

Пропонований матеріал для експозицій: карти, таблиці, діаграми, фотографії, листівки, схеми, плакати, діапозитиви, книги, брошури, буклети, журнали, статті, картини, чучела, заспиртовані та сухі препарати, гербарії, зразки, моделі, прилади забороненого лову та полювання, тераріум, акваріум, панорами, моделі, архівні документи, значки, слайди, фільми. Бажано придбати апаратуру для показу під час екскурсії слайдів та любительських фільмів. Не варто використовувати в експозиції види, занесені до Червоної книги, краще обмежитись фотографіями і малюнками.

Матеріали можна придбати в товаристві охорони природи, товариств мисливців та рибалок, мисливській інспекції, на станції юннатів, у любителів природи, мисливців, рибалок, фотографів, художників, вчених, геологів, меліораторів. До збору експонатів можна залучити й громадськість.

Ефективною формою природоохоронної пропаганди є проведення пересувних фотовиставок, приурочених до Всесвітнього дня охорони навколишнього середовища, Дня рибалки, відкриття полювання. Виставку можна супроводжувати спеціальною емблемою і лозунгом — це підвищує її дієвість і престиж. Бажано помістити інформацію в місцевій газеті.

Фотовиставки бувають двох типів: перша монтується на невеликих дерев'яних стендах, а друга — пересувна, експонати якої можна помістити в дипломаті. Ця виставка складається з картонних планшетів розміром 30 × 20 см з наклеєними на них фотографіями. На місці, де передбачається розгорнути фотовиставку, горизонтально прикріплюють мотузку, до якої згодом кріплять планшети.

Як показав досвід, пересувну фотовиставку за матеріалами самодіяльного музею можна з успіхом демонструвати в сільських школах, клубах, на підприємствах, у будинках культури, сільрадах, магазинах. Срок демонстрації в одному місці не повинен перевищувати один тиждень.

Стаціонарні виставки організують на 3—5 років, присвячуючи їх до ювілеїв, конференцій. Найкраща пора проведення — пізня осінь чи зима. Оптимальна тривалість — 6—10 днів. Бажано доповнювати виставку екскурсіями в природу.

Виставки можуть складатись з таких розділів:

1) загальний, який дає уявлення про захід. Тут створюють

кілька стендів з матеріалами про тварин, їх видову різноманітність, користь та необхідність охорони;

2) літературний розділ містить рекомендовану літературу, куточок для журналів, книг, альбома з газетними вирізками. Доцільно організувати продаж книг з даної тематики, заздалегідь домовившись про це з книжковим магазином;

3) розділ конкурсних робіт школярів з відгуками журі. Конкурси можна проводити на найкращій вірш, написаний дітьми, малюнок, оповідання, пташиний будинок, годівницю, стінну газету;

4) куточок відпочинку, де розміщують настільні ігри, різного роду посібники з ребусами, загадками, кросвордами тощо.

Крім пропагандистської функції, самодіяльні музеї можуть стати організаторами природоохоронної роботи з громадськістю. Тут можна проводити заняття з членами загонів "голубих патрулів", організовувати семінари та інструктажі напередодні комплексних кампаній з охорони природних багатств.

Великі пропагандистські можливості має любительський кінематограф. Кіноаматори можуть оперативно зробити фільм про боротьбу з браконьєрами, зафіксувати на плівку необхідні для пропаганди моменти роботи громадських егерів.

Очевидно, ради УТМ можуть проявити ініціативу в налагодженні співробітництва з кіноаматорами, забезпечувати їх кіноплівкою, транспортом, організовувати фестивалі любительських природоохоронних фільмів. Користь від цього обопільна.

Демонстрація в містах, робітничих селищах, селах, на підприємствах та в школах любительських кінофільмів, спеціальних кіножурналів по боротьбі з браконьєрством сприятиме профілактиці правопорушень, створюватиме належну атмосферу для роботи природоохоронних інспекцій. Подібні стрічки може демонструвати і обласне телебачення.

Слід активніше використовувати можливості радіо. За даними соціологів, радіо — один з найпопулярніших засобів масової інформації, особливо в сільській місцевості. Відомо, що за допомогою радіо інформація поширюється у 3 рази швидше, ніж через газети, і в 12 раз швидше, ніж за допомогою журналів.

Одним з перших у колишньому СРСР, ще з 1957 р., почало готувати природоохоронну передачу "Природа, полювання, рибальство" радіо Литви. З 1962 р. раз на місяць звучать передачі "Чверть години про природу" по естонському радіо. На Україні понад 20 років існує радіожурнал "Рідна природа". Нині у нас немає області, де б щомісячно не велись природоохоронні передачі.

З метою посилення пропагандистського впливу слід поєднувати різні засоби масової інформації — радіо, телебачення, пресу. Уже час створити спеціальні природоохоронні радіопрोगрами, розраховані на певну аудиторію слухачів, які транслювати в зручний для них час. Найбільше уваги при цьому треба приділити районному радіо.

