



Научная статья

УДК 340

<https://doi.org/10.33874/2072-9936-2025-0-3-40-50>

ПРОПАГАНДА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕСТВА: ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ

Анна Саламиевна Алихаджиева

Поволжский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, 410012, Россия, г. Саратов, ул. Московская, д. 164, в/г 2

ranitta@yandex.ru

Аннотация

Основываясь на положениях действующего законодательства, автор предпринимает попытку охарактеризовать актуальные вопросы в сфере формирования экологической культуры посредством пропаганды экоинформации. Целью исследования является научное осмысление и анализ правовых основ и роли пропаганды в современном российском обществе и ее влияния на вовлеченность граждан в экологические процессы. Применение общенаучных методов позволяет всесторонне изучить некоторые аспекты и параметры заявленной проблемы. Автор приходит к выводу, что транслирование экологической информации (пропаганда) с помощью средств массовой информации и прочих технических средств неэффективно и в действующем законодательстве не уделяется должного внимания такому методу повышения экокультуры. Базовый нормативный акт в сфере охраны окружающей среды указывает на необходимость информирования населения о законодательстве в области охраны окружающей среды и экологической безопасности (экологическое просвещение). По мнению автора, одним из ключевых аспектов экологической пропаганды в первую очередь является повышение осведомленности общества о важности экологических проблем, информирование хозяйствующих субъектов, политиков, медийных личностей о человеческом влиянии на окружающую среду, в связи с чем сформулировано предложение по улучшению нормативно-правового регулирования просветительской деятельности, в том числе о необходимости законодательного определения понятия «экологи-

ческая пропаганда». Основная задача пропаганды в части формирования экологической культуры общества состоит в том, чтобы вызвать в сознании психоэмоциональное отторжение от антиэкологического поведения.

Ключевые слова: охрана окружающей среды; законодательство; экологическая культура; пропаганда; средства массовой информации.

Для цитирования: Алихаджиева А. С. Пропаганда как инструмент формирования экологической культуры общества: правовые аспекты // Вестник Российской правовой академии. 2025. № 3. С. 40–50. <https://doi.org/10.33874/2072-9936-2025-0-3-40-50>

Research Article

PROPAGANDA AS A TOOL FOR THE FORMATION OF THE ECOLOGICAL CULTURE OF SOCIETY: LEGAL ASPECTS

Anna S. Alikhadzhieva

Volga Institute of Management – Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, 164, Bldg. 2 Moskovskaia St., Saratov, 410012, Russia
ranitta@yandex.ru

Abstract

Based on the provisions of the current legislation, the author attempts to characterize topical issues in the field of environmental culture formation through the promotion of eco-information. The aim of the research is to scientifically comprehend and analyze the legal foundations and the role of propaganda in modern Russian society and its impact on the involvement of citizens in environmental processes. The use of general scientific methods makes it possible to comprehensively study some aspects and parameters of the stated problem. The author comes to the conclusion that broadcasting environmental information (propaganda) using mass media and other technical means is not effective and the current legislation does not pay due attention to such a method of increasing eco-culture. The basic normative act in the field of environmental protection indicates the need to inform the public about legislation in the field of environmental protection and environmental safety (environmental education). According to the author, one of the key aspects of environmental propaganda, first of all, is to raise public awareness of the

importance of environmental problems, informing business entities, politicians, media personalities about the human impact on the environment, in connection with which, a proposal is formulated to improve the regulatory regulation of educational activities, including the need for legislative definition the concept of “environmental propaganda.” The main task of propaganda in terms of the formation of the ecological culture of society is to cause psychoemotional rejection of anti-ecological behavior in the mind.

Keywords: environmental protection; legislation; environmental culture; propaganda; mass media.

