

РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ НАСЕЛЕНИЯ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ

Ирина Валерьевна Фотиева, доктор философских наук, доцент, профессор ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет», Россия, Барнаул, e-mail: fotieva@bk.ru

Аннотация. В статье анализируются проблемы представления материалов экологической тематики в современных российских СМИ. Приводятся результаты ряда последних исследований; выявляются основные негативные тенденции в освещении экологической тематики: недостаточное количество экологических материалов; неадекватные, эмоциогенные формы представления экологических проблем; безадресность многих публикаций и отсутствие ориентации на изменение собственных поведенческих паттернов. Подчеркивается, что преодоление указанных недостатков имело бы следствием повышение экологической культуры населения, что должно стать одной из первоочередных задач средств массовой информации. Отмечается роль экокультуры в решении экологических проблем: соблюдение экологических стандартов в повседневной жизни, эффективный общественный контроль над решением конкретных проблем. Подчеркивается важность формирования как рационального осознания экологической ситуации в стране и в мире, так и определенных ценностных установок.

Ключевые слова: средства массовой информации, экология, экологическая культура.

Для цитирования: Фотиева И.В. Роль СМИ в формировании экологической культуры населения: тенденции и проблемы // Актуальная культура: научный сетевой журнал. – 2023. – № 4. – С. 1-6 [электронный ресурс]. URL: <http://journal.asu.ru/cc> (дата обращения 30.12.2023).

Введение. Осознание приближения глобального экологического кризиса все большим числом ученых, общественных деятелей и глав правительств подтверждается целым рядом международных правительственных документов. Среди основных проблем на первый план выдвигается изменение климата и его многочисленные последствия.

Но массовая аудитория во многом далека от понимания серьезности происходящего, и одной из главных причин этого является недостаточное внимание, уделяемое данной теме в СМИ, упрощенное и часто попросту неверное понимание экологической ситуации на планете и в России, некомпетентность и недостаточный профессионализм журналистов, препятствующий адекватному освещению данной темы. Даже те из них, которые нацелены на освещение реальных социальных проблем, не часто включают в их

перечень проблемы экологии, а если и включают, то либо в виде кратких информационных сообщений, либо в виде «страшилок», эмоциональных описаний какой-либо катастрофы, где ее причины (часто антропогенные) лишь кратко упоминаются. Возможно, здесь и у журналистов, и у аудитории срабатывает рефлекс «страуса, прячущего голову в песок» (его анализирует Э.Фромм в своей работе «Иметь или быть»). Но если этот рефлекс простителен читателю, то непростителен серьезному журналисту, осознающему свою социальную ответственность. Именно журналист должен, во-первых, сам быть экологически подготовленным и, во-вторых, найти адекватные журналистские средства для того, чтобы, не пугая аудиторию (и тем самым делая ее невосприимчивой к данной информации) донести суть вопроса. И прежде всего, повторим, осознать актуальность данной проблематики и дать ей достойное место в повестке дня – тем самым постепенно повышая экологическую культуру населения. К ней мы ниже вернемся, а пока проиллюстрируем сказанное несколькими примерами.

Цифры и факты. Приведем результаты некоторых исследований. Так, К.С. Лантух и О.В. Перезовова в ходе изучения материалов СМИ ряда регионов (700 материалов в каждом регионе) выявили, что в новостной повестке Уральского региона из 700 проанализированных материалов только 1,4% можно отнести к экологической тематике; в Свердловской и Тюменской областях из 700 материалов к экологической проблематике относились по 2,4%; в Казахстане – 1,4% (Лантух, Перезовова 2022: 117). Существенно более высоким – 15% – оказался выявленный группой исследователей процент данных материалов в сетевых изданиях Уральского региона «74.ru» и «1obl.ru», которые считаются ресурсами активных социальных коммуникаций региональной молодежной аудитории. Тем не менее, по мнению авторов, этого уровня недостаточно: «посты экологической проблематики не лидируют, хотя для региона проблемы экологии являются чрезвычайно актуальными» (Лободенко, Перезовова и др. 2022: 616).

