виходить за рамки «інформації про екологічну ситуацію». Основне завдання журналістів – аналізувати та з'ясувати причини та фактори, що впливають на стан довкілля. Причому вони повинні не лише досліджувати зміни в стані елементів довкілля, а й визначати, як вони впливають на здоров'я населення та соціокультурне середовище. Такі дослідження часто визначають важливість та актуальність екологічної проблематики.

Варто зазначити, що довкілля стало самостійним сектором у рамках національної цілі «Комфортне та безпечне середовище для життя» до 2030 року. Багато рекомендацій йде від громадських організацій, які раніше були лише закличками до дій, тепер є частиною державної політики. Це означає, що вибір інструментів і завдань рухається у правильному напрямку.

Засоби масової інформації є одним з інструментів побудови демократичного суспільства. Контроль за природокористуванням має бути

одним із пріоритетів журналістської діяльності. Тривалий час поняття глобальної екологічної кризи в нашій країні майже не існувало. У цьому контексті цікавим є аналіз інтернет-ЗМІ, які тією чи іншою мірою торкаються екологічної тематики, з кількох причин. По-перше, хоча ця тема лише нещодавно почала з'являтися в Інтернеті, її стрімкий розвиток призвів до появи нових екологічних порталів. По-друге, питання, пов'язані з екологічною кризою, сьогодні мають певний масштаб і їх висвітлення вимагає певного рівня знань, філософського осмислення набутого досвіду тощо. По-третє, в Україні є певний досвід екологічного мислення як у минулому, так і в сьогоденні.

В Україні можна знайти такі інтернет-видання:

1. Загальні (або суспільно-політичні) – охоплюють всі аспекти життя: політика, економіка, міжнародні відносини, соціальна сфера, екологія тощо.
2. Спеціалізовані (або тематичні) – видання та програми, орієнтовані на читачів, об'єднаних певними спільними інтересами. Спеціалізовані інтернет-видання для жінок, чоловіків, науки та розваг, наприклад, для дітей, автолюбителів, любителів домашніх тварин, бізнесменів, програмістів тощо.
3. Екологічні («зелені») сторінки – це видання, присвячені різним аспектам і темам екології та захисту навколишнього середовища. Їх мета – надати інформацію про актуальні екологічні проблеми та сприяти підвищенню екологічної свідомості та екологічної культури читачів.

Інтернет-видання – це веб-сайти, призначені для функціонування як засоби масової інформації в Інтернеті. Як і друковані ЗМІ, онлайн-видання дотримуються журналістських принципів.

Однією з найбільших переваг інформаційних мереж є швидкість поширення інформації. Дійсно, вона може потрапити в Україну з інших континентів за лічені години. У багатьох випадках це чи не єдиний можливий засіб комунікації для підтримки кампаній із захисту довкілля чи допомоги активістам в інших ситуаціях. Крім того, пам'ять комп'ютера дозволяє зберігати великі обсяги інформації і використовувати їх негайно, коли це необхідно.

В Україні існує відносно небагато класичних онлайн-ресурсів, присвячених екологічній тематиці, екологічних новинних порталів та інтернет-видань, які займаються екологічними питаннями. Однак, незважаючи на певні недоліки в питаннях розвитку, Інтернет є найбільш ефективним і масштабним інструментом поширення екологічної інформації.

Отже, екологічна журналістика – це сфера, безпосередньо пов'язана з навколишнім середовищем і здоров'ям людини. Повітря, яким ми дихаємо, і їжа, яку ми їмо, нерозривно пов'язані з навколишнім середовищем. Щоб захистити його і врятувати від екологічної кризи, яка стрімко загострилася в останні роки, журналісти повинні аналізувати, розслідувати, брати на себе відповідальність і вирішувати екологічні проблеми. Чим більше їхніх голосів буде почуто і чим об'єктивніше вони будуть висвітлюватися в ЗМІ, тим більше шансів у людства виправити кривду і повернути навколишньому середовищу його колишню велич.

1.2 Історія висвітлення екологічних проблем в українських ЗМІ

Справді, рутинне забруднення довкілля, як промислове (фабричне виробництво та відходи), так і побутове (підпали сухої трави у спекотні дні, забруднення місцевих річок, численні місцеві сміттєзвалища), спонукало екологічних активістів організовувати протести - від мирних до насильницьких. Глобальна зміна клімату через інтенсивну діяльність людини спричиняє екстремальні явища в холодних полярних регіонах, океанських течіях і пустелях.

Пожежі та повені на великих територіях через спеку та тривалі тропічні шторми завдають великої шкоди флорі, фауні та середовищу існування людини. Ці процеси часто висвітлюються всіма українськими ЗМІ. З'являються короткі повідомлення про забруднення, стан довкілля та зміну клімату, наводяться дослідження науковців та згадуються їхні результати. Однак дуже мало ЗМІ висвітлюють деградацію довкілля у своїх публікаціях, дослідженнях чи репортажах. Всі ЗМІ задовольняються звичайними замітками. Крім того, більшість українських ЗМІ подають екологічну тематику в рамках розділів

«Наука» та «Суспільство», і лише кілька видань мають спеціальні розділи. Це свідчить про те, що в Україні мало спеціалізованих ЗМІ, і що екологічні питання не так широко висвітлюються в ЗМІ, як світові справи та політика. Хоча навколишнє середовище тісно пов'язане з економікою та політикою, його поки що не ставлять в один ряд з ними.

Дослідивши деякі онлайн-видання, ми з'ясували, що є платформи, які мають спеціальні розділи, присвячені екологічним питанням, а саме: EcoRubrica, GreenPost та «Прямий» на «Суспільному». Враховуючи особливості висвітлення екологічних питань і тем, на цих платформах діють такі підрозділи

1. Захист довкілля
2. Захист тварин
3. Зміна клімату;
4. Пластмаса, відходи та забруднення;
5. Участь громадян;
6. Ініціативи для покращення довкілля;
7. Стан водних ресурсів;
8. Стан лісових ресурсів; □
9. Стан атмосфери;

10. Охорона флори та фауни;

11. Державні заходи з охорони довкілля (парламентські сесії у Верховній Раді України, діяльність Кабінету Міністрів України та екологічна політика);

12. Стихійні лиха.

«Рубрика» була заснована навесні 2018 року як суспільно-політичне видання конструктивної журналістики. Після року експериментів з темами, редакція додала до переліку тем «еко». Це було пов'язано з тим, що аудиторія позитивно реагувала на приклади прибирання сміттєзвалищ, новини про еко-стартапи та історії про еко-свідомих українців. Тож журналісти почали шукати актуальні новини, розбирати проблемні кейси, робити аналітику та створювати відео.

Редакція створила відео з субтитрами та серію документальних фільмів про забруднення повітря, вирубок лісів, видобуток бурштину та проблеми сміттєзвалищ у промислових містах, таких як Кривий Ріг, Маріуполь та Київ, проблеми видобутку корисних копалин на Донбасі, деградацію ґрунтів, водні ресурси, поводження з радіоактивними відходами. За словами редактора Анастасії Руденко, читачі EcoRubric найчастіше реагують на такі проблемні питання, як зміна клімату, лісові пожежі та проблеми, які може спричинити лише недопалок.

Найактивніші читачі EcoRubric – підписники Facebook (також у розробці профіль в Instagram та Telegram-спільнота): відео про п'ять кроків, щоб зупинити зміну клімату, переглянули майже п'ять мільйонів разів люди різного віку. Видання загалом двомовне: EcoRubric пише статті українською та англійською мовами, зосереджуючись на локальних кейсах і намагаючись розширити свою читацьку аудиторію за рахунок сусідніх країн. Як пояснює Анастасія Руденко, редакція тепер розуміє, що позитивні відгуки доводять необхідність продовжувати писати, аналізувати поверхневі новини та надихати історіями.

Журналісти EcoRubric створили понад 100 відеороликів, які викривають та висвітлюють важливі екологічні проблеми. На їхній сторінці у Facebook ці відео переглянули різну кількість разів: 4,3 млн, 744 000, 277 000, 135 000, 61 000 і 7 000. Під кожним відео є коментарі, в яких глядачі висловлюють свою думку щодо теми: деякі відео мають 500 коментарів, інші 50-20, але редакція завжди отримує зворотній зв'язок. Окрім коментарів, люди можуть ставити «вподобайки» постам, ділитися ними, репостити їх на своїх сторінках або ділитися ними з друзями. Це ще раз свідчить про те, що українське суспільство є свідомим і хоче змінювати ситуацію в країні та світі.

За нинішній рік журнал опублікував 113 статей з фотографіями та цифрами. Більшість матеріалів стосувалися питань, що висвітлюють ініціативи та новітні технології для вирішення екологічних проблем, а також стосувалися захисту тварин, громадських ініціатив, екологічних проблем, дещо менше – про

зміни клімату, пластик та відходи, водні ресурси, лісове господарство, рослини і тварини, про стихійні лиха та забруднення повітря.

Медіа-проект GreenPost буде запусканий восени 2019 року і позиціонується як інформаційно-аналітична платформа. Висвітлюючи чотири теми: енергетика, навколишнє середовище, сільське господарство та здоров'я, GreenPost ділиться своїми публікаціями у Facebook, Telegram та Instagram, а також має друковане видання.

Засновниці GreenPost, генеральна директорка Катерина Щербак та головна редакторка Оксана Щербак, зрозуміли, що попит на якісний, професійний контент у цій галузі зростає, а тема екології все більше резонує з читачами. Це стосується таких тем, як відходи та забруднення, якість води, вирубка лісів, зміна клімату, рівень радіації та ставлення до тварин і рослин. Щоб «мобілізувати» читачів і стимулювати коментарі та дискусії, редакція створює відеоконтент, який викликає емоції та спонукає до переосмислення.

«GreenPost» висвітлює спеціалізовані дослідження як ключову особливість. У такий спосіб редакція прагне привернути увагу читачів і влади до зловживань у сферах, на яких спеціалізується видання. Останньою такою публікацією стала стаття про утилізацію медичних препаратів, скинутих «переробною компанією» на плантації в Київській області під час пандемії COVID-19. Наразі над проектом працюють менеджер, головний редактор, команда журналістів і випускових редакторів, SMM-команда, маркетолог і програміст. До створення контенту активно залучаються блогери, громадські активісти та екологи, але редакція розглядає їх не як конкурентів, а як важливих учасників і ньюзмейкерів у спільному цифровому просторі.

Журналісти GreenPost активно долучаються до екотематики. Про це свідчить кількість опублікованих матеріалів - від п'яти до 13 щодня. За минулий рік журнал опублікував 3458 матеріалів. Зокрема, GreenPost висвітлював цікаві факти про природу, давав поради та інформував про об'єкти флори та фауни, занесені до Червоної книги та об'єкти спадщини ЮНЕСКО. Зокрема, тут є публікації про стихійні лиха (неові пожежі, повені, землетруси, шторми,

вибухи), про погоду, про надзвичайні ситуації з тваринами (як люди знушаються, вбивають та експлуатують тварин), про захист тварин, про стан водних ресурсів, про пластик та відходи, стан довкілля, зміни клімату, уряд та екозаконодавство, відходи та забруднення, ініціативи та нові технології, стан лісів, космос (запуски ракет та наближення астероїдів до Землі), стан атмосфери, захист флори та фауни.

Третім українським ЗМІ є «Суспільне», яке має рубрику про природу. За даними Інституту масової інформації, у 2020 році НСТУ увійшло до «білого списку» українських медіа з якістю інформації понад 95%. Пріоритетними

темами новин, які цікавлять аудиторію в цій рубриці, є погода, якість повітря, питна вода, озеленення міст, зміна клімату та масштабні природні катаклізми. Аналіз розділу «Природа» показує, що журнал переважно фокусується на поточному стані навколишнього середовища і часто посилається на роботу

науковців та академіків ООН та ВООЗ. І, звичайно, важливою темою є прогнози погоди, які публікуються щодня. Публікуються як короткострокові, так і довгострокові прогнози: За рік журнал опублікував 887 матеріалів на екологічну тематику. Звичайно, більшість з них, були пов'язані з погодою. Крім того, багато журналістів «Суспільного» підготували публікації про стихійні лиха у світі

(повені, землетруси, пожежі тощо) та про дослідницькі публікації вчених, а також про зміну клімату, стан довкілля, про пластик, сміття та відходи, про водні ресурси, про захист тварин, про ліси, надзвичайні ситуації з тваринами, забруднення повітря тощо.

Порівняно з даними GreenPost та «Рубрика», статистика «Суспільного» показує, що медіавідання висвітлює лише резонансні події і мало уваги приділяє екологічній кризі. Щоденні прогнози погоди не відображають реальних проблем, з якими стикається людство. Звичайні новини (жанр, в якому пишуться всі новини) не розкривають екологічної катастрофи. Наукові дослідження, опубліковані мовниками, не були їхніми власними. У новинах журналісти посилалися або на іноземні ЗМІ, або на прес-служби вчених.

Втім, подібна ситуація спостерігається і в інших українських ЗМІ, які не приділяють особливої уваги питанням екології та зміни клімату. Щоб довести це та представити більш об'єктивну картину, ми вирішили проаналізувати три інші ЗМІ, які не мають спеціалізованих відділів.

За даними Alexa Internet World Statistical Ranking та Інтернет Асоціації України, УНІАН та Телеканал новин «24» є одними з найпопулярніших онлайн-медіа. Для того, щоб мати змогу проаналізувати ці медіа, було вирішено звузити сферу дослідження і використовувати лише один пошуковий термін: «еко». На запит УНІАН було отримано 247 новин, опублікованих протягом року. Більшість публікацій стосувалися ситуації з довкіллям, водою та забрудненням в Україні: стан довкілля, водні ресурси, відходи, сміття та забруднення, кримінальні справи проти влади, зміна клімату, ініціативи (відкриття заводів, створення нових екопроектів, екологічних смартфонів), громадянська активність, стан лісів, стихійні лиха, стан атмосфери тощо.

Трохи краща ситуація у «24 каналу», який, окрім звичайних новин, також проводить власні дослідження та експерименти. Звичайно, не так багато. За рік видання опублікувало 677 матеріалів. Медіа висвітлювали стан довкілля та ініціативи в Україні та за кордоном, які сприяють вирішенню екологічної кризи.

Журналісти, небаючи до стану водних ресурсів та якості повітря в Україні, проводять власні дослідження та експерименти. Наприклад, у виданні було написано про відкриття екологічно чистих заводів, проекти із заміни пластику та ініціативи з екотехнологічного виробництва, про стан довкілля, про цікаві факти, про зміну клімату, про пластик, сміття та відходи, про стихійні лиха, про водні ресурси, включаючи два сюжети та журналістські експерименти, про кримінальні історії з владою, про громадську активність, про якість повітря, про законопроекти у парламенті, про ситуацію з лісами тощо.

Аналізуючи екологічну тематику в популярних українських онлайн-газетах «Урядовий кур'єр» та «День», найбільше матеріалів на екологічну тематику було опубліковано в газеті КМУ «Урядовий кур'єр» - 131 стаття, 178 фотографій, іноді фотоколажі, інфографіка та графіка. Серед них: охорона флори

і фауни; стан водних ресурсів; громадська діяльність (екоініціативи, екопроекти); стан лісових ресурсів; стан атмосферного повітря; заходи громадськості на захист довкілля (національні та міжнародні); стихійні сміттєзвалища; екопраця.

Друге за поширеністю екологічне видання – газета «День» (95). Більшість з них – статті, 94 статті та один огляд, усі публікації в газеті «День» завжди супроводжуються фотографією (94 статті містять 93 фото, п'ять фотостатей містять ілюстрацію до статті; одна стаття містить ілюстрацію до статті) та одна стаття містить ілюстрацію до статті (одна стаття містить ілюстрацію до статті).

Цей аналіз показує, як українські ЗМІ висвітлюють екологічну тематику. За нашими спостереженнями, видання, які мають спеціальний розділ, присвячений екологічній тематиці, намагаються представити повну картину проблеми та донести її до своїх читачів. Одразу помітна робота журналістів, які працюють в одній рубриці чи над однією темою або висвітлюють різні події.

Дослідження показують, що EcoRubric отримує схвальні відгуки аудиторії не лише за висвітлення екологічної ситуації, а й за відеоматеріали про зміну клімату, пластмаси, якість води та повітря. Такі матеріали переглядають сотні тисяч і мільйони разів. Наприклад, УНІАН, який не має спеціального розділу, а зосереджується на одному явищі – екологічних даних – без жодних досліджень, аналізу чи експериментів. Платформа GreenPost – єдине видання в Україні, яке так багато пише про довкілля. Щодня тут публікується до 10 новин та проводяться спеціальні дослідження. Редакція намагається привернути увагу читачів та органів влади до порушень у своїй сфері. За минулий рік вони опрацювали близько 3 500 матеріалів.

В «Урядовому кур'єрі» було опубліковано 130 статей, а в «Дні» – 95. З трьох платформ, що мають розділи, присвячені екологічним питанням (EcoRubric, GreenPost та «Природа» на Суспільному»), перші дві мають більше контенту. Вони висвітлюють екоподії, екологічну ситуацію та екологічні проблеми активніше, ніж журналісти «Суспільного». Однак, порівняно з розділом «Природа» УНІАН та 24 каналу, або інтернет-газетами «День» та

«Урядовий кур'єр», «Суспільне» все одно надає більше інформації, ніж згадані медіа. Це свідчить про те, що спеціалізовані медіа виробляють багато якісного контенту. Вони витрачають більше ресурсів, зусиль та енергії, але зворотний зв'язок з аудиторією вони отримують кращий. Журналісти допомагають зробити так, щоб їхні голоси були почуті, і показують стан екологічної кризи на всіх рівнях, не лише в нашій країні, а й на міжнародному рівні.

Крім того, коментарі та думки, залишені читачами під журналістськими матеріалами, засвідчують, що навколишнє середовище є цікавою темою для громадськості, люди готові обговорювати це питання та робити свій внесок у покращення стану довкілля.

Висновки до розділу 1.

Екологічна журналістика – це вид журналістики, який охоплює широке коло екологічних проблем глобального та регіонального значення. Її метою є збір, аналіз та поширення інформації про актуальні події, тенденції та проблеми, пов'язані з навколишнім середовищем, з яким людина постійно взаємодіє.

Мета цього виду журналістики – не лише інформувати аудиторію про актуальні екологічні проблеми, а й сприяти їх вирішенню. Це покладає відповідальність на журналістів, які повинні розуміти суть проблеми та успішно донести її до людства. Вони повинні розбиратися в наукових і практичних деталях екологічних явищ, знати історичні передумови виникнення екологічних проблем і бути в курсі регуляторних рішень у сфері екологічної політики.

Інтернет-ресурси є найефективнішим і найпоширенішим інструментом поширення екологічної інформації і тому повинні використовуватися на повну потужність. Інтернет є відкритим, незалежним від простору і часу та дозволяє отримати негайний зворотній зв'язок з аудиторією. Реакція широкої громадськості на екологічні проблеми свідчить про те, що люди не байдужі до цього питання.

