

УДК 316.4

***ВЛИЯНИЕ СМИ НА УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ
РСО-АЛАНИЯ В СФЕРЕ ЭКОЛОГИИ***

Чакалова В.Ш.

*к.филос.н., доцент кафедры менеджмента и социально-экономических дисциплин Московского государственного института индустрии туризма им. Ю.А.Сенкевича,
Москва, Россия*

Аннотация: статья посвящена изучению влияния СМИ на уровень информированности населения РСО-Алания в сфере экологии. В ней делается подробный анализ на основе эмпирического материала какие группы населения подвержены данному влиянию, какие каналы СМИ оказывают влияние на население.

Ключевые слова: экология, СМИ, экологическая ситуация, экологизированное мировоззрение.

***THE INFLUENCE OF THE MEDIA ON THE AWARENESS OF THE
POPULATION OF NORTH OSSETIA-ALANIA IN THE FIELD OF ECOLOGY***

Chakalova V. Sh.,

*candidate of philosophy.n.,
associate Professor of management and
socio-economic disciplines of the Moscow
state Institute of tourism industry to
them.Yu..Senkevich,
Moscow, Russia*

Summary: the article is devoted to the study of media influence on the awareness of the population of North Ossetia-Alania in the field of ecology. It is a detailed analysis on the basis of empirical material which groups of the population exposed to this influence what the media have an impact on the population.

Keywords: youth, values, and value orientation.

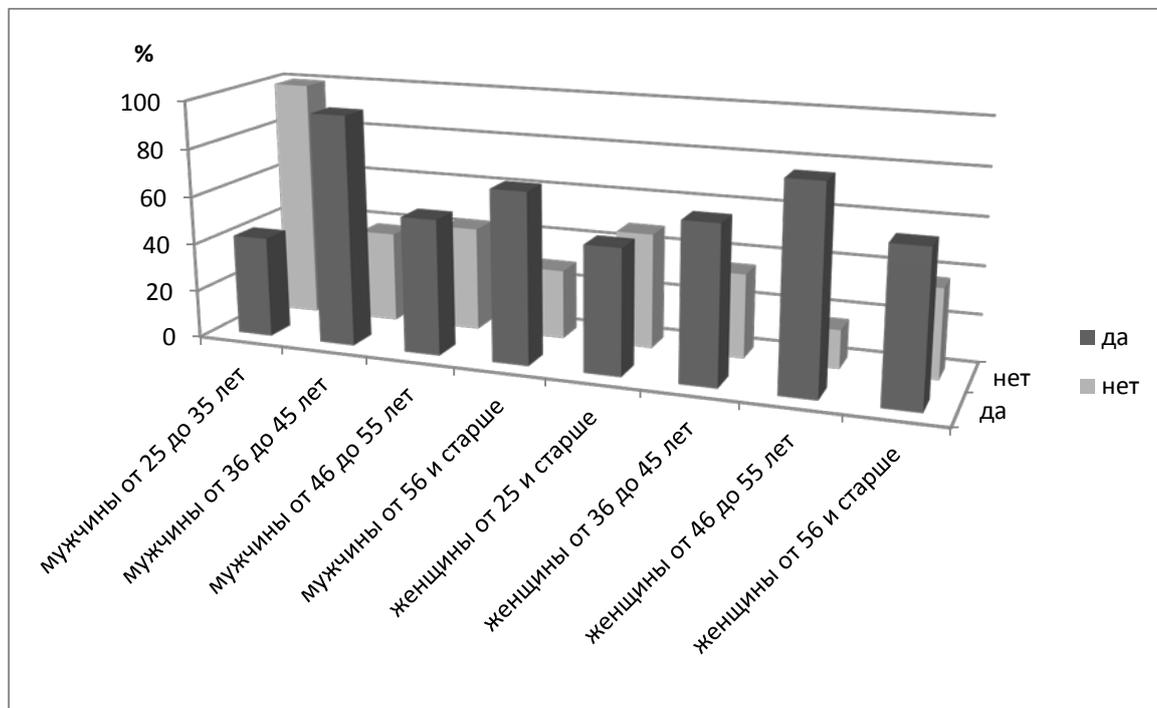
Урбанизация неоднозначно действует на человеческое общество: с одной стороны, город предоставляет человеку ряд общественно-экономических, социально-бытовых и культурных преимуществ, что положительно сказывается на его интеллектуальном развитии, дает возможность для лучшей реализации профессиональных и творческих способностей, с другой - человек отдаляется от природы и попадает в среду с вредными воздействиями: загрязненным воздухом, шумом и вибрацией, ограниченной жилплощадью, усложненной системой снабжения, зависимостью от транспорта, постоянным вынужденным общением со множеством незнакомых людей - все это неблагоприятно сказывается на его физическом и психическом здоровье.

