

# ОСОБЕННОСТИ И УРОВНИ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОВЕСТКИ ПО ЭКОЛОГИИ ИНТЕРНЕТ-СМИ И СОЦИАЛЬНЫМИ МЕДИА ПРОМЫШЛЕННОГО РЕГИОНА

А. А. Чуйдук

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск, Российская Федерация

Предметом данного исследования выступают особенности и уровни формирования информационной повестки по экологии. В работе показано, что информационная повестка функционирует не просто как инструмент информирования, а как иерархическая система проблем в сфере экологии, где приоритизация одних тем над другими является результатом целенаправленного управления вниманием аудитории. Теоретико-методологическую основу работы составляют ключевые положения теории установления повестки дня. В качестве исследовательских методов применялись общенаучные – анализ и синтез, на эмпирическом этапе использовались методы когнитивно-матричного анализа и контент-анализа. Эмпирическую базу составляют медиатексты 29 интернет-СМИ и 14 социальных медиа промышленных центров – городов Челябинской области и Екатеринбурга за 2024 год.

Научная новизна исследования заключается в комплексном описании взаимосвязи между уровнями формирования экологической повестки и особенностями ее содержания в медиасреде промышленного региона. Впервые на эмпирическом материале (2 663 медиатекста) показано, как глобальные экологические нарративы трансформируются под влиянием локальной экологической ситуации промышленных территорий.

Проведенный анализ создает основу для изучения информационной повестки по экологии в современном медиaprостранстве с позиции содержательно-тематического аспекта и атрибутов. Результаты исследования представляют практическую ценность для широкого круга специалистов в сфере медиакommunikаций: журналистов, контент-менеджеров, редакторов, медиааналитиков и исследователей, участвующих в формировании и анализе экологической повестки дня.

**Ключевые слова:** интернет-СМИ, социальные медиа, специфика информационной повестки по экологии, промышленный регион.

## Введение

В современном обществе СМИ и социальные медиа занимают ключевое положение в организации информирования общества о различных проблемах, особенно в сфере экологии, благодаря своей способности к оперативному реагированию на происходящие события и репрезентации их в повестке дня. Исследования М. Маккомбса и Д. Шоу [1], ставшие основополагающими в теории установления повестки дня (англ. «agenda-setting theory»), отражают взаимосвязь между информационной повесткой дня и восприятием значимости событий аудиторией: от того, как определенные события освещаются в средствах массовой информации, зависит восприятие их общественностью с точки зрения значимости. Выбор тем и фокус освещения вопросов экологии – это не просто отражение реальности, а активный процесс, включающий в себя редакционные решения, ориентированные на интересы целевой аудитории: СМИ могут акцентировать внимание на различных аспектах одних и тех же событий, исходя из их идеологических позиций, редакционной политики и других факторов. Поскольку СМИ функционируют не только как каналы передачи информации, но и как «агенты» формирования общественного мнения, темы, которые находят отклик у общественности и получают

широкое освещение, становятся более заметными и важными, тогда как другие вопросы могут оставаться в тени.

Процессы, описанные выше, подвергаются фундаментальному пересмотру в контексте стремительной цифровизации медиасферы. Трансформация традиционных СМИ в сторону цифровых платформ сопряжена с преобразованием их внутренней логики: требования оперативности и интерактивности, предъявляемые онлайн-аудиторией, становятся определяющими факторами редакционной политики.

Социальные медиа при этом эволюционируют из вспомогательного канала в ключевой институт, выполняющий функцию генератора и акселератора публичной проблематики. Их роль заключается не столько в воспроизводстве, сколько в создании иных моделей общественного диалога. Происходит качественный сдвиг в их статусе: они трансформируются в самостоятельный и влиятельный институт, выполняющий двойную функцию – генерации общественно значимых тем и их интенсивного распространения. Следовательно, их значимость определяется уже не трансляционной способностью, а способностью создавать новые форматы публичной коммуникации, основанные на принципах сетевой, интерактивной и алгоритмически управляемой логики.

Актуальность выбранной темы базируется на научном потенциале исследований особенностей формирования информационной повестки дня по экологии и выявления ее содержательно-тематических аспектов и атрибутивных характеристик. Соответственно, целью данного исследования является анализ уровней и особенностей формирования экологической повестки интернет-СМИ и социальными медиа промышленного региона.

