

# ЭКОНОМИКА РАЦИОНАЛЬНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Журнал: RUSSIAN JOURNAL OF MANAGEMENT Том 12 № 4 , 2024  
Рубрики: МЕНЕДЖМЕНТ И ОБЩЕСТВО

 ЮСУПОВА Регина Ильдаровна <sup>1</sup>

 СУНГАТУЛЛИНА Зульфия Юнусовна <sup>2</sup> ✉

 ЗАРИПОВА Римма Солтановна <sup>3</sup> ✉

## Информация об авторах и публикации

**Авторы:**

1. Казанский государственный энергетический университет (студент)  
Республика Татарстан, Россия
2. Казанский государственный энергетический университет (старший преподаватель)  
Республика Татарстан, Россия
3. Казанский государственный энергетический университет (доцент)  
Республика Татарстан, Россия

**Тип:** Статья

**DOI:** <https://doi.org/10.29039/2500-1469-2024-12-4-501-511>

**Страницы:** с 501 по 511

**Статус:** Опубликован

**Получено:** 09.12.2024

**Одобрено:** 11.12.2024

**Опубликовано:** 28.12.2024

**Классификаторы:** ВАК 5.2.1 Экономическая теория  
ВАК 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика  
ВАК 5.2.4 Финансы  
ВАК 5.2.5 Мировая экономика  
ВАК 5.2.6 Менеджмент  
ВАК 5.2.7 Государственное и муниципальное управление

Язык материала:	русский
Ключевые слова:	рациональное потребление, природные ресурсы, социальные медиа, контент, экология, экологические проблемы

## ▲ Аннотация и ключевые слова

---

### Аннотация (русский):

В современном мире проблема рационального потребления природных ресурсов становится все более актуальной. Увеличение населения, рост негативных потребительских привычек приводят к истощению экологических систем. В таких условиях особое значение имеет формирование экологической сознательности и ответственности у граждан. Социальные медиа, как мощный инструмент коммуникации, играют значительную роль в распространении знаний и информации об экологических проблемах. Они способны как освещать негативные последствия нерационального потребления ресурсов, так и популяризировать идеи устойчивого развития и бережливого отношения к окружающей среде. В статье рассматривается использование социальных медиа в качестве платформы для пропаганды рационального потребления природных ресурсов. Проведенные исследования посвящены вопросу, каким образом различные публикации и контент, размещаемые в социальных сетях, влияют на восприятие экологических проблем пользователями и стимулируют их к активным действиям по сохранению природы. Результаты данного исследования имеют важное практическое значение для различных секторов общества. Кроме того, выявленные в ходе анализа типы публикаций и темы, вызывающие наибольший интерес у пользователей, позволят оптимизировать контент, который распространяется в социальных медиа, и сделать его более целенаправленным и эффективным. Таким образом, исследования способствуют укреплению связи между экологическими проблемами и их освещением в социальных сетях, что в свою очередь может привести к положительным изменениям в общественном сознании и управлении природными ресурсами.

## Ключевые слова:

рациональное потребление, природные ресурсы, социальные медиа, контент, экология, экологические проблемы

## ^ Текст

### Введение

Экологические проблемы стали серьезной заботой для всех людей на планете. Изменение климата – один из самых серьезных кризисов, с которыми сталкивается человечество сегодня. Многие мероприятия и программы вводятся правительством и негосударственными организациями для решения проблемы изменения климата. Были внедрены проекты по посадке деревьев, управлению отходами, вторичной переработке и внедрению солнечной энергии. Однако эти виды деятельности пока не являются распространенными. Необходимо информировать пользователей интернета об экологических проблемах. Очевидно, что было проведено много мероприятий и программ, связанных с охраной окружающей среды, однако многие из этих мероприятий носят «лечебный», а не профилактический характер. Превентивные меры необходимы, однако они должны выходить за рамки только природоохранных законов и проектов. Чтобы констатировать этот факт, экологическое просвещение должно рассматриваться в самом срочном порядке. Информирование людей в интернете смогло бы повлиять пусть не на всех людей, но хотя бы на ее большую часть. Очевидно, что широкое распространение информации приведет к изменению восприятия экологических проблем и, в конечном счете, к изменению поведения по отношению к окружающей среде [1, 2]. Забота о среде обитания и качестве жизни – основные причины данного исследования.