На жаль, українських сайтів, присвячених екологічній тематиці, у
всесвітній павутині не так багато. Їх кількість обмежується кількома десятками.
При цьому оригінальних екологічних інтернет-видань у класичному розумінні в
Україні дуже мало.

Публікації про екологічні та техногенні катастрофи часто подаються як
другорядні події регіонального значення, а не як одна з головних суспільно
значущих проблем. Дуже мало спеціалізованих редакцій займаються
екологічною тематикою в усіх її аспектах. Згідно з нашим аналізом, лише три
центральні ЗМІ в нашій країні мають спеціальні розділи, присвячені екологічній
тематиці, і активно їх наповнюють. Загальні ЗМІ намагаються висвітлювати
екологічні проблеми, але не пропонують об'єктивної та широкої перспективи, не
проводять опитувань чи спеціальних досліджень, не подають повної картини
екологічної кризи. Їм бракує аналітичності у висвітленні, вони не досліджують
контекст і причини подій та явищ.

На нашу думку, якщо професійних новинних медіа було значно більше,
довкільля не опинилося б у такій критичній ситуації. Адже засмічені дороги і
забруднене повітря залежать від людей і їхніх дій. І якщо людство постійно
говоритиме про проблему, показуватиме результати та наслідки, прийматиме
правильні рішення як рада, то екологічну кризу можна подолати.

Хоча екологічних медіа в Україні небагато, позитивним є те, що вони все
ще існують, і що є журналісти, які проводять дослідження та експерименти і
висвітлюють цю тему в різних форматах – від тексту до відео. Вони намагаються
донести екологічну тематику до своєї аудиторії всіма можливими способами.

РОЗДІЛ 2. ПУБЛІКАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ ТЕМАТИКИ МАС-МЕДІА

2.1. Специфіка роботи еко-журналіста

Поняття екожурналістики є відносно новим для світового та українського суспільства. Проте професійні екожурналісти сьогодні дуже затребувані у вітчизняних ЗМІ. Оскільки метою цього дослідження є наповнення контентом інтернет-видань, корисно спочатку розібратися з поняттям інтернет-журналістики. За словами Б. Потятиника, інтернет-журналістика – це четвертий історичний порядок після преси, радіо і телебачення. Інтернет-журналістика – це четвертий історичний порядок після преси, радіо і телебачення і є унікальною платформою, абсолютно відмінною від своїх попередників. По суті, онлай-журналістика є першою, а в довгостроковій перспективі – єдиною [53]

Трактування екологічної проблематики як галузі знань, тобто будь-яка подія, пов'язана з впливом на довкілля, обов'язково зачіпає й інші аспекти цього впливу (економічні, політичні, соціальні, медичні, етичні тощо). Варто зазначити, що О. Беляков був одним із перших українських науковців, хто почав розробляти екологічну спрямованість журналістики. На прикладах України та Німеччини він розглядає комунікацію як інструмент екологічної політики через призму медіа [4].

Філософ М. Хилько зазначив, що екологія стала частиною культури та політики завдяки інтелектуалам, які активно просували екологію в маси. Ця група людей не лише пішла слідами екологів, але й поділилася з людьми своїм баченням ідеального чистого світу. У своїх наукових працях він глибоко проаналізував цю тему і розділив термін «природа» на два значення: поняття «природа» має два значення: «природа в чистому вигляді» і «друга природа», олюднена, перетворена людиною природа, що перебуває в системі суспільних відносин» [37, с. 102].

Ще один термін, пов'язаний з екожурналістикою, – журналістика невизначення. Це поняття О. Беляков визначає як складність в оцінці

екологічних ризиків при використанні англomовних джерел [4, с. 8]. На думку цього дослідника, науковці не завжди погоджуються з тим, якими мають бути критерії прийнятної небезпеки тієї чи іншої речовини. Однак люди не страждають від того, що науковці не дійшли єдиного висновку. Саме тут журналісти повинні бути обережними у подачі інформації. З одного боку, вони повинні проінформувати своїх читачів якомога більше, а з іншого – переконатися, що не заплутали і не налякали їх. Інша проблема – науково-технічна інформація. Це пов'язано з тим, що журналісти повинні якомога краще розуміти інформацію, щоб точно і достовірно донести її до споживачів своєї продукції [4, с. 10].

На думку О. Белякова, найголовніше – це конфіденційність інформації. Організації, які так чи інакше пов'язані з екологічними питаннями, часто асоціюють технічну інформацію та документи з комерційною таємницею і тримають їх у секреті або під грифом «цілком таємно». Це пов'язано з тим, що емоційність журналіста та його бажання «докопатися до суті» може ввести в оману та налякати читачів; останньою особливістю екологічної журналістики, на думку О. Белякова, є її сприятлива соціальна позиція. Громадськість звикла не лише бачити в ЗМІ певні джерела інформації, а й сприймати медіа як захисника своїх прав [5, с. 20].

Таким чином, екологічна журналістика – це не просто журналістський напрям. Насамперед, це публічне висвітлення екологічних проблем, що існують в Україні та світі. Екологічні проблеми характеризуються великою відповідальністю та глибокими знаннями ЗМІ, а також необхідністю сприяти раціональному та ощадливому використанню природних ресурсів. Екологічна журналістика повинна індивідуально інформувати громадськість про гіпотезу нового, раціонального ставлення до навколишнього середовища.

Більшість сучасних екологічних проблем пов'язані з бюрократією. Тому висвітлення екологічних питань у ЗМІ тісно пов'язане з політичною та економічною ситуацією в суспільстві. Наприклад, аварія на Чорнобильській АЕС, яка сколихнула все суспільство, дуже довго замовчувалася, вся інформація

була під грифом «зілком таємно», а реальні деталі були оприлюднені лише через десятиліття. Тому не дивно, що навіть неперевіреним інформації з неперевірених джерел люди довіряють більше, ніж офіційно опублікований. Інтерес до інсайду зумовлений ще й тим, що це невідомий факт і те, про що більшість людей воліли б мовчати. Останніми роками в українських ЗМІ з'являється все більше публікацій про екологічні проблеми та стан довкілля. Однак більшість з них ґрунтується на попередніх подіях, таких як техногенні катастрофи та екологічні проблеми. Хоча наша країна намагається створити всі умови для екологічної освіти, рівень обізнаності населення з екологічними проблемами все ще залишається досить низьким.

Як пише О. Беляков, екожурналісти недостатньо оперативно отримують інформацію від органів державної влади та представників екологічного руху при написанні своїх робіт, вони не до кінця розуміють роль журналістів та ЗМІ в екологічних питаннях, їм не вистачає актуальної інформації, інтерв'ю та відповідних експертів, зрозумілих широкому загалу. Вони стикаються з низкою проблем, у тому числі з відсутністю коментарів [5, с. 45].

Сьогодні кожен має усвідомити, що медіа можуть і повинні бути одним із головних інструментів і форпостів екологічної політики та сталого розвитку в нашій країні. Ми вже давно, як і європейські країни, беремо участь у різноманітних еко-субсидіях ЄС та відстоюємо свої екологічні права, хоча тільки починаємо вчитися сортувати пластик [7]. Але це лише верхівка айсберга. Попереду ще довгий шлях до того, щоб суспільство почало розумно використовувати природні ресурси, споживати з розумом і загалом ставати більш екологічно свідомим.

Існує потреба в удосконаленні системи екологічної освіти в навчальних закладах, у тому числі з журналістським профілем, а також у розробці та впровадженні системи екологічної освіти в загальноосвітніх школах. Провідну роль у цьому питанні також мають відігравати засоби масової інформації, які виступають посередниками між науковцями, які є лідерами наукової думки, та громадськістю, яка є споживачем інформації.

Однак, доносячи інформацію до громадськості, вона повинна не тільки викликати резонанс, але й бути зрозумілою для людей. На думку Д. Ольтаржевського, екожурналісти несуть велику моральну відповідальність за те, як інтерпретується екологічна інформація. Неточна або викривлена інформація в ЗМІ може спричинити серйозні кризові ситуації в місцях виникнення екологічних проблем, заплутати і залякати громадськість та відвернути її увагу від більш нагальних питань, що призведе до соціальної напруженості та зменшення участі у прийнятті рішень [49, с. 6].

Таким чином, екологічна журналістика – це не лише наукова галузь журналістики з набором спеціалізованих функцій, спрямованих на всебічне інформування громадськості про довкілля, його стан та складові, привернення уваги громадськості до глобальних екологічних проблем та шляхів їх вирішення. Це спеціалізована галузь журналістики, яка займається важливими питаннями на регіональному та глобальному рівнях.

Для того, щоб журналісти могли висвітлювати будь-яку тему, в тому числі й екологічну, їм потрібна тема і проблема. Досліджуючи певну екологічну проблему чи подію та аналізуючи її витoki, журналістам доводиться мати справу з різними сферами людської діяльності. Це і економіка, і політика, і суспільство, і медицина. Дійсно, журналісти, які працюють в екологічній сфері, повинні бути «універсальними солдатами», розуміти специфіку різних питань, раціонально інтерпретувати наукові тлумачення, знати історичні передумови тих чи інших екологічних подій, стежити за нормативними рішеннями у сфері екологічної політики та діяльністю екологічних організацій. Вони також повинні бути обізнані з сучасними екологічними проблемами і вміти доносити цю інформацію, незалежно від її складності, у спосіб, зрозумілий споживачам.

На думку дослідників, основними видами екологічної журналістики є

1. Гарячі новини
2. Стаття-довідка
3. Інтерв'ю з експертами.
4. Інтерв'ю [54, с. 9].

Гарячі новини – це найшвидша і найпростіша форма повідомлень про події, явища та явища реального життя, які об'єктивно існують у ЗМІ і спрямовані, насамперед, на отримання найелементарнішої інформації про навколишній світ [29, с. 170]. У нашому випадку це форма повідомлення про екологічні проблеми, яка має на меті надати споживачам необхідну інформацію в найкоротші терміни.

Стаття-довідка є схожим поняттям з екстремними новинами, але, на відміну від перших, вони є ширшими повідомленнями про конкретні поточні події [29, с. 175].

У випадку екологічної журналістики – це розширена версія гарячих новин про конкретну екологічну проблему. Експертне інтерв'ю – це вид журналістики, в якому журналісти спілкуються з видатними або авторитетними особами з питань, що мають суспільне значення [29, с. 176]. В екожурналістиці вважають, що інтерв'ю з експертами є найкращим способом інформування громадськості. Адже спілкування з експертами з питань, які є важливими для вирішення екологічних проблем, дозволяє людям зрозуміти інформацію, яку вони отримують з вуст авторитета в тій чи іншій сфері. Важливо, щоб журналісти правильно готували свої інтерв'ю.

Інтерв'ю – це нарративний твір. Цей термін має багато визначень. У своїй роботі ми орієнтувалися на термінологічне визначення В. Здоровеги. На його думку, інтерв'ю – це один з оперативних видів засобів масової інформації, який через авторське сприйняття максимально точно, яскраво та емоційно відтворює розгортання повсякденного життя, створюючи враження, що споживач інформації перебуває на місці події [29, с. 178]. Важливу роль у максимально точному висвітленні роботи екологічних журналістів відіграє спосіб подачі відповідної інформації. Адже екологічна журналістика суттєво відрізняється від інших жанрів з точки зору подачі інформації. Основним критерієм є те, що готовий матеріал не повинен містити надмірних емоцій автора, але також не має сенсу подавати матеріал лише як інформацію, оскільки це може заплутати споживача інформації. Складність для журналістів полягає в тому, що вони

повинні знайти тонку грань між цими двома питаннями. Як і у випадку з будь-якими іншими матеріалами, при підготовці статей на екологічну тематику інформацію потрібно ретельно перевіряти, використовуючи не лише власні спостереження, але й офіційні повідомлення. Також необхідно дотримуватися чинного законодавства і розуміти, що інформація, яка доноситься до споживачів, повинна бути максимально повною, а не узагальненою. Поверхнева інформація з екологічних питань може призвести до зростання недовіри з боку аудиторії.

У своїй роботі екожурналісти повинні використовувати різні методи. Це насамперед соціологічні, контент-аналіз та моніторинг. На думку

Є. Володченко, соціологічні методи включають такі етапи контент-аналізу:

1. Формування завдання;
2. Виявлення достатньої інформації для аналізу публікації в цілому; та
3. Визначення семантичних інтерпретацій ключових слів;
4. Створення дослідницької одиниці;
5. Підготовка робочого плану - документу «рибки»;
6. Прогнозування
7. Комп'ютерна обробка даних.
8. Результати дослідження [14].

Звичайно, такий метод аналізу великих обсягів інформації є дуже дорогим і трудомістким. Тому для його мінімізації можна використовувати репрезентативний аналіз, який полягає у підрахунку елементів змісту та врахуванні якісних характеристик матеріалу. Слід пам'ятати, що для об'єктивного і водночас достовірного висвітлення екологічної проблематики необхідно перевіряти всі факти, доступні журналісту під час дослідження.

Журналістський аналіз даних також може здійснюватися шляхом перехресного зв'язування даних за характеристиками та індикаторами. Але в будь-якому випадку підсумкова робота журналіста, який працює над екологічною тематикою, вимагає аналітичних елементів і фактів. При написанні такої роботи доцільно використовувати такі принципи обробки та подання

фактів, як аналіз. На думку О. Володченко, цей метод дозволяє акцентувати увагу на засобах пояснення фактів:

1. Виявлення частин фактів і зв'язків між ними фактами;
2. Виявлення умов і обставин, необхідних для існування відповідних фактів;

3. Виявлення умов і обставин, необхідних для існування фактів;
виявлення умов і обставин, необхідних для існування фактів

4. Виявлення причин виникнення фактів;
5. Визначення дії, викликані відповідними фактами [14].

Завдяки відповідним дослідженням журналісти, які працюють з екологічною тематикою, здатні зрозуміти факти та сформувані певну систему суджень і понять.

Експертиза екологічного журналіста – це не лише вміння працювати з фактами. Вона також залежить від здатності точно оцінювати, інтерпретувати та аналізувати факти та інформацію, знаходити причинно-наслідкові зв'язки між ними. Крім того, журналістам необхідно залучати споживачів інформації до процесу розслідування питань, які вони висвітлюють. У процесі побудови логічного ланцюжка міркувань журналісти можуть формулювати різні гіпотези та судження, які потребують доказів. Докази мають три елементи власної структури:

1. Теза
2. Аргумент.
3. Метод доказу.

За визначенням В. Володченка, аргумент – це сукупність логічних доводів, які допомагають сформувані позицію, сукупність міркувань або логічних процесів, які доводять або спростовують тезу, а також психологічні процеси переконання. Аргументи можуть виконувати важливі психологічні функції, такі як повторення зовнішніх міркувань автора та переконання споживача у правдивості інформації або певного твердження [14]

На захист своєї думки журналісти використовують аргументи, які можуть бути сильними, слабкими або критичними, які повністю викривають обман і підривають авторитет видавництва, що опублікувало матеріал. Це підтасовування фактів, посилення на сумнівні та неперевірені джерела, застарілі судження, домисли, здогадки, цитати з вигаданих документів, фальсифікації тощо. Екологічні журналісти повинні звертати увагу насамперед на логічні аргументи, що ґрунтуються на фактах. Факти можна поділити на наукові та повсякденні. Особливості фактологічної аргументації в журналістиці виявляються у взаємозв'язках між різними фактами. Наприклад, побутові факти не можна використовувати як аргументи для теоретичних доведень, але в журналістській аргументації такий обмін можливий і навіть необхідний, адже саме факти здатні впливати на аудиторію. У поєднанні з логічними аргументами журналіст може забезпечити високий рівень доказовості та досягти прийняття позиції автора аудиторією.

На думку В. Цвіка, одним з найважливіших завдань екологічної журналістики є забезпечення аудиторії достовірною екологічною інформацією, сприяння екологічній освіті населення, його практичній діяльності та громадському контролю за прийняттям і реалізацією природоохоронних заходів.

Незалежно від практичних питань, які піднімає екологічна журналістика, в основі публікацій завжди лежать глобальні екологічні проблеми, включаючи питання свідомості, моралі та екологізації економіки [60, с. 169].

Екологічна інформація зачіпає один з найважливіших і найгостріших інстинктів людини: інстинкт виживання. Люди усвідомлюють, що їхнє життя і здоров'я безпосередньо залежать від стану навколишнього середовища. Це робить матеріали на екологічну тематику дуже чутливими для широкої громадськості. Через складність розуміння взаємозв'язків між певними екологічними процесами втручання в довкілля може сприйматися негативно. А засоби масової інформації, зокрема журналісти, впливають на екологічну свідомість суспільства.

Невіглаське поводження з фактами та надмірна емоційність не тільки створюють паніку в суспільстві, але й підтверджують екологічну глухоту громадськості та дають стимули владі не зважати на їхню думку при вирішенні екологічних проблем. Екожурналісти повинні не лише відбирати основні факти, але й точно та доречно подавати свій матеріал. Зрештою, враження про професіоналізм автора ґрунтується на тому, наскільки структурований і чітко побудований матеріал. Особливо це стосується екологічної журналістики. Якщо ви завжди висвітлюєте одну й ту саму тему, важко досліджувати нові аспекти цієї теми в майбутньому. Екожурналіст повинен вміти досліджувати та «знайомитися» з поточними екологічними подіями, аналізувати та описувати їхні причини, оцінювати їхній вплив та прогнозувати приблизний розвиток подій у майбутньому. Звичайно, кожен журналіст повинен бути добре обізнаний з темою, про яку він пише. Але кінцевий продукт, інформаційний продукт, повинен чітко відповідати певним вимогам. Окрім теоретичних знань, точного викладу матеріалу та доступу до фактів, журналіст повинен володіти ще й літературними навичками. За словами В. Здорогеги, професійні журналісти здобувають визнання в процесі своєї роботи не лише завдяки резонансним матеріалам, а й виробленню власного стилю та мови, і саме тут стають у нагоді літературні навички в журналістиці. Літературна компетентність у журналістиці – це вміння швидко подавати інформацію, знаходити відповіді на актуальні питання, глибоко і грамотно проникати в суть подій і фактів, сміливо і переконливо втілювати свої ідеї в матеріалі, лаконічно і повно висловлювати думки співрозмовників, досягати певного результату [29, с. 35].

Екожурналіст повинен досконало володіти мовою. Працюючи з експертами та науковцями, журналіст повинен не тільки розуміти інформацію, з якою йому доведеться працювати в майбутньому, але й вміти зрозуміло донести її до споживачів цієї інформації – нефахівців у сфері екології. Якщо люди, які переглядають або перечитують матеріал, повертаються назад, щоб зрозуміти його, значить, матеріал не є доступним. Простіше кажучи, його важко зрозуміти.

Наразі існує дуже мало посібників для майбутніх екожурналістів або для тих, хто вже працює екожурналістом. У більшості випадків базовий матеріал для майбутньої діяльності можна знайти в загальних матеріалах про роботу журналістів. Однак за підтримки різних міжнародних організацій все частіше з'являються посібники, спрямовані на розвиток навичок екологічної журналістики. Зокрема, у посібнику «Як писати про екологію в нових медіа» детально описано специфіку роботи екожурналіста. Автор пише, що для того, щоб кінцеві матеріали журналістів знаходили відгук у кінцевих користувачів, необхідно мобілізувати молодих журналістів і блогерів для висвітлення дій місцевих громад і влади у боротьбі з екологічними проблемами. Така активізація може бути досягнута шляхом розвитку знань і навичок журналістів у написанні екологічних репортажів з використанням інноваційних інструментів [41, с. 7].