### Обзор литературы

Классическая теория (Маккомбс и Шоу, 1972) является отправной точкой в определении влияния СМИ на значимость тем в общественном сознании. В отечественной науке эти процессы изучали И. М. Дзялошинский [2], Е. Л. Варганова [3], М. А. Шишкина [4]. Современные работы пересматривают теорию в условиях интернета. Как следует из научных трудов Дж. Т. Фейзел [5], цифровизация и борьба за вовлеченность пользователей ведут к пересмотру устоявшихся механизмов ранжирования новостной информации. Исследования Г. Дженкинса [6] и отечественные работы А. Амзина [7], А. Г. Качкаевой [8], И. И. Волковой [9] показывают, как редакции адаптируют контент под специфику различных цифровых платформ (сайт, соцсети, мессенджеры), что создает многоуровневую повестку. Работы зарубежных исследователей (К. Циммерманн и Д. Ли [10]) и отечественных ученых (Б. А. Грушин и Л. А. Оников [11]) подчеркивают, что средства массовой информации промышленных регионов формируют повестку на стыке глобальных экологических трендов и локальных социально-экономических интересов, создавая специфические рамки интерпретации для экологических проблем.

Помимо этого, в рамках исследований различных аспектов информационной повестки дня ключевое внимание уделяется изучению ее уровней. В настоящее время процесс установления информационной повестки исследователи рассматривают на двух взаимосвязанных уровнях: *первом* (тематическом или объектном) и *втором* (атрибутивном) [12]. Зарубежные медиаисследователи М. Альказами и У. Ванга уточняют: на первом уровне медиа определяют, какие именно проблемы или темы становятся значимыми для публичного обсуждения, на втором уровне медиа определяют ключевые атрибуты при освещении экологических тем, что в свою очередь формирует определенный способ их восприятия аудиторией [13]. При этом содержательно-тематический уровень в информационной повестке по экологии задает спектр обсуждаемых проблем и явлений, определяя, «о чем» сообщают медиа. Он отвечает за выявление ключевых направлений в освещении различных аспектов экологической сферы. Атрибутивный уровень определяет смысловые рамки и оценочные характеристики, через которые экологические темы преподносятся аудитории, отвечая на вопрос

о том, «как» о них говорят. Он представляет собой систему устойчивых категорий и коннотаций, которые, акцентируя одни аспекты проблем и затеняя другие, формируют целостное представление об экологической ситуации [14]. Таким образом, изучение содержательных компонентов и атрибутов информационной повестки по экологии способствует пониманию специфики ее формирования в медиaprостранстве промышленного региона.

### Методы исследования

В качестве базовой использовалась теория установления повестки дня. Согласно данной теории, СМИ влияют на общественное мнение, определяя наиболее важные для обсуждения темы. Основатели данной теории М. Маккомбс и Д. Шоу [1] показали, что СМИ не просто информируют аудиторию, а активно формируют ее восприятие реальности, акцентируя внимание на «важных» и «второстепенных» темах.

Методологической основой работы выступил системный подход, в рамках которого информационная повестка по экологии исследуется как целостная система, состоящая из взаимосвязанных элементов, взаимодействующих друг с другом и внешней средой. Ключевое методологическое преимущество данного подхода заключается в переносе исследовательского фокуса: от анализа единичных текстов и сообщений – к изучению информационной повестки как целостного феномена, формируемого совокупностью акторов (СМИ, органы власти, общественность и др.) в региональном медиaprостранстве. Это позволяет выявить системные механизмы и взаимосвязи, определяющие специфику функционирования информационной повестки по экологии в промышленном регионе.

В свою очередь, в качестве методов исследования использовались общенаучные методы – анализ, предполагающий изучение информационной повестки с точки зрения ее структуры, и синтез, способствующий объединению частей в единое целое. Также для сбора и обработки эмпирических данных применялись такие методы, как контент-анализ, направленный на количественное описание параметров экологической повестки, и когнитивно-матричный анализ, задачей которого является качественная интерпретация атрибутов экологического дискурса.

