

Роль СМИ в продвижении и привлечении внимания к вопросам энергоэффективности

*СМИ могут продвинуть любую идею, **НО** только если захотят*

*Валентина ПИОНТКОВСКАЯ,
Бизнес-журналист, журнал "Стройбизнес", Кишинев, Молдова*

2006

Почему я лично в этом участвую?

- первоначально, это была проблема выживания семьи и моего бизнеса
- моя гражданская позиция - противодействие монополистам
- профессиональный (технический) опыт и образование
- понимание того, что эта проблема существенно влияет на развитие страны и уровень жизни населения

Молдова: доходы населения

(в лаях)

Год	1997	1998	1999	2000	2001	2002
<i>Средняя зарплата на 1 работника</i>	219,8	250,4	304,6	407,9	543,7	691,5
<i>Средний доход на 1 члена семьи</i>	135,4	117,8	133,4	185,8	241,0	321,6
<i>Среднемесячная пенсия</i>	82,8	83,9	82,8	85,1	135,8	161,0

Источник: Статистический ежегодник Молдовы, 2002

Тарифы на тепловую энергию за 1 Гкал в лях РМ (без НДС)

Начало применения тарифа	Теплоноситель (горячая вода)
15.01.1993	9,29
01.03.1993	12,08
10.07.1993	25,91
10.11.1993	99,16
10.03.1994	301,00
01.03.1995	271,55
01.05.1996	271,55
01.03.1997	271,55
01.06.1997	165,00
01.11.1998	126,00
24.12.1998	189,00
01.07.1999	233,00
21.12.2002	233,00

*Источник: «Углубленный обзор политики и программ в области энергоэффективности. Молдова»
Секретариат Энергетической Хартии, 2004*

Потребление электроэнергии и тарифы в отдельных странах, 2002

Страна	ВВП на душу населения в долл.	Потребление эл-ва на душу насел. (kWh)	Средний тариф (в центах)
Armenia	3,120	1,059	4.32
<i>Estonia</i>	12,260	3,499	5.16
Georgia	2,260	1,694	4.81
Kazakhstan	5,870	4,106	2.86
Kyrgyz Rep.	1,620	1,442	0.92
<i>Latvia</i>	9,210	2,201	6.31
<i>Lithuania</i>	10,320	2,120	7.25
Moldova	1,470	612	5.47

Sources: Energy Regulators Regional Association; World Bank

Цели

- проинформировать общество и тех, кто принимает решения
- вызвать интерес читателей к проблеме
- обратить внимание общества на ее существование
- создать предпосылки для проведения публичных обсуждений и кампаний
- привлечь бизнесменов
- повлиять на процесс принятия решений

Проблемы в отношениях со СМИ

- отсутствие интереса к теме энергоэффективности
- дефицит профессиональных журналистов, специализирующихся на этой тематике
- желание СМИ получить оплату за публикацию
- нежелание пользоваться профессиональной информацией, использование лишь официальной

Проблемы доступа к информации

- весьма ограниченный доступ к текущей государственной (несекретной) информации, особенно, для частных СМИ
- неполные и слишком поздно предоставляемые статистические данные
- платный доступ к большинству законодательных актов *(до 1 февраля 2006 г.)*
- широко применяемая практика: принять решение, а когда оно вступит в силу, предоставить информацию для СМИ, чтобы избежать его публичного обсуждения

Пути преодоления проблем

для тех, кто продвигает идеи энергоэффективности

- предоставлять как можно больше информации читателям
- использовать при подготовке статей, наряду с официальной, и профессиональную информацию, собранную предварительно
- участвовать в дискуссиях, заседаниях за круглым столом, семинарах, чтобы найти больше профессионалов и выявить различные точки зрения
- вызывать интерес, провоцируя таким образом отклики читателей
- избегать технического языка в статьях, предназначенных для широкого круга читателей

Пути преодоления проблем

(продолжение)

- заранее узнать о политике и предпочтениях редакторов и СМИ, чтобы избежать отказа в публикации статьи
- подготовить серьезные аргументы для редактора (хорошо написанная статья - лишь один из них)
- в случае, если редактор отказывается печатать вашу статью, обратитесь к другим
- используя печатные СМИ, не забывайте об электронных (Интернет, радио ТВ)
- зарезервируйте и раздайте бесплатно несколько экземпляров издания, если в нем опубликована ваша статья с важной информацией (особенно - для парламентариев и коллег из других СМИ)

Рекомендации

- Проблемы энергоэффективности редко обсуждаются в молдавских СМИ. В то время как страна импортирует свыше 95% энергоносителей, а население Молдовы (официально признанное беднейшим в Европе) оплачивает самые высокие в СНГ тарифы на коммунальные услуги.
- Ситуацию в СМИ можно объяснить интересами редакторов, предпочитающих рекламно-ориентированные материалы; профессиональной подготовкой журналистов, отсутствием у большинства гражданской позиции; дефицитом официальной информации; и другими причинами.
- Для изменения ситуации необходимы совместные тренинги представителей ассоциаций собственников жилья, журналистов, и редакторов наиболее популярных СМИ в сфере энергоэффективности.