Отже, журналістська майстерність – це складний і динамічний процес, який постійно змінюється. Існує багато інформаційних потоків і різних видів комунікації. Враховуючи різноманітність засобів масової інформації, таких як телебачення, газети та радіо, слід розуміти, що кожен варіант має свій специфічний спосіб роботи. Тому поширена «універсальність» не буде найкращим компаньйоном для визначення «формули досконалості». На нашу думку, вищезгаданий термін «досконалість» був би узагальненим терміном, що стосується всіх форм медіа загалом.

Щодо основних характеристик роботи екожурналіста, ми вважаємо, що найважливішим елементом є нагадування суспільству про наш зв'язок з навколишнім середовищем. Люди повинні усвідомити, що всі екологічні проблеми та катастрофи, які відбуваються сьогодні, здебільшого спричинені людським фактором, і саме від людей залежить, чи будуть ці проблеми розвиватися й надалі, чи людство знайде спосіб їм протистояти. Якщо дослідження екологічної тематики в українських і світових ЗМІ та виявлення основних чинників, що впливають на якість і зміст екологічних публікацій, здійснювати в комплексі з інформаційною політикою, то якісна робота екожурналістів сприятиме цьому.

Щоб впливати на сучасного читача, необхідно наштовхувати його на нові думки, що вимагає, як мінімум, організації фактів у логічній послідовності, яка відображає хід журналістської думки. Вона має містити журналістський аналіз, а не просто інформацію. Є певна екоаудиторія, але в її ставленні до природи переважає споживацький, а не пізнавальний підхід. Як наслідок, з'являються публікації про полювання та риболовлю, які не спрямовують увагу читача на необхідність відновлення та збереження природних ресурсів. Це класичний приклад видання, яке не варто читати, але занадто гарне, щоб його викинути через ціну та дизайн. Це має вплинути на формування громадської думки.

Громадська думка не тільки не засуджує таке ставлення до природи, але й починає його заохочувати. Це особливо небезпечно для дитячої психіки, яка під впливом такої пропаганди формує відповідні соціальні установки. Компенсувати цей ефект можна лише шляхом поширення серед дітей та молоді екологічних уявлень і традицій про бережливе ставлення українського народу до природи [62, с. 29-30].

Для журналістів, особливо тих, хто працює з екологічною тематикою, особливо важливим є аналіз громадської думки щодо браку інформації про екологічну ситуацію. Практика показує, що лише невелика частка населення добре знає себе або знає людей, які добре поінформовані про стан довкілля. Більшість населення не знає, що насправді відбувається з навколишнім середовищем. Хоча екологічні проблеми є актуальним питанням сьогодення, вони ще не є однією з головних тем ЗМІ. Еко-журналісти повинні не лише вказувати на існування проблеми, а й аналізувати її виникнення, показувати можливі шляхи її подолання в конкретних ситуаціях та спонукати людей до рішучих і вольових дій. Тому журналісти, які займаються такою тематикою і працюють в екологічній сфері, повинні проходити відповідну підготовку.

Отже, журналісти, які працюють в екологічній сфері, повинні володіти навичками цікавого письма, мати надійні джерела, підкріплені фактами, цікаві та змістовні аналітичні елементи, а також компетентний підхід до вирішення конкретних екологічних проблем.

2.2. Висвітлення екологічної проблематики в друкованих виданнях

Українська екологічна організація, яка займається не лише екожурналістикою, а й підготовкою майбутніх фахівців у цій галузі - Студія екологічної журналістики «Зелене досьє», що базується в Києві. Місія студії - навчити людей поширювати достовірну інформацію про стан природи та місце людини в ній.

Благодійний інформаційно-видавничий центр студії «Зелене досьє» видає однойменну просвітницьку газету «Діти природи» та інформаційний бюлетень. Центр є органом Міжнародної конференції і організований з метою надання інформації та координації діяльності між пленарними засіданнями конференції. В рамках програми Тасіс, а в даний час за підтримки Британської Ради, він видає друковане та електронне видання EcoWeekly, що містить екологічні репортажі з України та світу.

На додаток до вищезазначеної діяльності, Національний екологічний центр України заснував інформаційно-видавничу організацію «Довкілля», яка займається екологічною освітою та просвітництвом; інформаційний бюлетень ISAR «Співання» має значний вплив на громадянську активність; «Довкілля» є виданням Національного екологічного центру України. Друковану версію отримують близько 1 000 осіб, а електронну версію - понад 300 осіб. Бюлетень містить інформацію про різноманітні екологічні заходи, конкурси, наукові та освітні програми, нові публікації та екологічні ресурси через Інтернет та електронну пошту.

З метою популяризації екологічно чистого відпочинку було започатковано журнал «Сільський зелений туризм». Вісник» - так називається інформаційний бюлетень, що висвітлює діяльність нового регіонального екологічного центру в Україні. Журнал «Енергозберігаючі технології та автоматизація» (ЕСТА) вперше вийшов друком у 1999 році в Києві українською мовою. Журнал видається за підтримки Національного комітету України з енергозбереження та Комітету

промислової політики України. Статті мають прикладний характер і пропагують практичні заходи з охорони навколишнього середовища. Перший номер бюлетеня «Системи управління якістю та екологічний менеджмент» вийшов у 1999 році.

Бюлетень містить актуальну інформацію в галузі екологічного менеджменту, зокрема систем управління навколишнім середовищем, стану повітря, води і ґрунтів та екологічного маркування, прийняту державними органами України (Президентом, Урядом, Державним комітетом з охорони навколишнього середовища, Державним комітетом по стандартизації і сертифікації) та виконавчими органами Європейського Співтовариства (Радою Європи, Європейською Комісією). Бюлетень містить інформацію про законодавчі та нормативні акти. Бюлетень також публікується міжнародними та європейськими державними органами (Міжнародна організація зі стандартизації ISO, Європейський комітет зі стандартизації CEN, Європейське агентство з навколишнього середовища ЕЕА, Європейське бюро з навколишнього середовища ЕЕВ, Європейське агентство з акредитації та співробітництва ЕА, Європейське екологічне партнерство ЕРЕ, Ініціатива з кліматичних технологій СТІ, Рада Європейської Комісії та ін.), національними органами та міжнародними організаціями, а також висвітлює останні публікації Європейської Комісії та інших з обраної тематики.

Презентація в журналі Transition IV «Вибір України в епоху глобальної кризи» було опублікований у травні 1999 року. За словами головного редактора Ігоря Каганця, видання можна вважати екологічним, оскільки питання виживання та захисту довкілля посідають тут важливе місце. Цікавою особливістю є поява різноманітних видань, які не мають ознак класичної преси, але мають вплив на широкий загал. Популярна серія «Розповіді про воду» – це брошури, розраховані на широку аудиторію. Вона була надрукована накладом 5 000 примірників Комітетом захисту річки Дніпро та малих річок України. Освітня серія «Екологія і здоров'я» була започаткована у 2000 та 2001 роках під назвою «Екологія. Жінки. Земля» була видана у 2000 та 2001 роках громадською

організацією «Екологія». До цієї серії увійшли брошури на наступні теми: «Нітросполуки та їх попередники», «Радон», «Полициклічні ароматичні вуглеводні», «Електромагнітні поля (60 Гц)», «Мінеральні волокна» та «Сонячне світло».

В Україні існує близько 25 загальнонаціональних видань на екологічну тематику, 15 наукових та спеціалізованих видань і близько 40 місцевих періодичних видань, таких як інформаційні бюлетені та вісники. На жаль, не всі вони можуть витримати жорсткі ринкові умови. Як наслідок, деякі з них незабаром зникнуть або значно зменшать свій тираж чи частоту виходу. За таких

обставин, однак, не всі існуючі екологічні видання можна вважати засобами масової інформації. Комунікації можна класифікувати за кількістю адресатів наступним чином:

1) 1 особа – внутрішня комунікація;

2) 2 особи – міжособистісна комунікація;

3) 3-5 – комунікація в малих групах;

4) 20-30 і більше – публічна комунікація. Це, наприклад, виступ перед аудиторією. Тут вже є функціональне розмежування: активний оратор і пасивний слухач;

5) понад 100 – внутрішня комунікація. Люди, що працюють в одній організації, пов'язані між собою в багатьох комунікативних ситуаціях, які часто формують культуру компанії чи заводу. Саме тут вступає в дію ієрархічна комунікація. Між офіційними (тобто призначеними) і реальними лідерами можуть існувати відмінності.

6) 1000 і більше – масова комунікація, включаючи газети, журнали, телебачення і радіо.

Постійний доступ до ширшої аудиторії має важливе значення для зростаючої важливості екологічної преси зокрема та екологічної журналістики загалом. Перш за все, нові засоби екологічної комунікації повинні бути дуже великими.

Окрім фінансових проблем, екологічні видання стикаються з труднощами у використанні мовних та стилістичних засобів. На жаль, деякі екологічні видання не завжди справедливо ставляться до російськомовних матеріалів.

Наприклад, коли кілька років тому журнал «Рідна природа» змінив головного редактора, він публікував матеріали без перекладу, хоча спочатку вони були надруковані українською мовою. У периферійних виданнях часто не працюють літературні редактори, а іноді й коректори. Це призводить до багатьох помилок і, як зазначає професор О. Пономарів, є досить поширеним явищем у сучасній українській пресі.

Окрім друкованих видань, серед екологічних організацій України дедалі більшого значення та популярності набувають електронні бюлетені, що базуються на комп'ютерних засобах комунікації. Їх користувачі можуть отримувати набагато більше інформації, ніж з преси. Однією з найбільших переваг інформаційних мереж є швидкість поширення інформації. Дійсно, вона може досягти України з інших континентів протягом декількох годин. У багатьох випадках це чи не єдиний можливий засіб комунікації для підтримки природоохоронних кампаній, а в інших випадках - для допомоги активістам.

Крім того, комп'ютерна пам'ять значно розширює можливості журналістської документації, оскільки великий обсяг інформації можна зберігати і використовувати одразу, коли це необхідно.

Українська комп'ютерна мережа «EnvNet Україна», створена спеціально для екологічних неурядових організацій та інших користувачів, зацікавлених в отриманні інформації про світовий екологічний рух, розпочала свою діяльність в середині 1990-х років. Різноманітна інформація подібного характеру доступна і в інших мережах. Однак однією з проблем, що обмежує доступ до цих мереж, є те, що багато людей, особливо місцеві екологічні активісти та журналісти, не мають необхідних комп'ютерів і модемів для спілкування. Утім, електронні засоби комунікації вже складають серйозну конкуренцію друкованим засобам масової інформації.

Для того, щоб подолати цю конкуренцію і регулювати обмін між різними засобами масової інформації, необхідно проводити постійний моніторинг аудиторії, яка отримує екологічну та природоохоронну інформацію. Передавачі інформації повинні враховувати особливості та потреби кожної групи.

Наприклад, автором було проведено дослідження щодо потенційних реципієнтів орнітологічної інформації, мотивації конкретних реципієнтів цікавитися питаннями збереження чи привабливості птахів, а також сфокусованих інформаційних потреб різних категорій споживачів. Очевидно, що навіть в обмеженій галузі знань інтереси є різноманітними. Доступ до більшої кількості матеріалів міг би цьому сприяти. Тому для успішного розвитку еко-преси важливо знаходити, відбирати та створювати спеціалізовані видання в кожній екологічній ніші. Одним із прикладів є наукові видання. Завдяки невеликим тиражам вони можуть підтримувати стабільну читацьку аудиторію, що є одним із критеріїв стабільності видання.

Дослідники еко-преси запровадили «індекс частоти» для оцінки ефективності роботи ековидань у Європі. Це відношення фактичної періодичності до періодичності, задекларованої редакцією. Більшість незалежних видань (94 з 154 журналів) мають індекс від 0,67 до 1. Інші 28 журналів мають індекс від 0 до 0,66. Для 32 журналів індекс не вдалося визначити [14]. Можна зробити висновок, що певна кількість публікацій відбувається набагато рідше, ніж заплановано. Це пов'язано, головним чином, з економічним становищем видань, браком матеріалів для публікацій або іншими важливими причинами.

Найбільша кількість публікацій припадає на 1990 рік, що пов'язано з демократичними змінами в суспільстві, та на 1994-95 роки, переважно завдяки фінансовій підтримці міжнародних організацій. Однак половина припинених видань проіснувала не більше 18 місяців (як правило, лише через брак фінансування).

Наступна хвиля, яка розпочалася наприкінці 1994 року, триває і сьогодні. Сьогоднішнім видавцям притаманні прагматизм і виваженість. Ніхто більше не

хоче гратися з барвистими, товстими журналами, а ті видання, що виходять, наближаються до класичного самвидаву, втрачаючи в дизайні, але виграючи в ціні та незалежності від друкарень.

Майже всі екологічні групи, в тому числі дитячі та шкільні, придбали копіювальну техніку і почали видавати власні друковані бюлетені, а в міру того, як вони стають більш обізнаними з комп'ютерами та електронною поштою, вони будуть видавати електронні бюлетені. Іноді це робиться для того, щоб забезпечити доступ до інформації обмеженому колу користувачів електронного обміну інформацією. Викликає занепокоєння тенденція багатьох екологічних активістів переходити від екологічного активізму до видавничої та інформаційної діяльності.

Більшість публікацій орієнтовані на внутрішнє використання та західного читача (і, звичайно, на особливий тип читача з великим банківським рахунком), а не на широку аудиторію. Схожу картину можна спостерігати і в офіційних виданнях екологічного спрямування. Кожне державне відомство зараз видає власні екологічні видання. Майже в кожній області є кілька таких проєктів.

Об'єднані газети та газетні видання почали з'являтися переважно між 1992 та 1993 роками. За рідкісним винятком, «внутрішні» видання НУО та урядових організації не користуються популярністю навіть серед екологічних активістів.

Коли екологічні катастрофи не загрожують нікому в осяжному майбутньому, немає потреби в екологічних засобах масової інформації (справжніх засобах масової інформації, звичайно). Люди все одно віддаватимуть перевагу популярним політичним виданням і отримуватимуть необхідну їм екологічну інформацію з них. У цьому випадку для масової комунікації більш перспективною видається робота через традиційні ЗМІ, а не створення власних медіа.

З часткою ринку екологічних видань, що становить понад 50 відсотків, вона не здається дуже великою порівняно з іншими виданнями. Однак видання має певну кількість читачів, у тому числі групових передплатників. Таким чином, незважаючи на відносно невелику кількість публікацій та обмежений

тираж, цей видавець охоплює більшість своїх релевантних читачів, оскільки нові публікації зазвичай досягають невеликої кількості читачів. Тим не менш, попит на пресу, яка чітко орієнтована на «свого» читача, постійно зростає.

Тому останніми роками спостерігається тенденція до появи нових публікацій, що випускаються екологічними організаціями для обмеженої, але чітко визначеної читачької аудиторії. До таких публікацій здебільшого відносяться різноманітні інформаційні бюлетені. Вони орієнтовані на членів та прихильників організації, часто містять невеликі повідомлення або замітки з контактною інформацією та мало або зовсім не містять аналітичного матеріалу.

У цьому випадку видання може бути більше схожим на дошку оголошень, ніж на газету.

Однак, якщо видання справді хоче впливати на сучасних читачів, воно повинно спонукати їх до нового мислення. Для цього вона повинна принаймні організувати факти в логічному порядку, який відображає хід думок. Вона повинна містити журналістський аналіз, а не просто інформацію. Одним з недоліком таких видань є те, що вони майже не мають літературного оформлення, яке є важливим елементом журналістики.

Такі видання розповсюджуються або безкоштовно, або за певну суму, встановлену читачем як благодійний внесок. Деякі видання надсилаються поштою. Фінансування видання та просування здійснюється переважно за рахунок грантів від фондів, пожертвувань та внесків засновників і спонсорів.

Така ситуація з фінансуванням, яка не завжди є стабільною, іноді має негативний вплив на публікації. Поки є достатньо коштів, вони видаються протягом обмеженого періоду часу, після чого припиняють свою діяльність або виходять дуже нерегулярно.

Перший приклад – журнал «Екоекспрес», що виходив у 1995 році українською та англійською мовами, який, хоч і був високопрофесійним, але припинив своє існування через брак фінансування. Другий тип – «Ойкумена», журнал, який номінально існує, але фактично не видається. Цікавою особливістю є те, що на додаток до цього журналу, а фактично як окремий журнал, видається

журнал під назвою «Світ на долоні». Видання дещо нагадує сувенірне. Кольоровий друк, англійський переклад, якісний папір, невеликий тираж, обмежене розповсюдження.

Щодо якісного паперу, то виникає питання, чи варто для цього видання та багатьох інших електронних видань використовувати такий дорогий і неекологічний папір. У західних виданнях використання переробленого або екологічно чистого паперу є певною нормою з етичних міркувань. В Україні ж чомусь навпаки: чим більше плівки на обкладинці, тим більш «серйозним» виглядає журнал.

За повідомленням Служби екологічних новин, Парламент Великобританії представив законопроект, що вимагає від видавців збільшити вміст вторинної сировини в папері, який вони використовують для друку, до 80 відсотків.

Законопроект також вимагає, щоб щонайменше 65% старих газет і журналів підлягали переробці. Члени екологічної організації «Друзі Землі», яка розробила законопроект, вважають, що видавці повинні взяти на себе фінансову відповідальність за дотримання нових стандартів. Екологи вважають, що жорсткіші вимоги до складу паперу для різних видань не лише допоможуть захистити ліси, але й принесуть економічну вигоду, створивши 10 000 додаткових робочих місць.

Однак промисловість не може задовольнити запити окремих видавців і за одну ніч знайти такий папір в Україні. На жаль, Україна не має достатніх потужностей для переробки паперової продукції, виготовленої з макулатури, до рівня якості, достатнього для використання у поліграфії. Тому успішний перехід до сучасного газетно-журнального друку вимагатиме зміни виробничого циклу, що потребуватиме реорганізації та додаткових інвестицій. Можливо, певного успіху можна досягти, об'єднавши фінансові фонди кількох видавництв і цілеспрямовано організувавши якісно нові виробничі потужності для виробництва макулатури та екологічно чистого паперу.

Незважаючи на існування великої кількості місцевих, регіональних та національних видань, все ще залишається багато порожнього простору.

Наприклад, в Україні досі немає загальнонаціональної екологічної газети, яка б виходила хоча б раз на тиждень і могла оперативно висвітлювати поточні події, надавати інформацію про екологічні катастрофи, робити короткострокові та довгострокові прогнози. Ці функції могла б виконувати сильна екологічна інформаційна агенція. Однак можливості існуючих агентств обмежені, а створення нових потребує значного фінансування. Також відсутні науково-популярні журнали, такі як німецький журнал «Natur», які надають інформацію про природу в цілому та місце людини в природі, беручи до уваги не лише екологічні та природоохоронні аспекти, а й аспекти діяльності [23, с. 9].