For citation: Alikhadzhieva A. S. Propaganda as a Tool for the Formation of the Ecological Culture of Society: Legal Aspects. *Herald of the Russian Law Academy*, 2025, no. 3, pp. 40–50. (In Russ.) <https://doi.org/10.33874/2072-9936-2025-0-3-40-50>

Введение

Воздействие человека на окружающую среду принимает колоссальные масштабы, и для того, чтобы решить эту проблему, следует пересмотреть свое отношение к миру. Действующие нормы права регламентируют запреты на осуществление действий, негативно сказывающихся на состоянии окружающей среды. Ученые со всего мира предлагают различные методики решения экологических проблем. При этом ситуация в сфере окружающей среды еще больше усугубляется. Глобализационные процессы, сближающие экономики развивающихся стран, негативно влияют на состояние экологии и влекут изменения в культурном разнообразии. Справедлива точка зрения юристов, экологов, практиков о том, что проблема экологического кризиса кроется в человеческом сознании. Потребительское отношение к окружающей среде отчасти обусловлено экологической неграмотностью населения, нигилистическим мышлением, собственным эгоизмом, надеждой на то, что природа самоисцелится, и многими другими причинами. Интерес к проблемам формирования экологической культуры личности вызван динамичными процессами в экономике, политической и социальных сферах, давшими толчок переоценке ценностей российского общества. Формирование экологической культуры у населения страны осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации в области охраны окружающей среды, особо охраняемых природных территорий, образования, культуры, средств массовой информации. Пропаганда в любой сфере человеческой жизни играет значимую роль, она способна изменить взгляды общества по тому или иному вопросу. Среда, в которой развивается человек, культура его поведения – это продукт влияния внешнего мира. Информация, полученная в раннем возрасте, играет значимую роль в формировании личности.

Основные проблемы, связанные с пропагандой экологических знаний как условием формирования экологической культуры

1. Проблемы экологической культуры в поведении подрастающего поколения и каждого члена социума детерминированы отсутствием примитивных знаний

о природе, нежеланием получать информацию об экологических катаклизмах, авариях природного и техногенного характера и тем более оказывать помощь, принимать участие в природоохранных мероприятиях. Положительная пропаганда в таких значимых вопросах, как охрана природы и бережливое отношение к ней, должна работать над разумом человека с самого малого возраста и до конца жизни. Пропаганда – одновременно деятельность, направленная на популяризацию и распространение экологических настроений в общественном сознании. Пропагандировать означает с помощью различных технических средств и приспособлений доносить информацию до масс, распространять сведения в виде идей, взглядов, убеждений. Пропаганда – полезное средство в развитии человеческих коммуникаций. Она оказывает серьезное влияние на политику сбережения природных ресурсов и обеспечения благополучия человека и безопасности. Охрана природы невозможна без инициативной помощи государства, общества, человека. Без экологического окультуривания и повышения экологической нравственности, гражданственности населения оздоровить окружающую среду практически невозможно. Проблема развития экологической культуры населения обусловлена отсутствием или недостаточностью (неполнотой) информации о состоянии окружающей среды. Пропаганда выступает средством распространения взглядов и идей с целью их внедрения в общественное сознание для активизации массовой практической деятельности. В Федеральном законе «Об охране окружающей среды» о пропаганде как средстве, могущем сформировать у людей чувство экологической гражданственности и ответственности, не говорится [1]. Представляется, что отсутствие нормы в основном природоохранном источнике свидетельствует о его пробельности и недостатках, потому как с помощью экологической пропаганды можно продуктивно осуществлять эколого-просветительскую функцию, а значит, повысить экологическую культуру поведения человека.

2. Еще одной не менее значимой проблемой в становлении экологически культурной личности является инертное участие средств массовой информации в освещении экологических проблем. В последнее время, по мнению О. В. Шадринной, «интенсивность освещения в средствах массовой информации экологической проблематики несколько сократилась по сравнению с концом XX в.» [2, с. 68]. Причиной тому стали социальные перемены и, в первую очередь, экономические факторы, в частности масштабы эксплуатации природных ресурсов. Порой официальные СМИ допускают ошибки и неточности при подаче экологической информации. Стоит отметить, что Закон РФ № 2124-1 «О средствах массовой информации» не содержит нормы о порядке, формах, методах подачи такой информации [3]. Население страны узнает о природных катаклизмах, чрезвычайных ситуациях, авариях природного и техногенного характера намного оперативнее в социальных сетях, нежели чем по телевидению и радио, в газетных изданиях. Российские средства массовой информации скудны на экологические программы, что крайне отрицательно сказывается на правосознании населения. Справедлива точка зрения И. А. Игнатьевой о том, что «недостаточный учет системности правового регулирования в области обращения с экологической информацией привел к оформлению искусственных барьеров для обеспечения общедоступности такой информации» [4, с. 12].

