

ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА В СМИ

Порфирьева Ирина Дмитриевна

*Ассистент кафедры связей с общественностью
и прикладной политологии Казанского (Приволжского) федерального университета
г. Казань, Российская Федерация*

DOI: [10.31618/nas.2413-5291.2019.2.43.13](https://doi.org/10.31618/nas.2413-5291.2019.2.43.13)

ENVIRONMENTAL POLICY IN THE MEDIA

Porfireva Irina Dmitrievna

*Assistant of the Department of Public Relations
and applied political science of Kazan (Volga Region) Federal University
Kazan, Russian Federation*

АННОТАЦИЯ. Современное общество испытывает острую необходимость в достоверной информации о глобальных изменениях окружающей среды с целью охраны природы, регулирования природопользования, предотвращения экологических катастроф. В статье обосновывается необходимость учета при разработке и реализации государственной политики проблем, возникающих в сфере экологии.

ABSTRACT. At the moment of its development, modern society is in need of reliable information that affects global changes in the environment, and therefore in a policy that can participate in meeting this need. At the moment, global warming is a serious problem for mankind.

Ключевые слова: экологическая политика, экологические проблемы, средства массовой информации.

Key words: environmental policy, environmental issues, the media.

Экологические последствия глобального потепления включают увеличение температуры поверхности земли и повышение уровня моря, что может поставить под угрозу многочисленные прибрежные города к концу XXI века. Основной причиной изменения климата является деятельность человека. Для каждой страны становится все более актуальной необходимостью существенного сокращения выбросов парниковых газов. Выбросы парниковых газов в мире за последние два десятилетия почти удвоились, а углекислый газ в наибольшей степени способствует увеличению озоновых дыр. Чтобы остановить поток парниковых газов, правительственные и некоммерческие организации в последние годы активно разрабатывают программы сокращения энергоэффективности и снижения выбросов углерода.

Исследования показывают, что большинство людей обеспокоены изменением климата, но мало кто готов принять меры для того, чтобы обратить явление вспять [1]. 87% респондентов обеспокоены глобальным потеплением, но лишь 8 % респондентов участвуют в природоохранных мероприятиях. Для содействия про-экологическому поведению многие исследования сосредоточены на выявлении факторов, которые могут эффективно стимулировать экологическое поведение людей. Обзор предшествующих исследований показывает, что в большинстве работ исследуются психологические переменные, которые могут помешать людям принимать природоохранные меры. Результаты последовательно демонстрируют, что экологические убеждения, ценности, самооффективность или эффективность могут влиять на экологическое поведение людей [2].

Данные исследования предполагают, что использование СМИ может сыграть решающую роль

в принятии людьми экологических мер. Большинство людей получают информацию о климатических изменениях в СМИ. Данные опроса, показывают закономерность того, что люди в первую очередь полагаются на средства массовой информации для получения информации о глобальном потеплении или изменении климата [3].

Если доказательства показывают, что воздействие и внимание к сообщениям о глобальном потеплении со стороны средств массовой информации играют значительную роль, влияющую на экологическое поведение людей, правительства или гражданские организации могут работать над выпуском более релевантной информации через средства массовой информации для содействия действиям по предотвращению изменения климата. Учитывая, что использование средств массовой информации может иметь такой потенциальный эффект, функция этой роли в контексте глобального потепления недостаточно понятна. Это исследование предназначено для обогащения текущей литературы и предлагает исследовательскую структуру для изучения взаимосвязи между психологическими и медийными переменными и их влиянием на различные виды про-экологического поведения. Использование средств массовой информации в целом относится к воздействию или вниманию к средствам массовой информации, которые включают традиционные средства массовой информации, такие как телевидение, газеты, и Интернет. В исследованиях по окружающей среде исследователи обычно измеряют использование средств массовой информации для общего, государственного контента или для контента, ориентированного на окружающую среду.

Немногие исследования в области окружающей среды сосредоточены на роли использования

средств массовой информации, однако существующие исследования в целом демонстрируют положительное влияние как на оба типа контента (государственные дела и на окружающую среду) на экологическую значимость, знания и про-экологическое поведение. Например, ранние исследования по установлению повестки дня показывают прочную взаимосвязь между освещением экологических проблем и знаниями на индивидуальном уровне и отношением к этим вопросам. Исследователи считают, что телевизионное освещение окружающей среды увеличивает знания людей о проблеме. Внимание средств массовой информации к загрязнению также влияет на значимость проблемы среди общественности [4,5].

Последние исследования показывают, что очень важную роль играет влияние использования средств массовой информации на аудиторию и, что использование средств массовой информации, ориентированных на окружающую среду, оказывают сильное влияние на население, но не на их экологическое поведение. Более позднее исследование показывает, что использование средств массовой информации оказывает косвенное влияние на поведение окружающей среды посредством социальных норм, поскольку охват по рециркуляции может представлять собой социальное давление и усиливать намерения людей по рециркуляции отходов.

Хотя ранние исследования не показывают прямого воздействия использования средств массовой информации на поведение окружающей среды, недавние исследования свидетельствуют о прямом и косвенном воздействии использования СМИ. Исследователи считают, что телевизионные новости о государственных делах и документальные фильмы о природе положительно предсказывают про-эко-

логическое поведение людей. Наука и экологические новости положительно предсказывают поддержку политики и сокращения выбросов косвенно через воспринимаемый риск глобального потепления. Воздействие экологических сообщений от традиционных средств массовой информации и Интернета также оказывает положительное влияние на поведение окружающей среды с помощью механизмов экологической ценности, отношения и намерений. В целом, эти исследования показывают, что различные виды использования СМИ могут положительно повлиять на принятие различных экологических мер.

Литература

1. Gifford, R., Comeau, L. (2011). Message framing influences perceived climate change competence, engagement, and behavioral intentions. *Global Environmental Change* 21, 1301-1307.
2. Dunlap, R. E., McCright, A. M. (2011). Climate change denial: Sources, actors, and strategies. In Lever-Tracy, C. (Ed.), *Routledge handbook of climate change and society* (pp. 240-260). New York, NY: Taylor & Francis.
3. Bator, R. J., Cialdini, R. B. (2000). The application of persuasion theory to the development of effective proenvironmental public service announcements. *Journal of Social Issues*, 56, 527-541.
4. Порфирьева И.Д. Изучение информационных потребностей студенческой молодежи в сфере экологической политики /Порфирьева И.Д./ Управление. Научно-практический журнал. - 2018. - №4 (22). - С. 74-80.
5. Woldoff, R. A. (2002). The effect of local stressors on neighborhood attachment. *Social Forces*, 81, 87-116.