Лидия Камиловна Лободенко

Южно-Уральский государственный университет (Челябинск)

lobodenkolk@susu.ru

Анна Борисовна Череднякова

Южно-Уральский государственный университет (Челябинск)

[cheredniakovaab@susu.ru](https://e.mail.ru/compose?To=cheredniakovaab@susu.ru)

Людмила Петровна Шестеркина

Южно-Уральский государственный университет (Челябинск)

[shesterkinalp@susu.ru](https://e.mail.ru/compose?To=shesterkinalp@susu.ru)

**Разрывы коммуникации при формировании информационной повестки по экологии**

В работе анализируются коммуникационные разрывы при формировании информационной повестки СМИ и соцмедиа по экологии Челябинской и Свердловской областей. Базой исследования стали медиатексты по экологии за период 2019–2024 гг. Выявлены содержательно-тематический и психолингвистический разрывы, отражающие проблемы экологии.

Ключевые слова:информационная повестка дня, экологическая коммуникация, СМИ, социальные медиа, разрывы коммуникации

Исследование выполнено за счет гранта РНФ (проект № 23-18-20090, <https://rscf.ru/project/23-18-20090/>).

В современных условиях экологическая коммуникация, реализуемая СМИ и социальными медиа в промышленном регионе, демонстрирует расхождение между активным представлением проблем экологии в информационной повестке, действиями акторов для решения вопросов и ответной реакцией со стороны аудитории. В качестве причин данного расхождения можно назвать коммуникационные разрывы между активным обозначением экологических проблем, низким уровнем вовлеченности населения в их решение и, как следствие, неэффективностью экологической коммуникации. Под экологической коммуникацией понимается тип массовой коммуникации между субъектами по вопросам экологии и окружающей среды с целью формирования экологического поведения, убеждения или побуждения к определенным действиям. Учитывая сказанное выше, возникновение коммуникационных разрывов является весьма актуальной проблемой. Целью данного исследования стало изучение коммуникационных разрывов при формировании информационной повестки СМИ и соцмедиа по экологии промышленных регионов.

Рассмотрение коммуникационных разрывов и информационной повестки по экологии осуществлялось на базе медиатекстов за 2019–2024 гг. из 25 СМИ и 14 групп в социальной сети «Вконтакте» (Челябинская и Свердловская области). Медиатексты были систематизированы по 18 рубрикам и зарегистрированы в виде базы данных «МЭР: Медиатексты по экологии региона» [1]. При этом более углубленно контент-анализ тональности медиатекстов осуществлялся на выборке 2023 г. (2357 ед).

Для системного изучения вопросов возникновения «коммуникационных разрывов», использовалась факторная модель массовой коммуникации Г. Малецке [2], включающая традиционные элементы: коммуникатор, сообщение, посредник и реципиент. Между посредником и получателем размещены новые переменные: «давление» или «принуждение» посредника, образ посредника, эффект сообщения.

Как показал анализ, процесс экологической коммуникации и формирования информационной повестки СМИ и соцмедиа имеет множество разрывов. Репрезентация медиаповестки по экологии часто вместо активного вовлечения населения в решение проблемы приводит к распространению озабоченности и сбою коммуникации. Результаты содержательно-тематического исследования информационной повестки по экологии позволили выявить следующие разрывы:

1) содержательно-тематический – тематическую асимметрию информационной повестки;

2) психолингвистический – преобладание негативной тональности в заголовках новостей.

Данные разрывы демонстрируют «давление» посредника, в контексте модели Г. Малецке [2], через отбор и структурирование медиаконтента.

Это «давление», выявленное, в частности, в первом разрыве на уровне тематической асимметрии информационной повестки показывает, что наибольшее количество публикаций концентрируется в рубриках: «Управление отходами», «Загрязнение и охрана атмосферы», «Загрязнение окружающей среды» и «Загрязнение и охрана водных объектов» и др. В целом около 60% материалов медиаповестки региона по экологии выявлено в категории «экологические проблемы». В информационной повестке недостаточно представлена информация об успешных экологических проектах, мероприятиях, направленных на формирование экологической культуры.

Второй разрыв – психолингвистический – был выявлен на основе анализа тональности заголовков, который показал, что в информационной повестке по экологии за 2023 г. налицо превалирование заголовков с негативной тональностью: нейтральной – 14%, негативной – 46%, позитивной – 36%, сложно определить – около 4%.

Таким образом, анализ информационной повестки по экологии позволил выделить два коммуникационных разрыва (содержательно-тематический и психолингвистический), которые показывают преобладание негативного или нейтрального представления проблем экологии. Изменение сложившихся разрывов коммуникации требует переориентации информационной повестки на предоставление объективной информации, направленной на формирование устойчивого проэкологического поведения.

Литература

1. Мэр: медиатексты по экологии региона / Лободенко Л. К., Демченко А. И., Артюхин Е. В., Шестеркина Л. П., Матвеева И. Ю., Марфицына А. Р., Чуйдук А. А., Харитонова О. Ю., Цырикова Н. П., Загоскин Е. С. Свидетельство о регистрации базы данных RU 2024620918, 28.02.2024. Заявка от 16.02.2024.

2. Maletzke G. Psychology of Mass Communication. Hamburg, 1963.