Эмпирическую базу составляют медиатексты (2 663 ед.) 29 интернет-СМИ и 14 социальных медиа индустриальных центров – городов Челябинской области и Екатеринбурга за 2024 год, среди них: сетевые издания «АиФ – Урал», «Е1.РУ Екатеринбург Онлайн», «Карабашский рабочий online», СМИ «Хорошие новости Челябинской области», «Южноуральская панорама Онлайн», информационное агентство «Уралинформбюро», агентство новостей «Доступ», городские сообщества «Коркино и Коркинцы | КиК NEWS», «Гово-

рит Озерск», «Екатеринбург | Новости», «Наш Магнитогорск», «Наш Челябинск», «Регион 74 | Южный Урал и Челябинск», «Типичный Екатеринбург» и др.

### Результаты и дискуссия

Для обеспечения логической стройности и наглядности результатов исследование проводилось в два последовательных этапа. Первый этап посвящен количественному и структурному анализу информационной повестки. В его рамках изучался экологический контент из общего массива публикаций, проводился анализ по территориальному признаку (Челябинская область и г. Екатеринбург), а также осуществлялась детализация по конкретным источникам – ключевым региональным интернет-СМИ и социальным медиа. Данный этап позволил выявить объективную картину тематических приоритетов и выделить ключевые медиаисточники, формирующие ядро экологической повестки в исследуемых регионах.

Методом контент-анализа были изучены 2 663 медиатекста за 2024 год, что позволило выявить и оценить структуру экологической повестки в информационном пространстве исследуемых регионов – Челябинской области и города Екатеринбурга. Для структурирования данных был применен разработанный рубрикатор<sup>1</sup>, состоящий из 18 тематических категорий, который обеспечил систематизацию всего массива публикаций по ключевым направлениям экологической проблематики. Полученные данные демонстрируют следующую тематическую структуру повестки, отражающую степень приоритетности экологических проблем: «Управление отходами» (17) – 485 ед. медиатекстов, «Охрана растительного и животного мира» (12) – 395 ед. медиатекстов, «Загрязнение и охрана атмосферы» (05) – 393 ед. медиатекстов, «Общие вопросы охраны окружающей среды» (01) – 296 ед. медиатекстов, «Загрязнение и охрана водных объектов» (06) – 285 ед. медиатекстов, «Антропогенное воздействие на ландшафт» (13) – 201 ед. медиатекстов, «Стихийные бедствия и катастрофы антропогенного происхождения» (15) – 195 ед. медиатекстов, «Теория и методы изучения охраны окружающей среды» (02) – 154 ед. медиатекстов, «Загрязнение окружающей среды» (05) – 152 ед. медиатекстов, «Заповедное дело. Охранные природные территории» (14) – 35 ед. медиатекстов, «Охрана почв» (07) – 25 ед. медиатекстов, «Экологические основы жизнедеятельности челове-

ка» (09) – 18 ед. медиатекстов, «Защита от шума, вибрации, электрических и магнитных полей и излучений» (18) – 10 ед. медиатекстов, «Воздействие антропологических изменений окружающей среды на здоровье и социально-трудовой потенциал населения» (10) – 5 ед. медиатекстов, «Воздействие загрязнения окружающей среды на состояние природных экосистем, популяций и организмов растительного и животного мира» (11) – 5 ед. медиатекстов, «Международное сотрудничество» (03) – 3 ед. медиатекстов, «Охрана недр» (08) – 2 ед. медиатекстов, «Рациональное использование и воспроизводство природных ресурсов» (16) – 2 ед. медиатекстов.

Проведенный анализ информационной повестки выявил тематические приоритеты в освещении экологической проблематики. Наибольшую репрезентативность в медиаполе регионов получили вопросы, непосредственно связанные с антропогенным воздействием и его последствиями. К ним относятся: «Загрязнение окружающей среды» (152 ед.; 5,7 %), «Загрязнение и охрана атмосферы» (393 ед.; 14,8 %), «Загрязнение и охрана водных объектов» (285 ед.; 10,7 %), «Антропогенное воздействие на ландшафт» (201 ед.; 7,5 %), «Стихийные бедствия и катастрофы антропогенного происхождения» (195 ед.; 7,3 %) и «Управление отходами» (485 ед.; 18,3 %). Совокупный объем публикаций по указанным направлениям составил 1 711 ед. медиатекстов, что составляет 64,3 % от общего массива проанализированных материалов. Данное распределение свидетельствует о том, что медиаповестка выполняет не репрезентативную, а конструктивную функцию: она не просто отражает экологические проблемы, а активно формирует специфический, проблемно-ориентированный образ реальности. Этот сконструированный медиаобраз региона, в свою очередь, оказывает прямое и существенное воздействие на формирование устойчивого негативного имиджа территории, закрепляя в общественном сознании нарративы экологического риска и неблагополучия.