Об экологических проблемах, эпизоотиях, о важности экологического добровольчества, о запретах и правилах нужно говорить чаще, что, безусловно, окажет только лишь благотворное воздействие на культуру поведения гражданина, природопользователя. Точно так же, как пропаганда борьбы с наркотиками, экологическая пропаганда, к примеру, путем социальных роликов или рекламы может благоприятно повлиять на правовое мышление, изменить поведение человека по отношению к окружающей среде и природным ресурсам. Кроме того, таким образом в полной мере будет реализовываться конституционное право каждого на экологическую информацию, регламентированное не только Основным законом государства, но и рядом нормативно-правовых актов, таких как Федеральный закон от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды» (ст. 3, ч. 1 ст. 11), Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (ч. 1, 2, ст. 8) [5], Федеральный закон от 9 января 1996 г. № 3-ФЗ «О радиационной безопасности населения» (ст. 23) [6], Федеральный закон от 2 мая 1997 г. № 76-ФЗ «Об уничтожении химического оружия» (ст. 20) [7], Закон РФ от 15 мая 1991 г. № 1244-I «О социальной защите граждан, подвергшихся воздействию радиации вследствие катастрофы на Чернобыльской АЭС» (ст. 46) [8], Федеральный закон от 21 ноября 1995 г. № 170-ФЗ «Об использовании атомной энергии» (ст. 13) [9], Федеральный закон от 24 июня 1998 г. № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления» (ч. 1 ст. 24.11) [10] и др. Экологическая информация не должна сводиться только к сведениям, касающимся ежедневного прогноза погоды. Опыт многих стран показал, что живая пропаганда и использование информационных носителей помогают в борьбе с лесными пожарами и браконьерством, значительно снижается число экологических правонарушений.

3. Указ Президента РФ от 31 декабря 1993 г. № 2334 «О дополнительных гарантиях прав граждан на информацию» в п. 5 обязал «государственные телерадиовещательные компании создавать циклы передач (программ), разъясняющих деятельность федеральных органов законодательной, исполнительной и судебной власти, существо принимаемых решений с привлечением к работе над этими программами ведущих специалистов, экспертов, разработчиков соответствующих документов» [11]. Данный документ не дает пояснения, о каком виде информации идет речь. В связи с изложенным ранее представляется необходимым ст. 38 Закона РФ «О средствах массовой информации» дополнить текстом и изложить в следующей редакции: «Информация о состоянии окружающей среды (экологическая информация), обладателями которой являются федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления, должна систематически доводиться до населения в полном объеме разрешенными способами с помощью использования теле- и коммуникационных систем связи (радио-, теле-, видео-, кинохроникальных программ, сетевых изданий, телеканалов, радиоканалов, телепрограмм, радиопрограмм, видеопрограмм, периодических изданий и прочих)». Стоит отметить, что в научной парадигме существует множество определений рассматриваемого понятия. Термин «пропаганда» отражен в конституционных положениях, однако с точки зрения других наук у данной категории разные характеристики. Думается, что, имея положитель-

ное и отрицательное содержание, экологическая пропаганда в первую очередь должна иметь правовую квалификацию, и на законодательном уровне необходимо конкретизировать ее юридическую природу, сущность, значимость для современного информационного общества и его культуры, а также разработать методические рекомендации, которые имели бы межведомственный характер.