Статья посвящена вопросу значения социального восприятия для решения экологических проблем. Целью данного исследования является изучение влияния социальных медиа как инструмента

пропаганды бережного отношения к природным ресурсам. Объект исследования: анализ освещения экологических проблем в социальных медиа.

Материалы и методы исследования: для анализа публикаций экологического характера были использованы социальные медиа и другие источники информации.

В данной статье особое внимание уделяется раскрытию роли социальных медиа в реализации одной из целей устойчивого развития – обеспечения рациональных моделей потребления и производства (цель 12). Рациональная модель потребления основывается на формировании и удовлетворении разумных потребностей, основу характеристики которых должны составлять их соразмерность с уровнем развития производительных сил и ресурсами общества, в том числе и с природными ресурсами [3].

В статье проводится комплексный анализ роли социальных медиа как платформ для пропаганды рационального потребления природных ресурсов. Исследуется, как различные форматы контента в социальных сетях воздействуют на восприятие экологических проблем пользователями, что позволяет понять динамику взаимодействия между медиапубликациями и общественным сознанием. В ходе исследования выявлены специфические типы публикаций и тем, которые вызывают наибольший интерес и отклик у пользователей. Эти данные позволяют не только понять, что именно привлекает внимание аудитории, но и разрабатывать стратегии для оптимизации контента, направленного на экологическое просвещение и активизацию гражданских действий по охране окружающей среды. Проведенное исследование подчеркивает важность связи между освещением экологических проблем в социальных медиа и действиями по рациональному потреблению природных ресурсов. Эти выводы могут внести вклад в понимание того, как формирование общественного мнения о рациональном

потреблении может повлиять на практическое управление ресурсами и устойчивое развитие на уровне сообщества и государства.

### **Основная часть**

Проведенный обзор литературы по теме данного исследования демонстрирует, что социальные медиа обладают значительным потенциалом для продвижения рационального потребления природных ресурсов. Однако необходимо обратить внимание на качество информации и способы ее подачи, чтобы обеспечить эффективность просветительской работы и позитивное влияние на поведение пользователей. Эти аспекты очень важны при анализе результатов проведенного исследования и выработке рекомендаций по дальнейшему развитию экологической просветительской деятельности в социальных медиа.

Современные исследования подчеркивают важность медиаресурсов как инструментов воспитания экологической сознательности и формирования рациональных потребительских практик. В последние годы наблюдается рост интереса к взаимодействию между коммуникационными платформами и вопросами устойчивого развития, что находит отражение в научной литературе.

Одним из ключевых аспектов является влияние медиаресурсов на формирование общественного мнения об экологических проблемах [4]. Согласно исследованиям, такие платформы выступают не только каналом распространения информации, но и мощным инструментом координации действий общественности. Способствуя обсуждению актуальных экологических вопросов, социальные медиа помогают пользователям осознавать последствия своего потребления и выявлять пути для его рационализации [5].

Рациональные практики представляют собой действия и подходы, направленные на использование природных ресурсов с максимальной эффективностью и минимизацией негативного

воздействия на окружающую среду [6]. Эти практики основаны на осознании значимости устойчивого развития и защите экосистем. Ниже перечислены основные аспекты рациональных практик и методы их реализации:

- оптимизация потребления ресурсов. Например, использование энергосберегающих ламп, установка водосберегающих устройств, применение современных технологий для повышения энергоэффективности в зданиях, подходы к снижению потребления воды, энергии и других ресурсов [7];

- переработка и повторное использование, включая сортировку отходов для переработки, использование вторичных материалов в производстве и активное участие в программах утилизации, что снижает количество отходов;

- устойчивое сельское хозяйство. Оно проявляется в использовании экологически чистых технологий, таких как органическое земледелие, которое минимизирует использование химических удобрений и пестицидов, что способствует сохранению почвы и биоразнообразия;

- экологически чистый транспорт, который помогает сократить выбросы углерода и уменьшает зависимость от ископаемого топлива;

- экологическое сознание и просвещение населения, проводимые через социальные сети и другие медиаплатформы, помогают людям понимать важность внедрения рациональных практик в повседневную жизнь [8];

- поддержка инициатив и сообществ, которые могут собирать людей, чтобы обмениваться опытом, проводить мероприятия экологической направленности, способствуя созданию активного гражданского общества [9].