В рамках исследования было проведено изучение распределения общего массива медиатекстов экологической тематики по отдельным средствам массовой информации за 2024 год. В результате количественного анализа были получены следующие данные о вкладе каждого источника в формирование повестки: Агентство новостей «Доступ» – 266 ед. (10,0 %), Городское информационное сообщество «Коркино и Коркинцы | КиК NEWS» – 75 ед. (2,8 %), Городское сообщество «Говорит Озерск» – 42 ед. (1,6 %), Городское сообщество «Городское телевидение. Карабаш» – 0 ед. (0 %), Городское сообщество «Екатеринбург | Новости» – 50 ед. (1,9 %), Городское сообщество «Жизнь Коркино» – 34 ед. (1,3 %), Городское сообщество «Наш Магнитогорск» – 48 ед. (1,8 %),

<sup>1</sup> В качестве методологической основы использован раздел 87 «Охрана окружающей среды. Экология человека» Государственного рубрикатора научно-технической информации. Исходная структура рубрикатора была адаптирована к задачам и масштабу настоящего исследования. Данный инструмент обеспечил содержательную структуризацию всего эмпирического массива и позволил провести количественную оценку распределения внимания между различными аспектами экологической проблематики в региональном медиаполе.

Городское сообщество «Наш Челябинск» – 30 ед. (1,1 %), Городское сообщество «Новый Карабаш» – 32 ед. (1,2 %), Городское сообщество «Регион 74 | Южный Урал и Челябинск» – 86 ед. (3,2 %), Городское сообщество «Сатка 24» – 55 ед. (2,1 %), Городское сообщество «Типичный Екатеринбург» – 131 ед. (4,9 %), Группа «Говорит Сатка» – 80 ед. (3,0 %), Группа «Озерск каждый день» – 28 ед. (1,1 %), Группа ВКонтакте «Магнитка-Онлайн. Новости Магнитогорска!» – 46 ед. (1,7 %), информационные агентства «Уралинформбюро» – 33 ед. (1,2 %), «УРА.РУ» – 70 ед. (2,6 %), Интернет-газета «Горняцкая правда» – 19 ед. (0,7 %), Интернет-журнал «Вечерний Магнитогорск» – 12 ед. (0,5 %), информационный портал «Озерск74 пресс» – 9 ед. (0,3 %), МИА «Верстов. Инфо» – 76 ед. (2,9 %), Официальный сайт газеты «Саткинский рабочий» – 7 ед. (0,3 %), РИАНА «Урал-пресс-информ» – 21 ед. (0,8 %), Сайт «Новости Озерска» – 28 ед. (1,1 %), Свердловское областное телевидение – 84 ед. (3,2 %), Сетевые издания «МК – Урал» – 162 ед. (6,1 %), «Магнитогорский рабочий» – 44 ед. (1,7 %), «74.ru» – 50 ед. (1,9 %), «MagCity74» – 54 ед. (2,0 %), «АиФ – Урал» – 163 ед. (6,1 %), «АиФ – Челябинск» – 59 ед. (2,2 %), «Е1.РУ Екатеринбург Онлайн» – 43 ед. (1,6 %), «Карабашский рабочий online» – 33 ед. (1,2 %), «Комсомольская правда. Екатеринбург» – 59 ед. (2,2 %), «Комсомольская правда. Челябинск» – 200 ед. (7,5 %), «Мгорск.ру» – 22 ед. (0,8 %), «МК – Урал. Свердловская и Курганская область» – 196 ед. (7,4 %), «Озерский вестник» – 23 ед. (0,9 %), «Современный портал Екатеринбурга – «66.ru» – 14 ед. (0,5 %), Govoritsatka.ru – 63 ед. (2,4 %), www.101.ru – 98 ед. (3,7 %), СМИ «Хорошие новости Челябинской области» – 4 ед. (0,2 %), СМИ «Южноуральская панорама Онлайн» – 12 ед. (0,5 %). Полученное распределение позволяет идентифицировать ключевых медиаакторов, формирующих экологическую повестку дня в исследуемых регионах.