Ця ситуація не зміниться, поки не підвищиться рівень добробуту населення, але наразі воно не зацікавлене в таких ілюстрованих виданнях. Хоча певна читацька аудиторія є, але в її ставленні до природи переважає споживацький, а не пізнавальний підхід. Тому з'являються публікації про полювання та риболовлю, які не спрямовують увагу читачів на необхідність відновлення та збереження природних ресурсів. Це класичні приклади «пластикової журналістики» – видання, які не дуже корисні для читання, але занадто гарні, щоб їх викидати через ціну та дизайн.

Звичайно, така ситуація не може не впливати на формування громадської думки. Громадська думка не тільки не засуджує таке ставлення до природи, але й починає його заохочувати. Це особливо небезпечно для дитячої психіки, яка під впливом такої пропаганди формує відповідні соціальні установки. Єдиний спосіб протидіяти цьому ефекту – поширювати серед дітей та молоді ідею захисту довкілля та українську традицію бережливого ставлення до природи. На жаль, у нашому суспільстві вже давно домінують інші пріоритети.

Ідеологічні, політичні, історичні та інші чинники сформували свідомість суспільства на засадах антропоцентризму, антиекологізму та соціального оптимізму. Викликає занепокоєння і те, що науковий розвиток у цій сфері відбувається дуже повільно. Обговоренню реальних проблем суспільства і природного середовища приділяється недостатньо місця. Ймовірно, це пов'язано

з тим, що домінуючою тенденцією є ігнорування екологічних аспектів суспільного життя.

Звичайно, для подолання екологічної кризи потрібна справжня соціальна революція у свідомості та освіті, яка має змінити етичні установки, системи цінностей, норми і символи, але революція має бути повільною і поступовою, починаючи з теоретичних розробок і дослідницької діяльності. Загалом, існує потреба у зміні способу вирішення питань довкілля та екології. Ці питання повинні висвітлюватися засобами масової інформації щодня, а не від випадку до випадку. Для цього екологи та екологічні активісти повинні налагоджувати зв'язок з журналістами.

Автори наукових матеріалів стикаються з певними труднощами, коли стикаються з проблемою підготовки матеріалів для преси. Однак і сам журналістський матеріал також не завжди поширюється в ідеальний спосіб. У першому випадку підхід формальний, з великою кількістю жаргонізмів, у другому – виникають різні помилки через недостатнє знання теми, що розглядається.

Тому екологічна освіта для преси, радіо і телебачення є дуже важливою.

Міжнародна організація журналістів створила клуб працівників ЗМІ, які цікавляться екологічними проблемами. У 1994 році Міжнародна федерація екологічних журналістів організувала конгрес. Успішний розвиток екожурналістики в Україні також вимагає інтеграції творчих сил з міжнародними організаціями.

Співпраця екологів і журналістів спрямована на краще і повніше інформування громадськості про екологічні проблеми, особливо ті, що мають міжнародне значення.

Наразі Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка - єдиний вищий навчальний заклад в Україні, де з 1995 року викладають екологічну журналістику. Однак навіть тут кількість навчальних годин відносно невелика, а сам термін «екологічна журналістика» все ще викликає скептичне ставлення серед журналістів у країні. Натомість у

США фахівців з екологічної журналістики готують понад 30 університетів. В Україні курси екологічної журналістики пропонуються лише на факультетах журналістики Київського і Таврійського екологічного інституту.

Екологічна криза перетворила екологічну журналістику на журналістику катастроф. Як наслідок, журналістам дедалі більше бракує екологічних знань. Як ці знання можна отримати? Чи може екологічна журналістика бути частиною професійної підготовки? Відповіді на ці питання шукають як працівники ЗМІ, так і викладачі університетів.

Журналісти, які пишуть про довкілля, стикаються з багатьма проблемами.

Про це свідчить, наприклад, міжнародний семінар «Екологічна журналістика: практика і методологія», організований у Києві в 2000 році. Семінар був організований Українським проектом громадянської освіти та IREX Pro-Media.

Обговорювалася роль ЗМІ у формуванні громадської думки з питань екології, зокрема, ядерної енергетики. Борис Васильківський, лідер громадської організації «Екоправо Київ», говорив про реалізацію екологічних прав громадян. Він розповів про протиріччя, що існують між екологічними правами громадян та їх реалізацією в Україні. Він розповів про парадоксальну ситуацію, коли журналісти пишуть про громадські акції зі збору сміття замість того, щоб вигравати справи проти адміністрації, де громадяни несуть відповідальність за утворення цього сміття і змушені його вивозити.

Останнім часом в українських ЗМІ збільшилася кількість статей на екологічну тематику, в основному через екологічні проблеми та катастрофи.

Рівень обізнаності громадськості з екологічними проблемами залишається недостатнім. Журналісти, які спеціалізуються на екологічній тематиці в ЗМІ, щодня стикаються з низкою проблем, які потребують нагального вирішення.

Приклади включають в себе:

1. Затримки в отриманні інформації від органів державної влади та екологічного руху; недостатнє усвідомлення представниками екологічних організацій завдань та важливості журналістської діяльності;

2. Брак інформації та чітких експертних коментарів для широкої читацької аудиторії.

3. Низький рівень захисту журналістів, особливо тих, хто займається питаннями екологічної та ядерної безпеки.

На думку експертів, ЗМІ слід розглядати як один з найефективніших інструментів реалізації принципів Орхуської конвенції про доступ до інформації, участь громадськості в процесі прийняття рішень та доступ до правосуддя з питань, що стосуються довкілля, ратифікованої Україною у 1999 році. Засоби масової інформації мають стати одним з основних інструментів екологічної політики та сталого розвитку в Україні.

Необхідно розвивати систему екологічної освіти в навчальних закладах для журналістів, а також систему екологічної освіти і виховання в цілому.

Підтримувати методологічні дослідження та розробку підручників з екологічної журналістики. У курсах з екології для журналістів слід звернути увагу на розстановку пріоритетів та внесок вітчизняних екологів у розвиток цієї науки. Всі освітні розробки мають базуватися на тому, що викладачі та журналісти користуються однією системою екологічних понять в одній галузі знань і несуть відповідальність за інформацію, яку вони доносять до громадськості.

Учасники семінару запропонували гарантувати право журналістів на невідкладний доступ до екологічної інформації на національному рівні. Необхідно внести зміни до Закону України «Про інформацію», включивши до нього право журналістів на терміновий доступ до об'єктивної інформації про стан довкілля та можливі ризики, пов'язані з ним, а права журналістів та безпеку їхньої роботи мають бути захищені на державному рівні.

У науковому середовищі феномен екологічного дискурсу трактується дещо неоднозначно, враховуючи його лінгвістичні, філософські та культурологічні аспекти. Однак, зважаючи на різноманітність інтерпретацій, екологічний дискурс можна використовувати для позначення інформації про будь-які відносини між людиною та навколишнім середовищем. Екологічна інформація привернула увагу широкої громадськості до екологічних проблем.

Безпосереднє висвітлення проблем на різних рівнях є екологічною журналістикою, і дослідники визначають екологічну журналістику як постійне відображення екологічних проблем як глобального, так і локального характеру. Її основними функціями є інформування, освіта, організація та управління.

Предметом екологічної журналістики є не лише серйозні екологічні проблеми, а й позитивні громадські заходи, спрямовані на захист довкілля. Екологічна інформація також залежить від типу ЗМІ, в якому вона публікується (спеціалізовані чи загальні ЗМІ). Це пов'язано з тим, що важливо, чи зосереджуються журналісти на екологічних питаннях, чи на екологічних питаннях зосереджується ціла низка медіа-організацій.

Контент екологічних ЗМІ є важливим фактором їхнього успішного функціонування. Найбільш актуальні теми для екологічних ЗМІ сьогодні можна поділити на такі підгрупи: екологія та здоров'я, міська екологія, екологічна освіта, екологічне право, ядерна та хімічна промисловість, сталий розвиток, який не впливає на майбутні покоління. Деякі з найважливіших проблем, що стоять перед сучасною екологічною наукою, - це зміна клімату, парниковий ефект, вирубка лісів, опустелювання, забруднення, виснаження озонового шару, використання пестицидів, токсичних хімікатів, надмірний вилов риби, винищення рідкісних тварин, забруднення підземних і поверхневих вод та радіаційне опромінення.

Крім того, кожна країна і регіон мають свої власні екологічні проблеми. Такі проблеми, як неякісна вода, забруднення повітря, деградація земель, вирубка лісів, небезпечні геологічні процеси, побутові відходи, військові об'єкти та аварія на Чорнобильській АЕС, напевно, більш знайомі українцям. Все більше уваги приділяється ризикам, пов'язаним з нелегальним видобутком бурштину на заході України (де екскаватори риють кар'єри), впливом збройного конфлікту на Донбасі на місцеву екосистему та затопленням шахт на окупованих територіях.

Інформація про стан довкілля, як локального, так і глобального, надходить з різних джерел, тем і форматів. Дослідники виділяють такі складові екологічної інформації: дані про поточний стан елементів довкілля; дані про фактори, що

впливають на стан довкілля; аналіз інформації про витрати та наслідки вирішення екологічних проблем; дані про поточний стан здоров'я та безпеки людини.

У результаті журналістської діяльності компоненти екологічної інформації об'єднуються в цілісний матеріал на певну тему. Цей матеріал може мати різні

форми або види залежно від того, яку функцію покладає на нього журналіст. В екологічній журналістиці використовуються такі жанри, як інформаційний, аналітичний, художньо-публіцистичний та публіцистичний. Найпопулярнішими

жанрами в екологічних медіа сьогодні дослідники визначають новини або

«старячі новини», аналітичні та довідкові статті, інтерв'ю з експертами, репортажі, есе та опитування. Журналістські розслідування та аналітичні жанри,

такі як тематичні статті, є найефективнішим способом висвітлення екологічних питань у сучасній журналістиці, але недостатньо використовуються через брак

професійних та фінансових ресурсів, а також швидкості, якої вимагають ЗМІ.

Екологічні журналісти стикаються з багатьма проблемами, які їм доводиться вирішувати щодня. Типовими прикладами цього є: відсутність безпеки для

працівників екологічних ЗМІ; необхідність виробляти екологічну продукцію для широких мас; робота з науково-технічними даними та їх конфіденційність;

потреба в соціальному статусі для авторів; необхідність «заглиблюватися» в проблему; недостатній рівень підготовки екологічних журналістів. Працівники

екологічних ЗМІ повинні керуватися етичними принципами, особливо при роботі з органами влади, компаніями, екологічними організаціями та

активістами, при роботі з матеріалами, які можуть вплинути на емоції читачів, або коли вони залежні від власників ЗМІ чи рекламодавців.

Отже, сьогодні екологічна журналістика в Україні переживає не найкращі часи. Це пов'язано з проблемами доступу до екологічної інформації, відсутністю

свободи преси, особливо в сільській місцевості, високою вартістю паперу та недостатнім фінансуванням ледь існуючих екологічних видань. Однак ентузіазм

тих, хто зацікавлений у висвітленні екологічних проблем у ЗМІ та підготовці

нових екологічних журналістів, не згасає. Це дає надію на неухильний, хоч і нелегкий, прогрес.

2.3. Екодослідження в електронних медіа

Інтернет є дуже ефективним засобом масової комунікації, доступним для громадян, і одним з найбільш соціально значущих напрямків сучасної журналістики, особливо щодо конкретних екологічних питань. На жаль, слід констатувати, що в Україні дуже мало сайтів, присвячених екологічній тематиці.

Водночас оригінальних екологічних інтернет-видань у класичному розумінні в Україні дуже мало. Існують загальдержавні сайти, які розміщують публікації на екологічну тематику; сайти-«дзеркала» друкованих видань, де є постійні екологічні рубрики; спеціалізовані екологічні Інтернет-видання.

Велику кількість новинних сайтів, до яких належать <https://www.for-ua.com>, <https://www.pravda.com.ua>, <https://www.korespondent.net>, <https://www.tsn.ua>, <https://www.espreso.tv>, <https://www.facenews.ua>, <https://www.unian.ua>, екологічна тематика розміщена тільки у вигляді коротких повідомлень, переважно сенсаційного плану (техногенні катастрофи, аварії, які завдали значної шкоди довкіллю). Як правило, така інформація не виділяється в окремі рубрики.

Проте є й винятки. Хоча є й винятки. Так, випуски новин «Укрінформ» (<https://www.ukrinform.ua>) містять рубрику «Екологія». З 1998 року на базі «Електронних вістей» (<http://elvisti.com>) працює інформаційна рубрика, у якій розміщена справді екологічна тематика. Розділ «Екологія» містить матеріали про екологічну ситуацію в нашій країні. Це як теоретичні розробки, так і реальні дані експертів. Також є цікава сторінка під назвою «Дискусійний клуб». Це сервер, прив'язаний до електронної пошти і дозволяє практично необмежено спілкуватися з «зацікавленими особами». Розділ «Інформація», що є типовою особливістю цього веб-сайту, надає доступ до різних джерел інформації. Сторінка «Екологічні новини» постійно містить актуальні матеріали з

екологічних питань. Нарешті, сторінка «Бази даних» надає доступ до архівної бази даних екологічних публікацій.

Багато національно визнаних газет тепер мають власні інтернет-дзеркала, де читачі можуть безкоштовно читати останні випуски в електронному вигляді та переглядати архіви минулих випусків. Звичайно, зміст веб-сайту повністю залежить від інформаційної політики оригінальної «газети» та здатності видавців підтримувати свої онлайн-видання в актуальному стані і бути зручними для користувачів. Наприклад, скориставшись пошуковою системою безпосередньо на сайті і ввівши параметри пошуку (наприклад, слово «екологія»), можна

отримати список публікацій на цю тему за певний період. Яскравий приклад Інтернет-версія газети «Дзеркало тижня» (<https://zn.ua>), де є свіжий номер та архів матеріалів, а на сайті є налагоджений пошук опублікованих матеріалів, що уможливорює проаналізувати їхню спрямованість, форму подання тощо. Схожі

пошукові системи є веб-сторінки видань «Газета по-українськи» (<https://gazeta.ua>), «День» (<https://day.kyiv.ua>), «Кореспондент» (<https://www.korespondent.net>), «ТСН» (<https://www.tsn.ua>), «Еспресо» (<https://www.espreso.tv>) та інших видань.

Висвітлюють екологічну тематику й регіональні видання «Вісті Рівненщини» (<https://www.visti.rivno.ua>), «Рівне вечірне» (<https://divnepost.rv.ua>), «Подільська зоря» (<https://www.vmrda.gov.ua/regionalna-hazeta-podilska-zoria>), «Кременіщина» (<https://krm.lg.ua/gazeta>), «Вісник Ч» (<https://cntime.cn.ua/visnik-old>), «Волинь» (<https://www.volyn.com.ua>), «Вісник Переяславщини» (<https://pereiaslav.city>), «Вісті» (<https://i-visti.com>), «Хрещатик» (<https://khreshchatyk.kyiv.ua>), «Вишгород» (<https://vyshgorod.in.ua>). Окрім інформації про саме видання, його тематику та рекламну діяльність, онлайн-версія містить матеріали з останнього номера та архів публікацій на екологічну тематику з можливістю пошуку.

Другий тип — це інтернет-«дзеркала» відомих суспільно-політичних видань. За даними українських дослідників, в Україні існує понад 100 газетних сайтів [60, с. 11]. Особливістю цих сайтів є те, що в більшості випадків читачі

можуть безкоштовно прочитати свіжий номер журналу в електронному форматі, а також отримати доступ до віртуальних сторінок таких видань для ознайомлення з архівом журналу. Інтернет значно розширив можливості інформування громадськості про друковані ЗМІ.

Гнучкість і зручність онлайн-видань дозволяє їм перебувати в тісному контакті зі своїми читачами в інтерактивному режимі. Сучасне програмне забезпечення дозволяє легко знаходити потрібну інформацію на веб-сайтах. Наприклад, скориставшись пошуковою системою безпосередньо на сайті та задавши параметри пошуку (наприклад, слово «екологія»), можна отримати перелік публікацій на цю тему за певний період часу.

У відповідних онлайн-версіях газет і журналів споживачі інформації можуть ознайомитися з останніми випусками, а також з архівами попередніх випусків. Публікації також можна шукати та аналізувати на предмет фокусу, репрезентативності, актуальності та повноти. Таким чином, зміст і обсяг розповсюдження інтернет-версій друкованих ЗМІ набагато більший, ніж у друкованих ЗМІ. Звичайно, наповнення сайтів, що містять публікації на різні теми, в тому числі й на екологічну тематику, повністю залежить від інформаційної політики та спроможності видавців підтримувати нові онлайн-видання. Тому зміст і тенденції в екоматеріалах майже ідентичні. Як і в друкованих ЗМІ, онлайн-видання переповнені поверхневими, неймовірно трагічними і часто суперечливими новинами на екологічну тематику. Втім, інтернет-ЗМІ часто також надають новини та аналітичні матеріали з важливих екологічних питань. Відтак: у друкованому виданні Верховної Ради України «Голос України» є рубрика «Екологія», що представляє матеріал про шкоду навколишньому середовищу від діяльності людини та про збереження чистого довкілля. Тому на сайті газети розміщено статті «Економіка має стати дружньою до природи», «Власник танкера «Делфі» сплатив за шкоду довкіллю», «Сьогодні потрібна національна служба заповідної справи», «Планують повністю змінити систему очищення води», «Одеса в небезпеці. Техногенний» тощо.

Екологічні інтернет-видання займаються виключно екологічною тематикою. Оскільки такі електронні ЗМІ в принципі є корпоративними органами конкретних екологічних організацій, вони, по-перше, мають власні маркетингові цілі, а по-друге, намагаються розміщувати на своїх сайтах добірку цікавої екологічної інформації та новин. Сайт «Природа України» (<https://nature.land.kiev.ua>) – це унікальна ініціатива зі створення онлайн-ресурсу, який стане інформаційним центром з питань охорони природи та екології, головним джерелом інформації та енциклопедією для всіх небайдужих до природи в Україні. Сайт об'єднає всіх стейкхолдерів та учасників природоохоронної діяльності в єдину соціальну мережу та стане координаційним центром усіх природоохоронних кампаній в Україні. Основними цілями сайту є створення найбільшого інформаційного ресурсу, присвяченого охороні природи та екології в Україні; збір та систематизація цінної інформації з усіх доступних джерел на сайті; збір та систематизація цінної інформації про туризм та озеленення. Сайт створено у співпраці зі Шведським товариством охорони природи та громадською організацією «Екодія».

Київський еколого-культурний центр був заснований у 1989 році як громадська організація з метою поширення своєї діяльності по всій Україні. У Центрі видається «Гуманітарний екологічний журнал» (<http://www.in.com.ua/~kekz/human.htm>), що почав видаватися в 1999 році.

Основні теми – сучасна ідеологія охорони природи та людські аспекти екології. На сайті представлені глибокі аналітичні статті науково-популярної тематики. Вони можуть обговорювати та брати інтерв'ю у людей з питань, порушених у статтях журналу та на форумах. Сайт «Природа України» (<https://pryroda.in.ua>) є незалежним громадським сайтом. Він містить велику кількість так званих «зелених» блогів, які може створити будь-хто, екологічну поезію, казки, рекламу фільмів та книг, екокалендар, інформацію про природно-заповідний фонд України та іншу інформацію.

