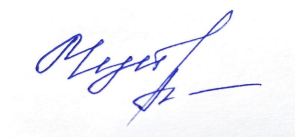


ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ПЕРВОГО
ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б. Н. ЕЛЫЦИНА»



На правах рукописи

Чуйдук Анастасия Андреевна

**ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОВЕСТКИ ДНЯ
ИНТЕРНЕТ-СМИ ПО ЭКОЛОГИИ
В КОНТЕКСТЕ ИМИДЖА ПРОМЫШЛЕННОГО РЕГИОНА**

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург – 2026

Работа выполнена на кафедре журналистики, рекламы и связей с общественностью ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)».

Научный руководитель: доктор филологических наук, доцент
Лободенко Лидия Камиловна

Официальные
оппоненты:

Ерофеева Ирина Викторовна, доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет» (г. Чита);

Загидулина Марина Викторовна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры теории медиа ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»;


Дунас Денис Владимирович, кандидат филологических наук, ведущий научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова».

Защита состоится «27» апреля 2026 г. в 13:00 часов на заседании диссертационного совета УрФУ 5.9.08.20 по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина 51, зал диссертационных советов, комн. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», <https://dissovet2.urfu.ru/mod/data/view.php?d=12&rid=8295>

Автореферат разослан « » марта 2026 г.

Ученый секретарь
диссертационного
совета, кандидат
филологических наук



Глебович Татьяна
Александровна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. В современных условиях глобальной цифровизации и медиатизации общества формирование информационной повестки дня, отвечающей интересам и запросам общества, является одной из приоритетных задач СМИ. Среди них особую актуальность приобретает информационная повестка дня по экологии, поскольку проблемы охраны окружающей среды и экологии являются жизненно важными для промышленных регионов. Эти вопросы влияют на социальное самочувствие граждан и качество жизни населения, от них напрямую зависит конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность территории. Восприятие промышленной территории, как экологически безопасной, или, напротив, как рискованной, воздействует на миграционные процессы. Таким образом, для имиджа регионов с преобладающей промышленной специализацией экологическая составляющая, сформированная информационной повесткой дня в СМИ, приобретает особое значение. Ярким примером, подтверждающим остроту данной проблемы, служит Челябинская область: согласно данным Национального экологического рейтинга «Зеленый патруль»¹ (лето 2025 года), она занимает 80-е место из 83 возможных, что свидетельствует о критически низких показателях и негативно сказывается на имидже региона. Данный рейтинг выступает в качестве инструмента общественного мониторинга и формируется на основе сравнительного анализа информации, поступающей из разнообразных источников (СМИ, органы власти, граждане и др.). Потребность субъектов Российской Федерации в более конструктивном освещении вопросов экологии в медиапространстве возрастает под влиянием конкуренции регионов за инвестиции и человеческий капитал.

Своевременность работы обусловлена тем, что сегодня региональные интернет-СМИ играют заметную роль в репрезентации вопросов окружающей среды и экологии в информационной повестке дня. Особенности промышленных регионов, определяемые историей развития, политическим, экономическим и индустриальным потенциалом, находят отражение в повестке дня интернет-СМИ и учитываются в работе редакций в ходе создания контента. Теоретическое и практическое осмысление специфики формирования информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии промышленного региона предполагает сравнительный анализ сложившейся информационной картины с идеальной или желаемой моделью экологического медиадискурса, что позволяет выявить ключевые проблемы и противоречия в освещении исследуемой темы. Однако данный аспект рассматривается фрагментарно и не получил должного комплексного изучения.

Исследование информационной повестки дня по экологии региона сегодня является востребованным, поскольку осуществляется с позиции изучения ее отдельных аспектов, среди которых сущность и функции, тематический анализ и характер ее политизации, особенности языковой организации контента и др. Недостаточная изученность специфики

¹«Зеленый патруль»: Национальный экологический рейтинг лето 2025. – URL: <https://greenpatrol.ru/stranica-dlya-obshchego-reytinga>.

формирования информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии и непосредственного ее значения для имиджа промышленного региона образует лауну в современном научном знании. Данный исследовательский аспект особенно значим, поскольку промышленный регион представляет собой среду, где экологический медиадискурс формируется в условиях устойчивого противоречия: с одной стороны, это экономические интересы (потенциал градообразующих предприятий и наличие рабочих мест), а с другой – экологические риски. В настоящее время наблюдается несоответствие детерминант повестки интернет-СМИ реальным вызовам, деятельности и перспективам развития региона. При этом информационная повестка дня по экологии, формируемая интернет-СМИ, становится не просто отражением проблематики, но и важнейшим фактором, опосредующим восприятие населением экологических проблем, а также формирующим его отношение к региональной власти и бизнес-структурам, что влияет на социальное самочувствие и гражданскую активность.

В современном научном дискурсе отсутствует комплексная работа, исследующая формирование информационной повестки дня по экологии промышленного региона с точки зрения уровней и технологий ее создания. Моделирование формирования информационной повестки дня по экологии позволит выявить ключевые детерминанты и разрывы в ее репрезентации, а также разработать инструменты анализа, способствующие конструированию имиджа промышленного региона. В связи с вышесказанным актуальность данного исследования обусловлена необходимостью теоретического и эмпирического изучения особенностей формирования информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии и ее влияния на имидж промышленного региона. Выполнению этой задачи и посвящена данная работа.

Степень разработанности научной проблемы.

Первую группу теоретико-методологических исследований составляют труды зарубежных ученых, заложивших основы понимания роли СМИ в обществе как силы, формирующей социальную реальность, а также сформулировавших положения теории установления повестки дня. К ним относятся М. Маклюэн², осмысливший медиа как активную среду, определяющую восприятие реальности; У. Липпман³ – основоположник идеи о СМИ как ключевом посреднике в формировании картины мира; Г. Лассуэлл⁴, создавший модель линейного коммуникативного воздействия; М. МакКомбс и Д. Шоу⁵, доказавшие способность СМИ переносить значимость тем из информационной повестки в общественную, определяя таким образом, о чем

²Beynon-Davies. Significance. – London: Palgrave Macmillan UK, 2011. – С. 58-76. – ISBN 978-1-349-32470-5. — DOI: 10.1057/9780230295025_4.

³Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой; под ред. К. А. Левинсона, К. В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

⁴The communication of ideas: a series of addresses / ed. by Lyman Bryson. – New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948. – Pp. 37-51.

⁵McCombs M. E., Shaw D. L. The agenda-setting function of mass media. The Public Opinion Quarterly. 1972. Vol. 36. № 2. Pp. 176-187. URL: <https://www.jstor.org/stable/2747787> (дата обращения: 23.07.2025).

думает аудитория; Э. Роджерс и Дж. Диринг⁶ – авторы концепции «построения повестки дня» и модели циклического взаимодействия трех повесток: общественной, информационной и политической; Д. А. Шойфеле⁷, исследовавший влияние на СМИ различных субъектов и групп интересов акторов.

Данные подходы активно развивают российские ученые с учетом специфики отечественной медиасистемы: Е. Г. Дьякова и А. Д. Трахтенберг⁸, М. М. Назаров⁹, Е. Л. Варганова¹⁰, Д. В. Дунас, А. В. Толоконникова и Д. А. Бабына¹¹, А. А. Казаков¹², С. С. Лушанкин¹³, В. Ф. Олешко¹⁴. В рамках изучения адаптации отечественной медиасистемы к современным вызовам особый интерес представляет работа Е. В. Олешко¹⁵, в которой рассматриваются и анализируются тенденции и конкурентные практики специализированных СМИ в условиях цифровой конвергенции. Особое значение для диссертации

⁶Rogers E., Dearing J. Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going? / E. Rogers, J. Dearing // *Communication yearbook* / ed. by J. Anderson. – 11th ed. – Newbury Park, CA: Sage, 1988. – Pp. 555-594.

⁷Scheufele, D. A. (2000). Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication. *Mass Communication & Society*, 3(2–3), Pp. 297-316.

⁸Дьякова, Е. Г. Массовая коммуникация и власть в теории установления повестки дня / Е. Г. Дьякова, А. Д. Трахтенберг // *Полис. Политические исследования*. – 2002. – № 5. – С. 100-112.

⁹Назаров, М. М. Массовая коммуникация и информационная повестка дня: теоретические основания и практика медиавоздействия / М. М. Назаров; науч. ред. А. В. Федоров. – Москва: МедиаЛог, 2010. – 312 с. – ISBN 978-5-98789-045-3.