Проблемы, связанные с урбанизацией, необходимо решать не отдельными частными мероприятиями, изыскивая скороспелые и малоэффективные решения, а разработав комплекс взаимосвязанных социальных, экологических, технических и других мер. Во всех случаях человек, окружающая среда и экология должны рассматриваться как единое целое.

Сложность и многообразие многочисленных проблем, связанных с техногенным загрязнением среды обитания и их непосредственным воздействием на здоровье населения, требует поиска путей их разрешения. В России, одним из промышленных городов, где антропогенные изменения биосферы носят угрожающий характер, является столица Республики Северная Осетия-Алания - г. Владикавказ, в центре которого расположены два известных действующих предприятия цветной металлургии — ОАО «Электроцинк» и АО «Победит». Суммарный срок службы металлургических комплексов составляет более 150 лет, что говорит о том, что техногенному воздействию химических загрязнителей подвержены уже 4 поколения жителей. Ситуация осложняется тем, что в столице постоянно проживает более половины населения республики, что не может не сказаться на генофонде нации.

Взрослое население республики, сознавая всю опасность неблагоприятной экологической ситуации, интересуются данным вопросом,

что подтверждает и ответы проведенного нами исследования в 2015-2016гг. на территории РСО-Алания. Так, на вопрос «Получаете ли Вы информацию касательно экологической ситуации посредством СМИ?» респонденты ответили следующим образом:



При анализе диаграммы можно заметить что и у мужчин, и у женщин прослеживается увеличение процента положительных ответов с возрастом, то есть можно сказать что чем старше люди, тем чаще они получают информацию об экологической ситуации через СМИ, возможно это связано с тем, что с возрастом люди более заинтересованы проблемами окружающей среды региона, возможно потому, что с возрастом уже точнее определяются с местом проживания и поэтому им интересна экология города в котором они продолжают жить. Максимально низкий уровень положительных ответов мы видим у мужчин в возрасте 25-35 лет и женщин того же возраста, поэтому можно сделать предположение, что молодёжь менее заинтересована получением информации об экологии через СМИ. Мы готовы предположить, что в их возрасте есть большое количество личных «проблем», которые для них намного важнее. В подтверждение к этому мнению, мы можем наблюдать

увеличение процента положительных ответов у мужчин и женщин к возрасту 56-ти лет и старше. Это происходит потому, что их заботит влияние экологии на них и их детей, внуков и т.д. И наверно именно поэтому они стараются чаще получать информацию об экологической ситуации через СМИ.

Касательно зависимости ответов от половой принадлежности, женщины чаще получают информацию об экологической ситуации через СМИ (67%), чем мужчины (56%), скорее всего это связано с природным желанием заботиться о семье. Но различия не столь велики (11%).

При анализе ответов в зависимости от семейного положения (см. табл. 1) мы наблюдаем, что люди находящиеся в браке (61 % мужчины, 73 % женщины) получают информацию об экологической ситуации через СМИ чаще, чем люди вне брака (47 % мужчины, 45 % женщины). Эта тенденция прослеживается как у мужчин, так и у женщин, с той лишь разницей, что процент у женщин выше в обоих случаях. Возможно потому что – уровень ответственности при вступлении в брак выше и люди серьезнее относятся к будущему.

