

УДК 070: 304.9: 504: 659.3

ЕКОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМАТИКА ЯК АКТУАЛЬНИЙ ТРЕНД СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Гузенко Т.А.

*Інститут журналістики і масової комунікації Класичного приватного університету,
м. Запоріжжя, Україна*

У статті наведено характеристику ЗМІ як комунікаційної технології, що стає ефективним інструментом спілкування між різними верствами населення, формування екологічної свідомості, екологічного мислення. Встановлено, що в інформаційному суспільстві екологічна тематика набуває актуальності та сприяє впровадженню нової парадигми відповідальної життєдіяльності та виробництва.

Ключові слова: *суспільство, комунікація, інформаційне суспільство, інформація, засоби масової інформації, екологія, екологічна інформація.*

Сучасне суспільство носить статус інформаційного, оскільки ХХІ століття, як зазначає Л. Коханова – це століття знань [6, с. 3], отже питання збереження середовища людського існування та інтелектуального середовища набувають однакової важливості.

Оптимальним способом донесення екологічної інформації до широких мас є засоби масової інформації. В. Іванов підкреслює, що ЗМІ охоплюють фактично все суспільство і певним чином впливають на нього, тому у наш час ЗМІ відіграють роль інструмента формування громадської думки, оскільки роблять можливим дискурс у масштабах всього соціуму [5, с. 6]. Г. Почепцов стверджує, що ЗМІ як комунікаційні технології досить часто стають рушійною силою соціальних змін.[13, с. 23].

З огляду на це, в останні 40-50 років суттєвого розвитку набули такі напрямки, як екологічна журналістика, реклама, PR, Інтернет. На думку Г. Білявського, нині фактично відбувається всесвітня гуманітарно-екологічна революція, яка замінила науково-технічну революцію (умовно – 1960-1990 рр.), що прийшла свого часу на зміну революції промисловій (умовно 1820-1960 рр.) [1, с. 254].

Це зумовлює *актуальність теми дослідження* та необхідність подальшого розкриття ролі екологічної журналістики у сучасному суспільстві – суспільстві знань, або інформаційному суспільстві.

Мета дослідження. Метою статті є розкриття змісту суспільства знань, що формується в Україні, та екологічного тренду мислення і діяльності, який є невід'ємною частиною парадигми відповідальності життєдіяльності та виробництва в інформаційному суспільстві.

Аналіз досліджень з проблематики дослідження. Механізм інформаційної взаємодії між різними верствами населення, представниками бізнесу та владних

структур є предметом дослідження фахівців, що займаються різними науковими напрямками – соціологічними, політологічними, екологічним менеджментом тощо. Так, у дослідженні М. Бойчука [2] розкрито проблематику взаємодії держави та громадянського суспільства. Теоретично складові цих систем повинні досліджуватись і використовуватись як елементи органічного самовідтворення соціальної системи – соціального організму країни, в дискурсі якого їх дія залежить одна від одного і тому є межа, виходячи за яку, вони починають протидіяти одна одному [2, с. 7].

У матеріалі Г. Білявського [1] проблематику взаємодії людства та екології розкрито як через терміни інформаційного суспільства (екологічна освіта, екологічна культура), так і терміни економічні, оскільки для бізнесу економічні інтереси завжди протистоять інтересам екологічним [1, с. 261].

Позиція Л. Коханової щодо екожурналістики також демонструє розуміння необхідності дотримання принципів економічної доцільності засобами масової інформації як суб'єктами економіко-господарських відносин у ринковій економіці [6, с. 23].

В якості товару розглядає інформаційну складову ЗМІ й О. Матвієнко, звертаючи увагу на те, що особливості її як товару, перш за все, пов'язані з її інтелектуальною сутністю та здатністю впливати на створення нового інтелектуального (рішення, проекти, прогнози, ідеї, оцінки та ін.), так само як і матеріального продукту [8, с. 67].

Проте ступінь відповідальності ЗМІ екологічної спрямованості за формування екоосвідомості є значно більшим, що потребує дотримання принципів достовірності та відкритості екологічної інформації. Так, Д. Олтаржевський зазначає, що на працівників мас-медіа покладається велика моральна відповідальність за форми інтерпретації екоінформації та її розповсюдження, оскільки недостовірна чи перекручена інформація, подана в засобах масової інформації, може стати причиною серйозних кризових ситуацій [9, с. 37].

За визначенням В. Цвіка, серед найважливіших завдань екологічної журналістики також потрібно виділити достовірне екологічне інформування аудиторії, екологічну освіту населення і організацію практичної діяльності, громадського контролю за прийняттям і виконанням природоохоронних заходів [12, с. 74].