¹⁰Варганова, Е. Л. К вопросу о рамках теоретического анализа и национальных особенностях медиасистемы России / Е. Л. Варганова // *Меди@льманах*. – 2019. – № 2(91). – С. 8-18. – DOI: 10.30547/medialmanah.2.2019.818.

¹¹Дунас, Д. В. Повестка дня в социальных медиа и федеральных информагентствах: тематический разрыв и смысловое единство (на примере «цифровой молодежи» в России) / Д. В. Дунас, А. В. Толоконникова, Д. А. Бабына, О. А. Бойко, Е. А. Сидоров // *Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки*. – 2025. – Т. 18, № 1. – С. 178-193.

¹²Казаков, А. А. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАТЕГОРИИ «МЕДИЙНАЯ ПОВЕСТКА ДНЯ»: ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ / А. А. Казаков // *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4, История. Регионоведение. Международные отношения*. – 2012. – № 1 (21). – С. 138-147. URL: <https://hfir.jvolsu.com/index.php/ru/archive-ru/56-2012-1-21/politologiya/248-teoretiko-metodologicheskij-potentsial-kategorii-medijnaya-povestka-dnya-vozmozhnosti-i-ogranicheniya> (дата обращения: 07.08.2025).

¹³Лушанкин, С. С. Категория «повестка дня» в структуре политического процесса: Понятие «политической повестки дня» и модели ее формирования / С. С. Лушанкин // *Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения*. – 2017. – Т. 1, № 4. – С. 456-465.

¹⁴Олешко, В. Ф. Роль новых медиа в установлении повестки дня (на примере темы коронавируса) / В. Ф. Олешко, О. С. Мухина // *Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры*. – 2021. – Т. 27, № 4. – С. 5-12. – DOI: 10.15826/izv1.2021.27.4.067.

¹⁵Олешко, Е. В. Вызовы нового тысячелетия: особенности и проблемы современного медиарынка специализированных СМИ / Е. В. Олешко, Е. В. Хижная // *Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры*. – 2013. – Т. 113, № 2. – С. 55-63.

имеют труды Ю. П. Беленькой¹⁶, Л. Я. Сухотерина и И. В. Юдинцева¹⁷, И. А. Рогозиной¹⁸ и В. Б. Парушкиной¹⁹, раскрывающие существенные аспекты понятия «Информационная повестка дня». При этом важно понимать, что в основе всего процесса коммуникации лежит базовая потребность аудитории в информации. Изучению этого фундаментального понятия посвящено исследование М. В. Загидуллиной²⁰, которая предложила теоретическую модель информационной потребности.

Вторая группа исследований объединяет труды, посвященные экологической журналистике и формированию информационной повестки дня по экологии. Фундамент изучения экологической журналистики заложен в работах зарубежных ученых, исследовавших теоретико-методологические основы экологической коммуникации и определивших ее как самостоятельное направление: Р. Дж. Кокса²¹, Т. Дж. Лайона²², Д. Льюиса²³, Г. Чапмана²⁴ и А. Хансона²⁵.

Значительный вклад в разработку данной области внесли российские исследователи. Методологические аспекты экологической журналистики рассмотрены Л. А. Кохановой²⁶, Л. В. Сизовой²⁷ и М. В. Орловой²⁸. Исследованию развития экологической журналистики, в том числе в конкретных национальных контекстах (США) и в условиях техногенных катастроф,

¹⁶Беленькая, Ю. П. Телевизионные новости как средство формирования региональной информационной повестки дня в электоральный период: специальность 10.01.10 «Журналистика»: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Беленькая Юлия Петровна, 2015. – 314 с.

¹⁷Сухотерин Л. Я., Юдинцев И. В. Информационная работа в государственном аппарате. М.: Европа, 2007. С. 26.

¹⁸Рогозина, И. В. Медиа-селект как продукт ментально-когнитивной деятельности / И. В. Рогозина // Ползуновский вестник. – 2003. – № 3–4. – С. 304-307.

¹⁹Парушкина В. Б. Информационная повестка дня современных общественно политических изданий Ставропольского края // Вестник Ставропольского государственного университета. 2010. № 68. С. 122-128.

²⁰Загидуллина, М. В. Теоретическая модель информационных потребностей / М. В. Загидуллина // Челябинский гуманитарий. – 2011. – № 4(17). – С. 35-37.

²¹Cox R. J. Environmental Communication and the Public Sphere. Washington: Sage Publishing, 2010. 385 p.

²²Lyon T. J. This Incomparable Land: A Guide to American Nature Writing. Minneapolis: Milkweed Editions, 2001. 448 p.

²³Lewis M. J., Greenburg M. R., Sachsman D. B., Rogers R. M. The Reporter's Environmental Handbook. New Brunswick; London: Rutgers University Press, 2003. 312 p.

²⁴Chapman G., Kumar K., Fraser C., Gaber I. Environmentalism and the Mass Media. New York; London: Routledge, 1997. 288 p.

²⁵Hanson A. The Mass Media and Environmental Issues. London; New York: Leicester University Press, 1993. 224 p.

²⁶Коханова Л. А. Экологическая журналистика, PR и реклама: учеб. пособие / под ред. Я. Н. Засурского. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 383 с.

²⁷Сизова Л. В. Экологические периодические издания // Типология периодической печати: учеб. пособие / под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 145-162.

²⁸Орлова М. В. Экологическая журналистика: существенные характеристики понятия / М. В. Орлова // Вектор науки ТГУ. Тольятти, 2013. С. 220-223.

посвящены труды Н. В. Калининой²⁹, Е. А. Щербининой³⁰, И. В. Гегеля³¹ и Е. В. Филипповой³², Н. С. Косимовой³³. Практическое применение экологических коммуникаций изучали О. А. Берлова³⁴, В. Б. Колесникова³⁵ и А. Л. Кочинева³⁶. Дидактике и инструментам подготовки журналистов-экологов посвящены работы Н. Г. Давыдовой³⁷, а также коллективная монография «Как рассказывать о климате? Рекомендации и ориентиры для научных журналистов и коммуникаторов» А. В. Чернокульского, А. С. Гинзбурга, А. В. Давыдовой³⁸ и др. Социокультурный контекст экологических коммуникаций проанализирован О. А. Захаровой³⁹.

Отдельное направление образуют исследования дискурсивно-лингвистических аспектов экологической повестки дня. Коммуникативные, семиотические и лингвистические аспекты экологического медиадискурса раскрывают исследования А. В. Зайцевой⁴⁰, Е. В. Голубевой⁴¹,

²⁹Калинина Н. В. Экологическая журналистика в США: институционализация и основные этапы развития / Н. В. Калинина // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2017. № 78. С. 13-17.

³⁰Е. А. Щербинина Экология и журналистика: траектория сближения // Киберленинка // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologiya-i-ekozhurnalistika-traektoriya-sblizheniya/> viewer (дата обращения: 20.09.2025).

³¹Гегель, И. В. Пресса в условиях техногенной катастрофы глобального масштаба: специальность 10.01.10 «Журналистика»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Гегель Игорь Владимирович. – Москва, 2011. – 27 с.

³²Филиппова Е. В. Роль экологической журналистики в современной медиасфере / Е. В. Филиппова // Региональные СМИ: пути взаимодействия с аудиторией: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Чита, 15 декабря 2022 года / Забайкальский государственный университет. Чита: Забайкальский государственный университет, 2022. С. 98 - 104.

³³Косимова, Н. С. Экологическая журналистика Узбекистана: типология, проблемы, формирование экологической культуры / Н. С. Косимова // Вестник Казахского национального университета. Серия журналистики. – 2020. – Т. 58, № 4. – С. 22-31. – DOI: 10.26577/HJ.2020.v58.i4.03.

³⁴Берлова, О. А., Борейко, В., Колесникова, В. Б., Кочинева, А. Л. Как экологам работать со средствами массовой информации. Киев: КЭКЦ, 2000. 89 с.

³⁵Колесникова, В. Б., Берлова, О. А., Захаров, В. П., Кочинева, А. Игра на информационном поле. Журналистика и ПР для зеленых. М.: МСоЭС, 2003. 112 с.

³⁶Кочинева, А. Л., Берлова, О. А., Колесникова, В. Б. Экологическая журналистика. М.: ЦКИ СоЭС, 1999. 99 с.

³⁷Давыдова Н. Г., Сизова Л. В. Советы начинающим журналистам: Краткое пособие для молодых журналистов-экологов. М.: Социально-экологический союз, 2008. 64 с.