Кілька слів про усну пропаганду — лекції, бесіди, доповіді. Нині цей арсенал мало не головний у нашій практиці. І дійсно, усна пропаганда — дешевий і дохідливий, але не дуже ефективний захід. Його ефективність можна підвищити, запроваджуючи "круглі столи", дискусії, диспути, імітаційні ігри, вечори запитань і відповідей, виступи агітбригад. Особливу увагу слід звертати на аудиторію меліораторів, працівників сільського господарства, мисливців, рибалок-любителів, туристів і промисловців.

Велике значення має робота по профілактиці браконьєрства. Відомо, що пропаганда, розрахована на конкретну групу людей, дає найбільший ефект. На практиці давно застосовують такі цікаві форми, як виготовлення пам'ятних листівок і листівок-нагадувань.

Пам'ятну листівку вручають порушнику на місці затримання. Складається вона оригінально, з урахуванням законів психології. З одного боку розміщують текст, безумовно корисний і цікавий для мисливця чи рибалки (календар полювання і рибальства, прикмети зміни погоди, малюнки та назви мисливських видів тварин, розклад руху автобусів і електричок). З другого — подається пропагандистська інформація, спрямована на запобігання порушенням (строки та місце полювання чи рибалки, малюнки або перелік дозволених і заборонених засобів лову). Подібні листівки можна поширювати серед мисливців і рибалок під час поїздок на полювання, на нарадах, у магазинах "Рибалка і мисливець", на човнових станціях, туристичних базах.

Листівки-нагадування розсилають поштою раніше затриманим порушникам з метою вплинути на них і їх оточення таким чином, щоб запобігти новому злочину. Текст листівки повинен бути чемним, нагадувати правила полювання чи рибальства, містити побажання успіхів у новому сезоні.

Кандидати біологічних наук Д. М. Кавтардзе та О. С. Мартинов пропонують під час рейдів використовувати листівку з текстом: "Ваші снасті вилучені (знищені) інспектором". Листівка має широку лінію по діагоналі і лишається в тому місці, де сталося порушення, якщо власник снастей не затриманий. У ній зазначають, що предмети лову знищені уповноваженою особою, а також нагадують про шкоду, якої завдає природним багатствам використання цих предметів. Досвід показав, що подібний пропагандистський захід викликає значну реакцію в місцевих жителів, сприяє формуванню громадської думки щодо браконьєрства.

Широко використовують також листи, які надсилають за місцем роботи порушників. У них вказують дату, час і місце затримання порушника, його прізвище, ім'я, по батькові, вид браконьєрства, прохання розглянути на зборах трудового колективу здійсненій вчинок.

Велику допомогу в боротьбі з браконьєрством можуть надати інформаційно-сатиричні вітрини, стенди з фотографіями та інформацією до них, виставлені в спортивних магазинах, кінотеатрах, на вокзалах. У спеціально закріплені рами періодично вставляються вирізки із свіжих газет, виписки з правил мисливства і рибальства, фотографії затриманих браконьєрів.

Біля кордонів мисливських господарств, заповідників встановлюють аншлаги, плакати, панно з певною природоохоронною інформацією. Їх перевага (порівняно з іншими формами і засобами пропаганди) у можливості впливати на людей безпосередньо поблизу даних об'єктів.¹

Аншлаги слід розміщувати в тих місцях, де люди найчастіше заходять на цю територію: з боку навколишніх сіл, зупинки транспорту, вздовж доріг і стежок, у місцях їх перетинання з річками, потічками, біля джерел. Аншлаги, встановлені в цих місцях, розраховані на людей, які проходять чи проїжджають поблизу. Тому тут не потрібні надлишкова деталізація і довгі тексти, бо об'єм оперативної пам'яті обме-

жений і визначається числом 7 ± 2 (середньостатистичне значення кількості об'єктів чи одиниць, яке людина може запам'ятати після одноразового пред'явлення). Інакше кажучи, оптимальна кількість слів або зображень на плакаті повинна становити 5—7 і не більше 9. Уздовж автомобільних трас, де велика швидкість руху, — всього 3—4.

Віршовані рядки сприймаються з більшим інтересом, емоційні, краще запам'ятовуються. Такі аншлаги треба встановлювати з правого боку дороги або стежини на видному місці, щоб вони не зливалися з навколишнім ландшафтом. Найкращі місця — ті, де в людини порушуються темп і ритм руху. Наприклад, на зупинці транспорту, біля регульованих переходів, білетних кас, при виході з автобуса, електрички, у місцях відпочинку, укриттях від дощу. Тут можна встановити 2—4 аншлаги з детальнішим викладенням тексту, адже в людей є час їх роздивитися.

Зауважимо, що аншлаги привертають увагу протягом недовгого часу, і при тривалому перебуванні на одному й тому ж місці люди перестають звертати на них увагу. Так, за даними Л. І. Реїтинбарга, на другий день тривалість розглядування аншлага вдвоє нижча, ніж у першій, на третій — вдвоє нижча, ніж на другій, і т. д. Отже, необхідно регулярно переставляти засоби наочної агітації, для чого мати набір аншлагів, а також резервні місця, де інформацію вивішують не постійно, а з перервами.