4. Эффект от экологической пропаганды, способной в значительной степени скорректировать эколого-культурное поведение граждан, можно получить при условии, что информация, размещенная на плакатах, в социальных сетях или в рекламе, будет носить адресный характер. Подрастающее поколение и молодежь преимущественно выбирают социальные сети, тогда как более взрослые члены общества предпочитают печатные издания, телевидение и радио. Так или иначе, экологическая информация должна максимально часто доводиться до целевой аудитории. В постиндустриальном обществе обмен информацией имеет чрезвычайно важное значение: получая информацию, ее потребитель может использовать ее для благих целей, в том числе для защиты своих прав. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), за последние два года экологическая активность россиян снизилась. Кроме того, статистика показывает, что старшее поколение по степени вовлеченности в экологические проблемы и интересу к состоянию окружающей среды опережает 18–24-летних молодых людей. Как правило, по результатам опросов выясняется, что экологическая проблематика волнует основную часть населения, однако при этом никаких действий в этом направлении они не предпринимают. Причины разные, и самая распространенная – стремление улучшить свое материальное положение, построить карьеру, приобрести недвижимость. Следует признать, что уровень информированности россиян о существующих экологических проблемах низок. Исследование ВЦИОМ по осведомленности граждан об экологических акциях всероссийского масштаба показало, что 30% опрошенных вообще не знают о таких мероприятиях, как акции «Сохраним лес», «Вода России», «День Земли», «Сад памяти» и др. «Аудитория информированных об экологических акциях различается по полу, возрасту, месту проживания и медиапредпочтениям: типичный россиянин, знающий об акции «Сохраним лес», – женщина (51% против 39% мужчин), с высшим или средним специальным образованием (47% и 49% соответственно), не проживающая в Москве и Санкт-Петербурге (43–50% против 39% в обеих столицах) и предпочитающая телевидение Интернету (51%) или смешанную модель медиапотребления (48%). Типичный россиянин, знающий об акции «День Земли», – 18–44-летний (35–39%), имеющий высшее образование (40%), москвич или петербуржец (41%), активный потребитель Интернета (38%). С акцией «Сад памяти» чаще знакомы женщины (22% против 14% мужчин) и работники бюджетных организаций (36% против 13% трудоустроенных в коммерческом секторе). «Вода России» – единственная из тестируемых акций, о которой чаще информированы представители старшего поколения 60+, а не молодежь (22% против 10–12% в других возрастных группах)» [12]. Исходя из представленных статистических данных видно, что чаще всего граждане РФ получают экологическую информацию из социальных сетей. Следует отметить, что среди медийных личностей низкий процент эоактивистов: известные блогеры редко обсуждают темы защиты природы, несмотря на большую аудито-

рию слушателей и зрителей. Соответственно, как таковой экологической пропаганды практически нет – за экологию борются государство, общественники, волонтеры и граждане, которым состояние окружающей среды не безразлично. Парадоксально, но граждане РФ зачастую не знают ни одного эколога, вызывают затруднения вопросы об общественных экологических организациях и движениях, функционирующих на территории России уже не один десяток лет. Огромную роль в формировании человеческих ценностей играют известные политические деятели, певцы, артисты и видеоблогеры. Экологическое просвещение через подачу информации любыми информационными источниками может оказывать исключительно положительное воздействие на сознание российских граждан, особенно молодежи, поскольку именно она является самым активным пользователем мессенджеров, контента, веб-страниц и интернет-сайтов.

Говоря об информатизации экологической пропаганды, разумно уделить особое внимание возможностям рекламы, которая во многом служит эффективным средством привлечения внимания населения к наиболее актуальным экологическим проблемам. Именно реклама и социальные ролики оказывают значительное психологическое воздействие на человека, формируя в его сознании главную идею сохранения природы. Авторы таких роликов демонстрируют масштабы проблемы и посредством психологических приемов меняют отношение людей к окружающей среде. Ролики, реклама и видеообращения становятся источниками экологической информации, которую зритель или слушатель не всегда может получить из официальных СМИ. Любительская съемка или скрытая камера зачастую отражают реальную ситуацию наиболее полно, поражая сознание и пробуждая чувство ответственности за состояние окружающей среды.