³⁸Как рассказывать о климате? Рекомендации и ориентиры для научных журналистов и коммуникаторов / А. В. Чернокульский, А. С. Гинзбург, А. В. Давыдова [и др.]. – Москва: ООО «ИЗДАТЕЛЬСТВО ГЕОС», 2021. – 58 с. – ISBN 978-5-89118-842-6. – DOI: 10.34756/GEOS.2021.16.37870.

³⁹Захарова О. А. Экологические коммуникации в социокультурном пространстве. М.: Изд-во МГУ, 2008. 150 с.

⁴⁰Зайцева А. В. Коммуникативные стратегии экологического дискурса ФРГ // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2013. – № 4(25). – С. 244-250.

⁴¹Голубева, Е. В. Функционирование экологической лексики в газетно-публицистических текстах / Е. В. Голубева // Теория и практика современной науки. – 2017. – № 6(24). – С. 207-211.

А. И. Скрипниковой⁴², Ю. Н. Куличенко и Е. А. Курченковой⁴³, Т. Н. Ильинской и В. В. Девенковой⁴⁴. Особенности экологического дискурса в российском медиапространстве изучены О. В. Смирновой, Т. В. Яковлевой и Д. С. Ильченко⁴⁵, а его аспекты, связанные с вызовами и угрозами, – Т. И. Хайнацкой⁴⁶ и А. И. Пичкур⁴⁷.

Непосредственно вопросам формирования и воздействия информационной повестки дня по экологии посвящены прикладные исследования. Формирование экологической повестки в системе региональных СМИ исследуют Е. В. Панова⁴⁸, Е. А. Шаркова⁴⁹, Р. Т. Шайлин⁵⁰ и А. А. Новак⁵¹. Особенности влияния информационной повестки дня по экологии промышленного региона на аудиторию анализируют Л. К. Лободенко,

⁴²Скрипникова, А. И. Эколингвистика. Медийный экологический дискурс (на примере казахстанской дву-язычной газеты «Экологический курьер») / А. И. Скрипникова. – Текст: непосредственный // Филология и лингвистика: проблемы и перспективы: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, апрель 2013 г.). — Т. 0. — Челябинск: Два комсомольца, 2013. – С. 64-67. — URL: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/79/3626>.

⁴³Куличенко, Ю. Н. Способы выражения оценки в медийном экологическом дискурсе / Ю. Н. Куличенко, Е. А. Курченкова // Медиалингвистика. – 2023. – Т. 10, № 2. – С. 166-178. – DOI: 10.21638/spbu22.2023.202.

⁴⁴Ильинская, Т. Н. Способы выражения отрицательной оценки в экологическом медийном дискурсе (на материале российских СМИ) / Т. Н. Ильинская, В. В. Девенкова // Альманах современной науки и образования. – 2016. – № 4(106). – С. 49-52.

⁴⁵Смирнова О. В. Экологический дискурс в современных российских общественно-политических изданиях: результаты исследования / О. В. Смирнова, Т. В. Яковлева, Д. С. Ильченко. – DOI: 10.17150/2308–6203.2025.14(2) // Вопросы теории и практики журналистики. – 2025. – Т. 14, № 2. – С. 267-284.

⁴⁶Хайнацкая, Т. И. Экологический алармизм как политический дискурс / Т. И. Хайнацкая // Южно-российский журнал социальных наук. – 2021. – Т. 22, № 2. – С. 53-73. – DOI: 10.31429/26190567-22-2-53-73.

⁴⁷Пичкур, А. И. Алармизм как прагматический фокус немецкого экологического дискурса / А. И. Пичкур // Эволюция и трансформация дискурсов: Сборник научных статей. – Самара: Центр периодических изданий Самарского университета, 2023. – С. 82-95.

⁴⁸Панова, Е. В. Экологические коммуникации: основные типы и характеристики / Е. В. Панова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2024. – Т. 13, № 4. – С. 628-643. – DOI: 10.17150/2308–6203.2024.13(4).628-643.

⁴⁹Шаркова, Е. А. Экологическая журналистика в регионе риска / Е. А. Шаркова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 264-269.

⁵⁰Пути становления экологической журналистики в Оренбурге: функциональные обязанности редактора журнала «Экологический иск» / Р. Т. Шайлин, Т. М. Жаглова // Рычковская осень – 2024: сборник материалов региональной научно-практической конференции, Оренбург, 18 ноября 2024 года. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2025. – С. 32-40.

⁵¹Новак, А. А. Особенности повестки дня региональных изданий: специальность 10.01.10 «Журналистика»: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Новак Анастасия Андреевна, 2018. – 217 с.

А. Б. Черediaкова, Л. П. Шестеркина⁵². Роли СМИ в конструировании экологического имиджа территории посвящена работа С. В. Гуськовой⁵³.

Третью группу теоретических источников составляют исследования в области имиджелогии, в том числе имиджа территории, а также работы, раскрывающие роль СМИ и коммуникативных технологий в его формировании. Фундамент теории имиджа заложили К. Боулдинг⁵⁴, И. А. Федоров⁵⁵, а также отечественные ученые В. М. Шепель⁵⁶, Е. А. Петрова⁵⁷, Е. Б. Перельгина⁵⁸, В. Г. Горчакова⁵⁹, которые определили имидж как социально-психологический и символический феномен. Развитие прикладной имиджелогии отражено в трудах А. М. Килоева⁶⁰, Г. Г. Почепцова⁶¹, Т. Э. Гринберг⁶², В. В. Мацько и В. Ю. Мамаевой⁶³.

Непосредственно к теории имиджа региона обращались Ю. А. Дроздова⁶⁴, А. П. Панкрухин⁶⁵, И. С. Важенина⁶⁶, Э. А. Галумов⁶⁷, А. Ю. Панасюк⁶⁸,

⁵²Медиаэффекты и воздействие контента интернет-СМИ, социальных медиа по экологии на молодежную аудиторию региона экологического риска: монография / под ред. Л. К. Лободенко, Л. П. Шестеркиной, А. Б. Черediaковой. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2025. – 256 с.

⁵³Гуськова, С. В. Формирование имиджа региона средствами массовой информации: опыт социологического исследования / С. В. Гуськова // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2018. – № 11(97). – С. 176-182. – DOI: 10.26726/1812-7096-2018-11-176-182.

⁵⁴Boulding K. The Image: Knowledge in Life and Society. Ann Arbor. MI: University of Michigan Press, 1956 P. 456.

⁵⁵Федоров Игорь Алексеевич Имидж и личность // Вестник ТГУ. 1998. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-i-lichnost> (дата обращения: 23.10.2025).

⁵⁶Шепель В. А. Имиджелогия; секреты личного обаяния. М., 1994. 382 с.

⁵⁷Петрова Е. А. Имидж и судьба человека // Материалы Третьего международного симпозиума «Имиджелогия-2007: феноменология, теория, практика» / Е. А. Петрова. Москва. 2007. С. 25. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.academim.org/art/ petrovasudba/html> (дата обращения: 23.10.2025).

⁵⁸Перельгина, Е. Б. Имидж как феномен интересубъектного взаимодействия (Содержание и пути развития): специальность 19.00.05 «Социальная психология», 19.00.13 «Психология развития, акмеология»: диссертация на соискание ученой степени доктора психологических наук / Перельгина Елена Борисовна. – Москва, 2003. – 697 с.

⁵⁹Горчакова В. Г. Имидж. Искусство и реальность: Учебное пособие / В. Г. Горчакова. Москва: Юнити-Дана, 2012. 280 с. ISBN 978-5-238-01930-7.

⁶⁰Килоев А. М. Категория «Имидж» в науке // Социология власти. 2010. № 4. С. 67-70. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategoriya-imidzh-v-nauke> (дата обращения: 23.10.2025).

⁶¹Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. – СПб.: Алетейя, 2001. – 176 с.

⁶²Гринберг Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Медиаскоп. 2008. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-strany-ili-imidzh-gosudarstva-poisk-konstruktivnoy-modeli> (дата обращения: 23.10.2025).

⁶³Мамаева В. Ю., Мацько В. В. Имидж как объект научного анализа и категория маркетинга // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2017. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-kak-obekt-nauchnogo-analiza-i-kategoriya-marketinga> (дата обращения: 23.10.2025).

⁶⁴Имидж региона в стратегии развития территории: монография / Ю. А. Дроздова. – Волгоград: Издательство Волгоградского института управления – филиала ФГБОУ ВО РАНХиГС. – 2021. – 396 с.

⁶⁵Панкрухин А. П. Маркетинг территорий: маркетинг региона // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. № 2. С. 9-11.

⁶⁶Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории // ЭКО. 2008. № 8. С. 3-16, с. 6.