Второй этап данной работы представляет собой качественное исследование, реализованное посредством когнитивно-матричного анализа. Данный метод позволяет осуществить переход от количественного описания тем (первый уровень установления повестки) к качественному исследованию глубинных смыслов и атрибутов, связанных с этими темами (второй уровень). Таким образом, если первый уровень теории установления повестки отвечает на вопрос «о чем говорят медиа?», выявляя спектр и значимость тем, то второй уровень призван ответить на вопрос «как именно об этом говорят?».

Атрибуты экологической информационной повестки дня определяются ее содержательной структурой, отражающей экологические проблемы. Данная модель может быть описана через

универсальную схему: *субъект* совершает *действие* в конкретном *месте* и *временном контексте*, руководствуясь определенной *причиной* и используя конкретный *способ* в заданных *условиях*.

Экологическая информационная повестка дня в соответствии с обозначенной структурой содержит следующие категории: 1) «*Географические объекты*»; 2) «*Среда обитания*»; 3) «*Флора и фауна*»; 4) «*Экологические проблемы*»; 5) «*Способы решения экологических проблем*»; 6) «*Экологические проекты, программы, мероприятия, гранты*»; 7) «*Субъекты экологического процесса*»; 8) «*Финансирование экологических проектов*»; 9) «*Экологический рейтинг / антирейтинг*»; 10) «*Юридическая ответственность в области экологии*».

Категории когнитивной матрицы атрибутов получили вербальное выражение в конкретных лексических единицах. Изучение медиатекстов двух регионов в 2024 г. выявило следующий ряд наиболее частотных категорий, упорядоченный по убыванию количества употреблений.

Первое место по частотности занимает категория «Географические объекты», включающая подкатегории «Населенные пункты», «Административные единицы», «Искусственные сооружения» и «Местности и районы особого значения». В первом регионе (г. Челябинск и Челябинская область) зафиксировано 108 атрибутов и 3 793 употребления, тогда как во втором (г. Екатеринбург) – 45 атрибутов и 1 163 употребления.

Следующей по объему языковой репрезентации является категория «Экологические проблемы», представленная восемью подкатегориями, такими как «Загрязнение атмосферы», «Отходы», «Загрязнение водных объектов», «Стихийные бедствия», «Негативное воздействие на животный мир», «Негативное воздействие на растительный мир», «Шум, вибрация», «Загрязнение почвы». Ее показатели составляют 43 атрибута и 2 443 употребления в первом регионе и 31 атрибут и 739 употреблений во втором.

Третью позицию занимает категория «Среда обитания» (подкатегории: «Общие понятия», «Водная среда», «Воздушная среда», «Почва») с 11 атрибутами и 1 933 употреблениями в Челябинской области и аналогичным числом атрибутов (11), но меньшим числом употреблений (555) в г. Екатеринбурге.

Далее следует категория «Флора и фауна», представленная подкатегориями «Растительный мир» и «Животный мир». В первом регионе зарегистрировано 32 атрибута и 1 165 употреблений, во втором – 14 атрибутов и 179 употреблений.

Категория «Субъекты экологического процесса» с подкатегориями «Юридические лица» и «Физические лица» в 2024 году продемонстрировала 56 атрибутов и 940 употреблений в Челябинской

области и 45 атрибутов и 596 употреблений в г. Екатеринбурге.

За ней располагается категория «Способы решения экологической проблемы», включающая пять подкатегорий: «Охрана водных объектов», «Охрана растительного и животного мира», «Управление отходами», «Охрана атмосферы», «Другое». Количественные показатели идентичны по числу атрибутов (22), но различаются по употреблениям: 850 в первом регионе и 289 во втором.