- инновационные технологии, включая возобновляемые источники энергии, способствуют реализации рациональных практик. Эти технологии позволяют сократить углеродный след и переходить на

другие формы энергии.

Принимая во внимание это многообразие рациональных практик, можно утверждать, что их реализация требует совместных усилий граждан, бизнеса и власти, направленных на достижение устойчивых результатов в области охраны окружающей среды и рационального использования ресурсов.

Исследование социальных медиа в контексте рационального потребления приводит к анализу контента, который активно обсуждается на таких платформах. Многие авторы отмечают, что публикации в социальных сетях разнообразны и охватывают широкий спектр экологических тем, включая изменения климата, управление отходами, защиту биоразнообразия и т.д. По мнению исследователей, такая многообразность контента позволяет привлечь внимание широкой аудитории и стимулировать ее активное участие в охране окружающей среды. Однако можно предположить, что не все опубликованные материалы являются достоверными или информативными. Распространение недостоверной информации может привести к дезинформации и провоцировать безразличие. Это подчеркивает необходимость разработки методов оценки качества информации, представленной в медиаресурсах.

Другим важным аспектом является анализ механизмов, с помощью которых социальные медиа воздействуют на поведение пользователей. Социальные сети позволяют создавать сообщества, которые объединяют людей с похожими интересами, тем самым усиливая эффективность их действий. Проблемы, такие как изменение климата и браконьерство, становятся более видимыми благодаря совместным усилиям и фокусировке внимания на них.

Также стоит отметить, что влияние социальных медиа на поведение пользователей в области охраны окружающей среды не ограничивается только прямым информированием. Исследования показывают, что контент, связанный с личным опытом и наглядными примерами из частной жизни, значительно увеличивает шансы на позитивные изменения в потребительских

привычках. Это подтверждает целесообразность применения разных форматов контента, таких как видеоролики, инфографики и интерактивные посты, чтобы вызывать интерес и вовлекать пользователей.

Следовательно, социальные медиа способствуют информированию населения об экологических проблемах, тем самым оказывают положительное влияние на разумное и экономное потребление природных ресурсов. Был проведен анализ публикаций в социальных сетях, использующих хэштег #экология. В результате проведенного анализа было выявлено, что в течении трёх дней этот хэштег активно использовался в различных типах публикаций (таблица 1). Также были исследованы типы постов и наличие в них призыва к разумному потреблению ресурсов.

**Таблица 1**

**Типы и количество публикаций в социальной сети  
«ВКонтакте»**

Тип публикации	Количество	Побудительный пост
Мероприятия	208	Да
Фотографии	23	Нет
Общественные негодования	34	Да
Просветительская деятельность	95	Да
Новости	224	Да
Интересные факты	24	Да
Отчеты	60	Да
Интервью/биография	12	Нет
Памятки/инструкции/советы	39	Да
Вакансии	2	Нет
Розыгрыши	2	Нет
Реклама	32	Да
Бизнес-идеи	5	Да
Статьи	29	Да
Опросы	5	Нет
Видеоролики	16	Да



Стихи	4	Нет
Цитаты	1	Нет

Было проанализировано 805 публикаций. Исходя из них были выделены следующие типы публикаций:

- Мероприятия. Сюда можно отнести различные проекты, форумы, выставки, акции, круглые столы, диктанты, конференции, квесты. Данные публикации призывают участвовать в мероприятиях. Следовательно, они привлекают пользователей принять участие в решении экологических проблем.
- Фотография. Обычно это фотографии природы, рассвета, которые не несут никакой смысловой нагрузки.
- Интересные факты. Данные публикации привлекают пользователей к экологии в целом.
- Общественные недовольства. Сюда можно отнести негативные факторы, такие как загрязнение рек, срубка деревьев, проблема утилизации мусора и др. Пользователи активно пытаются решить экологические проблемы в своём городе, поэтому данный тип публикации активно призывает людей к разумному потреблению.
- Просветительская деятельность. Здесь обычно публикуются записи школ и детских садов. Например, учителя проводили занятия и мастер-классы, посвященные экологии. Здесь также присутствует призыв к определенным действиям в решении экологических проблем.
- Отчет. Сюда можно отнести проделанный результат организаций и отдельных людей. Это отчеты по уборке, по выигранным конкурсам по экологии, по сдаче макулатуре и картона и т.д. Данные посты привлекают к

себе внимание, потому их стоит отнести к призывающим.