Интересны результаты опроса, проведенного О.В. Перезовой и Е.В. Возиловой среди студентов по журналистским материалам экологической направленности. Опрос состоял из пяти идентичных вопросов для каждого блока медиатекстов, выявляющих соответственно когнитивный, эмоциональный и конативный аспект данных медиатекстов. В эмоциональной шкале «...испытуемым была предложена следующая шкала эмоций: гнев, грусть, безразличие, удивление, радость, восхищение»; при этом «у большинства респондентов доминировало чувство “грусти” (60,2%). Следующий по частотности ответ – это “безразличие”. Доля других ответов не превышала 6%» (Перезова, Возилова 2022: 88). Особенно показателен третий блок вопросов, связанный с поведенческими установками испытуемых, «...целью которых было выяснить: влияют ли тексты и изображения экологической проблематики на целенаправленный характер деятельности?.. Испытуемым были предложены следующие модели поведения: пересмотреть свои установки по отношению к экологии; изменить свое повседневное мышление; вступить в экологические

сообщества, группы; помочь экологическим движениям; задуматься над экологическим будущим; ни к чему просмотренный материал не побуждает... Лидером является ответ – “пересмотреть свои установки по отношению к экологии” (42%), вторым по популярности ответом было – “изменить свое повседневное мышление” (29%)...Третий по популярности ответ – “помочь экологическим движениям” (26%) и “ни к чему” не побуждает (26%)» (Перезова, Возилова 2022: 90). Сами авторы полагают, что, в целом, здесь обнаруживается недостаток поведенческой активности: «Единственный из предложенных вариантов, который демонстрировал побудительный мотив к конкретным действиям, был «вступить в экологические сообщества, группы». Но он оказался самым невостребованным, его выбрало минимальное количество респондентов» (там же).

Таким образом, вырисовывается следующая картина.

Во-первых, налицо недостаточное количество экологических материалов в российских СМИ. *Во-вторых*, судя по другим исследованиям, формы представления экологической тематики и особенно острых проблем явно неадекватны. «В заголовках преобладают слова-триггеры, привлекающие внимание: “опасность”, “грязь”, “смрад”, отражающие высокую степень экологического риска в регионе, воздействующие на аффективное состояние аудитории», но при этом «образы, мотивы и художественные приемы анализируемых материалов носят шаблонный характер, формирующий материал в контексте “проблема-проблема”, заставляя аудиторию сопереживать, но при этом не дают объективный взгляд на освещаемую ситуацию» (Лантух, Перезова 2022: 119). Повторим, что чаще всего журналист из экологической новости делает «жареный факт».

И *третья* проблема многих экологических публикаций: безадресность и отсутствие ориентации на изменение собственных поведенческих паттернов. Иными словами, читатель не понимает, что именно он лично может сделать и каким образом. Преодоление указанных недостатков имело бы следствием, прежде всего, *повышение экологической культуры* населения, что должно стать одной из первоочередных задач средств массовой информации.

Роль эко-культуры в решении экологических проблем. Каким образом формирование экологической культуры населения способствовало бы преодолению кризисных тенденций в рассматриваемой сфере?

Прежде всего, «критическая масса» экологически грамотного населения будет, *во-первых*, соблюдать экологические стандарты в повседневной жизни, а, *во-вторых*, с большей организованностью и эффективностью осуществлять своеобразный общественный контроль над решением конкретных проблем. Особо подчеркнем, что многие экологические проекты, — например, раздельный сбор мусора, — в принципе не реализуемы без подготовленного населения. Не случайно подавляющее большинство специалистов подчеркивает, что именно формирование экологического мировоззрения и эко-культуры как его основы является не только важнейшей, но приоритетной частью системы мер по выходу из кризиса.

При этом подчеркнем, что важнейшим компонентом эко-культуры является *экологическая этика*, то есть ценностно-эмоциональное отношение к природе. Многие авторы отмечают, что экологический кризис связан, прежде всего, с антропоцентристским характером традиционной морали, с тем, что на протяжении многих веков в западной культуре природа была исключена из сферы морального действия. Как отмечают С.Д. Дерябо и В.А. Ясвин, анализ публикаций на экологическую тему в средствах массовой информации показывает, что в них типология отношения к природе строится, в основном, «на противопоставлении “варварского, бесхозяйственного” и “рационального, хозяйского” отношений. В этой типологии однозначно прослеживается антропоцентрический, технократический подход к природе» (Дерябо, Ясвин 1995: 53). Но экологическое сознание, повторим еще раз, должно быть не сугубо рациональным; важнейшим его компонентом должен быть именно ценностно-эмоциональный. Безусловно, и рациональное осознание сложности ситуации, как уже сказано, подвигает государства и общества к принятию серьезных мер. Но проблема в том, что эти меры реализуются намного медленнее, чем идут деструктивные процессы в природе. И причина очевидна: инерционность сознания, и не столько мышления, сколько эмоционально-ценностного отношения, составляющего, повторим, базис эко-культуры. В этом направлении сформировалась концепция *эволюционной этики*, у истоков которой стояли такие мыслители, как П. Тейяр де Шарден, Дж. Хаксли, А.Швейцер, О. Леопольд, и которая напрямую пересекается с идеями русской философской мысли XIX-XX вв. Вторая же половина XX века ознаменовалась целым рядом работ, посвященных этой теме. Особого внимания, на наш взгляд, заслуживают не утратившие своей актуальности труды К. Лоренца. Он рассмотрел проблемы человеческой культуры в наиболее широком контексте: «Прогрессирующий упадок нашей культуры выявляет столь очевидную патологическую природу, столь бросающиеся в глаза признаки болезни человеческого духа, что из этого вытекает категорическое требование исследовать культуру и дух с позиций определенной медицинской науки» (Лоренц 1995: 6). В корне неверная ориентация современной цивилизации – «восемь смертных грехов цивилизованного человечества», как он назвал свою известную работу, – является, по Лоренцу, основной причиной глобальных кризисов, как внешних, так и внутренних.