Менее частотными, но методологически значимыми оказались категории «Экологические проекты, программы, мероприятия, гранты» (26 атрибутов и 171 употребление в Челябинской области; 23 атрибута и 95 употреблений в г. Екатеринбурге), «Финансирование экологических проектов» (16 атрибутов и 101 употребление в первом регионе и 10 атрибутов и 40 употреблений во втором регионе), «Юридическая ответственность в области экологии» (по 6 атрибутов и 138 и 29 употреблений соответственно) и «Экологический рейтинг / антирейтинг» (4 атрибута и 14 употреблений в первом регионе против 1 атрибута и 1 употребления во втором).

Таким образом, совокупный объем проанализированных атрибутивных употреблений составил 15 234 ед., из которых 11 548 приходится на г. Челябинск и Челябинскую область и 3 686 – на г. Екатеринбург, что отражает различия как в объеме, так и в структуре медиапостки двух регионов по экологической тематике.

Анализ атрибутивной матрицы категорий выявил устойчивую иерархию их репрезентативности, подтверждаемую статистической обработкой данных за 2024 г. в медиадискурсе городов Челябинска и Екатеринбурга.

Доминирующее положение в структуре экологического знания занимает категория «Географические объекты», обладающая максимальными показателями как по количеству атрибутов, так и по частоте употреблений. Данная категория занимает центральное место в модели экологического знания.

Следующей по атрибутивной и частотной представленности является категория «Экологические проблемы», что коррелирует с целевой направленностью информационной повестки на проблематизацию экологической сферы. Количественные показатели атрибутов для категорий «Географические объекты» и «Экологические проблемы» демонстрируют вариативность, обусловленную возникновением или актуализацией медиа проблем в регионе, а также масштабом их локализации.

Третью позицию по числу атрибутов и частотности занимает категория «Среда обитания», отличающаяся фиксированным и ограниченным набором атрибутов.

Категории «Субъекты экологического процесса», «Способы решения экологических проблем» и «Флора и фауна» характеризуются значительной частотой употреблений. При этом категория «Субъекты экологического процесса» обладает наибольшим количеством атрибутов в данной группе.

Наименьшую степень атрибутивной и частотной репрезентации исследуемого периода демонстрируют категории: «Экологические проекты, программы, мероприятия, гранты», «Юридическая ответственность в области экологии», «Финансирование экологических проектов» и «Экологический рейтинг / антирейтинг».

### Выводы

На основании проведенного комплексного исследования уровней и особенностей формирования экологической повестки в медиaprостранстве промышленного региона (Челябинская область и г. Екатеринбург) за 2024 год сформулированы выводы, представленные ниже.

На тематическом (первом) уровне установления повестки контент-анализ массива медиатекстов (2 663 ед.) выявил отчетливую проблемно-ориентированную направленность. Более 64 % контента (1 711 ед.) сконцентрировано на темах антропогенного воздействия: «Управление отходами» (18,3 %), «Загрязнение и охрана атмосферы» (14,8 %), «Загрязнение и охрана водных объектов» (10,7 %). Это подтверждает, что медиа выполняют не только репрезентативную, но и конструктивную функцию, формируя специфический образ региона как территории экологического риска.

Высокая репрезентативность категории «Экологические проблемы» напрямую коррелирует с выявленной на первом уровне проблемной повесткой. Фиксированный набор атрибутов категории «Среда обитания» формирует устойчивый контекст. При этом категории, связанные с решением проблем («Способы решения экологических проблем», «Экологические проекты, программы, мероприятия, гранты», «Финансирование»), а также «Юридическая ответственность в области экологии» и «Экологический рейтинг / антирейтинг» имеют ограниченную представленность, что указывает на дисбаланс между проблематизацией и освещением инструментов ее преодоления.

Помимо этого, в результате синтеза данных становится очевидно, что информационная повестка по экологии промышленного региона представляет собой иерархически организованную систему, где глобальные экологические нарративы («что» – темы загрязнения) трансформируются под влиянием локального контекста («как» – посредством доминирующих атрибутов («Географические объекты» и «Экологические проблемы»)). Полученные результаты имеют практическую ценность для специалистов в области журналистики и медиакоммуникаций, указывая на необходи-

мость сбалансированного подхода к формированию повестки, который, наряду с освещением проблем, усиливал бы атрибутивный фокус в сторону системного освещения инструментов решения экологических проблем и субъектов, несущих за них ответственность.