Существует мнение, что во всем мире об экологической культуре заговорили только после осознания глобальности экологического кризиса. Деградационные изменения окружающей среды вынуждают государства принимать экстренные меры, вкладывать огромные суммы в спасение и, по возможности, восстановление утраченных полезных свойств природных ресурсов. Экологическая культура – очень емкое понятие, которое включает человеческий фактор и связано с такими категориями, как экономика стран, социальная сфера, благоустройство, бизнес. Деформация окружающей среды вызвана развитием индустриализации и урбанистических систем, и сейчас настало время, когда человечество вынуждено сделать правильный выбор в пользу будущих поколений: отказаться от потребления продукции, создающей комфорт, сократить потребности в энергоресурсах и др. Баланс экологических и экономических отношений возможен в обществе грамотных, заинтересованных, образованных и культурных людей. Выработывая новые формы общения с природой, важно предусмотрительно оценивать экологические риски, эффект от новейших технологий, роботизации и другие экологические приобретения и процессы. Современному обществу необходимо понять, насколько экологический императив существенен, и что не стоит рассматривать его только сквозь призму запретов и ограничений – достаточно обратить внимание на собственное поведение и пересмотреть свое отношение к окружающей среде. Советское законодательство практически не содержало норм об экологической культуре, при этом советский гражданин,

независимо от пола, социального положения и возраста, менее информированный, стремился активно участвовать в добровольческих экологических акциях.

5. Политика гласности не всегда оказывает положительное влияние, но определенно влияет на внутреннее состояние человека. Отрицание или нежелание изменить свое отношение к природе и окружающему миру может быть вызвано идеологическими, политическими и даже религиозными взглядами. У любой информации есть две стороны – положительная и отрицательная. В контексте экологической пропаганды необходимо подчеркнуть, что такого рода информация в любом случае должна быть известна населению, поскольку она направлена на освещение жизненно важных вопросов. Информацию нужно доносить максимально понятно, доступно и правдиво, не вкладывая в нее собственные убеждения. Как известно, в журналистской среде из-за желания получить известность и множество откликов в некоторых репортажах сильно сгущают краски по тому или иному событию. Все представители СМИ, освещающие экологические проблемы, ситуации и аварии, должны осознавать, насколько велика их ответственность перед обществом за подачу достоверной информации, поскольку искаженные данные, иногда подаваемые с использованием манипулятивных технологий, негативно влияют на взгляды, представления и убеждения людей, а также на их эмоциональное состояние в целом. Экологическая культура – это культура, формирующаяся под воздействием информационного влияния.

Преимущества информационных технологий на сегодняшний день бесспорны. При этом следует помнить, что в глобальной сети Интернет информация может быть размещена кем угодно, сфабрикована или искажена. Всемирная паутина – это площадка для обсуждения вопросов экономического, социального, политического и правового характера. Чтобы успешно интегрироваться в современное информационное общество, необходимо быть максимально осведомленным, уметь анализировать получаемую информацию и использовать ее во благо.

К популяризации экологической информации с целью повышения экологической грамотности и культуры населения ученые со всего мира относятся по-разному. Польза экологической пропаганды не всегда очевидна, однако однозначно важны форма и методы ее подачи, а также способы и средства, используемые популяризаторами и пропагандистами. В Российской Федерации действует Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (далее – Роскомнадзор), которая осуществляет контрольно-надзорную деятельность от имени государства в сфере массовой информации. В документах, регламентирующих деятельность Роскомнадзора, а именно в постановлении Правительства РФ от 31 июля 2014 г. № 742 «Об отдельных полномочиях Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций» [13] и в постановлении Правительства РФ от 16 марта 2009 г. № 228 «О Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций» (вместе с «Положением о Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций») [14], не упоминаются пропаганда и способы подачи информации. Вместе с тем в подп. 6.2 п. 6 разд. II Постановления Правительства РФ № 228 ука-

зано, что Роскомнадзор уполномочен «проводить необходимые расследования, испытания, экспертизы, анализы и оценки, а также научные исследования по вопросам, отнесенным к компетенции».

