

## Формирование экологического сознания средствами массовой информации

Научный руководитель – Ревенко Анастасия Андреевна

*Гласко Анастасия Петровна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия

*E-mail: asya270690@mail.ru*

В современных условиях жизни общество неизбежно сталкивается с множеством экологических проблем, вызванных, главным образом, деятельностью человека, стремящегося к преобразованию окружающей среды для удовлетворения собственных потребностей. Основными экологическими проблемами современной цивилизации, по мнению М.Н. Ганиева и Л.М. Яо, являются проблемы загрязнения биосферы отходами хозяйственной деятельности человека; чрезмерного изъятия невозобновляемых природных ресурсов, особенно - ископаемого топлива и, как следствие, утраты биосферой способности к самоочищению и самовосстановлению[4].

Безусловно, российское общество также не остается равнодушным к экологическим проблемам страны. Кроме государственных министерств и ведомств, отвечающих за экологию, в стране существуют частные и некоммерческие организации. Среди самых известных - старейшее Всероссийское общество охраны природы (ВООП), отмечающее в 2019 году свое 95-летие, конструктивно-экологическое движение России «Кедр» и другие.

Поскольку СМИ являются четвертой властью, а журналисты обладают большим влиянием в обществе, то необходимо оценить, насколько СМИ включены в совместную работу над улучшением экологической обстановки в стране. Только СМИ, в том числе и телевидение, из всех субъектов формирования экологического сознания населения сопровождают человека всю его жизнь. Другими словами, СМИ формируют экологическое сознание населения непрерывно (при условии регулярного вещания по эко-тематике), в то время как другие субъекты осуществляют такое воздействие срочно, периодически либо нерегулярно. Так, учебные заведения влияют на своих воспитанников только в период обучения. Общественные организации осуществляют такую работу нерегулярно (во время проведения специальных акций, проектов, кампаний и т.п.).

Экологическое сознание - это «знание о взаимных связях человека и среды, их значимости для человека и для сохранения устойчивого баланса между ними; понимание и оценку человеком своих возможностей по использованию этих связей для удовлетворения потребностей и определения границ допустимого антропогенного воздействия»[2]. Экологическое сознание является центральным понятием экологической социологии, новейшей отрасли социологии, активно развивающейся в связи с необходимостью поиска решений растущих экологических проблем. Одной из важнейших идей экологической социологии является идея К.Маркса, согласно которой «мы отнюдь не властвуем над природой, как завоеватель властвует над чужим народом, не властвуем над ней так, как кто-либо находящийся вне природы, - что мы, наоборот, нашей плотью, кровью и мозгом принадлежим ей и находимся внутри ее»[5].

А поскольку одной из функций журналистики является как раз функция обеспечения интеграции общества, формирования некоего общего сознания (на базе той или иной идеологии), то донесение вышеупомянутой идеи К. Маркса до общества и властей предрешающих является прямой обязанностью СМИ - в том случае, конечно, если они осознают в этом необходимость.

Как СМИ могут воздействовать на население с целью повышения уровня экологического сознания? Экологическое сознание - это сложная категория, состоящая из следующих основных компонентов: экологическое знание; оценка экологической ситуации; экологическое поведение. Экологическое знание - это наиболее важная составляющая экологического сознания, от которой напрямую зависит оценка экологической ситуации, а также экологическое поведение людей.

Согласно М.Ахметовой, разрешение противоречий между обществом и природой возможно только в случае, если общество обладает развитым экологическим сознанием, в процессе которого происходит также осознание деятельности, осуществляемой обществом по отношению к природе[1].

Телевидение наиболее эффективное средство массовой коммуникации в силу доступности и обладания средствами «максимальной визуализации и виртуализации событий и фактов» [3].

Делая обзор экологически ориентированных программ постсоветского периода в СМИ необходимо отметить следующие передачи: «Экологическая экспедиция РТР «Красная книга», автором и ведущей которой стала журналист-эколог Ковалева Ирина Борисовна; «Среда», автором и ведущим руководителем была Наталья Великодная; «Экологический вестник», ГТРК «Дагестан»; «Час эколога», ВГТРК-Курган и др.

Следовательно, инициативные СМИ могут проводить, как минимум, «экологическую профилактику»: информировать граждан о различных экологических аспектах, что способствует повышению уровня экологического сознания населения, как следствие, осознанному экологическому поведению.

Однако, как уже было сказано, экологическое сознание населения СМИ смогут развивать только базируясь на собственных ресурсах. Поэтому стоит оценить целесообразность включения эко-программ в сетку вещания СМИ с точки зрения выживания последних на рынке.

### Источники и литература

- 1) Ахметова М. Экологическое сознание как фактор социальной активности учащейся молодежи // Власть, 2011, №2, С.74-75
- 2) Маркович Д.Ж., Жуков В.И., Бганба-Церера В.Р. Экологическое сознание и экологическое образование // Социальная экология. – М.: Изд-во МГСУ «Союз», 1998, С.209
- 3) Третьяков В. Теория телевидения. ТВ как неоязычество и как карнавал // Научно-издательский центр «Ладомир», 2015, С.82
- 4) М.Н.Ганиев, Л.М. Яо Экологическая модернизация – составная часть процесса глобализации // Всероссийский социологический конгресс, сайт института социологии РАН. URL: [http://www.isras.ru/abstract\\_bank/1217587625.pdf](http://www.isras.ru/abstract_bank/1217587625.pdf) (дата обращения: 05.02.19)
- 5) Маркс К., Энгельс Ф. Соч./Изд.2, Т.42. С.92 URL: [http://libelli.ru/marxnew/meng\\_nv.htm](http://libelli.ru/marxnew/meng_nv.htm) (дата обращения: 05.02.19)