**Исследование выполнено за счет гранта РФФИ (проект № 23-18-20090, <https://rscf.ru/project/23-18-20090/>) «Исследование воздействия материалов СМИ, социальных медиа по экологии и медиаэффектов на молодежную аудиторию, проживающую на территории региона экологического риска».**

#### Литература

1. McCombs, M. E. The agenda-setting function of mass media / M. E. McCombs, D. L. Shaw. *The Public Opinion Quarterly*. – 1972. – Vol. 36, № 2. P. 176–187. – URL: <https://www.jstor.org/stable/2747787>.
2. Дзялошинский, И. М. СМИ и общественные институты: перспективы взаимодействия / И. М. Дзялошинский // *Медиаскоп*. – 2008. – № 2. – С. 19.
3. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России : учебное пособие для студентов вузов / Е. Л. Вартанова, М. И. Макеенко, А. В. Вырковский [и др.]. – М. : Аспект пресс, 2015. – 384 с.
4. Шишкина, М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления // М. А. Шишкина; М. А. Шишкина; Фак. журналистики СПбГУ. – М. : РГБ, 2006.
5. Faisal, J. T. Agenda Setting through Social Media: The Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in the Digital Era / J. T. Faisal // *Journal of Information Technology & Politics*. – 2018. – Vol. 15, № 2. – P. 1–18.
6. Jenkins, H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* / H. Jenkins. – New York : New York University Press, 2006. – 308 p.
7. Амзин, А. А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. А. Амзин, А. Н. Галустьян, Д. Ю. Кульчицкая. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
8. Качкаева, А. Г. Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова, Е. Г. Лапина-Кратасюк [и др.]. – М. : Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2017. – 416 с.
9. Волкова, И. И. Интегративный подход к измерению эффективности контента в новых медиа: постановка проблемы / И. И. Волкова, Д. А. Гужвий // *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2017. – Т. 22, № 3. – С. 532–543.
10. Zimmermann, K. Environmental Justice and Green Infrastructure in the Ruhr. From Distributive to Institutional Conceptions of Justice / K. Zimmermann, D. Lee // *Planning Practice & Research*. – 2023. – Vol. 38, № 3. – P. 390–407.
11. Грушин, Б. А. Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования / Б. А. Грушин, Л. Н. Федотова, Е. Я. Таршис [и др.]. – М. : Политиздат, 1980. – 446 с.
12. Каминченко, Д. И. Взаимодействие средств массовой информации и общества: анализ информационных повесток дня / Д. И. Каминченко // *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. – 2020. – Т. 39, № 4. С. 533–544.
13. Alkazemi, M. F. The effect of oil prices on the media agenda: A model of agenda building / M. F. Alkazemi, W. Wanta // *Newspaper Research Journal*. – 2018. – Vol. 39(2). – P. 232–244.
14. Takeshita, T. Current Critical Problems in Agenda-Setting Research / T. Takeshita // *International Journal of Public Opinion Research*. – 2005. – Vol. 18 (3). – P. 275–296. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/31492511\\_Current\\_Critical\\_Problems\\_in\\_Agenda-Setting\\_Research](https://www.researchgate.net/publication/31492511_Current_Critical_Problems_in_Agenda-Setting_Research). (дата обращения: 07.07.2025).

**Чуйдук Анастасия Андреевна** – преподаватель кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, Южно-Уральский государственный университет (Челябинск), e-mail: bevzaa@susu.ru. ORCID 0009-0003-2900-8970

*Поступила в редакцию 12 декабря 2025 г.*

## FEATURES AND LEVELS OF FORMATION OF THE INFORMATION AGENDA ON ECOLOGY BY INTERNET MEDIA AND SOCIAL MEDIA OF THE INDUSTRIAL REGION

A. A. Chuiduk

South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

This study examines the features and levels of forming an environmental information agenda. The paper demonstrates that the information agenda functions not simply as a tool for disseminating information, but as a hierarchical system of environmental issues, where the prioritization of some topics over others is the result of targeted attention management. The theoretical and methodological basis of the study is based on key tenets of agenda-setting theory. General scientific methods – analysis and synthesis – were used for the research, while cognitive matrix analysis and content analysis were employed in the empirical phase. The empirical base consists of media texts from 29 online media outlets and 14 social media outlets in industrial centers – cities in the Chelyabinsk region and Yekaterinburg – for 2024.

