

и врачом-репродуктологом. Задачей онколога является долечное определение критериев, позволяющих ставить данный вопрос на обсуждение. Речь идет о возрасте женщины до 37 лет (возраст мужчины не ограничен), наличии первичной опухоли (но не первично-множественной), предстоящем лечении с риском потери фертильности, желании пациентки или пациента сохранить возможность иметь ребенка [1, 2]. В задачу врача-репродуктолога входит выбор оптимального метода сохранения фертильности в конкретном случае и информирование женщины о возможных его осложнениях.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Letourneau, J. M.* Racial, socioeconomic, and demographic disparities in access to fertility preservation in young women diagnosed with cancer / J. M. Letourneau [et al.] // *Cancer*. – 2012. – Sep 15. – Vol. 118, № 18. – P. 4579–4588.
2. *Карась, О. В.* Состояние репродуктивной системы у пациентов после комплексного лечения медуллобластомы в детском возрасте / О.В. Карась // *Клиническая и экспериментальная медицина*. – 2011. – № 4. – С. 5–11.

ГЛОБАЛЬНАЯ БИОЭТИКА И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЭТИКА: ОТ ОСНОВНЫХ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ПРИНЦИПОВ К КОНКРЕТНЫМ ФОРМАМ ОБЩЕСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

GLOBAL BIOETHICS AND ENVIRONMENTAL ETHICS: FROM THE MAIN FUNDAMENTAL PRINCIPLES TO THE SPECIFIC FORMS OF PUBLIC PRACTICES

Е. В. Кундеревич
E. Kunderevich

*Киевский национальный университет культуры и искусств,
г. Киев, Украина
I.kunderevich@gmail.com
Kiev National University of Culture and Arts, Kiev, Ukraine*

Экологическая этика и глобальная биоэтика являются междисциплинарными направлениями, сформировавшимися в русле нового гуманистического подхода. Их концептуально-теоретический поиск направлен на нахождение и формулирование оптимального соотношения интересов человечества и природы. Важными силами общественного характера, которые заинтересованы в создании нормальной в экологическом отношении среды обитания человека, являются экологический PR и экологическая реклама.

Environmental ethics and global bioethics are interdisciplinary areas that have emerged in the context of a new humanist approach. Their conceptual and theoretical search is aimed at finding and formulating the optimal correlation of interests of mankind and nature. Important public forces that are interested in creating a normal environmentally friendly human environment are: environmental PR and environmental advertising.

Ключевые слова: экологическая этика, глобальная биоэтика, эгоцентризм, биоцентризм, устойчивое развитие, гуманизм, экологический PR, экологическая реклама.

Keywords: ecological ethics, global bioethics, ecocentrism, biocentrism, sustainable development, humanism, ecological PR, ecological advertising.

Экологически ориентированный образ мышления относится к новому шагу в развитии цивилизации, обеспеченной состоянием своей среды обитания. Он находит сегодня свое выражение в появлении и развитии глобальной биоэтики и экологической этики. Экологическая этика и глобальная биоэтика являются междисциплинарными направлениями, сформировавшимися в русле нового гуманистического подхода, который проявляется в принципах – эгоцентризма и биоцентризма.

Концептуально-теоретический поиск биоэтики и глобальной биоэтики направлен на нахождение и формулирование оптимального соотношения интересов человечества и природы. Говоря о технологических вызовах, Д. Нейсбит отмечает, что современное общество все больше характеризуется: «преклонением и страхом перед технологиями, не различием реальности и фантазии, принятия насилия как нормы жизни, отстраненностью и рассеянностью жизни современного человека» [1]. Экологическая этика является одним из направлений прикладной философии – наряду с многими другими, появившимися в 1970-е г. Она подразумевает применение хорошо изученных и общепринятых философских категорий к конкретным проблемам окружающей среды. Например, позитивное развитие получил вопрос о необходимости «введения природы» в сферу морального дей-

ствия, развиваются и применяются на практике такие моральные добродетели, как «умеренность», «ненасилие», принцип ответственности и т. д. Все это есть выражением того, как принцип гуманизма может быть реализован в отношении к природе, также как он реализуется в межличностных отношениях. Глобальная биоэтика следует принципу устойчивого развития, ее устремления направлены как на всех живущих людей, так и на будущие поколения, а также на все живые организмы в целом.