⁶⁷Галумов Э. А. Имидж против имиджа. М.: Известия, 2005. 551 с., с. 173.

раскрывшие его как комплексный конструкт, формируемый под влиянием географических, исторических, социально-экономических и культурных факторов. Ключевой для данной работы аспект – экологический имидж территории – концептуализирован в исследованиях А. В. Антонова⁶⁹. Роль медиа как ключевого актора в конструировании имиджа и механизмы этого влияния раскрыты в трудах Д. МакКуэйла⁷⁰, И. А. Руденко⁷¹ и др. Эмпирическое подтверждение этой роли представлено в исследовании И. В. Ерофеевой и Н. В. Простакишиной⁷², которые на основе социологических данных выявили прямую корреляцию между содержанием информационной повестки дня и формированием медиаобраза региона.

Наконец, четвертая группа теоретико-методологических источников объединяет исследования, посвященные фреймингу как ключевой технологии формирования информационной повестки дня. Рассмотрены теоретические труды в области фрейминга: Г. Бейтсона⁷³, определившего фрейм как метакоммуникативный элемент; П. Д. Анджело⁷⁴, систематизировавшего различные исследовательские подходы к фреймингу и разработавшего процессуальную модель фрейминга, И. Гофмана⁷⁵, разработавшего социологическую концепцию фреймов как «схем интерпретации»; Д. Канемана и А. Тверски⁷⁶, исследовавших эффект фрейминга как когнитивное искажение, влияющее на принятие решений.

Развитие теории применительно к медиа осуществлено в работах: Т. Гитлина⁷⁷, связавшего фрейминг с созданием новостного дискурса;

⁶⁸Панасюк А. Ю. Имидж: энциклопедический словарь / А. Ю. Панасюк. М.: Рипол Классик, 2007. 768 с.

⁶⁹Антонов А. В. Формирование благоприятного экологического имиджа территории / А. В. Антонов // Стратегия современного научно-технологического развития: проблемы и перспективы реализации – Сборник статей IV Всероссийской научно-практической конференции. Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука», 2022. С. 89-93.

⁷⁰McQuail D. Mass Communication Theory. SAGE. 2010. 632 p.

⁷¹Руденко К. Н. Феномен повестки дня в СМИ, ее функции и инструменты конструирования // Язык. Текст. Дискурс. 2019. № 17. С. 197-202.

⁷²Ерофеева, И. В. Профессионализм журналиста и медиаобраз региона: грани взаимодействия / И. В. Ерофеева, Н. В. Простакишина // Стратегия развития региональных СМИ: проблемы и перспективы : Материалы V Всероссийской научно-практической конференции, Курск, 21–22 октября 2021 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2021. – С. 48-54.

⁷³Бейтсон Г. Теория игры и фантазии // Бейтсон Г. Экология разума. Избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии. М., 2000. С. 205-220.

⁷⁴D'Angelo, P. News framing as a multi-paradigmatic research program: A response to Entman. // Journal of Communication, 2002. – № 52. – p. 875.

⁷⁵Goffman E. Frame analysis: An essay on the organization of experience. Cambridge: Harvard University Press, 1974.

⁷⁶Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. American Psychologist, 39, pp. 341-350.

⁷⁷Gitlin, T (1980). The whole world is watching Mass media in the making and unmaking of the New Left. Berkeley, CA: University of California Press.

У. Гэмсона⁷⁸, определившего фрейм как «центральную организующую идею»; Р. М. Энтмана⁷⁹, предложившего классическое определение фрейминга как процесса отбора и акцентирования аспектов реальности для определения проблемы, причин, моральной оценки и решений.

Классификации и модели фрейминга, значимые для анализа медиатекстов, представлены в исследованиях: М. Питерса, Д. Киндера и Ш. Айенгара⁸⁰, Х. Семетко и П. Валкенбург⁸¹, З. Пана и Дж. Козицки⁸².

Объектом исследования являются интернет-СМИ региона, освещающие экологическую тематику. **Предметом данного исследования** выступает информационная повестка дня интернет-СМИ по экологии промышленного региона.

Цель исследования – выявление особенностей формирования информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии в контексте имиджа промышленного региона.

Сформулированная цель определяет последовательное решение **ряда задач:**

1. На основе анализа существующих подходов и понятий повестки дня разработать определение термина «Информационная повестка дня по экологии» и представить ее типологию, а также рассмотреть уровни и технологии повестки дня по экологии в контексте имиджа промышленного региона.

2. Разработать концептуальную модель формирования информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии в контексте ее влияния на имидж промышленного региона.

3. Провести сравнительный анализ коммуникативных стратегий, реализуемых региональными интернет-СМИ в экологическом медиадискурсе.

4. Осуществить содержательно-тематический анализ информационной повестки дня по экологии интернет-СМИ региона, выявить существующую тематическую структуру.

5. Выполнить когнитивно-матричный анализ и определить ключевые атрибуты информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии региона.

6. Изучить основные подходы к исследованию сущности и типологии фрейминга, провести на этой базе анализ типов фреймов экологического медиадискурса региона.

⁷⁸Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1987). The changing culture of affirmative action. In R. G. Braungart & M. M. Braungart (Eds.), *Research in political sociology* (Vol. 3, pp. 137-177). Greenwich, CT: JAI Press.

⁷⁹Entman R. M. (1993) Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // *Journal of Communication*. – 1993. – Volume 43, Issue 4. – P. 51-58.

⁸⁰Iyengar, S., Peters, M. D., & Kinder, D. R. (1982). «Experimental Demonstrations of the „Not-So-Minimal “Consequences of Television News Programs». *American Political Science Review*, 76(4), pp. 848-858.

⁸¹Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 52(2), 93-109.

⁸²Pan Z., Kosicki G. Framing Analysis: An Approach to News Discourse// *Political Communication*, Mslume 10, pp. 55-75 DOI: 10.1080/10584609.1993.9962963.

7. Рассмотреть фрейминг как технологию создания медиаконтента при формировании повестки дня интернет-СМИ по экологии, осуществить анализ приемов построения фреймов в текстах интернет-СМИ по экологии региона.

Методология и методы исследования. Диссертация представляет комплексное исследование особенностей формирования информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии в контексте имиджа промышленного региона. Методологической основой диссертации выступают системный подход, а также основные положения теории установления повестки дня. Системный подход позволяет рассматривать информационную повестку интернет-СМИ по экологии как целостную динамичную структуру взаимосвязанных компонентов (макроконтекст, субъекты и сообщение), представить причинно-следственные связи и взаимозависимые отношения между информационной повесткой дня по экологии и конструированием имиджа промышленного региона. В свою очередь, основные положения теории установления повестки дня, в рамках которых СМИ осуществляют «фильтрацию» информации и выполняют функцию «привратника» (англ. gatekeeper), а также играют важную роль в формировании общественного восприятия, позволили исследовать информационную повестку по экологии с точки зрения тематического и атрибутивного уровней.

Для решения поставленных задач применялся комплекс общенаучных и частнонаучных методов исследования. К общенаучным методам относятся: дедукция и индукция, системный и сравнительный анализ, анализ и синтез, позволившие осуществить теоретическое обобщение и выявить структурно-содержательные закономерности. Ключевым методом стало научное моделирование, цель которого заключалась в создании концептуальной модели, отражающей предмет исследования, что обеспечило оптимальное описание процесса формирования повестки дня интернет-СМИ по экологии и ее взаимосвязь с имиджем региона. В качестве частнонаучных методов исследования использовались дискурс-анализ, контент-анализ (количественный и качественный) и когнитивно-матричный анализ как базовые методы сбора и первичной обработки массива публикаций интернет-СМИ по экологии.

Эмпирическая база исследования. Эмпирическую базу настоящего исследования составляют материалы интернет-СМИ крупнейших промышленных городов Челябинской области – Челябинска и Магнитогорска. Челябинск, являясь административным центром области, входит в число 16-ти городов-миллионников России. Согласно данным Росстата, по численности населения (1 189 525 чел.) он занимает седьмое место в стране. Магнитогорск – второй по величине город в Челябинской области – один из крупнейших центров черной металлургии не только в стране, но и в мире.

Критериями отбора данных городов послужили наличие в них острых экологических вызовов и значительный объем медиаконтента по данной тематике. Отбор публикаций для анализа осуществлялся из числа ведущих региональных изданий, определенных на основе медиарейтинга системы мониторинга СМИ «Медialogия» за период 2019-2025 гг., и генеральная совокупность анализируемых медиатекстов составила 4092 ед. Сформированный корпус медиатекстов экологической тематики был систематизирован в специализированной базе данных исследования «МЭР: медиатексты по

экологии региона»⁸³. Навигация по обширному массиву данных реализуется через ключевые параметры – «Поиск» и «Фильтры». Фильтрация позволяет осуществлять выборку медиатекстов по таким критериям, как «Заголовок», «Ключевые слова», «Город», «СМИ», «Рубрикатор ГРНТИ» (его адаптированная версия), а также «Год публикации».

