

2. Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольм. шк. экономики, 2005. – 376 с.
3. Казаков, С. Г. Геоинформационные системы в менеджменте : учеб. пособие / С. Г. Казаков, К. Г. Дочева, Г. Н. Сухорукова. – М. : Рос. эконом. ун-т им. Г. В. Плеханова, 2015. – 134 с.
4. Карманов, А. Г. Геоинформационные системы территориального управления : учеб. пособие / А. Г. Карманов, А. И. Кнышев, В. В. Елисеева. – СПб. : Ун-т ИТМО, 2015. – 121 с.
5. URL: <https://chm-s.com/ru/blog/geomarketing-dlya-magazina-poisk-luchshego-mesta-i-eshe-neskolko-preimushestv/> (дата обращения: 17.04.2025).

УДК 504.06

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ К ЭКОЛОГИЧЕСКИМ ПРОБЛЕМАМ**

**М. А. Коржов**

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический  
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель В. В. Кириенко

*Представлено исследование отношения к экологическим проблемам. Рассмотрено отношение людей к экологическим инициативам, их вовлеченность в них.*

**Ключевые слова:** экология, исследование, влияние, инициативы.

## **RESEARCH OF THE POPULATION'S ATTITUDE TO ENVIRONMENTAL PROBLEMS**

**M. A. Korzhov**

*Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus*

Scientific supervisor V. V. Kiriienko

*A study of attitudes towards environmental issues. People's attitude to environmental initiatives and their involvement in them.*

**Keywords:** ecology, research, influence, initiatives.

В последние годы вопросы экологии приобретают все большую остроту, перерастая в проблемы планетарного масштаба. Они привлекают пристальное внимание как со стороны мирового сообщества, так и широких слоев населения. Активное развитие промышленности и увеличение численности людей на планете усиливают нагрузку на природу, что, в свою очередь, усугубляет такие явления, как изменение климата, загрязнение воздуха, водных ресурсов и почв, а также ведет к деградации экосистем и сокращению видового разнообразия. В свете этих угроз особую значимость приобретает изучение того, как люди воспринимают экологические вызовы, насколько они информированы и готовы ли включаться в природоохранные мероприятия.

Под экологическими проблемами понимают комплекс негативных изменений в природной среде, спровоцированных человеческой деятельностью. Эти изменения нарушают равновесие в экосистемах, создают риски для здоровья людей и препятствуют устойчивому развитию цивилизации. Ключевыми среди них считаются загрязнение атмосферы, водных объектов и земельных ресурсов, климатические сдвиги,

обеднение биоразнообразия и проблема накопления отходов. Данные Программы ООН по окружающей среде за недавний период указывают на заметные сдвиги в общественном отношении к экологии. Результаты опросов свидетельствуют, что подавляющее большинство людей признают необходимость охраны природы, однако лишь некоторая их часть готова к реальным действиям: будь то участие в экологических проектах или пересмотр собственных бытовых привычек с целью уменьшения вредного влияния на окружающую среду. Основными препятствиями на пути к более экологичному поведению чаще всего называют недостаточную осведомленность о личном вкладе в состояние природы, неразвитость инфраструктуры (например, для раздельного сбора отходов) и слабую мотивацию к изменению привычного образа жизни.

Целью данного исследования является анализ уровня осведомленности населения об экологических проблемах и их готовности принимать участие в решении этих проблем на уровне ежедневных действий и привычек. В процессе работы предполагается решить следующие задачи: 1) определить какие экологические проблемы вызывают наибольшую обеспокоенность среди населения; 2) изучить степень осведомленности населения о проблеме экологического характера; 3) выявить барьеры, которые мешают более активному вовлечению в экологические инициативы.

Экология – это наука, изучающая взаимодействия живых организмов между собой и с окружающей средой, включая природные и антропогенные факторы. Экология исследует структуру и функции экосистем, динамику популяций, влияние человека на природу и процессы, поддерживающие биологическое разнообразие и устойчивость биосферы.

Экологические проблемы – совокупность негативных изменений в окружающей среде, вызванных деятельностью человека, которые нарушают баланс природных экосистем и угрожают здоровью человека и устойчивому развитию общества. К числу основных экологических проблем относят загрязнение воздуха, воды и почвы, изменение климата, уменьшение биоразнообразия и накопление отходов. В данном исследовании под экологическими проблемами подразумеваются локальные и глобальные проблемы, которые могут затрагивать Гомельскую область и население региона.

Экологическая ответственность – это осознанное и активное отношение человека к вопросам защиты окружающей среды, включающее поведение, направленное на минимизацию вреда природе. Экологическая ответственность может выражаться в раздельном сборе мусора, отказе от одноразовых изделий, экономии ресурсов и поддержке экологических инициатив. В исследовании это понятие будет обозначать готовность респондентов менять повседневные привычки и участвовать в экологических программах и инициативах.

Первые осознанные попытки защитить природу появились еще в XIX в., когда промышленная революция и урбанизация стали наносить очевидный вред окружающей среде. В 1860-х гг. в США и Европе начали появляться первые природоохранные организации, такие как Национальный парк Йеллоустоун, созданный в 1872 г., и Королевское общество охраны птиц в Великобритании, основанное в 1889 г. В XX в. с ростом масштабов промышленности и урбанизации экологическое движение начало охватывать новые регионы и получать международное признание. Одной из ключевых вех стал 1972 г., когда была проведена Конференция ООН по окружающей среде в Стокгольме, на которой мировое сообщество впервые собралось для обсуждения вопросов по защите природы и разработке устойчивых моделей взаимодействия с ней.