Таким чином, значення екологічної журналістики як засобу регулювання потоків екологічної інформації у сучасному суспільстві знань є питанням недостатньо дослідженим, і деякі його аспекти лишилися нерозкритими.

Необхідність існування засобів масової інформації, що виконують важливу функцію соціальної комунікації, доведено багатьма дослідниками; зокрема, М. Бойчук звертає увагу на те, що в ході формування громадянського суспільства існує проблема досягнення необхідного балансу між державою та механізмами її впливу на нього, з одного боку, та громадянським суспільством і його механізмами саморозвитку і соціального контролю – з другого [2, с. 15].

На нашу думку, сучасне суспільство у розрізі, обумовленому відношенням до екологічної проблематики, можливо поділити на 4 основні групи: 1) населення (різного віку, ступеню освіти, сфери зайнятості); 2) експерти, що займаються

науковими дослідженнями екологічної спрямованості (у галузі охорони природи, проблем екологічно важкого виробництва тощо); 3) представники бізнесу, бізнес-структури; 4) владні структури (місцевого та державного рівня).

Роль посередника та водночас контролера виконання своїх зобов'язань у сучасних умовах належить засобам масової інформації. Проте В. Іванов акцентує увагу на тому, що природа та функції мас-медіа, характер та глибина їхнього впливу на суспільство та окремі соціальні групи є питаннями дискусійними, і представники наукових кіл не дотримуються типових уявлень про всесилля масової комунікації, які артикують політики, частина бізнесменів та більшість журналістів [5, с. 4].

В умовах гласності та правової держави звичайною практикою стала публікація інтерв'ю та аналітичних матеріалів, авторство яких належить представникам уряду і посадовцям; так, випуск «ІнвестГазети» від 18 квітня повністю присвячено екологічній тематиці, і серед інших матеріалів, підготованих редакцією, міститься інтерв'ю Міністра екології та природних ресурсів М. Злочевського [3], у якому розкрито позицію Міністерства щодо співпраці з представниками бізнес-структур. Основні складові моделі цієї співпраці полягають у затвердженні більш жорстких санкцій за порушення екологічного законодавства та впровадження енергозбереження, яке дозволить Україні зробити перші кроки до енергетичної незалежності. Тобто екологічно важке виробництво має стати економічно не вигідним, що забезпечить дотримання еколого-економічного критерію ефективності діяльності підприємств.

Згідно результатів опитування, проведеного Представництвом ООН в Україні, більше половини представників українських підприємств (55%) вважають, що проблема захисту довкілля дуже серйозна та має бути пріоритетною для кожного. 38% знають про серйозність проблеми охорони довкілля, але є важливіші питання, на які необхідно звертати увагу.

Таким чином, більшість респондентів дотримуються думки, що найефективніша стратегія для компаній – баланс між конкурентоспроможністю та охороною довкілля, натомість уряд мусить насамперед опікуватись проблемами навколишнього середовища, водночас не забуваючи про забезпечення економічного добробуту [4, с. 50-52].

У рамках парадигми сучасного інформаційного суспільства, яка включає міждисциплінарний підхід до будь-яких завдань у сфері екології із обов'язковим висвітленням цієї інформації у ЗМІ, було створено Міжвідомчу робочу групу, до складу якої увійшли представники органів центральної виконавчої влади, експерти та фахівці Програми ООН з навколишнього середовища (UNEP) та Агентства ООН з промислового розвитку (UNIDO), вчені та громадськість [3, с. 17].

Не менш важливою функцією екологічної журналістики є донесення основних принципів ековідповідальності до широких верств населення, чому сприяє публікація матеріалів про те, що може зробити пересічний громадянин для зменшення ступеню шкідливості впливу своєї життєдіяльності на стан навколишнього середовища. Так, протягом лютого-травня 2011 року в українських та російських ЗМІ, зокрема українському журналі «Фокус» [11], було опубліковано ряд матеріалів про функціонування еколофту в Москві (квартира, де мешкає

декілька молодих людей, що сортують сміття, намагаються не використовувати поліетилен, інші екологічно важкі матеріали та використовують інші способи енергозбереження).

Спочатку у групу об'єдналися 5 чоловік. Протягом кількох місяців в результаті активної PR-діяльності до проекту підключилися в якості партнера (не планують проживати у ЕДК) близько 20 чоловік – бізнес-тренерів, експертів з альтернативних джерел енергії, вузівських викладачів, журналістів топових ЗМІ, екологічних та громадських діячів, вік учасників – від 18 до 63 років, географія – від Челябінська (Росія) до Арканзасу (США) [6].