Всеукраїнська екологічна ліга (<https://ecoleague.net>) – громадська організація, заснована у 1997 році, метою якої є поліпшення екологічної ситуації

в Україні, формування нового екологічного світогляду, забезпечення екологічних прав громадян, формування принципів збалансованого розвитку України, розбудова українського громадянського суспільства на засадах загальнолюдських цінностей, екологічної етики та принципів федерації. Захист законних екологічних, соціальних, економічних та громадських інтересів своїх членів Веб-сайт ВЕЛ містить велику кількість документів про стан довкілля в Україні. Це програмні та організаційні документи, стратегічні ініціативи, плани та звіти, тематичні напрямки діяльності тощо.

Сайт «Екологія промислового краю» (<https://ecoindustry.pro>) цікавий багатьма статтями авторів на екологічну тематику: «Фон забруднення повітря. Трагедія в трьох частинах (фарс і комедія)», «Вплив традиційного сільського господарства на довкілля. Органічне землеробство в Україні», «Зміна клімату: останні спостереження», «Пластик і синтетика: користь і шкода», «Масове вимирання комах у 2022 році». На сайті також є розділ форуму, де в різних підрозділах обговорюються різні екологічні проблеми, такі як глобальне потепління, розмір нормативної санітарно-захисної зони для АЗС, охорона атмосферного повітря, поводження з відходами та зелені насадження.

Натураліст (<http://proeco.visti.net/naturalist>), науково-популярний онлайн-журнал, призначений для всіх любителів природи, має власну читацьку аудиторію. Цим пояснюється різноманітність екологічної тематики. Видання має численні прикладні та глобальні підрозділи: «Соколине полювання», «Акваріуми/тераріуми», «Собаківництво», «Рослинний світ», «Біологія та медицина» тощо.

Інформаційний центр «Зелене досьє» (<https://www.dossier.org.ua>) – сайт однойменного благодійного інформаційно-видавничого центру. Щоденні новини (українською та англійською мовами) надають вичерпну інформацію з різних екологічних питань. Джерелами інформації є державні установи, українські та міжнародні неурядові організації, а також міжнародні інформаційні агентства. Розділи присвячені біорізноманіттю, екології та транспорту.

екологічній політиці, енергетиці, зміні клімату, сільському господарству, сталому виробництву та сталому споживанню.

Серед спеціалізованих онлайн-видань, присвячених екологічним питанням, можна виділити онлайн-спільноту «Промислова екологія» (<https://www.facebook.com/groups/eco.com.ua>), яка об'єднує професіоналів-

екологів. На цьому сайті висвітлюються наступні теми: «Альтернативна енергетика, ресурсо- та енергозбереження», «Атмосфера», «Відновлення екосистем та екосистемні мережі», «Відходи, забруднення навколишнього середовища», «Екологічні кампанії», «Екологічні презентації», «Екологічні

відео», «Екологічна освіта та навчання», «Моніторинг навколишнього середовища», «Екологія людини» та «Екологічна економіка». На сайті також можна знайти екологічне законодавство, матеріали екологічних конференцій та навчальні матеріали з екології. Звісно, тут також є новини на екологічну тематику.

Веб-сайт Партії Зелених України (<http://greenparty.ua>) в першу чергу надає інформацію про політичне життя партії та її засновника. Однак він також надає актуальну та корисну інформацію про світові екологічні новини та діяльність

Партії Зелених в регіонах. Новини тут подаються професійно і безпосередньо стосуються екологічного життя держави, але, на жаль, публікуються рідко. Наприклад, у 2023 році було опубліковано до десятка статей.

Аналізуючи онлайн-ресурси громадських організацій, варто звернути увагу на офіційні вебсайти, які відіграють роль електронних розсилок. Серед них

– офіційний сайт Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України (<https://mepg.gov.ua>). На сайті зазначено, що екологічна політика держави проявляється в діяльності державних органів і має гарантувати конституційне право кожного на безпечне для життя і здоров'я довкілля, а також на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди. Деякі компанії та

організації також можуть мати екологічну політику. Цей веб-сайт є офіційним джерелом інформації про нашу національну та зовнішню політику в галузі охорони навколишнього середовища. На сайті в основному висвітлюються

офіційні дані, інформація, події та заходи, а також розглядаються глобальні та регіональні екологічні проблеми.

За словами Б. Олтаржевського, «ще кілька років тому було дуже важко отримати таку інформацію від Міністерства охорони навколишнього природного середовища. Треба було робити офіційний запит і чекати тижнями. Зараз

достатньо зайти на сайт міністерства і за кілька хвилин «завантажити» необхідну інформацію» [51, с. 38]. Таким чином, можна зробити висновок, що Інтернет,

окрім простоти використання, прискорив демократизацію суспільства та відкриття інформаційного простору. Сайт Державної екологічної інспекції

України (<https://www.dei.gov.ua>) містить офіційну інформацію про роботу інспекції, зокрема, про проведення перевірок, складання адміністративних протоколів за екологічні правопорушення, виявлення браконьєрів та інспектування підприємств.

Аналіз екологічних матеріалів, опублікованих в інтернет-виданнях, свідчить про великий потенціал цього нового виду онлайн-медіа, який зараз стрімко розвивається. Всесвітня павутина – це місце, де вільно передається, публікується, шукається і поширюється найрізноманітніша інформація, яку важко контролювати за допомогою традиційних методів цензури. Спілкування в

режимі реального часу надає цьому засобу комунікації інтерактивності, якої дуже важко досягти за допомогою друкованих ЗМІ. З вищесказаного можна зробити висновок, що Інтернет є найефективнішим і найпоширенішим способом

поширення інформації, в тому числі й екологічної. Зрозуміло, що його майбутнє

буде визначатися соціальними комунікаціями. Однак, навіть за відсутності чітких етичних стандартів надання інформації в Інтернеті, важливо не допустити перетворення Інтернету на центр поширення неправдивих або таких, що вводять в оману, повідомлень, особливо коли мова йде про екологічні проблеми (негативна тенденція спостерігається останнім часом).

Інтернет-ЗМІ мають важливі переваги перед друкованими ЗМІ. Першою з них є відкритість до інформації та незалежність від простору і часу. Технічні можливості всесвітньої павутини дозволяють миттєво отримувати зворотній

зв'язок від цільової аудиторії. Більшість сайтів мають форуми, де люди можуть висловити свою думку щодо прочитаного. По-друге, веб-сайти можуть надавати не лише текстову та графічну інформацію, але й аудіо- та відеоматеріали.

Іншими словами, Інтернет поєднує в собі функції преси, радіо і телебачення. По-третє, матеріали, опубліковані в Інтернеті в електронному вигляді, можна легко

аналізувати, обробляти, зберігати і перекладати на інші мови за допомогою комп'ютерних перекладачів. Однак, очевидно, що великий технологічний потенціал потужних сучасних медіа, таких як Інтернет, ще не використовується

українською журналістикою повною мірою. Така ситуація безпосередньо

впливає на висвітлення екологічних проблем.

Як наслідок, екологічні новини в українських інтернет-ЗМІ відрізняються різноманітністю. З метою формування інформаційної та інтелектуальної

складової особистої екокультури екожурналісти звертаються до глобальних та

регіональних проблем, шукають наукові підходи та шляхи вирішення

екологічних проблем, намагаються впливати на своїх читачів, закликаючи до

охорони довкілля на основі своїх знань. У цьому контексті можна виділити

загальні новинні сайти зі статтями на екологічну тематику, періодичні

«дзеркальні» сайти (сайти газет і журналів) з регулярними екологічними

розділами, газети і журнали, присвячені довкіллю, Інтернет-видання, присвячені

довкіллю, урядові організації та НУО, які публікують різноманітні матеріали

екологічної тематики.

Висновки до розділу 2.

Наразі лише невелика частка населення поінформована про стан довкілля або знає людей, які поінформовані про нього. Більшість не знає, що насправді

відбувається з навколишнім середовищем. Хоча екологічні питання сьогодні

стоять на порядку денному, вони ще не стали однією з головних тем ЗМІ.

Екожурналісти повинні не лише констатувати наявність проблеми, а й

аналізувати її витoki, показувати можливі шляхи подолання проблеми в

конкретних ситуаціях і спонукати людей до рішучих і сміливих дій. Тому журналісти, які займаються такими питаннями і працюють в екологічній сфері, повинні проходити відповідну підготовку. Таким чином, журналісти, які працюють в екологічній сфері, повинні володіти навичками цікавого письма, достовірними джерелами, підкріпленими фактами, цікавими та змістовними аналітичними елементами, а також компетентним підходом до вирішення конкретних екологічних проблем.

Наразі екологічна журналістика в Україні переживає не найкращі часи. Це пов'язано з проблемами доступу до екологічної інформації, відсутністю свободи преси, особливо в сільській місцевості, високою вартістю паперу та браком фінансування для ледь існуючих екологічних видань. Проте, ентузіазм людей висвітлювати екологічні проблеми у ЗМІ та навчати нових екологічних журналістів не зменшився. Це дає надію на неухильний, хоч і нелегкий, прогрес.

Великий технологічний потенціал потужних сучасних медіа, представлений Інтернетом, ще не повністю використаний в українській журналістиці. Це безпосередньо впливає на висвітлення екологічної проблематики. Як наслідок, екологічні новини в українських інтернет-ЗМІ не надто різноманітні. Екожурналісти намагаються впливати на своїх читачів, звертаючись до глобальних і регіональних проблем для формування інформаційної та інтелектуальної складової їхньої особистої екокультури, шукаючи наукові підходи та шляхи вирішення екологічних проблем і, спираючись на ці знання, закликаючи до захисту довкілля. У цьому контексті можна розрізнити загальні новинні сайти, які публікують статті на екологічну тематику, «дзеркальні» сайти (сайти газет і журналів), які регулярно мають екологічний розділ, газети і журнали, присвячені екології, Інтернет-видання, присвячені екології, урядові та неурядові організації, які публікують різноманітні матеріали на екологічну тематику.

РОЗДІЛ 3. СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ МЕРЕЖЕВИМИ ВИДАННЯМИ КИЇВСЬКОГО РЕГІОНУ

3.1. Проблемно-тематичний аналіз екологічних публікацій видань «Вісник Переяславщини», «Вісті. Інформація. Реклама», «РепортерUA», «Хрещатик», «Вишгород»

Природно-заповідний фонд Київської області справді унікальний. Тут знаходиться єдиний у світі радіаційний біосферний заповідник (Чорнобильський) і єдиний в Україні національний парк, розташований у межах мегаполісу (Голосіївський). Він представляє природу Північного Полісся та частини Наддніпрянщини. Також розташована Київська ГЕС, що впливає на екосистему Дніпра, Чорнобильська АЕС та транспортна інфраструктура, що розвивається завдяки позиції Києва як великого транспортного вузла на півночі України. Крім того, спекотний клімат спричиняє сезонні природні пожежі та повені, створює умови для активного росту карантинних рослин, які є причиною захворювань місцевого населення.

Через ці численні фактори Київ та Київська область стикається з низкою екологічних проблем. Це забруднення повітря промисловими підприємствами та автотранспортом, забруднення водних ресурсів, забруднення підземних водоносних горизонтів, підтоплення земель, порушення гідрологічного та гідрохімічного режиму малих річок, небезпечне поводження з відходами, радіаційна небезпека, поширення екзогенних геологічних процесів та проблеми з природно-заповідним фондом. Місцева влада визначила повітря, водні ресурси, відходи та природні заповідники як ключові сфери охорони навколишнього середовища, і ці питання обговорюються на щорічних спеціалізованих міжнародних екофорумах.

Інформація про всі екологічні події, надзвичайні ситуації, моніторинг та результати перевірок надається населенню Київської області місцевими

засобами масової інформації, в тому числі Інтернет-виданнями в Києві та області, в більш доступній формі, ніж офіційні джерела: Київський обласний центр з контролю та профілактики захворювань Міністерства охорони здоров'я (якість повітря, водних об'єктів, статистика питної води); портал Київської міської ради (діяльність комісій, організаційні питання, ландшафт); портал Київської обласної державної адміністрації (як зазначено вище); дані Національної поліції області (екологічні злочини, браконьєрство); Прокуратура Київської області (результати судових засідань); портал Головного управління ДСНС в Київській області (пожежі в екосистемах, екологічний облік).

На думку сучасних дослідників, незважаючи на певні недоліки, онлайн-медіа мають незаперечні переваги перед традиційними ЗМІ [Московцева, с. 18-21]. Серед них - оперативність подачі інформації, незалежність від простору та часу, миттєвий зворотній зв'язок та мультимедійність, що дозволяє київським регіональним виданням оперативно інформувати свою аудиторію з усіх екологічних питань.

Серед найбільш активних онлайн-медіа регіону, які регулярно надають актуальну інформацію про екологічну ситуацію в Київській області, для аналізу було обрано 4 видання, що базуються в Київській області. Аналізувалися тематичні матеріали, опубліковані в цих виданнях у період з 15 жовтня 2020 року по 15 жовтня 2023 року.

«Хрещтик» – міська газета м. Києва, засновником якого є комунальне підприємство Київської міської ради «Київінформ». Спеціалізується на висвітленні подій суспільно-політичного, культурного, екологічного та спортивного життя Києва. Публікації на сайті з'являються регулярно, журналісти публікують в середньому по 1-2 статті на день. При цьому концентрація екологічної тематики коливається від 0% до 10%, тобто до 15 статей на рік. За період роботи з 15 жовтня 2019 року по 15 жовтня 2023 року на сайті цього видання було опубліковано більше 60 статей на екологічну тематику. Серед них найчастіше згадувалися теми забруднення повітря, забруднення води та поводження з відходами. Зокрема, «Еколаб два дні не фіксував перевищення

викидів у повітрі» (Хрещатик, 09. червня 2023 року); «У Києві знову зафіксували перевищення концентрації речовин» (Хрещатик, 14 травня 2023 року) тощо.

Крім того, окремі новин на екологічну тематику, опублікованих за цей період, стосувалися забруднення води. Найчастіше йшлося про результати досліджень проб води: «У воді біля київських пляжів виявили аномалії, в Олександрівському районі – велику кількість пілу» (Хрещатик, 4 серпня 2023 року), «Екологічна інспекція Київщини оштрафувала підприємства-порушники на 1000 гривень» (Хрещатик, 13 грудня 2022 року) та новини компаній «Київські підприємства сплатили до бюджету 40 мільйонів за користування водою та надрами» (Хрещатик, 25 листопада 2020 року), «Екоінспектори провели перевірки і одночасно склали адмінпротоколи за чотири порушеннями» (Хрещатик, 24 листопада 2022).

Відходи та їх утилізація згадувалися близько 10 разів за досліджуваний роки. Наприклад, «Утилізуймо правильно: Як у Києві відкрився другий після Києва громадський пункт прийому вторсировини» (Хрещатик, 25 липня 2023 року), «У центрі надання адміністративних послуг у Києві з'явилися контейнери для сортування та збору сміття» (Хрещатик, 15 грудня 2022 року), новини, пов'язані з переробкою пластику, зокрема, «Екологічні активісти хочуть відкрити в Києві цех з переробки пластикових відходів» (Хрещатик, 25 липня 2023 року). Також висвітлювалися новини про діяльність компанії, екологічні ініціативи зі збору сміття. Видання також повідомляло про природоохоронну діяльність органів влади та підприємств; «На Екофорумі в Києві підписали «угоду мера» та меморандум про взаєморозуміння з промисловими підприємствами» (16 січня 2023 року), «Обласна влада готує нову ефективну програму з охорони довкілля» (Хрещатик, 16 жовтня 2023 року), кадрові зміни у профільних відомствах – «Колишня очільниця департаменту екології облдержадміністрації повернеться до відомства на керівну посаду» (Хрещатик, 29 жовтня 2022 року), «Колишній керівник департаменту екології облдержадміністрації повертається в департамент на керівну посаду» (Хрещатик, 29 жовтня 2022 року), «Помічником нана Старченка призначили

відомого запорізького екоактивіста» (Хрещатик, 29 березня 2023 року), питання сезонних ялинок – «Ландшафтний інспектор склав перший адмінпротокол про незаконну торгівлю ялинками» (Хрещатик, 22 грудня 2020 року), «У Києві комунальники обробляють ялинки спеціальним «ароматизованим» розчином, щоб захистити їх від вандалізму» (22 грудня 2020 року).

Зауважимо, що в статтях можуть перетинатися теми та сюжети, наприклад, новини про кар'єр і реакція влади, забруднення повітря та громадські ініціативи.

«РепортерUA» – київський інтернет-ресурс, що входить до складу ТОВ «Медіа-холдинг «Репортер Київ». Це Інтернет-видання присутнє на ринку інформаційних послуг з 2008 року і висвітлює не лише новини Києва, а й важливі події в Україні та світі, надаючи глядачам повну картину дня. Новини на порталі регулярно оновлюються, щодня публікується 45 статей, з яких близько 15 – про Київ та регіони. Частка екологічних новин серед інших регіональних новин коливається від 0 до 10% на день, тобто максимум дві екологічні новини на день.

За період роботи (15 жовтня 2019 року – 15 жовтня 2023 року) портал опублікував понад 300 матеріалів на екологічну тематику. Найпопулярнішими темами були забруднення повітря, води, проблеми з відходами, робота Чорнобильської АЕС, наслідки війни та захист довкілля.

Чимало статей були пов'язані з проблемами забруднення повітря в регіоні. Серед найчастіше опублікованих – результати роботи Мобільного інституту екологічного моніторингу. Наприклад: «У повітрі Києва перевищено вміст фенолу та діоксиду сірки» (РепортерUA, 22 жовтня 2019 року), «Мобільний інститут зафіксував перевищення концентрації пилу та забруднюючих речовин у повітрі Київщини» (РепортерUA, 11 червня 2023 року), стан функціонування інституту «З'ясовано причини 24-годинної непрацездатності мобільного інституту» (РепортерUA, 13 серпня 2023 року), рішення уряду «Створено спеціальну комісію з моніторингу стану атмосферного повітря в Києві» (РепортерUA, 9 лютого 2022 р.), «На Київщині створять нову мережу пунктів моніторингу повітря» (РепортерUA, 20 серпня 2023 р.), «У Києві бізнес попросили зменшити викиди в негодю» (РепортерUA, 12 січня 2023); порушення

природоохоронного законодавства – «Молокозавод на Київщині сплатить 2,5 млн грн штрафу за забруднення» (РепортерUA, 23 травня 2023 р.), «Чотири роки несанкціонованих викидів: обласне підприємство зобов'язали сплатити 400 тис. грн збитків» (РепортерUA, 2 серпня 2023 року), природних явищ – «Синоптики:

«Мильна димка на Київщині протримається два дні» (РепортерUA, 23 червня 2023 року). Крім того, у невеликій кількості екологічних публікацій про забруднення води подаються результати аналізів проб води – «У воді біля узбережжя Вишгорода виявили відхилення від норми» (РепортерUA, 5 серпня 2023 року); «У питній воді на Київщині виявили відхилення від норми» (РепортерUA, 1 березня 2023 року), надзвичайними ситуаціями – «Прокуратура відкрила кримінальне провадження за фактом затоплення баржі» (РепортерUA, 8 грудня 2022 року, «Фото»). Також публікуються матеріали про браконьєрство на водоймах – «На Київщині затримали двох браконьєрів з рибою та креветками на 15 тисяч гривень» (РепортерUA, 4 травня 2023 року, «Фото») та природні явища.