В последующие десятилетия экологическое движение стремительно развивалось, особенно на фоне энергетического кризиса 1970-х гг. и растущей осведомлен-

ности о таких проблемах, как загрязнение окружающей среды и глобальное потепление. В 1987 г. был опубликован доклад «Наше общее будущее», предложивший концепцию устойчивого развития, суть которой заключалась в обеспечении нужд нынешнего поколения без ущерба для будущих поколений. Эта концепция стала основой для международного сотрудничества и формирования таких целей, как снижение выбросов углекислого газа и уменьшение количества пластиковых отходов. В 1992 г. конференция в Рио-де-Жанейро (Саммит Земли) приняла Декларацию по окружающей среде и развитию, которая подтвердила обязательства мировых стран по снижению негативного воздействия на природу и подчеркнула необходимость повышения экологической осведомленности граждан.

Сегодня вопросы экологии рассматриваются не только на международном, но и на национальном уровне, поскольку экологические угрозы приобретают все более критический характер. Среди наиболее актуальных проблем выделяются изменение климата, таяние ледников, загрязнение мирового океана пластиком, вырубка лесов и деградация почв, что затрагивает и глобальные экосистемы, и непосредственную среду обитания человека. Эти проблемы требуют активных действий со стороны государств, корпораций и простых граждан, что ставит под вопрос не только технические и научные аспекты борьбы с загрязнением, но и социокультурные: готовы ли люди изменить свои повседневные привычки ради сохранения природы? Понимают ли они масштабы экологических проблем и свою роль в их решении?

Для исследования отношения населения к экологическим проблемам было проведено социологическое анкетирование [3]. Анкета включала вопросы, направленные на изучение уровня осведомленности, отношения к текущей экологической ситуации, готовности к экологически ответственным действиям.

Большинство респондентов считают решение экологических проблем очень важным или, скорее, важным. Это говорит о высокой осведомленности и заботе об экологии среди опрошенных. Около 63 % респондентов оценивают свой уровень осведомленности о текущих проблемах как средний. Лишь небольшая часть считает его высоким или низким.

Наиболее острой проблемой считается загрязнение воды и мирового океана. Далее идут изменение климата и загрязнение воздуха. Половина опрошенных регулярно или иногда предпринимают действия по снижению негативного влияния на окружающую среду. Лишь единицы признались, что не делают этого вовсе. Большинство опрошиваемых сортируют отходы редко. Небольшая часть делает это всегда, почти четверть – никогда.

Влияние повседневной личной деятельности человека на экологию разделились. Около двух третей респондентов считают, что их действия в той или иной степени влияют на состояние окружающей среды.

К главным препятствиям для экологического образа жизни относятся нехватка инфраструктуры и нежелание менять привычный уклад быта. Также отмечается недостаток информации. Основными мотиваторами экологической жизни являются удобная инфраструктура, программы поощрения и личная осознанность человека.

Около половины людей готовы участвовать в экологических инициативах время от времени, а некоторая часть – активно. Остальные оказались в этом не заинтересованы.

Большинство респондентов считают, что ответственность за состояние окружающей среды должна быть разделена между правительством и обществом. Меньшая часть возлагает ее только на правительство. Наиболее эффективными мерами

защиты экологии считаются введение штрафов за загрязнения и развитие «зеленых» технологий. Также отмечается значение пропаганды и озеленения городов.

Большинство респондентов поддерживают отказ от одноразовой посуды и упаковки, но часть из них иногда ее использует.

Многие из опрошенных выбирают способ передвижения в зависимости от обстоятельств. Часть из них пользуется общественным транспортом, некоторые ходят пешком или используют велосипед. Лишь немногие предпочитают автомобиль.

Основную часть респондентов составляют молодые люди в возрасте 14–25 лет. Большая часть из прошедших данный опрос – женщины. Большинство опрошенных – студенты и лица с высшим образованием. Меньшая доля приходится на людей со средним и средне-специальным образованием.

Таким образом, было проведено исследование на тему отношения населения к экологическим проблемам. Было выявлено, что большинство опрошенных действительно осознают важность защиты окружающей среды и поддерживают идею внедрения экологически безопасных практик в повседневную жизнь. Большинство людей в целом готовы поддерживать экологические инициативы, но предпочли бы делать это без значительных изменений в своем образе жизни.

Недостаток информации и отсутствие доступной инфраструктуры являются основными барьерами, препятствующими активному экологически ответственному поведению среди населения. Основная часть респондентов считает, что ответственность за улучшение экологической ситуации в регионе должно нести как государство, так и население.

В целом исследование показывает высокую осведомленность и заботу об экологических проблемах среди респондентов, а также готовность к участию в экологических инициативах. Однако существуют барьеры, такие как недостаток инфраструктуры и нежелание изменять привычный уклад жизни, которые необходимо преодолевать для дальнейшего улучшения экологической ситуации.

#### Л и т е р а т у р а

1. Экология. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Экология> (дата обращения: 24.04.2025).
2. Республиканский центр экологии и краеведения. – URL: <https://rcek.by/> (дата обращения: 24.04.2025).
3. Исследование отношения населения к экологическим проблемам. – URL: <https://docs.google.com/forms/d/1iEizklbUkIISLSIG320OWMj2Soxpr7hCrAop6NFcwo/edit#responses> (дата обращения: 24.04.2025).

УДК 339.138

## **ФЕНОМЕН ИНФЛЮЕНСЕРОВ: КАК БЛОГГЕРЫ ВЛИЯЮТ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ**

**В. В. Гришкова**

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический  
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель В. В. Кириенко

*Рассмотрен феномен инфлюенсеров, которые стали неотъемлемой частью цифрового пространства и оказывают значительное влияние на общественное мнение и поведение потребителей.*

**Ключевые слова:** инфлюенсеры, общественное мнение, маркетинг, социальные сети, влияние.