Таблица 1

Ответы в зависимости от образования и семейного положения

	Мужчины						Женщины					
	Женат			Не женат			Замужем			Не замужем		
	среднее, в %	спец., в %	ср. в %	среднее, в %	спец., в %	ср. в %	среднее, в %	спец., в %	ср. в %	среднее, в %	спец., в %	ср. в %
Да	67	59	63	17	45	59	72	87	60	71	65	51
Нет	33	41	37	83	55	41	28	13	40	29	35	49
Итого	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

При анализе ответов в зависимости от образования и семейного положения мы видим, что четкой зависимости от образования не прослеживается, большую роль играет пол и семейное положение, эта

закономерность прослеживается во всех столбцах, где указаны люди в браке, процент всегда выше, чем у людей вне брака. Внимание привлекает минимальный (17%) показатель положительных ответов у не женатых мужчин со средним образованием и максимальный (87%) показатель у замужних женщин со средним специальным образованием.

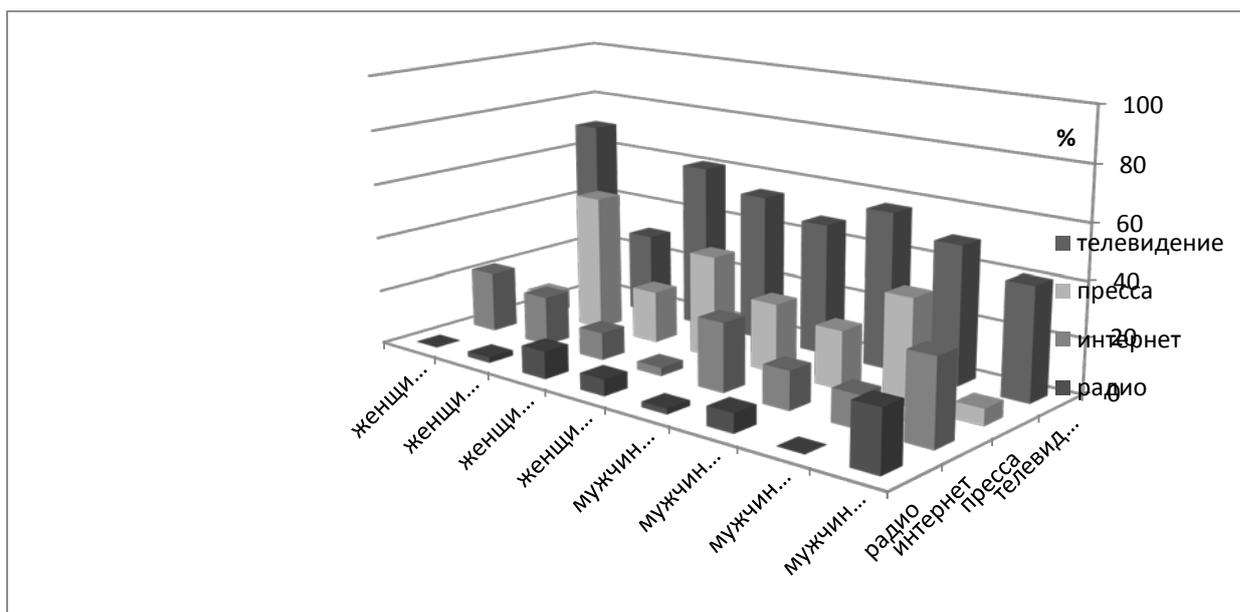
При анализе ответов в зависимости от места проживания и пола мы наблюдаем, что как мужчины (63%), так и женщины (68 %) проживающие в сёлах более заинтересованы получением информации об экологии из СМИ. И опять таки прослеживается то, что женщины как в селе, так и в городе чаще получают информацию об экологии через СМИ.