Для нужд исследования использовались три уровня выборки:

а) выборка 1 (4092 ед. медиатекстов) использовалась для анализа содержательно-тематической структуры информационной повестки дня, включая все выявленные методом сплошной выборки медиатексты восьми ведущих региональных интернет-СМИ (г. Челябинска и г. Магнитогорска) за период 2019-2025 гг. Это материалы информагентств «Доступ» и «Верстов. Инфо», а также сетевых изданий «Комсомольская правда. Челябинск», «АиФ – Челябинск», «Магнитогорский рабочий», 1obl.ru, 74.py, MagCity74;

б) выборка 2 (2104 ед. медиатекстов) применялась для проведения количественного и качественного контент-анализа коммуникативных стратегий и когнитивно-матричного анализа атрибутов региональной повестки дня по экологии, сформированная на основе выборки 1 за период 2022-2024 гг.;

в) выборки 3 (1489 ед) и 4 (127 ед.) – были сформированы для проведения углубленного качественного анализа типологии и приемов фрейминга и включают наиболее репрезентативные материалы по исследуемой тематике указанных СМИ за (2023-2024 гг.).

Использование всех видов выборки позволило обеспечить репрезентативность и достоверность количественных данных и одновременно осуществить глубокий анализ уровней (тематического и атрибутивного) и технологий (фрейминга) формирования информационной повестки дня.

Соответствие паспорту заявленной специальности.

Диссертационное исследование соискателя ученой степени кандидата филологических наук А. А. Чуйдук по теме «Формирование информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии в контексте имиджа промышленного региона» соответствует паспорту специальности 5.9.9. «Медиакоммуникации и журналистика» в следующих разделах:

1. Теория журналистики, средств массовой информации, медиа. Парадигмы, концептуальный аппарат, природа, функции, роли. Структура и типология СМИ и медиакоммуникационной среды.

2. История журналистики, средств массовой информации, медиакоммуникаций в контексте общественного развития.

3. Тематика и проблематика журналистики и СМИ. Репрезентация социальных, экономических и политических процессов в медиакоммуникациях.

4. Творческий процесс в журналистике и медиакоммуникациях. Профессиональные методы и инструментарий журналистики и медиакоммуникаций. Формирование жанров журналистики и их развитие. Языковые особенности и стиль медиакоммуникаций.

5. Типология журналистики, формирование и функционирование различных типов СМИ.

⁸³«МЭР: Медиатексты по экологии региона»: Свидетельство о регистрации базы данных RU 2024620918, 28.02.2024. Заявка № 2024620522 от 16.02.2024.

6. Журналистский текст. Семиотика журналистики и медиакommunikаций. Медiateкст и медиаречь. Язык СМИ и социальных медиа.

Положения, выносимые на защиту:

1. В качестве научной дефиниции в работе предлагается определение «информационной повестки дня по экологии» как совокупности актуальных экологических тем и проблем, связанных с состоянием окружающей среды и охраной природы, формируемой СМИ и определяющей векторы общественного и экспертного внимания. Данный термин понимается как сложноструктурированный феномен, обладающий следующими сущностными характеристиками: содержательным компонентом, целеполаганием, функциями и процессуальным модусом.

2. Разработанная типология ключевых параметров информационной повестки дня по экологии (масштаб экологической проблемы, цель, функции, временная перспектива, тональность, доминирующий нарратив), полученная на основе системного анализа, является эффективным инструментом для ее структурированного описания, категоризации и последующего исследования дискурсивных особенностей.

3. Специфика формирования информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии промышленного региона, а также ее диалектическая взаимосвязь с конструируемым образом территории обуславливают необходимость разработки модели, обеспечивающей корреляционные связи между ключевыми компонентами. Предложенная концептуальная модель формирования информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии представляет собой многоуровневую систему и включает следующие структурные блоки: 1) макроконтент, образующий внешнюю среду формирования повестки «Социальное пространство» и «Медиапространство»; 2) субъектное взаимодействие в системе «Коммуникатор – «Реципиент»; 3) центральный блок «Сообщение», в котором осуществляется непосредственное формирование информационной повестки дня на основе редакционной политики, коммуникативной стратегии, уровней (тематического и атрибутивного) и технологий (прайминга и фрейминга) интернет-СМИ, определяющих в последующем имидж промышленного региона.

4. Анализ экологического медиадискурса промышленного региона на основе адаптированной типологии коммуникативных стратегий («Дискредитирование действий, наносящих вред природе и окружающей среде», «Популяризация действий, направленных на бережное отношение к природе и окружающей среде», «Продвижение действий, направленных на представление экологического развития») позволил установить доминирование стратегии «Дискредитирование действий, наносящих вред природе», что детерминирует в региональных интернет-СМИ проблемно-ориентированный и конфронтационный характер информационной повестки дня по экологии.

5. Содержательно-тематический анализ медиаконтента Челябинской области позволил выявить иерархическую структуру информационной повестки дня по экологии. Доказано, что в ней устойчиво доминирует спектр определенных тем, непосредственно связанных с последствиями промышленного производства, что отражает причинно-следственную связь

между индустриальной деятельностью региона и его экологическим медиадискурсом. Ключевыми и наиболее репрезентативными проблемами, формирующими ядро информационной повестки дня по экологии, являются качество атмосферного воздуха, проблемы обращения с мусором и общие вопросы охраны окружающей среды, что отражает специфику экологических рисков в промышленном регионе.

6. Проведенный когнитивно-матричный анализ медиаконтента по экологии региона показал, что информационная повестка дня по экологии региона представляет собой устойчивую структуру, сформированную десятью базовыми категориями. Центральное место в ней занимают категории «Экологические проблемы» и «Географические объекты», что отражает проблемный подход и географическую привязку к территории региона. При этом категории, описывающие ответные меры («Способы решения экологических проблем», «Экологические проекты, программы, мероприятия, гранты», «Финансирование экологических проектов»), демонстрируют выраженный управленческий и технологический характер и преобладание проблемно-ориентированного подхода при формировании информационной повестки дня.

7. При рассмотрении основных подходов российских и зарубежных исследователей фрейминг представляется как ключевая технология конструирования медиадискурса, а фрейм новостей как когнитивное устройство, используемое для кодирования, интерпретации и извлечения информации. Разработанная модель процесса фрейминга и матрица анализа его приемов позволяет перейти от фрагментарного изучения отдельных фреймов к системному исследованию медиаконтента по экологии. Исследование фреймов, используемых в медиатекстах экологической тематики региона на основе выделенных инструментов (определение темы и цели текста, идентификация типа фрейма и его элементов в тексте, анализ сценария текста, анализ синтаксической структуры текста, выделение и описание риторических элементов текста), позволил выявить особенности дискурсивной структуры текста. В зависимости от специфики освещаемой экологической темы и типа фрейма («угрозы», «конфликта», «морали / экологического воспитания», «человеческого воздействия», «экономического основания», «ответственности», «развития») выбирается определенный дискурсивный набор композиционных и лингвистических приемов, формирующих специфическую конструкцию («рамку») или регуляторную модель сценария медиатекста.

Научная новизна работы заключается в том, что впервые в научной практике:

- введено понятие «Информационная повестка дня по экологии» и дается его определение;
- выделены типологические особенности информационной повестки дня по экологии региона;
- разработана концептуальная модель формирования информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии в контексте ее влияния на имидж промышленного региона;
- проведен сравнительный анализ коммуникативных стратегий, реализуемых региональными интернет-СМИ в экологическом медиадискурсе;

- выполнен когнитивно-матричный анализ и определены ключевые атрибуты информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии региона;
- разработана модель и матрица анализа приемов фрейминга как технологии создания медиатекстов по экологии региона.

Теоретическая значимость работы заключается в расширении основных положений теории установления повестки дня с акцентом на особенности формирования информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии промышленного региона. Особую ценность данного исследования представляет разработанная и обоснованная концептуальная модель формирования информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии региона, что, в свою очередь, способствует углубленному пониманию процесса и механизмов конструирования медиареальности и, как следствие, целенаправленного формирования экологического имиджа промышленного региона. Разработанный подход к анализу уровней (тематического и атрибутивного) информационной повестки дня по экологии создает методологическую основу для изучения экологического медиадискурса на других цифровых платформах. Исследование углубляет знания о фрейминге как технологии создания медиатекстов информационной повестки дня, внося вклад в изучение типологии фрейминга и приемов его анализа.