Сегодня развитию экологической культуры в нашей стране придается большое значение. Однако многие идеи и возможные варианты развития в этом направлении так и не получили должной правовой поддержки, а следовательно, и необходимого финансового и материального обеспечения на федеральном уровне. Деятельность многих структур, таких как образовательные учреждения, сфера культуры и средства массовой информации, в этой области все еще имеет ряд недостатков.

Заключение

Экологическую пропаганду в условиях устойчивого экологического кризиса, кризиса духовных ценностей и потребительского отношения к окружающему миру следует рассматривать как попытку стабилизировать давно неустойчивые отношения между человеком и природой. На государственном уровне предложено множество профилактических мероприятий и вложены значительные средства в оздоровление окружающей среды. Однако очевидно, что главной причиной экологической несостоятельности является сам человек – плохо воспитанный, нарушающий законодательные нормы и принципы, самонадеянный потребитель ресурсов, не отдающий ничего взамен. Проблема повышения экологического правосознания и культуры не может иметь исключительно национальный характер; противодействие экологическому нигилизму должно осуществляться через образование, профилактические беседы, доступ к информации и пропаганду.

Пристатейный библиографический список

1. Федеральный закон от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды» // СЗ РФ. 2002. № 2. Ст. 133; 2024. № 33. Ст. 4928.
2. *Шадрина О. В.* Физические лица как субъекты права доступа к экологической информации по законодательству Российской Федерации // Административное и муниципальное право. 2012. № 1.
3. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-I «О средствах массовой информации» // Ведомости СНД РФ и ВС РФ. 1991. № 7. Ст. 300; СЗ РФ. 2024. № 48. Ст. 7218.
4. *Игнатьева И. А.* Проблемы правового определения экологической информации // Экологическое право. 2023. № 3.
5. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // СЗ РФ. 2006. № 31. Ст. 3448; 2024. № 33. Ст. 4999.
6. Федеральный закон от 9 января 1996 г. № 3-ФЗ «О радиационной безопасности населения» // СЗ РФ. 1996. № 3. Ст. 141; 2023. № 12. Ст. 1880.
7. Федеральный закон от 2 мая 1997 г. № 76-ФЗ «Об уничтожении химического оружия» // СЗ РФ. 1997. № 18. Ст. 2105; 2024. № 1. Ст. 3.
8. Закон РФ от 15 мая 1991 г. № 1244-I «О социальной защите граждан, подвергшихся воздействию радиации вследствие катастрофы на Чернобыльской АЭС» // Ведомости СНД РФ и ВС РСФСР. 1991. № 21. Ст. 699; СЗ РФ. 2024. № 1. Ст. 3.

9. Федеральный закон от 21 ноября 1995 г. № 170-ФЗ «Об использовании атомной энергии» // СЗ РФ. 1995. № 48. Ст. 4552; 2024. № 53. Ст. 8495.
10. Федеральный закон от 24 июня 1998 г. № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления» // СЗ РФ. 1998. № 26. Ст. 3009; 2024. № 53. Ст. 8507.
11. Указ Президента РФ от 31 декабря 1993 г. № 2334 «О дополнительных гарантиях прав граждан на информацию» // Собрание актов Президента и Правительства РФ. 1994. № 2. Ст. 74; СЗ РФ. 2000. № 36. Ст. 3636.
12. Экоактивизм: вовлеченность, мотивация, потенциал // ВЦИОМ. Новости : сайт. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ehkoaktivizm-vovlechnost-motivaciya-potencial> (дата обращения: 03.02.2025).
13. Постановление Правительства РФ от 31 июля 2014 г. № 742 «Об отдельных полномочиях Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций» // СЗ РФ. 2014. № 32. Ст. 4515.
14. Постановление Правительства РФ от 16 марта 2009 г. № 228 «О Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций» (вместе с «Положением о Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций») // СЗ РФ. 2009. № 12. Ст. 1431; 2024. № 7. Ст. 979.