- Интервью/биография. Здесь пишется информация о людях, которые имели или имеют отношение к экологии. Такие публикации не призывают к разумному потреблению.
- Памятки, инструкции, советы. Это публикации с главной тематикой –призыва к разумному потреблению природных ресурсов.
- Розыгрыши. Это публикации, не призывающие к разумному потреблению природных ресурсов, так как их главная цель – получить приз.
- Реклама. Сюда относятся рекламные публикации какого-либо товара, который позволит разумно использовать природные ресурсы.
- Бизнес-идеи, которые могут принести пользу и человеку, и природе.
- Статьи на экологическую тему. Они могут призвать к разумному потреблению ресурсов.
- Видеоролики. Агитирующие видеоролики, видеоролики с активными действиями экологической направленности, такие как уборки территорий, водоёмов и др., видеоролики с уроков и занятий, видеоролики-отчеты.
- Цитаты. Красивые высказывания, которые также чаще всего не запоминаются в новостной ленте.

Оказалось, что в социальных медиа среди публикаций экологической направленности чаще всего появлялись новости и информация о мероприятиях (рис. 1).

Кроме того нами были выделены эко мероприятия за определенный промежуток времени. Среди них были форумы, проекты экологической направленности, выставки, круглые столы,

экологические флэшмобы, эко диктанты, эко викторины, лекции, квесты, конкурсы, онлайн-курсы, тренинги, фримаркеты, занятия, встречи, дискуссии, субботники, эко фесты, показы научного кино и т.д. Привлечение к проблемам защиты окружающей среды в тематике мероприятий довольно активное, что не может не радовать.



**Рис. 1. Наглядная статистика количества публикаций, разделенных на типы**

Источник: составлено авторами

Стоит отметить, что социальные сети оказывают значительное влияние на общественное сознание и действия, касающиеся экологических вопросов и рационального потребления природных ресурсов [10]. Ниже приведены примеры такого влияния:

– привлечение внимания к экологическим катастрофам. Например, публикации и фотографии о лесных пожарах, разливе нефтепродуктов и загрязнении воды очень активно распространяются в социальных сетях;

– кампании по снижению пластиковых отходов и раздельному сбору мусора. Социальные сети стали платформой для таких масштабных кампаний, направленных на снижение использования одноразового пластика и батареек. Общественные инициативы

побудили пользователей убирать, разделять мусор и делиться

результатами в своих аккаунтах. Это создало эффект популяризации и вдохновило других людей на участие в подобных акциях, подчеркивая важность коллективных усилий;

– образование и информирование. Социальные сети также содействуют распространению знаний об устойчивом использовании ресурсов через различные образовательные кампании. Например, такие организации, как Гринпис и Всемирный фонд дикой природы публикуют инфографики и краткие видео, которые объясняют, как каждый человек может уменьшить свой углеродный след и сохранить биоразнообразие;

– виральные видео и конкурсы, которые тоже стали популярным способом распространения экологических идей. Например, волонтеры одной из организаций привлекали внимание к проблемам глобального потепления через креативные подходы и общественные обсуждения;

– платформы для обсуждения. Социальные сети предоставляют пространство для открытого обсуждения экологических проблем, где пользователи активно обмениваются мнениями о том, каким образом они могут влиять на экологическое состояние [11].

### **Заключение**

Таким образом, медиаресурсы оказывают многообразное влияние на общественное восприятие экологических вопросов и способствуют более активному участию граждан в сохранении природных ресурсов и улучшении окружающей среды.