У публікаціях за період з 15 жовтня 2019 року по 15 жовтня 2023 року також висвітлювали теми про питання, пов'язані з відходами та їх утилізацією, порушеннями природоохоронного законодавства – «В одному з міст Київщини заступнику очільника повідомили про підозру за створення незаконного сміттєзвалища» (РепортерUA, 25 лютого 2023 року), переробку сміття – «Екоактивісти на відкритті майстерні «ПластикОн»: наша місія - споживачі усвідомлено» (РепортерUA, 17 травня 2023 року, «Фото»); «Фінансування: Підготовка приміщень для майстерень з переробки пластику в Києві» 1 вересня (РепортерUA, 2023 року, «Фото»); ліквідація сміттєзвалищ – «За півроку в Києві ліквідували понад 600 сміттєзвалищ»; «Ліквідовано незаконні сміттєзвалища» (РепортерUA, 27 серпня 2023 року).

Серед інших екологічних новин «РепортерUA» регулярно висвітлює тему озеленення – «На озеленення виділили 543 тисячі гривень» (РепортерUA, 18 листопада 2023 року), «Своїми силами: у парку висадили 30 молодих кленів»

(РепортерUA, 11 листопада 2022 року, «Вандали спиляли 10 осен, що належать місцевому лігоспу») (РепортерUA, 22 грудня 2022 року).

Наступним досліджуваним ЗМІ є газета «Вісті. Інформація. Реклама» – щотижневий видання, інформаційно-рекламний тижневик, що розповсюджується в Борисполі та районі. Новинний контент оновлюється щодня. Журналісти готують близько 35 статей на день, екологічні новини сконцентровані в межах 0-10%, тобто максимум три публікації. За період з 15 жовтня 2019 року по 15 жовтня 2023 року видання опублікувало близько 300 статей на теми, пов'язані зі збором та утилізацією відходів, забрудненням води, забрудненням навколишнього середовища, охороною довкілля та захистом довкілля. Найчастіше висвітлюються події, пов'язані з екологією.

Переважає частина публікацій екологічної тематики присвячені темі відходів – появі стихійних сміттєзвалищ у Києві та околицях, наприклад: «У Києві приватний сектор творить дива з побутовими відходами» (Вісті. Інформація. Реклама, 6 березня 2023 року), «Мешканці житлового масиву влаштували стихійне сміттєзвалище» (Вісті. Інформація. Реклама, 11 листопада 2022 року), збору сміття – «На Київщині городяни на вихідних вивозять до лісу біг-беги» (Вісті. Інформація. Реклама, від 18 листопада 2022 року), «На Хортиці прибрали будівельне сміття біля будівництва мосту» (Вісті. Інформація. Реклама, від 28 лютого 2023 року), переробка відходів – «Куди українці можуть здати використані батарейки – адреса» (Вісті. Інформація. Реклама, від 18 травня 2023 року); «У Києві діти дізналися багато нового про батарейки та пакети» (Вісті. Інформація. Реклама, від 30 червня 2023 року); вплив відходів на здоров'я – «У Миколаєві жителі області труяться через звалища» (Вісті. Інформація. Реклама, 24 березня 2023 р.) та порушення законодавства – «Порушникам загрожують штрафи за неприбрані території» (Вісті. Інформація. Реклама, 25 вересня 2023 р.), «На Київщині судитимуть керівників підприємств за звалища відходів» (Вісті. Інформація. Реклама, 26 березня 2023 р.).

Наступна за поширеністю екологічна тема – місцеві екологічні заходи, яка частково перетинається з попередньою темою, особливо в частині організації та

проведення толок і суботників – «...Під Дніпром прибирають популярну зону відпочинку» (Вісті. Інформація. Реклама, 22 березня 2023 року), «У Центральному парку проводять масштабне прибирання» (Вісті. Інформація. Реклама, 12 квітня 2023 року), «Люди збирають по кілька мішків сміття навколо озера на Київщині – фото» (Вісті. Інформація. Реклама, 12 серпня, 2023).

Окрім цих новин, у виданні також розміщено матеріали про офіційні заходи, зокрема пов'язані з відходами – «Українські письменники обговорили зі школярами на Київщині важливість переробки сміття» (Вісті. Інформація. Реклама, 13 квітня 2023 року) та інші теми («Екофорум у Києві» (Вісті. Інформація. Реклама, 15

жовтня 2023 року), дискусії, виставки та онлайн-участь» - «Дитяча екологічна акція з плакатами в Воисполі» (Вісті. Інформація. Реклама, 19 березня 2023 року), конкурси творчих робіт – «Школярі в Києві створюють сміттєвих монстрів – фото», 19 березня 2023 року), конкурси творчих робіт – «Школярі в Борисполі створюють сміттєвих монстрів» (Вісті. Інформація. Реклама, 15 жовтня 2023

року); дискусії, виставки та онлайн-участь» «Дитяча екологічна акція з плакатами в Києві» (Вісті. Інформація. Реклама, 19 березня 2023 року); конкурси творчих робіт – «Школярі в Києві малюють перемогу над сміттєвим монстром» (Вісті. Інформація. Реклама, 22 квітня 2023 року); «Школярі в Києві малюють

перемогу над сміттєвим монстром» (Вісті. Інформація. Реклама, 23 травня 2023 року), «Пастух з будильником і неслухняний бичок у Києві» (Вісті. Інформація. Реклама, 15 жовтня 2023 року).

У газеті «Вишгород» частота новин на екологічну тематику низька, зокрема час від часу з'являються публікації про забруднення води, наприклад: «Українські вчені розповіли про головні проблеми Дніпра» (Вишгород, 4 липня 2023 року); «У Києві у воду скинули 10 тонн мюччих засобів для Дніпра - фото» (Вишгород, 20 жовтня 2023 року); «У Києві діти показують, як очищають забруднені річки» (Вишгород, 19 квітня 2023 року), «У Києві очистили від сміття води Каховського водосховища» (Вишгород, 13 червня 2021 року), «У Києві двоє дітей регулярно очищають від сміття русло Дніпра» очистили від сміття» (Вишгород, 15 жовтня 2020 року).

Серед публікацій – матеріали на тему енергозбереження, зокрема, «Як кияни економлять на рахунках за електроенергію та заробляють на сонці» (Вишгород, 18 лютого 2021 року), численні рекламні публікації – «Врятуємо Дніпро разом: Випустимо десятки тисяч мальків у річки Києва» (Вишгород, 19 квітня 2021 р., 31 жовтня 2019 р., 16 грудня 2020 р.), «Група Метінвест за три роки інвестує в екологічні проекти 8 млрд грн» (Вишгород, 17 грудня 2020 р.), «Метінвест завершує найбільший екологічний проєкт в історії України» (Вишгород, 27 листопада 2020 р.), «Метінвест до 2025 року інвестує в екологічні проєкти 433 млн доларів» (Вишгород, 15 жовтня 2020 року).

Кількість публікацій про забруднення повітря в регіоні через діяльність компанії значно менша, ніж у попередньо проаналізованих виданнях. Такі матеріали публікуються нечасто і не передають поточний стан екологічної ситуації в місті та районі, наприклад: «Чи допоможе національний план зі скорочення викидів парникових газів» (Вишгород, 29 квітня 2021 року); «Великі підприємства Київської області чотири роки безконтрольно забруднюють повітря» (Вишгород, 25 травня 2021 року); «Повітря в Київській області чотири роки безконтрольно забруднюють» (Вишгород, 25 вересня 2021 року), «На одному з підприємств Києва запустили систему моніторингу викидів парникових газів» (Вишгород, 15 жовтня, 2019). Особливістю видання «Вишгород» є повна відсутність даних про поточне забруднення повітря небезпечними речовинами та аналогічної інформації щодо забруднення води.

Видання «Вісник Переяславщини», яке як друковане видання працює з 7 жовтня 1925 року, спеціалізується на висвітленні регіональних новин та подій в Україні та світі, має сайт-дзеркало. Контент постійно оновлюється, а журналісти публікують до 10 статей на день. Інтенсивність екологічних новин коливається в межах 0-5%, тобто до 1-3-х статей на місяць. За період моніторингу на сайті було опубліковано понад 30 статей на екологічну тематику. Найчастіше висвітлюються такі теми, як забруднення повітря, забруднення води, карантинні пункти та масова загибель риби.

Серед них забруднення повітря та токсичні викиди є найпоширенішими проблемами, тому регулярно публікуються результати екологічної перевірки – «Рівень пилу в повітрі в премзоні Києва перевищив норму» (Вісник Переяславщини, 10 вересня 2019 року); «Мобільна лабораторія продовжує моніторити якість повітря, в центрі Києва перевищено небезпечний рівень пилу» (Вісник Переяславщини, березень 2021 року); «Еколабораторія в Києві не виїжджає на заміри через екофінансування» (Вісник Переяславщини, 12 квітня 2019). А також громадські ініціативи – «Зеленський відреагував на петицію українців про отруєння заводськими викидами» (Вісник Переяславщини, 4 грудня 2020 року), кадрові зміни у профільних департаментах – «У Києві створили комітет з моніторингу якості повітря» (Вісник Переяславщини, 10 лютого 2021 року), соціологічні дані – «Київ увійшов до 10 міст країни з найзабрудненішим повітрям: Рейтинг» (Вісник Переяславщини, 24 травня 2021 року); «Повітря Києва серед 10 найзабрудненіших міст України» (Вісник Переяславщини, 18 червня 2021 року); «У Києві вперше за довгий час покращилася якість повітря» (Вісник Переяславщини, 3 вересня 2021 року), звіти екологічних активістів, природні явища – «Піщані бурі накрили Переяслав та інші міста України» (Вісник Переяславщини, 2 березня 2019), екологічні поради – «Одягти маски або закрити вікна: що робити під час викидів у Переяславі» (Вісник Переяславщини, 29 липня 2021); «Що забруднює міське повітря та як його контролювати: поради експертів» (Вісник Переяславщини, 1 вересня 2021), реакція влади – «Сморід у місті: скликано надзвичайну спеціальну комісію під головуванням мера» (Вісник Переяславщини, 1 квітня.), спалювання опалого листя – «Поради переяславцям: куди скажитися на неприбране опале листя» (Вісник Переяславщини, 23 листопада 2018 року) та «Дим від спалювання опалого листя в Переяславі» (Вісник Переяславщини, 27 вересня 2021 року).

Забруднення води та пов'язані з ним проблеми також часто висвітлювалися, зокрема журналісти повідомляли про результати аналізів питної води, наприклад, «На Київщині виявили відхилення у якості питної води» (Вісник Переяславщини, 16 листопада 2020 року), «Відхилення у якості води у

трьох районах Київщини» (Вісник Переяславщини, 11 грудня 2020 року), загибель риби у водоймах – «Масова загибель риби у водоймах» (Вісник Переяславщини, 22 липня 2021 року), «Масова загибель великої риби на Київщині: експерти розбираються» (Вісник Переяславщини, 22 липня 2021 року), про забруднення місць масового купання – «На пляжах Переяславщини виявили аномалії якості води» (Вісник Переяславщини, 6 червня 2019 року), «Київські пляжі, де не рекомендується купатися» (Вісник Переяславщини, 13 червня 2021 року).

Серед інших екологічних питань досить активно обговорюється питання карантинних рослин, зокрема амброзії. Так, висвітлюються заходи боротьби, наприклад: «Боротьба з амброзією в районі, що планується» (Вісник Переяславщини, 10 червня 2021 року); «Боротьба з карантинними рослинами триває» (Вісник Переяславщини, 27 серпня 2021 року), відсутність боротьби, що викликає алергію на амброзію – «Переяславські бур'яни. Не поспішайте знищувати поля» (Вісник Переяславщини, 27 липня 2021 р.); дані аналізів повітря – «У Києві зафіксовано високий вміст пилку амброзії» (Вісник Переяславщини, 30 серпня 2021 р.); застереження громадянам – «Карантин від амброзії та інших рослин, завезених на Київщину: чим вони небезпечні?» (Вісник Переяславщини, 1 вересня 2021 р.); рекомендації – «Алергія на амброзію: Як переяславцям захистити себе» (Вісник Переяславщини, 13 червня 2021 року).

Також висвітлюються новини енергетики – «У Києві впроваджують європейську ініціативу з розвитку енергетики» (Вісник Переяславщини, 23 вересня 2021), захисту флори та фауни – «На Київщині запобігли масовій загибелі бджіл» (Вісник Переяславщини, 18 липня 2021), питання, пов'язані з відходами та їх переробкою – «У Василівці немає сміттепереробного заводу» (Вісник Переяславщини, 3 грудня 2019 р.), а також – «Куди можна здати вторсировину в Київській області» (Вісник Переяславщини, 18 травня 2021); «На Київщині хочуть побудувати сміттесортувальну лінію» (Вісник Переяславщини, 28 травня 2021 р.), незвичні природні явища – «Абрикосовий

листопад у Переяславі – індикатор екологічних проблем» (Вісник Переяславщини, 13 червня 2021 року), стан радіаційного фону – «Вимірювання радіаційного фону на Київщині: Як працює система» (Вісник Переяславщини, 13 травня 2021 року), урядові новини – «У Києві затвердили склад екологічного підкомітету» (Вісник Переяславщини, 28 січня 2021 року), офіційні події, пов'язані з екологією – «У Києві підписали Угоду про поліпшення екологічної ситуації» (Вісник Переяславщини, 15 жовтня 2020 року), «Підписано Угоду про поліпшення екологічної ситуації» (Вісник Переяславщини, 14 січня 2021 року), «У Києві проходить Еко-Трійка: Як громадяни можуть зробити свій внесок у збереження довкілля» (Вісник Переяславщини, 11 вересня 2021 року).

Проаналізувавши публікації друкованих видань, які мають також Інтернет-версії «Вісник Переяславщини», «Вісті. Інформація. Реклама», «Вісті. Інформація. Реклама», «Вісті. Інформація. Реклама», «Вісник Переяславщини» та онлайн-видання «РепортерUA», вдалося виявити особливості екологічних новин на кожному порталі та тенденції, що формують екологічний порядок денний.

Особливостями «Хрещатик» є регулярне висвітлення проблем забруднення повітря та води, відходів місцевих підприємств, реагування на всі екологічні новини та переплетення тем; діяльність сайту «РепортерUA» схожа, його кореспонденти часто публікують результати екологічного моніторингу, функціонування атомної галузі, цікавить читачів і питання озеленення регіону. Суттєво відрізняється від вищезгаданих видання «Вісник Переяславщини», яке майже повністю ігнорує той факт, що промисловість впливає на екологію регіону, і зосереджує увагу читачів на сміттевій проблемі, спотворюючи реальну ситуацію та звинувачуючи у забрудненні місцеве населення. Портал «Вісті. Інформація. Реклама», «Вісник Переяславщини» характеризується неоднорідністю тематики та регулярною увагою до проблеми бур'янів, яка також є серйозною локальною екологічною проблемою.

Проаналізовані видання характеризуються мобільністю екологічної інформації (висвітлення різних джерел), мультимедійністю (текстові, відео- та фотоповідомлення), конвергентністю (трансляція на всі ЗМІ) та інтерактивністю

(можливість зворотного зв'язку, участь читачів у створенні новин). Ці медіа висвітлюють широкий спектр екологічних проблем Київського регіону, найпоширенішими темами яких є забруднення повітря, води, сміття, питної води, благоустрою, діяльності Чорнобильської АЕС та карантинних пунктів. Вони переважно представлені у вигляді результатів досліджень, моніторингу, рішень та реакції влади, громадських ініціатив, дискусій, надзвичайних ситуацій, природоохоронних заходів та експертних порад. Екологічні матеріали в проаналізованих онлайн-медіа характеризуються мобільністю, мультимедійністю, конвергенцією, інтерактивністю та гіпертекстуальністю.

3.2. Жанрове розмаїття актуальних екологічних матеріалів у регіональних онлайн-медіа

Екологічна журналістика покликана оперативно поширювати фактичну інформацію про стан довкілля та вплив різних екологічних проблем на людей, висвітлювати всі аспекти екологічних конфліктів, впливати на їх вирішення, прискорювати реакцію органів влади та організацій або вирішувати саму проблему. Екологічні журналісти не лише надають інформацію, а й викликають певну реакцію в суспільстві через специфічну проблемність питання, тобто наявність причин усіх екологічних явищ.

За відсутності спеціалізованих та авторитетних видань ці функції виконує загальна преса, в тому числі інтернет-ЗМІ. Головна їхня перевага – оперативність. Це пов'язано з тим, що публікація інформації не підпорядкована програмній розкладці, як у випадку з телебаченням і радіо (за винятком екстрених новин), і не підпорядкована редакційному календарю (як у випадку з друкованими виданнями). Вона також не залежить від часу доби, оскільки новини часто виходять в ефір навіть вночі, ні від форми інформації або самої теми (як екстрені повідомлення, так і статистичні дані публікуються регулярно).

Залежно від інформації, її формату, джерел та обробки, екологічні повідомлення в онлайн-медіа передаються за допомогою різних мовних і

стилістичних журналістських прийомів та широкого спектру жанрових форматів. Види журналістики, пов'язані з екологічною тематикою, не є особливо популярними в онлайн-медіа. Це пов'язано з тим, що вони потребують часу та певного рівня кваліфікації, яких «журналістам», як правило, бракує. Натомість чітко простежуються різні види інформації та аналітики, їх поширення та інтерактивні елементи.

«Вісник Переяславщини», «Вісті. Інформація. Реклама», «РепортерUA», «Хрещатик», «Вишгород» спеціалізуються на певних жанрах при висвітленні екологічної тематики, що є наслідком специфіки формату та діяльності кожного медіа. Оскільки межі жанрів не є чіткими, а самі жанри переплітаються та взаємно впливають один на одного, існуючі методи класифікації та віднесення матеріалів до певних груп жанрів є умовними. Для інформаційного порталу «Хрещатик» у більшості випадків характерне використання типів інформації.

Так, за досліджуваний період (15 жовтня 2018 року – 15 жовтня 2023 року) з понад 60 публікацій на екологічну тематику 81% статей написані в жанрі інформаційної журналістики. Крім того, 19% новин було подано за допомогою аналітичної журналістики. У межах жанру інформаційної журналістики найчастіше на сайті використовується жанр замітки, здебільшого у розширеній формі. Цей формат використовується для опису результатів досліджень мобільних лабораторій («У Києві перевищено гранично допустиму концентрацію пилу, подекуди забагато фенолу» («Хрещатик», 27 лютого 2019 року). «Лабораторія виявила 11 відхилень у питній воді в Київській області» («Хрещатик», 27 лютого 2019 року)), екологічних порушень («На Київщині екоінспектори оштрафували підприємства-порушники лише на 2 тисячі гривень» («Хрещатик», 8 листопада 2020 року)) тощо, а також для висвітлення екологічних подій, на які журналісти не можуть потрапити («Екологічні події, на які не можуть потрапити журналісти» («Хрещатик», 17 листопада 2020 року)).