References

1. Federal Law of January 10, 2002 No. 7-FZ "On Environmental Protection". *Collection of Legislation of the Russian Federation*, 2002, no. 2, art. 133; 2024, no. 33, art. 4928. (In Russ.)
2. Shadrina O. V. Individuals as Subjects of the Right of Access to Environmental Information under the Legislation of the Russian Federation. *Administrative and Municipal Law*, 2012, no. 1. (In Russ.)
3. Law of the Russian Federation of December 27, 1991 No. 2124-I "On Mass Media". *Bulletin of the Congress of People's Deputies of the Russian Federation and the Supreme Court of the Russian Federation*, 1991, no. 7, art. 300; *Collection of Legislation of the Russian Federation*, 2024, no. 48, art. 7218. (In Russ.)
4. Ignatieva I. A. Problems of Legal Definition of Environmental Information. *Environmental Law*, 2023, no. 3. (In Russ.)
5. Federal Law of July 27, 2006 No. 149-FZ "On Information, Information Technologies and Information Protection". *Collection of Legislation of the Russian Federation*, 2006, no. 31, art. 3448; 2024, no. 33, art. 4999. (In Russ.)
6. Federal Law of January 9, 1996 No. 3-FZ "On Radiation Safety of the Population". *Collection of Legislation of the Russian Federation*, 1996, no. 3, art. 141; 2023, no. 12, art. 1880. (In Russ.)
7. Federal Law of May 2, 1997 No. 76-FZ "On the Destruction of Chemical Weapons". *Collection of Legislation of the Russian Federation*, 1997, no. 18, art. 2105; 2024, no. 1, art. 3. (In Russ.)
8. Law of the Russian Federation of May 15, 1991 No. 1244-I "On the Social Protection of Citizens Exposed to Radiation as a Result of the Chernobyl Nuclear Power

Plant Disaster". *Bulletin of the Congress of People's Deputies of the RSFSR and the Supreme Council of the RSFSR*, 1991, no. 21, art. 699; *Collection of Legislation of the Russian Federation*, 2024, no. 1, art. 3. (In Russ.)

9. Federal Law of November 21, 1995 No. 170-FZ "On the Use of Atomic Energy". *Collection of Legislation of the Russian Federation*, 1995, no. 48, art. 4552; 2024, no. 53, art. 8495. (In Russ.)

10. Federal Law of June 24, 1998 No. 89-FZ "On Production and Consumption Waste". *Collection of Legislation of the Russian Federation*, 1998, no. 26, art. 3009; 2024, no. 53, art. 8507. (In Russ.)

11. Decree of the President of the Russian Federation of December 31, 1993 No. 2334 "On Additional Guarantees of Citizens' Rights to Information". *Collected Acts of the President and the Government of the Russian Federation*, 1994, no. 2, art. 74; *Collection of Legislation of the Russian Federation*, 2000, no. 36, art. 3636. (In Russ.)

12. Ecoactivism: Involvement, Motivation, Potential. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ehkoaktivizm-vovlechnost-motivaciya-potencial> (date of the application: 03.02.2025). (In Russ.)

13. Resolution of the Government of the Russian Federation of July 31, 2014 No. 742 "On Certain Powers of the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Media". *Collection of Legislation of the Russian Federation*, 2014, no. 32, art. 4515. (In Russ.)

14. Resolution of the Government of the Russian Federation of March 16, 2009 No. 228 "On the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media" (together with the "Regulations on the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media"). *Collection of Legislation of the Russian Federation*, 2009, no. 12, art. 1431; 2024, no. 7, art. 979. (In Russ.)

Сведения об авторе:

А. С. Алихаджиева – кандидат юридических наук.

Information about the author:

A. S. Alikhadzhieva – PhD in Law.

Статья поступила в редакцию 04.02.2025; одобрена после рецензирования 04.03.2025; принята к публикации 19.03.2025.

The article was submitted to the editorial office 04.02.2025; approved after reviewing 04.03.2025; accepted for publication 19.03.2025.