Социальные медиа имеют огромное влияние на людей, так как в среднем каждый пользователь тратит около четырех часов в день в мессенджерах. По результатам исследования, экологические проблемы освещаются, но недостаточно активно. В результате проведенных исследований было обнаружено, что публикации в социальных сетях являются довольно разнообразными и освещают различные проблемы экологии, к которым люди не остаются равнодушными. С увеличением количества публикаций, особенно

по таким типам, как отчеты, мероприятия, интересные факты и

памятки, инструкции, советы, возрастает и количество просмотров пользователей. Социальная сеть «ВКонтакте» имеет огромный потенциал в просветительской деятельности пользователей. Привлечение внимание населения к проблеме разумного потребления природных ресурсов с каждым годом набирает обороты. В связи с этим стоит поддерживать интерес пользователей к экологическим проблемам путем увеличения качества и количества публикаций.

Результаты исследования имеют важное практическое значение для различных секторов общества, включая государственные органы, некоммерческие организации и бизнес, так как они могут использовать полученные данные для создания более эффективных коммуникационных стратегий, способствующих рациональному потреблению и охране окружающей среды.

Таким образом, данное исследование не только дополняет существующие знания о роли медиа в экологическом сознании, но и предлагает новые подходы к рациональному использованию природных ресурсов через активное вовлечение пользователей социальных медиа.

## ▲ Список литературы

---

1. Рочева О.А., Зарипова Р.С., Рочева Я.О. Экологическая составляющая качества жизни населения // Энергетика, инфокоммуникационные технологии и высшее образование: материалы Международной конференции. Казань, 2023. Т. 3. С. 325-328.
2. Рочева О.А., Рочева Я.О. Анализ условий жизни населения России // Энергетика, инфокоммуникационные технологии и высшее образование: материалы Международной научно-технической конференции. Казань, 2023. Т.2. С. 551-554.

3. Землянухина С.Г. Экологический туризм в аспекте реализации концепции устойчивого развития // Стратегии и современные тренды регионального туризма и гостеприимства: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Саратов: ООО «Русайнс», 2019. С. 244-250.

4. Ивлиев П.В., Кошелюк Б.Е. Деятельность СМИ в освещении экологических проблем // Закон и право, 2021. № 7. С. 58-61.

5. Лэй Синь, Чжао Цзюнчэнь. Освещение экологической проблематики на страницах зарубежных и российских массмедийных изданий // Этносоциум и межнациональная культура. 2023. №183. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osveschenie-ekologicheskoy-problematiki-na-stranitsah-zarubezhnyh-i-rossiyskih-massmediynyh-izdaniy> (дата обращения: 08.12.2024).

6. Рубцова Л.Н., Чернявская Ю.А. Проблемы эффективного использования природных ресурсов в современных условиях // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 9-3. С. 457-464.

7. Власова А.Ю., Умурзаков А.К., Ахмед М.М. Оценка развития энергетической отрасли с точки зрения ее экологичности // Экологическая безопасность в техносферном пространстве. сборник материалов Пятой Международной научно-практической конференции преподавателей, молодых ученых и студентов. Екатеринбург, 2022. С. 84-86.

8. Зарипова Р.С., Рочева О.А., Морозова И.Г. Вопросы обеспечения экологической безопасности и оповещения населения о природоохранных мероприятиях // Наука Красноярья. 2023. Т. 12. № 2-2. С. 59-64.

9. Кругликов В.В. Роль социальных сетей в формировании гражданских ценностей молодежи на примере социальной сети «ВКонтакте» // КОНТАКТ. Конференция: сборник статей и тезисов докладов VIII Всероссийской научно-практической конференции. СПб: Городской центр социальных программ и профилактики асоциальных явлений среди молодежи «КОНТАКТ», 2024. С. 443-450.

10. Яндубаев А.В. Влияние социальных сетей на формирование общественного мнения в современных условиях // Современные научные исследования и инновации. 2024. № 7 [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2024/07/102349> (дата обращения: 03.10.2024).

11. Петриков В.Ю., Сухов Д.В. Социальные сети как современный инструмент популяризации экологии человека и продвижения культуры здорового образа жизни // Интеллект: сборник статей Международного конкурса молодых учёных. Пенза: Наука и Просвещение, 2024. С. 74-76.



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 International