Практическая значимость работы определяется возможностью широкого применения ее результатов в практической журналистике, системе медиакommunikаций и медиаобразовании. Для профессионального медиасообщества: результаты исследования и разработанный инструментарий служат информационной и методической основой для совершенствования деятельности практикующих региональных медиаспециалистов – журналистов, редакторов и медиаменеджеров, определяющих формирование информационной повестки дня по экологии. Для образовательной среды: материалы данного исследования могут быть использованы в рамках обновления образовательных и рабочих программ и курсов дисциплин по направлениям подготовки бакалавриата 42.03.02 («Научная журналистика», «Система средств массовой информации») и магистратуры 42.04.02 («Информационная повестка дня», «Теория и практика медиаисследований», «Современный медиатекст»), обеспечивая подготовку высококвалифицированных специалистов, востребованных на современном медиарынке. Таким образом, работа вносит вклад как в академическое знание, так и в решение актуальных практических задач медиаиндустрии и образования.

Степень достоверности полученных результатов диссертации определяется: системным подходом к решению поставленной проблемы, методологической обоснованностью представленных положений теории установления повестки дня; подтверждается применением общенаучных методов в сочетании с частнонаучными; обеспечивается: репрезентативностью и объемом эмпирической базы, основанной на многоуровневой выборке из материалов ведущих региональных интернет-СМИ за продолжительный хронологический период (2019-2025 гг.), выверенной логикой исследования, комплексной разработкой и апробацией специализированного исследовательского инструментария.

Апробация результатов исследования. Основные результаты диссертационного исследования обсуждались на девяти международных и всероссийских конференциях, в том числе: Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. «Журналістыка-2025: стан, праблемы і перспектывы», Мінск, 2025; Международной научно-практической конференции, посвященной 80-летию Победы в Великой Отечественной войне, Тамбов, 2025; Международной научно-практической конференции «Журналистика: творчество, профессия, индустрия», Москва, 2024, 2025; Международной научно-практической конференции «Цифровая эволюция журналистики: вызовы и возможности», Саранск, 2025; Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі «Журналістыка – 2024: стан, праблемы і перспектывы», Мінск, 2024; Международной научно-практической конференции, посвященной 80-летию факультета журналистики Белорусского государственного университета, Минск, 2024; Международного научного форума «63-и Петербургские чтения», Санкт-Петербург, 2024; Всероссийской научно-практической конференции, Чита, 2023.

Основные положения и результаты диссертационного исследования нашли отражение в **14 научных публикациях** автора, вышедших в период с 2023 по 2026 годы, в том числе глава в учебном пособии «Методические рекомендации по формированию экологического имиджа региона в информационной повестке интернет-СМИ и социальных медиа (на примере городов Челябинской области и Екатеринбурга за 2019–2023 гг.)» (2024 г.) и глава в монографии «Медиаэффекты и воздействие контента интернет-СМИ, социальных медиа по экологии на молодежную аудиторию региона экологического риска» (2025 г.) Опубликовано **5 статей** в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки РФ (из них 4 статьи – в журналах перечня ВАК и 1 статья – в журнале, индексируемом в международной базе данных Web of Science).

Личный вклад автора. Диссертант А. А. Чуйдук принимала активное участие в реализации гранта Российского научного фонда № 23–18–20090, «Исследование воздействия материалов СМИ, социальных медиа по экологии и медиаэффектов на молодежную аудиторию, проживающей на территории региона экологического риска» в период 2023–2025 гг.; является соавтором и патентообладателем базы данных «МЭР: медиатексты по экологии региона» (свидетельство о регистрации № RU 2024620918 от 28.02.2024).

Структура и объем диссертации. Структура работы определена логикой и целью исследования и представлена введением, тремя главами, заключением, библиографическим списком и приложениями. Диссертация включает 9 рисунков, 15 таблиц, 209 библиографических наименований. Объем диссертации без приложений составляет 257 страниц, общий объем работы – 274 страницы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обоснована актуальность темы диссертации, указана степень ее научной разработанности в исследованиях отечественных и зарубежных ученых, обозначены объект и предмет исследования, определены цель и задачи.

Представлены теоретико-методологическая основа исследования, научная новизна и положения, выносимые на защиту. Обоснованы теоретическая и практическая значимость данной диссертационной работы и представлена ее эмпирическая база, приведены результаты апробации проведенного исследования.

Глава 1 «Теоретико-методологические основы изучения информационной повестки дня СМИ по экологии промышленного региона» представлена результатами анализа зарубежных и отечественных теоретических исследований информационной повестки дня СМИ, а также институционализацией экологической журналистики как предметной области и изучением ее особенностей. В рамках *первой главы* предложено определение «информационной повестки дня по экологии», сформулированы критерии для ее типологизации. Особое внимание уделено приемам и технологиям влияния экологической информационной повестки на восприятие территории при конструировании имиджа промышленного региона. Глава включает три параграфа.

В *первом параграфе «Информационная повестка дня СМИ: теоретические подходы, сущность, определение понятия»* рассматриваются ключевые теоретические подходы к изучению информационной повестки дня СМИ, выявляются ее сущностные характеристики. В связи с этим прослежена эволюция основных положений теории установления информационной повестки дня СМИ (У. Липпман, Г. Лассуэлл, М. МакКомбс и Д. Шоу). Подробно рассмотрены тематический и атрибутивный уровни информационной повестки, проанализированы технологии прайминга и фрейминга. Отдельное внимание уделено развитию теории в отечественных исследованиях (Е. Г. Дьякова и А. Д. Трахтенберг, М. М. Назаров, Е. Л. Вартанова и др.), где российская медиасистема, обладающая ярко выраженной спецификой, служит не просто объектом изучения, а особым полем для осмысления и применения данных подходов. В итоге определено, что СМИ, устанавливая повестку дня, активно конструируют социальную реальность. Причем, они не просто выбирают, о чем говорить, но и определяют, как об этом думать, используя технологии прайминга и фрейминга.

Во *втором параграфе «Экологическая журналистика и информационная повестка дня по экологии: типологические характеристики и функциональные особенности»* проводится сравнительный анализ институционализации экологической журналистики в мире и в России, выделяются ключевые этапы. На основе теоретического осмысления существующих научных подходов диссертантом впервые вводится в научный оборот определение «информационной повестки дня по экологии», раскрываются его сущностные характеристики (содержательная, целевая, функциональная, процессуальная). Разрабатывается типология данного феномена, построенная на системе следующих параметров: масштаб экологической проблемы, цель, функции, временная перспектива, тональность и доминирующий нарратив сообщений. Отдельное внимание уделено изучению жанровых особенностей экологической журналистики. Теоретические положения параграфа позволяют установить, что в контексте промышленного региона данная повестка приобретает особую

остроту, выполняя не только информационную функции, но и имиджеобразующую, оставляя за собой ведущую роль в репрезентации экологии промышленного региона.

В *третьем параграфе «Влияние информационной повестки дня по экологии на формирование имиджа территории»* представлено теоретическое осмысление ключевых понятий «Имидж» и «Экологический имидж территории», и рассмотрена роль региональных интернет-СМИ при их формировании. Рассмотрены основные группы стейкхолдеров региона (социальные, территориальные, экономические, административные, политические, технологические), что позволяет дифференцированно анализировать восприятие экологического имиджа. В параграфе представлен и методологически обоснован инструментарий, предназначенный для последующего эмпирического анализа информационной повестки дня региональных интернет-СМИ по экологии и включающий адаптированный тематический рубрикатор и схему когнитивно-матричного анализа атрибутов). Теоретический базис, представленный в параграфе, способствует пониманию того, как на современном этапе в условиях конкуренции регионов информационная повестка дня по экологии эволюционирует от освещения проблем к конструированию имиджа.

Глава 2 «Разработка концептуальной модели формирования информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии в контексте имиджа промышленного региона» включает четыре параграфа и представляет концептуальную модель формирования информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии региона, базовым принципом которой является понимание диалектической связи информационной повестки дня по экологии с имиджем промышленного региона. Уточняется и анализируется типология коммуникативных стратегий экологического медиадискурса, осуществляется содержательно-тематический и когнитивно-матричный анализ информационной повестки по экологии ведущих региональных интернет-СМИ.