Оскільки ідеї, пропоновані учасниками проекту – екологічний ремонт своїми руками, є достатньо новими для нашого соціуму, найбільшу ефективність для їх розповсюдження мають ресурси Інтернет, зокрема блогосфера, що сприймається в якості достовірного ресурсу людьми молодого та середнього віку. Матеріали про діяльність ЕкоЛофту було розміщено й у друкованих ЗМІ, проте для цільової аудиторії проекту розміщення електронних версій цих матеріалів на веб-порталах відповідних видань має більшу ефективність.

Таким чином, можемо дійти висновку, що для різних верств населення ефективними є різні канали комунікації, що підтверджують результати досліджень Представництва ООН в Україні за ініціативою Глобального договору в Україні [4].

Висновки. Важливим напрямком комунікації є розповсюдження екологічної інформації, та донесення до широких верств населення важливості охорони навколишнього середовища. За допомогою спеціалізованих засобів масової інформації здійснюються комунікації між владою та представниками бізнесу, що робить можливим дотримання підприємствами критерія еколого-економічної ефективності. ЗМІ як комунікаційні технології здатні формувати нові, екоорієнтовані системи цінностей, моделі поведінки, стимулювати соціальні зміни.

Перспективи подальших досліджень. На нашу думку, у майбутньому перспективними напрямками є дослідження сучасних соціальних комунікацій, здатних формувати екологічне мислення населення, а також дослідження ефективності та результативності нових комунікативних технологій, що формують екологічне мислення в Україні та країнах сучасної Європи.

Список літератури

1. Білявський Г.О. Основи екології: [Підручник] / Г.О. Білявський, Р.С. Фурдуй, І.Ю. Костіков. – 2-ге вид. – К.: Либідь, 2005. – 408 с.
2. Бойчук М.А. Влада і громадянське суспільство: механізми взаємодії: дис... канд. пол. наук: 23.00.01/ Микола Андрійович Бойчук; Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова. – Київ, 2007. – 156 с.
3. Злочевский Н. Бизнес и правительство понимают важность «зеленой» экономики / Н. Злочевский // Инвестгазета. – 2011. – №15 (18 апреля). – С. 17-19.
4. Зміна клімату: ставлення населення, експертів та бізнесу в Україні / Матеріал Представництва ООН в Україні; Ініціатива Глобального договору в Україні. – 56 с.
5. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: [Навчальний посібник] / В. Іванов / За наук. ред. В.В. Різуна. – К.: Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.
6. Ком'юніті ЕкоЛофту у Живому Журналі [Електр. ресурс]. – Режим доступу: <http://ecoloft.livejournal.com/>

7. Коханова Л.А. Экологическая журналистика. PR и реклама: учеб.пособие для студентов вузов спец. 030601 «Журналистика» / Людмила Александрована Коханова; под ред. Я.Н. Засурского. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 383 с.
8. Матвієнко О.В. Основи інформаційного менеджменту: [Навчальний посібник] / О.В. Матвієнко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 128 с.
9. Олтаржевський Д.О. Висвітлення екологічної тематики на сторінках сучасної української преси (засади, проблематика, досвід, жанрові форми та мовностилістичні прийоми): Дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / Дмитро Олегович Олтаржевський; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка; Ін-т журналістики. – К., 2004. – 196 с.
10. Офіційний веб-сайт Державної установи «Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України» [електр. ресурс]: <http://www.smida.gov.ua/>
11. Седова Я. В центре Москвы живет и работает экоммуна / Я. Седова // «Фокус». – 2011. – №10 (11 марта) [електр. ресурс]: <http://focus.ua/foreign/174550>
12. Цвик В.Л. Введение в журналистику: [Учеб. Пособие] / В.Л. Цвик. – М.: МНЭПУ, 2000. – 77 с.
13. Почепцов Г.Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології. Комунікація / Г.Г. Почепцов // Збірка наукових праць. – 2010. №1 (грудень) – С.19-25.

Гузенко Т.А. Экологическая проблематика как актуальный тренд современных социальных коммуникаций // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т.24 (63). – №4. Часть 1. – С.32-36.

В статье приведена характеристика СМИ как коммуникационной технологии, которая становится эффективным инструментом формирования экологического сознания, экологического мышления. Установлено, что в информационном обществе экологическая тематика становится все более актуальной, способствуя внедрению новой парадигмы ответственной жизнедеятельности и производства.

Ключевые слова: *общество, коммуникация, информационное общество, информация, средства массовой информации, экология, экологическая информация.*

Guzenko T.A. Environmental problems as a modern trend in the current social communications // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part 1. – P.32-36.

In the article the characteristic of modern global information society is resulted, the role of social communications and mass media in it as a tool of realization of interaction between different means of society is disclosed. It is established that the ecology and ecological thinking became an integral part of life of the modern information society.

Key words: *society, communication, information society, information, mass medi. ecology, ecological information.*

Поступила до редакції 27.07.2011 р.