Розміщують аншлаги на висоті 1,5—2 м в такій послідовності, коли кожний наступний аншлаг чи плакат розвиває та розширює ідею попереднього.

Перед здійсненням пропагандистських засобів доцільно за допомогою соціологічних методів визначити знання, навички, упередження й ставлення населення до певних видів тварин, зафіксувати одержані показники на карті. Картографічні матеріали дозволять, фокусуючи пропагандистські зусилля на найбільш неблагополучних районах, швидше досягти успіху.

Нами разом із спеціалістами Інституту зоології АН України вперше була розроблена карта природоохоронної пропаганди щодо ставлення до білого лелеки. За модель було взято Одеську область, де через етнічні, географічні, історичні та інші причини тісно переплелися традиції, забобони, звичаї у ставленні до цього птаха.

У всіх районах області було розповсюджено 1 тис. анкет, котрі дозволяли виявити, які місцеві жителі знають прислів'я про лелек чи уміють споруджувати для них штучні гнізда. Останнє особливо важливо знати, тому що однією з причин зникнення білого лелеки з території України є відсутність зручних місць гніздування.

Аналіз анкет дозволив встановити, що гірше всього володіють навичками спорудження штучних гнізд для білого лелеки жителі Арцизького, Болградського, Тарутинського і Татарбунарського районів, а краще — Біляївського. Менше за інших могли назвати прислів'їв, які відображали позитивне ставлення до птахів (типу "Лелека на хаті — щастя в хаті"), жителі Котовського, Красноокнянського й Фрунзенського районів. Відмічено цікаву тенденцію: чим менше знає прислів'їв, тим менше має навичок обладнання для цих птахів штучних гнізд.

Створення подібної карти дало змогу не тільки географічно, а й за наявністю інформації, соціальним і віковим складом населення диференціювати пропаганду охорони білого лелеки. Наприклад, в Арцизькому й деяких інших районах насамперед ознайомили населення з обладнанням штучних гнізд, а в Котовському і сусідньому з ним — з прислів'ями та прикметами, які мають екологічний підтекст.

Розроблену карту пропаганди охорони білого лелеки після тиражування направляли в обласні та районні комітети та товариства охорони природи, станцію юннатів, районні газети, активістам Українського орнітологічного товариства.

Вважаємо, такі карти можна розробляти для пропаганди охорони інших видів тварин і деяких рослин, насамперед занесених до Червоної книги України.

На наш погляд, необхідно відмовитися від обліку фауністичної пропаганди так би мовити за валом. Так, у 1987 р. працівниками Захоррибволу було, за звітами, організовано 5159 виступів по радіо, 20 — по телебаченню, випущено 922200 плакатів і листівок, виготовлено 549 стендів. Проте ефективності цих заходів ніхто не досліджував. Можливо, слід менше видавати плакатів та листівок і більше виготовляти стендів.

Спеціалісти вважають, що ведення будь-якої, не тільки природоохоронної, пропаганди без зворотного зв'язку та вив-

чення її ефективності — практично даремна справа. Тому цю роботу треба вести в тісному контакті з соціологами і психологами, під їх наглядом.

Окремої розмови потребують екологічно безграмотні матеріали, які нерідко можна відшукати серед кореспонденцій та фотографії у газетах і журналах, на плакатах, календарях.

Наприклад, у газеті "Социалистический Донбасс" розповідалось про одного "любителя" природи, який за допомогою рушниць й свинцевого дроби зібрав у своєму домі значну колекцію птахів. Зрозуміло, подібні публікації не сприяють вихованню в читачів гуманного ставлення до "братів наших менших".

Ще виходять у світ книги, де до шкідників саду чи поля відносять дуже рідкісних, занесених до Червоної книги метеликів сатурнію, подалірій та ін.

Не кращим чином на екологічне виховання підростаючого покоління впливають замітки про приручених їжаків і черепах (їх автори й не знають, що цим порушують Закон про охорону і використання тваринного світу) або ж численні нині дискусії про шкідливість сірих ворон.

Кадастр тваринного світу

Введення державного кадастру тваринного світу здійснюється відповідно до Закону України "Про охорону і використання тваринного світу". Один з його розділів — "Державний облік тварин і державний кадастр тваринного світу" — присвячений виключно цьому питанню і містить дві статті:

— Державний облік тварин та їх використання і державний кадастр тваринного світу.

Для забезпечення охорони і організації раціонального використання тваринного світу проводиться державний облік тварин та їх використання, що охоплює відомості про географічне поширення видів (груп видів) тварин, їх кількість, характеристику необхідних для них урочищ, характеристику сучасного використання та інші необхідні дані.

— Порядок державного обліку тварин та їх використання і ведення державного кадастру тваринного світу.