В *первом параграфе «Концептуальная модель формирования информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии региона»* представлена модель, раскрывающая процесс формирования данной повестки региональными интернет-СМИ. Модель подтверждает основополагающий тезис теории установления повестки дня, согласно которому СМИ являются не пассивным транслятором, а ключевым агентом-преобразователем информации. В основе моделирования лежит принцип диалектической связи формируемой информационной повестки дня по экологии и имиджа промышленного региона, который реализуется через взаимодействие ключевых ее аспектов: уровней и технологий.

Концептуальная модель структурно представлена тремя взаимосвязанными блоками. Первый блок задает внешние условия формирования повестки и включает макроконтексты «Социальное пространство» и «Медиапространство». Социальное пространство отражает деятельность и интересы различных субъектов в сфере экологии промышленного региона и носит выраженный конфликтный характер. Медиапространство выступает как сфера, где эти социально сформированные

запросы и противоречия формируются в виде информационной повестки дня и экологического медиадискурса.

Второй блок представлен субъектами коммуникации – полюсами «Коммуникатор» (редакция интернет-СМИ) и «Реципиент» (аудитория). Деятельность коммуникатора в модели рассматривается как результат, формируемый под воздействием внешних факторов (социальной среды, общественного контроля) и под влиянием внутренних факторов (редакционной политики). Практическим инструментом, синтезирующим это влияние, выступают коммуникативные стратегии. На полюсе реципиента детерминантами восприятия экологической информации являются социальная среда, личностные особенности (образование, медиаграмотность), уровень экологического сознания и культуры. Важно, что оба полюса опираются на общие объективные основания – актуальную экологическую ситуацию и уже сложившийся имидж региона, что создает почву как для диалога, так и для конфликта интерпретаций.

Третий блок раскрывает ядро модели – «Сообщение» – в качестве основного элемента, опосредующего взаимодействие между коммуникатором и реципиентом. Его формирование осуществляется под воздействием комплекса факторов и реализуется на двух уровнях – тематическом и атрибутивном. Тематический (объектный) уровень определяет выбор и ранжирование проблем, в то время как атрибутивный уровень задает ракурс их освещения. Разработанная концептуальная модель операционализирует процесс формирования повестки, вводя инструменты для глубинного анализа ее уровней, технологий и стратегий. Она демонстрирует, как интернет-СМИ через комплекс медийных практик конструируют экологическую медиареальность региона и его имидж.

Во *втором параграфе «Сравнительный анализ коммуникативных стратегий в экологическом медиадискурсе региона»* обосновывается исследовательский инструментарий для анализа одного из ключевых элементов концептуальной модели – коммуникативных стратегий регионального экологического медиадискурса, понимаемых как системный комплекс речевых действий, направленный на достижение конкретной цели в медиадискурсе и определяющий ракурс интерпретации событий, тональность сообщения и тип взаимодействия с аудиторией. Уточняется необходимость дополнения типологии коммуникативных стратегий с учетом специфики экологической тематики. Вводится и концептуально определяется новая коммуникативная стратегия – «Продвижение действий, направленных на представление экологического развития». Данная стратегия реализуется через две тактики: «формирования положительного отношения к принимаемым на государственном и региональном уровнях мерам по охране окружающей среды» и «акцентирования внимания на особенностях финансирования проектов (технологий) экологии». Сравнительный анализ коммуникативных стратегий в экологическом медиадискурсе ведущих сетевых изданий (выборка 2, за 2022–2024 гг.) выявил закономерности формирования региональной повестки – в большинстве интернет-СМИ («Доступ», «КП – Челябинск», 74.ру, «АиФ – Челябинск») доминирует коммуникативная стратегия «Дискредитирование действий, наносящих вред природе». Например, в «Доступе» в 2024 году на нее

пришлось 58,62% публикаций, в «КП – Челябинск» 56,42%. Наименее репрезентированы «Популяризация бережного отношения к природе» и «Продвижение действий, направленных на представление экологического развития». Доминирование проблемно-ориентированного подхода в освещении экологической проблематики региона подтверждает тезис о ключевой роли информационной повестки дня в формировании представления о регионе как о территории с «неблагоприятной экологической обстановкой». При этом проведенный анализ позволил выявить и позитивную тенденцию в формировании информационной повестки дня в регионе, представленную изданием 1obl.ru. Данное интернет-СМИ на всех этапах исследования демонстрировало устойчивую ориентацию на стратегию «Продвижения действий, направленных на представление экологического развития» (2022 г. – 43,12%; 2023 г. – 51,88%; 2024 г. – 40,81%), что демонстрирует возможность конструктивного подхода в экологическом медиадискурсе. Тем не менее, в рамках исследуемого периода такая модель освещения не является показательной, сохраняя проблемно-ориентированный вектор информационной повестки по экологии.

В *третьем параграфе «Содержательно-тематический анализ информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии региона»* для обеспечения системности исследования был применен тематический рубрикатор, разработанный на основе Государственного рубрикатора научно-технической информации (18 рубрик). Сравнительный анализ проводился для интернет-СМИ г. Челябинска и г. Магнитогорска (выборка 1, 4092 ед., 2019-2025 гг), что позволило выявить как общерегиональные тренды, так и локальную специфику. Доминантами, формирующими более половины всего медиапотока, стали такие экологические проблемы, как качество атмосферного воздуха – 20,67%; обращение с отходами – 19,5% и общие вопросы охраны окружающей среды – 15,93%. Это распределение отражает наиболее острые для жителей промышленного региона экологические вызовы. Однако такое тематическое доминирование формирует у аудитории не системную, а лишь «симптоматическую картину» экологических рисков, поскольку такой отбор тем продиктован логикой новостных поводов, что приводит к фрагментарному восприятию экологических проблем. Выявлены различия между освещением экологической проблематики в г. Челябинске и г. Магнитогорске. В магнитогорских изданиях повестка оказалась еще более узкой при полном отсутствии тем, связанных с охраной недр, заповедным делом и воздействием загрязнения окружающей среды на состояние природных экосистем, популяций и организмов растительного и животного мира. Это отражает специфику моногорода, где экологический дискурс формируется под влиянием градообразующего промышленного предприятия. В параграфе доказывается, что проблемно-ориентированный и фрагментарный характер сложившейся информационной повестки дня имеет негативные последствия для имиджа региона.

В *четвертом параграфе «Когнитивно-матричный анализ атрибутов информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии региона»* изучается специфика атрибутивного уровня информационной повестки дня, играющего

одну из ключевых ролей при конструировании общественного мнения. В рамках данного параграфа применен инструмент, позволивший структурировать языковые маркеры публикаций по десяти базовым категориям. Базой исследования стал массив из 13 395 языковых единиц, извлеченных из 2104 текстов (выборка 2) интернет-СМИ Челябинской области (за 2022–2024 гг.).

Когнитивно-матричный анализ медиатекстов по экологии 2022–2024 гг. выявил устойчивую структуру информационной повестки дня, центральное место в которой занимают категории «Экологические проблемы» и «Географические объекты», отражая ее проблемную ориентацию и локальную, территориальную специфику. При этом доминирование проблемных категорий определяет имидж как «экологически неблагоприятной территории».

Глава 3 «Фрейминг как феномен информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии промышленного региона» включает три параграфа и представляет собой теоретико-методологическое и эмпирическое исследование фрейминга как ключевой технологии конструирования новостного дискурса. На основе синтеза классических и современных подходов разработана модель анализа фрейминга. Выделены семь типов фреймов экологического медиадискурса промышленного региона и на этой базе проведено исследование их репрезентации в информационной повестке дня. Разработана матрица анализа фрейминга и осуществлена ее апробация на медиаконтенте по экологии региона.

В первом параграфе «Фрейминг как технология информационной повестки дня интернет-СМИ» представлен теоретико-методологический анализ фрейминга как ключевой технологии конструирования новостного дискурса в области формирования информационной повестки дня. Особое внимание уделено развитию концепции фрейминга в контексте медиаисследований зарубежных авторов (И. Гофман, Р. М. Энтман, П. Д`Анджело, Д. Шойфеле, З. Пан и Дж. Козицки). Представлено моделирование процесса фрейминга новостей тремя уровнями: 1) субъектный уровень (взаимодействие «Коммуникатора» и «Реципиента»); 2) уровень построения дискурса (трансформация «События» в «Медиасобытие» через механизмы установления повестки дня и фрейминг); 3) уровень канала и эффектов медиа. Разработанная матрица анализа приемов построения фрейма позволила выявить приемы и когнитивные схемы воздействия на аудиторию и систематизировать закономерности в подаче информации через пять ключевых инструментов: тематика, тип фрейма, сценарий текста, синтаксическая и риторическая структуры.