На вопрос «получаете ли Вы информацию об экологической ситуации через СМИ?» «Да» отвечают чаще люди, состоящие в браке; так же чаще отвечают «Да» люди с возрастом и прослеживается сильная зависимость положительных ответов от пола опрашиваемых, проценты положительных ответов у женского пола на порядок выше и это прослеживается в каждой таблице в не зависимости от места проживания, возраста и образования. Заметно, что особой разницы не видно. С увеличением возраста мы видим, что процент тех, кто получает информацию о состоянии экологии через СМИ, заметно увеличивается. Так же прослеживается зависимость от места проживания, городские жители меньше заинтересованы получением через СМИ информации об экологической обстановке.

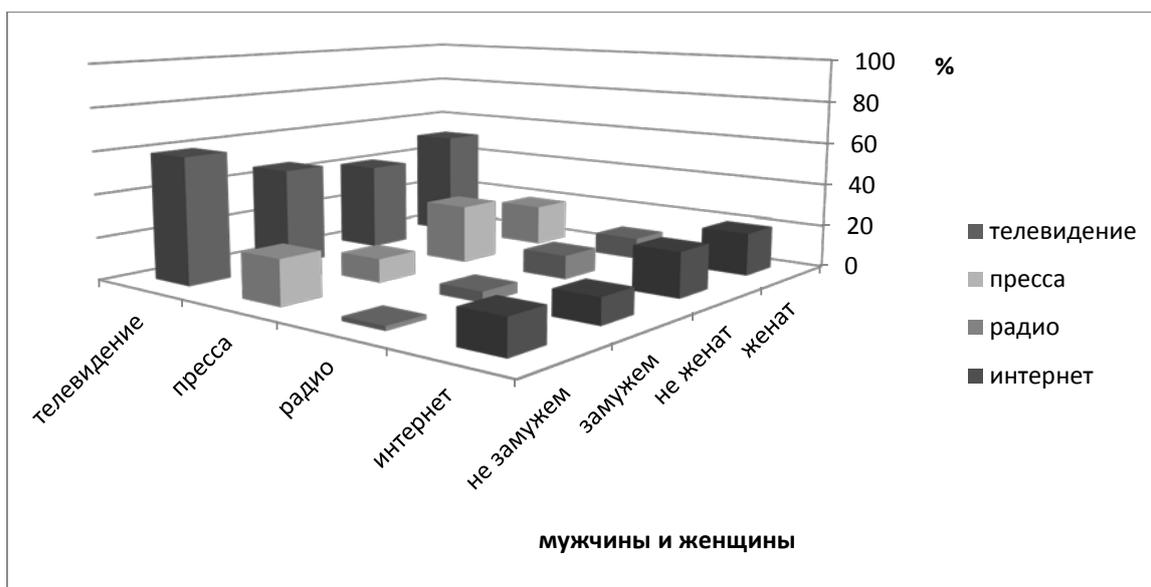
При анализе полученных данных по вопросу «Из каких каналов вы чаще получаете информацию», можем отметить тот факт, что подавляющее большинство опрошенных получают информацию по средствам телевидения, что можно объяснить тем что, действительно мы часто смотрим телевизор, утром во время завтрака, в обед либо вечером приходя домой уставшие.

Второе место по популярности, делят между собой пресса и интернет, наименьшая популярность у радио, скорее всего это можно объяснить тем, что радио в нашей повседневной жизни встречается реже, чем все остальные источники информации, а именно по утрам и во второй половине дня, когда