Інформаційний тип новин був використаний у 6% матеріалів. Типовий приклад цього типу – коли журналісти стають свідками події. Наприклад, «Сотні жителів Бориспільського району протестували під ОДА, вимагаючи приїзду

губернатора - фото» («Хрещатик», 16 січня 2021 року) або «У Києві активісти прибрали парк Перемоги: сміття посортували та відправили на переробку» («Хрещатик», 19 вересня 2021 року). У багатьох випадках новина 061 супроводжується великою кількістю фотографій, що перетворює новину на фоторепортаж – «Гігантська пральна машина та кімната з фольги: У центрі Києва відкрилася ековиставка» («Хрещатик», 8 жовтня 2020 року); «27 вересня 2019 року в центрі Києва відбувся невеликий страйк за клімат» («Хрещатик», 27 вересня 2020).

Аналітичний формат екологічної інформації представлений у виданні у вигляді статей та оглядів. Водночас статті поширені і в інших виданнях, але зустрічаються в 19% матеріалів – «Хто такі люди, які роблять Київ кращим, і як їм допомогти» (Хрещатик, 30 листопада 2020 року), «Київська область отримає 104 мільйони гривень у 2021 році (Прогноз: куди витратять?)» (Хрещатик, 30 листопада 2020 року). Прикметно, що статті переважно подають інформацію про екологічний рух у Києві, рішення влади та розподіл коштів в екологічній сфері в регіоні – «Київщина отримує на 30% менше екоподатку» (Хрещатик, 15 січня 2021 року).

Загальна картина стану довкілля у виданні складається здебільшого з інформаційних статей. Найпоширенішим типом журналістських матеріалів є замітки, тобто їхні розширені версії, та статті. Репортажі, фоторепортажі та журналістські розслідування зустрічаються значно рідше. Інформаційні жанри, такі як хроніка, інтерв'ю та репортажі, а також аналітичні жанри, такі як кореспонденція, огляди та критика, повністю відсутні.

Наступним проаналізованим інтернет-ресурсом є Репортер UA. Як і попередній та інші портали загальних новин, цей портал характеризується переважним використанням інформаційного жанру: За період з 15 жовтня 2019 року по 15 жовтня 2023 року близько 280 з 300 екологічних новин були опубліковані в інформаційному жанрі, що становить 93% від загальної кількості. Крім того, 7% були опубліковані в аналітичному форматі.

Найчастіше на сайті публікуються розширені стандартні новини (майже 80% матеріалів). У цьому форматі ЗМІ здебільшого подають короткі повідомлення про результати роботи мобільної лабораторії. наприклад: «У повітрі Києва перевищено вміст фенолу та сірководню» (РепортерUA, 22 жовтня 2019 року), «Мобільна лабораторія виявила перевищення вмісту сірчистого ангідриду в повітрі Вознесенівського району» (РепортерUA, 10 січня 2020 року); звіти про роботу – «Мобільна екологічна лабораторія не працюватиме в Києві протягом 8 днів: Машини ремонтують» (РепортерUA, 13 листопада 2020 року); екологічна активність громадян та реакція влади – «Зеленський відреагував на екологічну петицію запоріжців» (РепортерUA, 4 грудня 2020 року); порушення природоохоронного законодавства «У Василівці підприємство зобов'язали сплатити 1,2 мли грн за забруднення ґрунту» (РепортерUA, 8 грудня 2020 року «Прокуратура відкрила кримінальне провадження за фактом затоплення баржі» (РепортерUA, 23 грудня 2020 року).

Ще одним типом інформації, який часто використовують журналісти РепортерUA (10% публікацій) при підготовці матеріалів на екологічну тематику, є репортаж. Цей формат використовується для висвітлення офіційних тематичних заходів – «Моніторинг атмосфери: чеські та українські експерти розповіли про свої останні дослідження на Київському екофорумі» (РепортерUA, 27 лютого 2019).

Інтерв'ю – особлива риса видання. Журналісти часто спілкуються з громадськими активістами, громадськими діячами, представниками екологічного руху, людьми, які беруть участь у ліквідації природних та техногенних катастроф, відвідують заходи та беруть інтерв'ю у відомих еко-спікерів. Прикладом таких інтерв'ю, проведених за останні три роки, є такі: «Два роки без сміття: історія однієї жінки про життя без пластику. Фото» (РепортерUA, 14 травня 2019 року), «Київська екоактивістка Олеся Крамаренко»: кожна історія починається з особистого болю; «Фото» (РепортерUA, 16 січня 2019 року), «Пожежа на Переяславщині очима рятувальників: про всеохоплюючу пожежу та безсонні дні. Відео» (РепортерUA,

15 жовтня 2020 року), «Навіть птахи перестали співати: Спогади про аварію на ЧАЕС двох київських ліквідаторів» (РепортерUA, 27 квітня 2021 року), «Екологічні активісти PlasticOn на відкритті воркшопу: Наша місія – популяризація свідомого споживання серед переяславців» (РепортерUA, 17 травня 2021 р.) Усі інтерв'ю з журналістами РепортерUA супроводжувалися фото- або відеоматеріалами. За період моніторингу фото- та відеоматеріали склали близько 3% від усіх екологічних матеріалів.

Водночас аналітичних матеріалів було небагато – лише статті: «Для моніторингу якості повітря в Києві створили спеціальну комісію» (РепортерUA, 9 лютого 2021 року), «Мешканців Київської області оштрафували за продаж первозвітів: названі суми штрафів» (РепортерUA, від 5 березня 2021 року), «Перелік 17 заходів, які отримають фінансування з київського «Екофонду»» (РепортерUA, 16 травня 2021 року), «Київ отримає фінансування з «Екофонду»» (РепортерUA, 27 лютого 2019). А також близько 7% новин про створення виконавчих органів, їхню діяльність, правове регулювання та відповідальність за порушення публікуються в цьому форматі.

Таким чином, РепортерUA демонструє домінування інформаційного жанру над аналітичним. Найпопулярнішими інформаційними жанрами є замітки, репортажі та інтерв'ю, а найпопулярнішим аналітичним жанром є стаття. Щоденники, репортажі, листування, рецензії, коментарі та опитування на цьому сайті не зустрічаються. Як і проаналізовані вище портали, інтернет-видання «Вишгород» також надає перевагу публіцистичному типу інформації. У період з 15 жовтня 2019 року по 15 жовтня 2023 року видання опублікувало близько 100 новин на екологічну тематику, з яких майже 76% – в інформаційному жанрі.

Найпопулярнішими типами інформації в газетах досліджуваних видань є спеціальні репортажі та звіти, частки яких становлять 55% та 21% від загальної кількості публікацій на екологічну тематику відповідно. Спецрепортажі зазвичай містять додаткову інформацію і тому мають більший тираж. До цього жанру належать новини про екологічні перевірки, наприклад: «У Києві провели позапланові перевірки на підприємствах» (Вишгород, 9 грудня 2020 року),

екологічні акції – «Чому заповідники Києва не хочуть пов'язувати стрічки на дерева» (Вишгород, 11 лютого 2021 року), окремі новини про вивезення сміття – «Біля будівництва мосту вивозять будівельне сміття» (Вишгород, 28 лютого 2021 року) та новини про урядові рішення – «На лісорозведення в Київській області влада планує виділити 4 мільйони гривень» (Вишгород, 17 січня 2019 року). Іноді статті супроводжуються відео та фото: «Біля пляжу створили сміттєзвалище» (Вишгород, 19 квітня 2021 року); «На центральній вулиці Києва зрубали кілька великих ялинок» (Вишгород, 29 квітня 2021 року).

В аналітичному жанрі журналісти видання використовують лише статті.

Серед форматів статей – інформація про відповідальність за правопорушення, наприклад: «Громадян оштрафували за спалювання опалого листя» (Вишгород, 3 листопада 2020 року), дані про шкоду для довкілля – «У Києві розповіли, чому небезпечно спалювати опале листя» (Вишгород, 19 листопада 2020 року); «Пандемія коронавірусу забруднила планету. Наслідки» (Вишгород, 27 лютого 2019), журналістські експерименти – «Чи реально зупинити пластик у Києві: особистий досвід» (Хрещатик 17 грудня 2020), довідкові повідомлення – «Куди українці можуть здати використані батарейки» (Хрещатик 18 березня 2021 року).

Співвідношення типів інформації та аналітики, що використовуються для створення екологічного контенту видання, дещо відрізняється від вищезгаданих видань. Аналітичний жанр статей представлений ширше, як і інформаційний жанр репортажів, але водночас на сайті мало таких інформаційних жанрів, як хроніка, репортаж та інтерв'ю, а в межах аналітичного жанру відсутні журналістські розслідування, кореспонденції, огляди та критика. Також відсутній піджанр фоторепортажу.

В онлайн-виданні «Вісник Переяславщини» порівняно з попередніми роками зменшилася частка інформаційних матеріалів і збільшилася частка аналітичних. За останні чотири роки зі 100 новин на екологічну тематику 65% були підготовлені в інформаційному жанрі, що становить близько 65 матеріалів. З іншого боку, 35% новин були опубліковані в аналітичному форматі.

У виданні «Вісті. Інформація. Реклама», як і на інших загальнотематичних сайтах, найпопулярнішим видом інформаційної журналістики на сторінках порталу є статті або їхні розширені версії (близько 50%), зокрема висвітлюється діяльність Пересувного інституту екологічного моніторингу – «У Києві оголосили про створення Пересувного інституту екології» (Вісті. Інформація. Реклама, 24 січня 2019 року); «Інститут екології в Києві тимчасово закрили» (Вісті. Інформація. Реклама, 13 листопада 2020 року), результати дослідження – «На Київщині виявили відхилення у якості питної води» (Вісті. Інформація. Реклама, 16 листопада 2020 року), екологічні новини – «У Дніпрі збільшилася популяція риби» (Вісті. Інформація. Реклама, 25 січня 2021 року), урядові рішення – «Виконавчий комітет схвалив масштабну вирубку лісу в південному окрузі Борисполя» (Вісті. Інформація. Реклама, 21 грудня 2018 року; «На Київщині вирубують ліси» (Вісті. Інформація. Реклама, 28 травня 2021 року), рішення уряду – «У Бориспільському районі хочуть побудувати сміттєсортувальну лінію» (Вісті. Інформація. Реклама, 27 лютого 2022), природні явища – «Пилова буря накрила Київ та інші міста України» («Хрещатик», 22 червня 2021 року) та новини енергетики – «На Київщині завершили будівництво підприємств» («Хрещатик», 31 травня 2019 року); «У Київській області запрацювала нова сонячна електростанція» («Хрещатик», 23 травня 2019 року). У деяких випадках статті супроводжуються фотографіями – «Алергія на амброзію: Київ не поспішає знищувати бур'янисті поля (фото)» («Хрещатик», 27 липня 2021 року); «На запорізькому курорті море виходить з берегів» (Вишгород, 8 жовтня 2021 року).

Видання використовує різні інтерв'ю, наприклад «У Києві стартував Екофорум-2019» (Вишгород, 29 травня 2019 року), «Екофорум-2019: як пройшов другий день заходу» (Вишгород, 20 травня 2020 року) та «Екоприбирання у Києві: Як городяни можуть допомогти довкіллю» (Вишгород, 11 квітня 2019 року) переважно використовувалися журналістами під час висвітлення великих екологічних подій.

Жанр репортажу на екологічну тематику не є популярним у досліджуваних онлайн-ЗМІ, але він присутній. Серед них – інтерв'ю з представником ДСНС «Спалювання сміття шкодить довкіллю та здоров'ю людей – київські рятувальники» (Вишгород, 31 травня 2019 року), «Я знаю, чому мешканці міста гніваються: Куратор громадського моніторингу якості повітря EcoCity» (Вишгород, 31 травня 2019 року).

Видання публікує статті частіше. Формат охоплює різноманітні екологічні події в суспільному житті, наприклад: «У Києві підписали угоду про поліпшення стану довкілля» (Вісті. Інформація. Реклама, 15 жовтня 2020 року), екологічні злочини – «У Києві закупили нелегальні хімікати для боротьби з амброзією» (Вісті. Інформація. Реклама, 29 жовтня 2020 року), кадрові питання у відповідних державних органах – «У Києві створили комітет з моніторингу якості повітря» (Вісті. Інформація. Реклама, 10 лютого 2021 року); аналіз поточної екологічної ситуації в регіоні – «Промислові викиди в Києві можна зменшити: що для цього потрібно» (Вісті. Інформація. Реклама, 13 травня 2021 року) та довідкові матеріали – «Вимірювання радіаційного фону в Києві: як працює система» (Вісті. Інформація. Реклама, 18 травня 2021 року), «Куди здають вторсировину в Києві: ключові моменти» (Вісті. Інформація. Реклама, 11 червня 2021 року), природні аномалії – «Дефоліація абрикосів у Києві – індикатор екологічних проблем» (Вісті. Інформація. Реклама, 14 червня 2021 року), поради – «Що робити в разі укусу медузи: Рекомендації МОЗ» (Вісті. Інформація. Реклама, 21 серпня 2021 року).

Отримані дані свідчать, що «Вісті. Інформація. Реклама» активно використовує тип інформаційних заміток та звітів, а також тип аналітичних статей. Меншою мірою використовуються фото та відеоматеріали. Зовсім не використовуються такі типи інформації, як репортажі, аналітичні кореспонденції, огляди та інші типи статей.

Ще одне аналізоване ЗМІ – «Вісник Переяславщини» – має особливий тип контенту і суттєво відрізняється від звичайних інтернет-ЗМІ. Його особливістю є те, що в ньому взагалі відсутні типи інформації. Журналісти проекту

зосереджені на створенні публікацій у жанрах статті та журналістського розслідування, з акцентом на аналізи, повному аналізі проблемної ситуації. Жанр статті майже вдвічі частіше публікується на порталі, оскільки його легше підготувати, ніж журналістське розслідування. У цьому жанрі висвітлюється діяльність правоохоронних органів в екологічній сфері, тобто повідомляється про конкретні випадки, як у матеріалах «Депутат «віджав» 265 тн під особисту сонячну електростанцію (Вісник Переяславщини, 28 червня 2021 року). Цей жанр також використовується для висвітлення суперечливих рішень влади – «Міська рада планує очистити річку без виділення коштів» (Вісник Переяславщини, 13 серпня 2021 року).

Власне журналістське розслідування є синтезом багатьох інших жанрів, зокрема статті, інтерв'ю, репортажу та авторської колонки. Воно часто доповнюється фото- та відеоматеріалами і є дуже ресурсномістким. Цьому жанру притаманне звернення до конкретних екологічних проблем у певних громадах та регіонах, як-от у матеріалі «Місія нездійсненна. Місія нездійсненна: Що потрібно зробити полігону, щоб отримати погодження» (Вісник Переяславщини, 31 січня 2018 року), «Небезпечні відходи, жодних перевірок, порушення: що приховує київське сміттєзвалище» (Вісник Переяславщини, 19 серпня 2020 року).

Жанровий аналіз матеріалів видань «Вісник Переяславщини», «Вісті. Інформація. Реклама», «РепортерUA», «Хрещатик», «Вишгород» відображає особливості формату екологічної інформації у ЗМІ. було виділено аналітичну та інформаційну групи. До першої групи увійшли медіа, на які припадає понад 60% від загальної кількості інформативних публікацій. Це такі видання, як «Хрещатик», «Вісті. Інформація. Реклама», «РепортерUA». Для цих видань характерна «конвеєрна» подача екологічних новин, відсутність журналістського «я» в тексті та стримані заголовки. Крім того, такі жанри, як інтерв'ю, або репортаж є менш поширеними. Серед аналітичних жанрів наявні лише статті, за винятком «РепортерUA», який іноді використовує жанр журналістського розслідування.

Таким чином, «Вісник Переяславщини», «Вісті. Інформація. Реклама», «РепортерUA», висвітлюють екологічні проблеми Київської області в інформаційних та аналітичних жанрах. Найчастіше використовуються такі види інформації, як статті, тобто їхні розширені версії, інтерв'ю та бесіди. Іноді вони супроводжуються фото- або відеоматеріалами. Аналітичний жанр представлений статтями та дослідницькими звітами.

Найчастіше згадуються такі екологічні проблеми, як забруднення повітря, особливо внаслідок діяльності підприємств, забруднення води, недостатня кількість питної води, проблеми з відходами, їх утилізація, переробка, діяльність сміттєзвалищ, проблеми озеленення Київської області, незаконна вирубка зелених насаджень, діяльність Чорнобильської атомної електростанції, карантинні станції, екологічні зміни в регіоні та вплив цих проблем на здоров'я київського населення.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

Висновки до розділу 3

Створюючи екологічну інформацію, різні медіа-професіонали часто керуються тим, який вплив вони хочуть справити на свою цільову аудиторію.

Для таких повідомлень характерний акцент на реалістичності або швидкому

досягненні бажаних результатів. Цільова аудиторія екологічних видань чітко

визначена: екологи, науковці, пересічні природоохоронці, представники влади та екологічної політики, бізнесмени та інші особи, так чи інакше причетні до

екологічного руху. Характерною особливістю екоаудиторії є те, що її

представники можуть виступати і як джерела інформації і як учасники

екологічного дискурсу. Найактивнішими серед них є науковці, експерти,

політики та представники бізнес-спільноти.

Екологічна тематика в Київській області поширюється через регіональні

ЗМІ. Наразі найбільш оперативними та доступними ЗМІ, які надають аудиторії

якісну інформацію про екологічні новини, є видання «Вісник Переяславщини»,

«Вісті. Інформація. Реклама», «РепортерUA», «Хрещатик», «Вишгород». Аналіз

екологічних публікацій вищезазначених ЗМІ за період з 15 жовтня 2019 року по

15 жовтня 2023 року показав, що найчастіше згадуваними темами є забруднення

повітря, забруднення води, низька якість питної води, відходи їх утилізація,

переробка, сміттєзвалища, озеленення Київської області, незаконна вирубка та

висадка зелених насаджень, карантинні рослини, зміни в місцевій екосистемі та

вплив цих проблем на стан здоров'я населення регіону.

Проблеми забруднення повітря та води, спричинені діяльністю

підприємств, представлені майже з однаковою частотою в усіх виданнях.