Основные направления современного экоэтического и биоэтического знания включают такие аспекты, как нормативный (общечеловеческие моральные принципы, идеалы, ценности), ситуативный (необходимость принятия решений, моральный выбор), экспериментальный (применение моральных принципов в биомедицинских и экологических исследованиях), институциональный (практическая роль специальных институтов). Важной задачей практического характера являются рекомендации и коррекция деятельности человека по отношению к окружающей среде. В том числе, по мнению Дж. Саймона, необходимость учитывать тенденции необоснованного «экологического паникерства», которое имеет место в общественном сознании и распространяется через средства массовой информации. «Главным источником прогресса являются знания, а препятствием – отсутствие воображения. Изначальный и неисчерпаемый ресурс Земли – это люди, умелые, знающие, исполненные воодушевления и надежды, которые напрягают все свои силы и воображение, чтобы сделать жизнь лучше не только для себя, но и для общества в целом» [2].

Отличительной особенностью современного периода развития человечества является усиление роли неправительственного сектора на всех уровнях и во всех частях мира. Важность процесса вовлечения общественности в решение проблем окружающей среды и устойчивого развития признается сегодня исследователями, правительствами и международными организациями. В настоящее время определились важные силы общественного характера, которые заинтересованы в создании нормальной в экологическом отношении среды обитания человека. Это – экологический PR и экологическая реклама.

Основная задача экологического PR заключается в том, чтобы выстроить отношения с неправительственными общественными организациями, властью, бизнесом, обществом в целом. Причем, специалист в области экологических связей с общественностью может сделать так, чтобы природоохранная информация ими воспринималась соответствующим образом. Адекватность ее восприятия – это одна из серьезнейших проблем. Сегодня она подчас используется крупным бизнесом и властью не для разрешения экологических, порой критических ситуаций, а для достижения собственных целей. Однако, ситуация понемногу начинает меняться. Все весомее становится голос людей. Поэтому способы привлечения общественности и отдельных граждан, а также public service – служение интересам своей общины как логическое развитие экологического PR – заслуживают детального анализа и внедрения в нашу действительность. Экологическая реклама, как собственно любая другая, – это одновременно и коммуникационный процесс, и бизнес, неразрывно связанный со средствами массовой информации и другими каналами ее распространения. Именно экологическую рекламу, в большей степени, чем обычную, считают направленной, контролируемой и распознаваемой информацией, ориентированной на изменение взглядов, вкусов, привычек, более того, на изменение ментальности.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Нейсбит, Дж.* Высокая технология, глубокая гуманность: технологии и наши поиски смысла / Дж. Нейсбит; пер. с англ. А. Н. Анваера. – М.: АСТ: Транзиткнига, 2005. – С. 11–12.
2. *Саймон, Дж.* Неисчерпаемый ресурс / Дж. Саймон; пер. с англ. Б. С. Пинскера. – Челябинск: Социум, 2005. – 797 с.

ПРОЕКТ ЦЕНТРА ЭТИЧНОГО ОТНОШЕНИЯ К ПРИРОДЕ «ЖИВОТНЫЕ – НЕ ОДЕЖДА»

THE PROJECT «ANIMALS ARE NOT CLOTHES» OF THE CENTER FOR THE ETHICAL ATTITUDE TOWARDS NATURE

Л. М. Логиновская, Т. В. Глинкина, В. М. Болтикова, О. А. Агеева
L. Loginovskaya, T. Hlinkina, V. Boltsikava, O. Ageeva

*Центр этичного отношения к природе,
г. Минск, Республика Беларусь
center@ecoetika.by*

Center of the Ethical attitude towards Nature, Minsk, Republic of Belarus

Ежегодно более 100 млн животных по всему миру вынуждены страдать и погибать ради получения от них меха. В XXI в. существует тенденция отказа от потребления меха животных по этическим соображениям. Проведенный в 2017 г. в Минске социологический опрос показал, что только 5,7 % респондентов