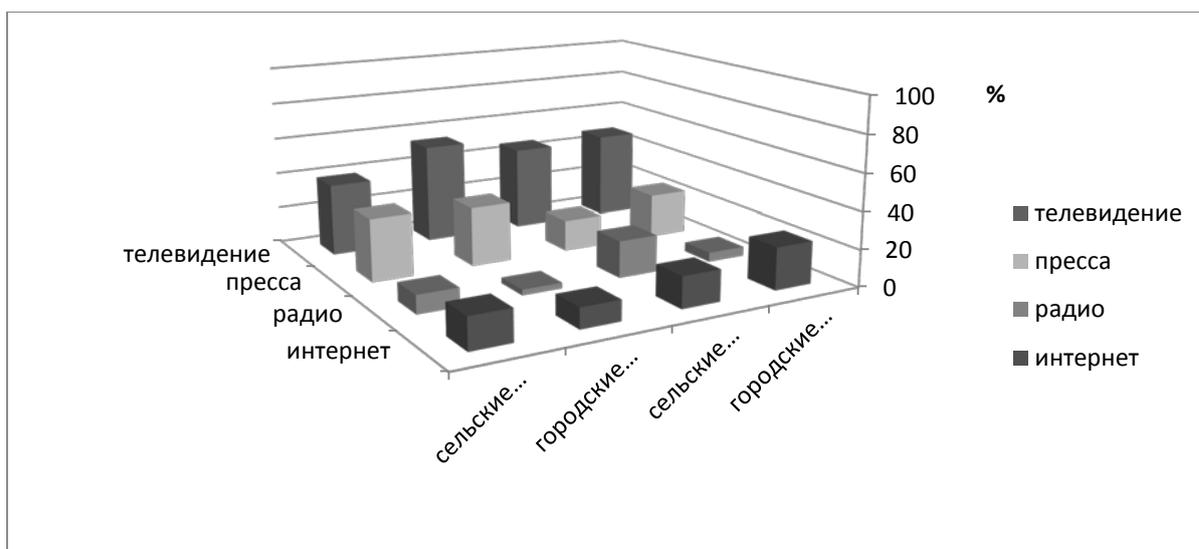
люди пользуются общественным транспортом, а некоторые и личным транспортом. Можно отметить что молодые люди получают информацию по радио реже чем люди постарше. Что касается получения информации через интернет, можно отметить то что молодые люди пользуются интернетом чаще чем взрослые, возможно потому что молодёжь больше времени проводит с различными гаджетами которые имеют выход в Интернет, за исключением мужчин 56 лет и старше, нет предположений с чем это связано.



В зависимости от пола видны различия в предпочитаемых источниках получения информации – традиционно высокий процент и у женщин, и у мужчин занимает телевидение и пресса, но у мужчин достаточно высокий процент прослеживается у радио и Интернет. Можно предположить что мужчины чаще получают информацию по радио из-за того что больше мужчин чем женщин имеют свой личный транспорт и соответственно чаще слушают радио.



В зависимости от семейного положения видны различия: что женатые мужчины чаще получают информацию через телевидение, нежели неженатые, которые предпочитают прессу, скорее всего не женатые мужчины меньше времени проводят дома. У женщин в чём-то похожая картина. Замужние и незамужние женщины склонны получать информацию в основном через телевиденье и прессу, причём не замужние чаще через телевиденье, а замужние через прессу. Для того, что бы точно сказать с чем это связано – нужно больше информации.