Журналісти майже повністю ігнорують факти про вплив київської

промисловості на екологію Києва та області та концентрують увагу аудиторії на

сміттєвій проблемі (матеріали про незаконні звалища складають майже половину

всіх екологічних публікацій). Це створює реальну ситуацію і покладає

провину за поганий стан довкілля на місцеве населення

Крім того, досліджені ЗМІ – «Вісник Переяславщини», «Вісті. Інформація. Реклама», «РепортерUA», «Хрещатик», «Вишгород» – висвітлюють широке коло тем і питань. Видання «Хрещатик» вирізняється швидким реагуванням на екологічні новини та переплетенням тем, тоді як «Вісті. Інформація. Реклама» надає більш детальну інформацію про діяльність екоорганізацій та екологізацію регіону. Видання «Вісник Переяславщини», «Вісті. Інформація. Реклама», «РепортерUA», «Хрещатик», «Вишгород» характеризується тематичною неоднорідністю та регулярними згадками про амброзію – серйозну екологічну проблему регіону. Спільними рисами цих публікацій є мобільність екологічної інформації (охоплення великої кількості джерел), мультимедійність (текстові, відео- та фотоповідомлення), конвергентність (трансляція на різні медіа) та інтерактивність (можливість зворотного зв'язку, участь читачів у створенні новин).

На тематику та проблематику екологічних публікацій у Київській області впливають різні чинники. Нам вдалося виокремити чотири особливості, які прямо чи опосередковано формують екологічний порядок денний видань: локальна активність видань, тобто орієнтація на географічно обмежену аудиторію, специфічні для Київського регіону екологічні проблеми, зумовлені промисловістю, кліматом, великими водними об'єктами та відсутністю ефективної нормативно-правової системи; формати онлайн-медіа, різноманітність, вплив власників, спонсорів та рекламодавців видань. Аналіз екологічних матеріалів в аналізованих ЗМІ за жанрами виявляє закономірності та особливості, характерні лише для Інтернет-ЗМІ, а не для екологічної журналістики. Однак відсутність чітких жанрових меж, переплетення та взаємовплив жанрів зумовлює необхідність модифікації існуючих жанрових класифікацій та їх модифікацію.

Найбільш часто використовуваними інформаційними жанрами є статті, їхні розширені форми та фото- і відео-вставки. Значно рідше використовується жанр інтерв'ю. Найчастіше використовуваним аналітичним жанром є стаття, іноді також використовується жанр журналістського розслідування. На відміну

від національних та світових практик онлайн-медіа, регіональні інформаційні портали мають консервативний погляд на жанрову трансформацію, гніздування та створення нових жанрів. Жанрові форми в регіональних друкованих ЗМІ зберігають свої загальні риси, які не змінювалися протягом останнього десятиліття, і лише зрідка розширюються за рахунок мультимедійного контенту.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

ВИСНОВКИ

Екологічна журналістика – це вид журналістики, який займається широким спектром екологічних проблем глобального та регіонального значення. Її мета – збирати, аналізувати та поширювати інформацію про актуальні екологічні проблеми, тенденції та виклики, з якими люди стикаються щодня. Мета цього виду журналістики – не лише інформувати аудиторію про актуальні екологічні проблеми, а й сприяти їх вирішенню. Для цього вона повинна розуміти суть проблеми та успішно доносити її до людства. Вона повинна розбиратися в наукових і практичних деталях екологічних подій, знати історичні передумови виникнення екологічних проблем і бути в курсі регуляторних рішень у сфері екологічної політики.

Інтернет-ресурси є найефективнішим і найпоширенішим інструментом поширення екологічної інформації і тому повинні використовуватися на повну потужність. Інтернет є відкритим, незалежним від простору і часу та дозволяє отримати негайний зворотній зв'язок з аудиторією. Реакція громадськості на екологічні проблеми свідчить про те, що люди не байдужі до цих питань.

На жаль, як українських сайтів, так і друкованих видань, присвячених екологічній тематиці, у всесвітній павутині не так вже й багато, їх кількість обмежується кількома десятками. Водночас, в Україні дуже мало оригінальних екологічних видань у класичному розумінні цього слова.

Новини про екологічні та техногенні катастрофи часто подаються як незначні події регіонального значення, а не як одна з найважливіших проблем суспільства. Існує дуже мало спеціалізованих ЗМІ, які висвітлюють усі аспекти екологічної проблематики. Наш аналіз показує, що лише три центральні ЗМІ в нашій країні мають розділи, присвячені екологічній тематиці, і ці розділи активно наповнюються. Хоча загальні ЗМІ намагаються висвітлювати екологічні проблеми, вони не надають об'єктивної та широкої перспективи, не проводять соціологічних опитувань чи спеціальних досліджень, не подають повної картини

екологічної кризи. Репортажам бракує аналітичного підходу, вони не досліджують передумови та причини подій і явищ, що відбуваються.

Лише невелика частина населення знає або обізнана про поточний стан довкілля. Більшість людей не знає, що насправді відбувається з довкіллям. Хоча екологічні проблеми сьогодні викликають великий інтерес, вони ще не стали однією з головних тем ЗМІ. Еко-журналістам необхідно не тільки інформувати людей про існування проблеми, але й аналізувати її витoki, показувати можливі шляхи подолання проблеми в конкретних ситуаціях і спонукати людей до рішучих і сильних дій. Тому журналісти, які займаються такими питаннями і працюють в екологічній сфері, повинні мати відповідну підготовку.

Великий технологічний потенціал потужних сучасних медіа, представлений Інтернетом, в українській журналістиці ще не використовується повною мірою. Це безпосередньо впливає на висвітлення екологічної тематики.

Як наслідок, екологічним новинам в українських ЗМІ бракує різноманітності. Екожурналісти намагаються впливати на своїх читачів, висвітлюючи глобальні та регіональні проблеми, формувати інформаційну та інтелектуальну складову власної екокультури, шукати наукові підходи та шляхи вирішення екологічних проблем, закликати до захисту довкілля, спираючись на свої знання. У цьому контексті можна розрізнити загальні новинні сайти, що публікують статті на екологічну тематику, «дзеркальні» сайти (сайти газет і журналів) з регулярними екологічними розділами, газети і журнали, присвячені екології, Інтернет-видання, присвячені екології, урядові та неурядові організації, що публікують різноманітні матеріали на екологічну тематику.

Створюючи екологічну інформацію, різні зацікавлені сторони часто керуються тим, який вплив вони хочуть мати на свою цільову аудиторію. Для таких повідомлень характерний акцент на реалістичність і швидкий результат.

Цільова аудиторія екологічних видань чітко визначена: екологи, науковці, пересічні природоохоронці, представники влади та екологічної політики, бізнесмени та інші особи, так чи інакше причетні до екологічного руху. Характерною особливістю екоаудиторії є те, що її представники можуть

виступати і як джерела інформації, і як учасники екологічного дискурсу. Найактивнішими серед них є науковці, експерти, політики та представники бізнес-спільноти

Екологічна тематика в Київській області висвітлюється регіональними засобами масової інформації. Наразі найбільш оперативними та доступними ЗМІ, які надають аудиторії якісну інформацію про екологічні новини, є «Вісник Переяславщини», «Вісті. Інформація Реклама», «Репортер UA», «Хрещатик», «Вишгород». Аналіз екологічних публікацій вищезазначених ЗМІ за період з 15 жовтня 2019 року по 15 жовтня 2023 року показав, що найчастіше згадуваними темами є забруднення повітря, забруднення води, низька якість питної води, відходи, їх утилізація, переробка, сміттєзвалища, озеленення Київської області, незаконна вирубка та висадка зелених насаджень, карантинні рослини, зміни в місцевій екосистемі та вплив цих проблем на стан здоров'я населення регіону.

Проблеми забруднення повітря та води, спричинені діяльністю підприємств, представлені майже з однаковою частотою в усіх публікаціях. Журналісти майже повністю ігнорують факти про вплив промисловості на екологію Києва та області, концентруючи увагу своєї аудиторії на проблемі відходів (матеріали про незаконні звалища складають майже половину всіх екологічних публікацій). Це спотворює реальну ситуацію і покладає провину за поганий стан довкілля на місцеве населення.

На тематику та проблематику екологічних публікацій у Київській області впливають різні чинники. Нам вдалося виокремити чотири особливості, які прямо чи опосередковано формують екологічний порядок денний видань: локальна активність видань, тобто орієнтація на географічно обмежену аудиторію, специфічні для Київського регіону екологічні проблеми, зумовлені промисловістю, кліматом, великими водними об'єктами та відсутністю ефективної нормативно-правової системи; формати онлайн-медіа, різноманітність, вплив власників, спонсорів та рекламодавців видань. Аналіз екологічних матеріалів в аналізованих ЗМІ за жанрами виявляє закономірності та особливості, характерні лише для Інтернет-ЗМІ, а не для екологічної

журналістики. Однак відсутність чітких жанрових меж, переплетення та взаємовплив жанрів зумовлює необхідність модифікації існуючих жанрових класифікацій та їх модифікацію.

Найбільш часто використовуваними інформаційними жанрами є статті, їхні розширені форми та фото- і відео-вставки. Значно рідше використовується

жанр інтерв'ю. Найчастіше використовуваним аналітичним жанром є стаття, іноді також використовується жанр журналістського розслідування. На відміну

від національних та світових практик онлайн-медіа, регіональні інформаційні портали мають консервативний погляд на жанрову трансформацію, гніздування

та створення нових жанрів. Жанрові форми в регіональних друкованих ЗМІ зберігають свої загальні риси, які не змінювалися протягом останнього

десятиліття, і лише зрідка розширюються за рахунок мультимедійного контенту.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Вишгород» – головний двотижневик Вишгородської міської ради (<https://vyshgorod.in.ua>).

2. «Вісник Переяславщини» – громадсько-політична регіональна газета (<https://pereiaslav.city>).

3. «Вісті. Інформація. Реклама» – щотижневий видання (<https://i-visti.com>).

4. «РепортерUA» – онлайн-видання (<https://ua-reporter.com/uk>).

5. «Хрещатик» – міська газета м. Києва (<https://khreshchatyk.kyiv.ua>).

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

НУБІП УКРАЇНИ

1. Андрейцев В.І. Екологічне право : Курс лекцій : Навч. посібник для юрид. фак. вузів. Київ, 1996. 208 с.

НУБІП УКРАЇНИ

2. Белінська І. Тематична модель регіонального видання : автореф. дис. ... д-ра наук із соціал. ком. : 31.00.08. Київ, 2003. 35 с.

3. Беляков О. Вплив процесу «Довкілля для Європи» на розвиток екологічної журналістики. *EX PROFESSO : зб. наук. пр.* Дніпропетровськ, 2001.

Вип. 3. С. 90–95.

НУБІП УКРАЇНИ

4. Беляков О. О. Комунікація як інструмент екологічної політики (на прикладі порівняльного досвіду України та Німеччини) : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 1999. 20 с.

5. Беляков О.О. Масова комунікація та екологічна політика. Моногр. Київ, 2001. 149 с.

НУБІП УКРАЇНИ

6. Беляков О. Екологічна проблематика в засобах масової інформації : навч. посіб. 2-ге вид., допов. і перероб. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2003. 186 с.

НУБІП УКРАЇНИ

7. Беляков О. Сучасні проблеми розвитку екологічної журналістики в Україні. URL : <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/81093> (дата звернення: 20.11.2022).

8. Білявський Г. О., Фурдуй Р.С., Костіков І.Ю. Основи екології: Підручник. Київ, 2004. 408 с.

НУБІП УКРАЇНИ

9. Борейко В. Є., Подобайло А. В. Екологічна етика. Навчальний посібник. Київ, 2004. С. 13-18.

10. Бугрим В. Журналістика екстремальних подій (Теоретико-прикладні аспекти). *Журналістика. Преса, телебачення, радіо.* 1990. № 22. С. 35–43.

НУБІП УКРАЇНИ

11. Бугрим В. Чорнобильська аварія: її висвітлення неоднозначне. *Журналіст України.* 1989. № 4. С. 7–10.

12. Будзан Л. Д. Поняття екологічної інформації. *Вісник екологічної адвокатури*. Київ, 2006. С. 9-12.

13. Василенко М. Динаміка розвитку інформаційних і аналітичних жанрів. Київ : ЦУЛ, 2006. 321 с.

14. Володченко О. Специфіка роботи журналіста в спеціалізованих виданнях туристичної спрямованості. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/77507>. (дата звернення: 22.12.2022)

15. Гаман П. І. Формування механізмів прискореного інноваційного розвитку рекреаційного потенціалу Карпатського регіону України (теоретико-методологічні засади). *Державне управління*. Київ, 2008. № 11. 83 с.

16. Глущко О. Художня публіцистика: традиції, проблеми, перспективи. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2345> (дата звернення: 12.08.2023).

17. Голік О. Взаємкореляція та взаємозбагачення жанрів: новітні тенденції розвитку журналістської творчості : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04. Київ, 2009. 17 с.

18. Гопко Г. Екологічна публіцистика: світоглядний аспект (на прикладі зарубіжних та українських видань 1992 – 2008 рр.): автореф. дис. ... канд. соц. ком. наук. Київ, 2007. 30 с.

19. Горлачука В. В. Еколого-економічні проблеми раціонального землекористування Західної України : дис. ... канд. економ. наук. Київ, 1997. 180 с.

20. Городенко Л. Новітні медіа. Конспект лекцій. Київ : КНУ ім. Т.Г. Шевченка, 2014. 241 с.

21. Пригориш Д. Журналістика у термінах і виразах. Львів : «Вища школа», 1974. 296 с.

22. Гриценко О. М., Кривошея Г. П., Шкляр В. І. Основи теорії журналістської діяльності. Київ, 2000. 206 с.

23. Гузенко Т. Екологія як безперечний тренд інформаційного суспільства. *Гуманітарний вісник ЗДА*. 2011. № 45. С. 9–10.

24. Гузенко Т. А. Посилення ролі соціальних мереж в екологічній комунікації. *Наукові записки [Української академії друкарства]*. 2012. № 3. С. 15-23.

25. Дмитрієв Ю. Д. Охорона навколишнього середовища. Київ, 1997. 189 с.

с.

26. Драган І. В. Формування еколого-економічного механізму регулювання. *Вісник Академії митної служби України. Сер. Державне управління*. 2011. № 1. С. 31-37.

27. Дубовий В. І., Дубовий О. В. Екологічна культура. Навчальний посібник. Херсон, 2006. 256 с.

28. Екологічна енциклопедія: У 3 т. / Редколегія: А. В. Толстоухов (гол. ред.) [та ін.]. Київ : ТОВ «Центр екологічної освіти та інформації», 2007. Т. 2 : € – Н. 416 с.

29. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2008. 276 с.

30. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посібник. Київ : Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.

31. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики : Навчальний посібник. Київ, 2010. 258 с.

32. Карась М. Журналістський фах: організація творчо-виробничого процесу. Київ : Інститут журналістики Київського національного університету ім. Т. Шевченка, 2009. 101 с.

33. Козак З. Я. Доступ до екологічної інформації. Львів, 2006. 56 с.

34. Конащук В. Л. Інноваційна платформа для проекту перетворення об'єкта «Укриття» на екологічно безпечну систему. *Проблеми безпеки атомних електростанцій і Чорнобиля*. Київ, 2019. Вип. 32. С. 93-100.

35. Конащук В. Л. Інноваційна платформа для проекту перетворення об'єкта «Укриття» на екологічно безпечну систему. *Проблеми безпеки атомних електростанцій і Чорнобиля*. Київ, 2019. Вип. 32. С. 93-100.

36. Кошовий О. Як посилити взаємодію вчених і журналістів у висвітленні еколого-енергетичних проблем. *Журналіст України*. 1989. № 7. С. 18-21.

37. Крисаченко В.С., Хилько М.І. Екологія. Культура. Політика: Концептуальні засади сучасного розвитку. Київ : Знання, 2001. 598 с.

38. Лазор О.Я. Адміністративно-правові засади державного управління у сфері реалізації екологічної політики в Україні. : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. Київ, 2004.

39. Малькова Т. Екологічна політика та охорона навколишнього природного середовища в українських ЗМІ. Київ, 2018. 29 с.

40. Мариненко В.О. Екологічна політика органів місцевої влади великих міст України. автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. Київ, 2009.

41. Марушкіна І., Алексеєва Є., Залізняк Ю., Аметов Ф. Як писати про екологію в нових медіа: посібник. Львів : Варіанти, 2017. 52с.

42. Машненко К. Проблеми та перспективи розвитку України як екологічної держави. *Державне управління та місцеве самоврядування*. Київ, 2016. Вип. 3(30). С. 22-26.

43. Мельник Л.Г. Екологічна економіка. 3-е вид. Суми, 2006. 367 с.

44. Михайленко М. Екологічна безпека України. Навчальний посібник. Київ, 2017. 235 с.

45. Михайлич І. Журналістика: словник-довідник. Київ : «Преса України», 2003. 352 с.

46. Москаленко А. З. Теорія журналістики. Київ, 1998. 334 с.

47. Московцева О. Вісім екологічних проблем України. URL: <http://news.finance.ua/ua/news/-/235280/visim-ekologichnyh-problem-ukrayiny> (дата звернення: 26.11.2022).

48. Мусієнко М. М. та ін. Екологія : Тлумачний словник. Київ : Либідь, 2004. 376 с.

49. Олтаржевський Д. Висвітлення екологічної тематики на сторінках сучасної української преси (засади, проблематика, досвід, жанрові форми та

мовностилістичні прийоми) : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2004. 16 с.

50. Олтаржевський Д. О. Висвітлення екологічної тематики на сторінках сучасної української преси (засади, проблематика, досвід, жанрові форми та мовностилістичні прийоми) [Текст] : дис...канд. філол. наук. Київ, 2004. 196 с.

51. Олтаржевський Д. Екологічна тематика на сторінках сучасної української преси. *Вісн. Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. Серія : Журналістика*. 2001. Вип. 9. С. 38–39.

52. Охурська Конвенція. URL :

https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_015#Text.

53. Потятиник Б Інтернет-журналістика : навчальний посібник. Львів : ПАТС, 2010. 244 с.

54. Прилюк Д. О. Висвітлення екологічної тематики на сторінках сучасної української преси (засади, проблематика, досвід, жанрові форми та мовностилістичні прийоми) : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2004. 12 с.

55. Сааджан І. А. Екологічна безпека та «зелена економіка» у регіональному вимірі. *Економічні інновації*. Київ, 2013. Вип. 53. С. 213-220.

56. Симоненко В. Економіка і екологія: взаємозв'язок і проблеми управління. *Вісник Національної академії наук України*. 2008. № 12. С. 38-44.

57. Словник-довідник сучасних екологічних та природоохоронних термінів / [укл. Гончаренко Г. Є., Совгіра С. В.]. Київ : Наук. світ, 2010. 67 с.

58. Тарасенко М.Ф. Філософські аспекти відношення людина-природа. Київ : Наукова думка, 1975. 116с.

59. Туманов О. О. Статистичне оцінювання розвитку соціальних медіа в Україні : автореф. дис. на здоб. наук. ст. канд. екон. н. (08.00.10 – статистика). Київ, 2021. 23 с.

60. Цвік М. В. Загальна теорія держави і права. Харків, 2011. 584 с.

61. Черняк Ю. Літературний дискурс як комунікативний феномен. *Держава та регіони*. 2014. № 4 (39). С. 16–20.

62. Шаргородська А. Екологічна проблематика в сучасній українській журналістиці: методичні вказівки та завдання для студентів третього курсу спеціальності «журналістика». Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2006. 48 с.

63. Шевченко В. Елементи оформлення сучасного газетного видання.

Київ : Інститут журналістики Київського національного університету ім. Т. Шевченка, 2000. 252 с.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України