Во втором параграфе «Типология фрейминга информационной повестки дня интернет-СМИ по экологии» проведен анализ семи типов фреймов («угрозы», «конфликта», «человеческого интереса», «экономических оснований», «морали / экологического воспитания» и «ответственности», «развития»), на основе доработанной типологии Х. Семетко и П. Валкенбург⁸⁴. Представлен анализ типов фреймов выборки 3 медиатекстов (1489 ед) по экологии, позволивший на базе матрицы основных и дополнительных атрибутов определить ракурс освещения экологической проблематики в 2023 и 2024 гг. В

⁸⁴ Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 52(2), 93–109.

параграфе установлено изменение в использовании фреймов: если в 2023 году в центре внимания находились фреймы «угрозы» (33,8%), «ответственности» (19,76%) и «развития» (17,59%), то в 2024 году при сохранении лидерства фрейма «угрозы» (38,66%) произошел содержательный сдвиг в сторону фреймов «морали / экологического воспитания» (31,32%) и «развития» (115 ед., 14,25%), что свидетельствует о качественной трансформации экологического медиадискурса: от фиксации экологических вызовов к конструированию установки на ответственность и развитие промышленного региона.

В *третьем параграфе «Анализ фрейминга экологических медиатекстов»* представлены результаты комплексного дискурс-анализа, проведенного с помощью разработанной матрицы. Данный анализ последовательно рассматривал медиатекст через призму пяти взаимосвязанных инструментов: определение темы и цели текста, идентификацию типа фрейма и его элементов, анализ сценария, синтаксической и риторической структур. Эмпирической базой послужила выборка 4 (127 ед.) текстов экологической тематики за 2023–2024 гг. Установлено, что дискурсивная структура текста формируется в зависимости от специфики экологической темы и выбранного типа фрейма. Каждый из семи типов фреймов реализуется через определенный набор композиционных и лингвистических средств, создающих устойчивую «рамку» интерпретации или «регуляторную модель».

В *Заключении* представлены выводы по всем разделам диссертационной работы, а также указаны перспективные направления исследований. Первое направление связано с расширением предметного поля за счет изучения особенностей социальных медиа, где механизмы формирования информационной повестки дня обладают спецификой, обусловленной высокой скоростью распространения контента. Это позволит выявить новые нарративы, форматы и акторов в экологическом медиадискурсе. Второе направление ориентировано на изучение медиавоздействия информационной повестки дня по экологии на аудиторию с комплексным применением социологических методов и нейромаркетинговых технологий. Такой синтез позволит не только фиксировать когнитивные, аффективные и поведенческие эффекты воздействия. Это, в свою очередь, выводит исследование особенностей информационной повестки дня по экологии на качественно новый, междисциплинарный уровень. Третье направление видится в углубленном анализе долгосрочного когнитивного эффекта медиадискурса – прайминг-эффекта. Исследование данного эффекта позволит ответить на вопрос о том, как именно экологический медиадискурс формирует ассоциации и глубинные установки, влияя на инвестиционные решения, миграционные настроения и общественную поддержку экологической политики, тем самым определяя конкурентоспособность промышленного региона в долгосрочной перспективе.

Список публикаций автора по теме диссертационной работы

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных ВАК РФ и Аттестационным советом УрФУ:

1. Lobodenenko L. K., Cheredniakova A. B., Astashova Yu. V., Demchenko A. I., Chuiduk A. A. Analysis of the Environmental Agenda in Local Mass Media and Social Media in the Context of Social Communication Gaps. Voprosy

teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism, 2024, vol. 13, no. 3, pp. 464–488.; 1,56 / 0,31 п.л., WoS (Q4).

2. Чуйдук А. А. Информационная повестка по экологии промышленного города: особенности и содержательно-тематические ориентиры / Марфицына А. Р., Чуйдук А. А. // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Социально- гуманитарные науки». – 2024. – Т. 24 № 4. С. 89–96.; 0,5 / 0,25 п.л., К2.

3. Чуйдук А. А. Информационная повестка СМИ и социальных медиа по экологии в контексте социального заказа / Чуйдук А. А., Лободенко Л. К., Череднякова А. Б., Астахова Ю. В., Шестеркина Л. П. // Гуманитарный вектор. 2025. – Т. 20, № 3. С. 97–109.; 0,81 / 0,16 п.л., К2.

4. Чуйдук А. А. Особенности коммуникативных стратегий СМИ в контексте формирования экологического имиджа региона // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Социально- гуманитарные науки». 2025. – Т. 25. № 4. С. 91–99.; 0,56 п.л., К2.

5. Чуйдук А. А. Особенности и уровни формирования информационной повестки по экологии интернет-СМИ и социальными медиа промышленного региона / А. А. Чуйдук // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. – 2026. – Т. 26, № 1. – С. 92–99.; 0,5 п.л. К2.

Патенты и программы:

6. 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 № 2024620522 от 16.02.2024.

Монографии:

7. Чуйдук А. А. Медиаэффекты и воздействие контента интернет-СМИ, социальных медиа по экологии на молодежную аудиторию региона экологического риска: монография / Лободенко Л. К., Череднякова А. Б., Шестеркина Л. П., Чуйдук А. А. / под ред. Л. К. Лободенко, Л. П. Шестеркиной, А. Б. Чередняковой. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2025. – С. 39–58; 92–120.; 19,07 / 2,92 п.л.

Другие публикации:

8. Чуйдук А. А., Марфицына А. Р. Экологическая информационная повестка в региональных СМИ: содержательно-тематический анализ // Региональные СМИ: пути взаимодействия с аудиторией: материалы Всероссийской научно-практической конференции / Забайкальский государственный университет. – Чита: ЗабГУ, 2023. – С. 66–72.; 0,44 / 0,22 п.л.

9. Чуйдук А. А., Харитонова О. Ю. Драматизация новостей по экологической проблематике: региональный аспект / Харитонова О. Ю. // Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. – М.: Фак. журн. МГУ, 2024. – С. 719–720.; 0,13 / 0,07 п.л.

10. Чуйдук А. А. Методические рекомендации по формированию экологического имиджа региона в информационной повестке интернет-СМИ и социальных медиа (на примере городов Челябинской области и Екатеринбурга

за 2019–2023 гг.): учебное пособие / Булаева М. Н., Загоскин Е. С., Марфицына А. Р., Лободенко Л. К., Харитонов О. Ю., Череднякова А. Б., Чуйдук А. А., Шестеркина Л. П. / под ред. А. Б. Чередняковой, Л. П. Шестеркиной, Л. К. Лободенко. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2024. – 88 с.; 0,06 / 0,01 п.л.

11. Чуйдук А. А., Марфицына А. Р. Проблемно-тематический фокус экологических материалов в СМИ промышленного региона / Марфицына А. Р., Чуйдук А. А. // Журналістыка – 2024: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 26-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 80-годдзю фак. журналістыкі Беларус. дзярж. ун-та, Мінск, 14–15 лістап, 2024 г. / Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: а. в. Бяляеў (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2024. – С. 211–214.; 0,25 / 0,12 п.л.

12. Чуйдук А. А. Экологический имидж региона и атрибуты информационной повестки по экологии в контексте коммуникационной стратегии / Череднякова А. Б., Лободенко Л. К., Марфицына А. Р., Чуйдук А. А. // Медиа в современном мире. 63-и Петербургские чтения. Сборник материалов Международного научного форума. В 2-х томах. Т. 2., Санкт-Петербург, 2024. – С. 194–196.; 0,19 / 0,05 п.л.

13. Чуйдук А. А. Место социальных медиа в формировании экологического имиджа промышленного региона // Цифровая эволюция журналистики: вызовы и возможности: материалы Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 45-летию журналистского образования в Республике Мордовия – Саранск / сост. И. В. Пьянзина; редкол.: К. В. Дементьева (отв. ред.) [и др.]. Изд-во Мордов. ун-та, 2025. – С. 256–258.; 0,19 п.л.

14. Чуйдук А. А. Роль социальных медиа в репрезентации современной экологической обстановки промышленного региона (на примере Челябинской области) // Журналистика в 2024 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. – М.: Фак. журн. МГУ, 2025. – С. 89–90.; 0,13 п.л.

Подписано в печать . Формат 60×84 1/16. Печать цифровая.
Усл. печ. л. Тираж 100 экз. Заказ.

Издательский центр Южно-Уральского государственного университета

Отпечатано с оригинал-макета заказчика в типографии Издательского центра
ЮУрГУ.
454080, г. Челябинск, проспект Ленина, 76.