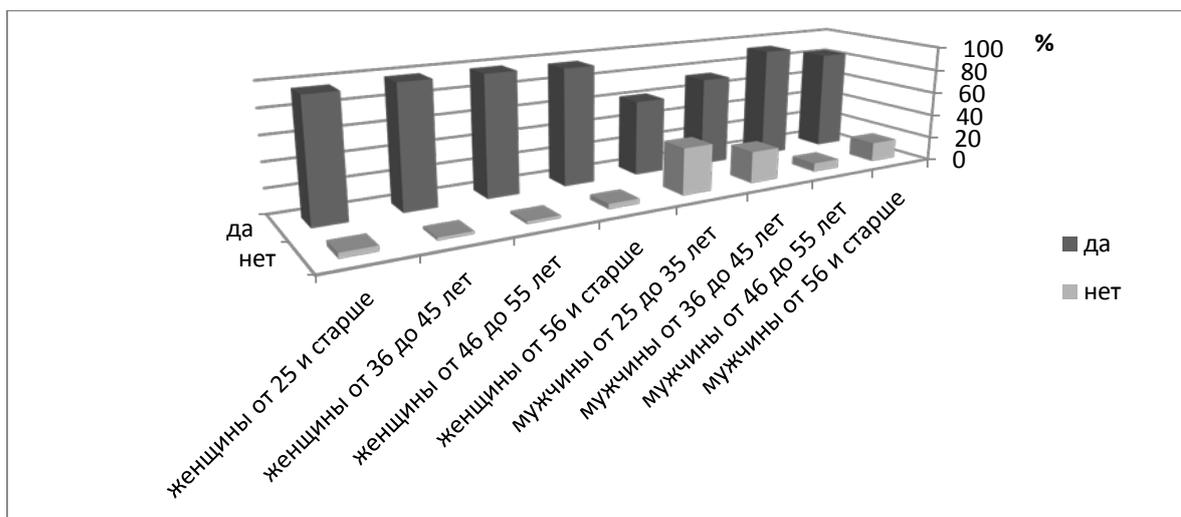


В зависимости от места проживания можем заметить, что городское население чаще чем сельское получает информацию через телевидение прессу и интернет, вероятно, потому что в городе коммуникации развиты лучше, а

вот через радио информацию больше получают сельские жители. Аналогичная ситуация у женщин. Но половые различия сохраняются.

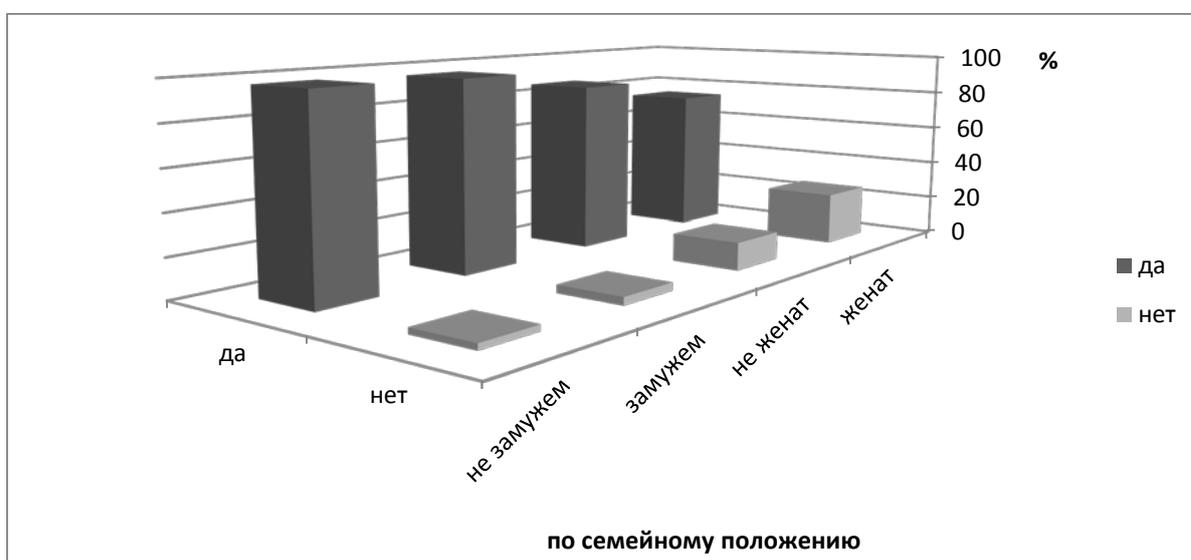
Таким образом, предпочтение получать информацию тем или иным способом, больше зависит от полового признака, семейного положения и от возраста, что вполне логично. Это можно объяснить тем, что люди в браке и пожилые люди, больше времени проводят дома, а молодые люди имеют более активную жизненную позицию и чаще пользуются всевозможными гаджетами с доступом в интернет. Но для того что бы точно что-то сказать информации недостаточно.

При изучении мнения респондентов по вопросу: «Необходимо ли в СМИ увеличивать долю информации, касающейся экологии?», были получены следующие ответы: люди всех возрастов в большой степени считают, что СМИ необходимо увеличивать долю информации, касающейся экологии. В данном случае следует выделить группы респондентов в возрасте 46-55 и 56 лет и старше. В их числе много тех, кто считает, что этого делать необязательно. Вероятно, можно говорить о более взвешенном подходе к данному вопросу, об определенном жизненном опыте, позволяющем делать такие умозаключения. Более молодые люди могут реагировать на данный вопрос в большей степени импульсивно и быть в своих суждениях категоричными.