Резюмируя сказанное, подчеркнем необходимость достаточно широкой эрудиции журналиста, пишущего материалы по данной теме, более того, по-видимому, необходима его соответствующая специализация. Здесь, скорее всего, последует возражение: невозможно при нынешнем финансовом состоянии большинства редакций держать отдельных аналитиков-экологов. Но в этом возражении, во-первых, будет скрыто звучать то самое непонимание проблемы, о котором выше было сказано. Во-вторых, если речь идет об экологической грамотности всего населения, то подобная грамотность журналиста должна стать нормой. И, в-третьих, отметим сугубо прагматический аспект темы: необходимость способствовать популяризации и

реализации программ, которые, пусть и в недостаточном объеме, принимаются на уровне правительств.

Список источников

Дерябо С.Д., Ясвин В.А. Методики диагностики и коррекции отношения к природе. М.: ЦКФЛ РАО, 1995. 147 с.

Лантух К.С., Перезовова О.В. Освещение экологических проблем в интернет-СМИ России и Казахстана // Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки». 2022. Т. 22. № 3. С. 115-122.

Лободенко Л.К., Перезовова О.В., Чередыкова А.Б., Харитоновна О.Ю. Анализ представленности экологической проблематики в социальных сетях региональных интернет-СМИ // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2022 Т. 2. №. 3. С. 600-614.

Лоренц К. Восемь смертных грехов цивилизованного человечества // Лоренц К. Обратная сторона зеркала. М.: Республика, 1998. С. 3-61.

Перезовова О.В., Возилова Е.В. Новостной медиатекст экологической направленности в интернет-СМИ как фактор формирования экологического поведения и сознания молодежи // Гуманитарные и социальные науки. 2022. Т. 93. № 4. С. 86-94.

References

Lobodenko, L.K., Perevozova, O.V., Cherednyakova, A.B., Kharitonova, O.Yu. (2022). Analysis of the representation of environmental issues in social networks of regional Internet media. *RUDN University Bulletin. Series: Literary Studies. Journalism.* 2022 Vol. 2. No. 3. P. 600-614.

Lantukh, K.S., Perevozova, O.V. (2022). Coverage of environmental problems in the Internet media of Russia and Kazakhstan. *Bulletin of SUSU. Series "Social Sciences and Humanities"*. 2022. Vol. 22. No. 3. P. 115-122.

Perevozova, O.V., Vozilova, E.V. (2022). News media text with an environmental focus in online media as a factor in the formation of environmental behavior and consciousness of young people. *Humanitarian and social sciences.* Vol. 93. No. 4. P. 86-94.

Deryabo, S.D., Yasvin, V.A. (1995). Methods for diagnosing and correcting attitudes towards nature. Moscow, TsKFL RAO Publ., 1995. 147 p.

Lorenz, K. Eight deadly sins of civilized humanity. In: Lorenz K. The reverse side of the mirror, collection. Moscow, Republic Publ., 1998, pp. 3-61.

THE ROLE OF MEDIA IN THE FORMATION OF ECOLOGICAL CULTURE OF THE POPULATION: TRENDS AND PROBLEMS

Irina V. Fotieva, Doctor of Philosophy, Associate Professor, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Altai State University», Russia, Barnaul, e-mail: fotieva@bk.ru

Abstract. The article analyzes the problems of presenting materials on environmental topics in modern Russian media. The results of a number of recent studies are presented; the main negative trends in the coverage of environmental topics are identified: insufficient amount of environmental materials; inadequate, emotional forms of presenting environmental problems; lack of address of many publications. It is emphasized that overcoming these shortcomings would result in an increase in the ecological culture of the population, which should become one of the primary tasks of the media. The role of eco-culture in solving environmental problems is noted: compliance with environmental standards in everyday life, effective public control over the solution of specific problems. The importance of developing both a rational awareness of the environmental situation in the country and in the world, as well as certain value systems, is emphasized.

Key words: mass media, ecology, ecological culture.

Статья поступила в редакцию 13.09.2023

Принята к публикации 27.12.2023