При разделении по критерию пола мы видим, что женщины (97%) в

большой степени считают, что в СМИ необходимо увеличивать долю информации, касающейся экологической ситуации. У мужчин менее однозначное разделение по этому поводу (78%). Вероятно, можно предположить, что мужчины в условиях особенностей общества в республике являются более мобильными, имеют больше разносторонних связей. Возможно, это один из каналов получения информации касательно различных аспектов жизнедеятельности человека и общества в целом. И есть вероятность, что с учетом этого мужчины могут иметь подход, отличающийся от женского в данном вопросе.



В данном случае мы видим, что мужчины (при разделении по критерию семейного положения) реагируют не так однозначно на данный вопрос, чем женщины. В целом, это отражает закономерности и процентного разделения в рассмотренных выше критериях (женщины реагируют в большей степени однозначно). Среди женатых мужчин процент тех, кто считает, что необходимо увеличивать долю информации в СМИ, касательно экологической ситуации меньше, чем среди неженатых. Это возможно связать с тем, что неженатые мужчины (вероятно, молодого возраста) реагируют на данный вопрос в какой-то степени импульсивно.

Таблица 2.

Ответы в зависимости от уровня образования и семейного положения

	Мужчины						Женщины					
	Женат			Не женат			Замужем			Не замужем		
	средне	ср. спец	высше	средне	ср. спец	Высше	средне	ср. спец	высше	средне	ср. спец	высше
Да	75	67	76	67	80	93	95	100	95	100	100	96
Нет	25	33	24	33	20	7	5	-	5	-	-	4
Итого	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Рассмотрим критерий образования и семейного положения. Мы видим, что среди женщин, указавших, что необходимо увеличивать информацию в СМИ касательно экологической ситуации больше, чем среди мужчин. И таких женщин-подавляющее количество. Если брать в счет критерий образованности, то можно предположить, что женщины чаще занимаются профессиональной деятельностью, которая слабее затрагивает в процессе экологию. Мужчины же занимаются часто профессиональной деятельностью, которая имеет соприкосновение с экологией. Можно предположить, что поэтому мнение мужчин с разным образованием по данному вопросу неоднозначное. Среди мужчин с высшим образованием мнение в большей степени однозначное, среди них больше людей считают, что необходимо увеличивать долю информации в СМИ, касающейся экологической ситуации. Вероятно, это связано с тем, что при получении высшего образования затрагиваются различные сферы деятельности человека и люди понимают важность рассматриваемых факторов, их связей. При изучении критерия места проживания мы видим, что неоднозначно реагируют мужчины как в городской местности (79%), так и в сельской (77%). Возможно дело в том, что мужчины заняты разной деятельностью в городской и сельской местности, что дает возможность судить о проблеме более взвешенно, возможно, не так импульсивно в данном вопросе, как женщины, у которых ответы распределились следующим образом: городские женщины 96%, сельские – 100%. Если связать данный критерий с критерием образования, то можно

предположить, что мужчины, занимаясь более тяжелой работой, видят более эффективные способы оказания влияния на экологическую ситуацию.

Таким образом, можно утверждать - современные средства массовой информации (СМИ) играют важную роль в распространении экологической информации и знаний среди населения. Журналистика, Интернет и другие СМИ занимают ведущее место в формировании экологизированного мировоззрения широкой читательской и зрительской аудитории. С каждым годом становится все актуальнее культурообразующая, воспитательная функция журналистики, по мере того, как мир начинает осознавать важность и сложность экологических проблем.

Библиографический список:

1. Государственный доклад "О состоянии окружающей среды и деятельности Министерства охраны окружающей среды Республики Северная Осетия - Алания в 2015 году", - Владикавказ: 2016.