The research's novelty lies in its comprehensive description of the relationship between the levels of environmental agenda formation and the specifics of its content in the media environment of an industrial region. For the first time, empirical data (2,663 media texts) demonstrates how global environmental narratives are transformed by the local environmental situation in industrial territories.

The analysis provides a foundation for studying the environmental information agenda in the modern media space from the perspective of its content, thematic aspects, and attributes. The research results are of practical value to a wide range of media communications specialists: journalists, content managers, editors, media analysts, and researchers involved in the formation and analysis of the environmental agenda.

**Keywords:** online media, social media, specifics of the environmental information agenda, industrial region.

### References

1. McCombs M.E., Shaw D.L. The Agenda-Setting Function of Mass Media // *The Public Opinion Quarterly*. 1972. Vol. 36. № 2. P. 176–187. URL: <https://www.jstor.org/stable/2747787>.
2. Dzyaloshinskij I.M. SMI i obshchestvennyye instituty: perspektivy vzaimodejstviya [Media and Public Institutions: Prospects for Interaction] // *Mediaskop*. 2008. № 2. P. 19.
3. Vartanova E.L., Makeenko M.I., Vyrkovskij A.V. [et al.] *Mediasistema Rossii* [The Russian Media System]: uchebnoe posobie dlya studentov vuzov. Moscow: Aspekt press, 2015. 384 p.
4. Shishkina M.A. Pablik rileyshnz v sisteme social'nogo upravleniya [Public Relations in the Social Management System]. Moscow: RSL, 2006. 1 p.
5. Faisal J.T. Agenda Setting through Social Media: The Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in the Digital Era // *Journal of Information Technology & Politics*. 2018. Vol. 15, № 2. P. 1–18.
6. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006. 308 p.
7. Amzin A.A., Galustyan A.N., Kul'chickaya D.Y. Kak novye media izmenili zhurnalistiku [How New Media Has Changed Journalism]. Ekaterinburg: Humanity University, 2016. 304 p.
8. Kachkaeva A.G., Shomova S.A., Lapina-Kratasyuk E.G. [et al.] *Mul'timediynaya zhurnalistika* [Multimedia Journalism]: uchebnyk dlya vuzov. Moscow: National Research University Higher School of Economics, 2017. 416 p.
9. Volkova I.I., Guzhvij D.A. Integrativnyy podkhod k izmereniyu ehffektivnosti kontenta v novykh media: postanovka problem [An Integrative Approach to Measuring Content Effectiveness in New Media: Problem Statement] // *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistika*. 2017. Vol. 22. № 3. P. 532–543.
10. Zimmermann K., Lee D. Environmental Justice and Green Infrastructure in the Ruhr. From Distributive to Institutional Conceptions of Justice // *Planning Practice & Research*. 2023. Vol. 38, № 3. P. 390–407.

11. Grushin B.A., Fedotova L.N., Tarshis E.Y. [et al.] *Massovaya informatsiya v sovetskom promyshlennom gorode: Opyt kompleksnogo sociologicheskogo issledovaniya* [Mass Media in a Soviet Industrial City: An Attempt at a Comprehensive Sociological Study]. Moscow: Politizdat, 1980. 446 p.
12. Kaminchenko D.I. *Vzaimodejstvie sredstv massovoj informacii i obshchestva: analiz informatsionnykh povestok dnya* [Interaction between the Media and Society: Analysis of Information Agendas] // *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazykoznanija*. 2020. T. 39. № 4. P. 533–544.
13. Alkazemi M.F., Wanta W. The Effect of Oil Prices on the Media Agenda: A Model of Agenda Building // *Newspaper Research Journal*. 2018. Vol. 39 (2). P. 232–244.
14. Takeshita T. Current Critical Problems in Agenda-Setting Research // *International Journal of Public Opinion Research*. 2005. Vol. 18 (3). P. 275–296. URL: [https://www.researchgate.net/publication/31492511\\_Current\\_Critical\\_Problems\\_in\\_Agenda-Setting\\_Research](https://www.researchgate.net/publication/31492511_Current_Critical_Problems_in_Agenda-Setting_Research) (date of accessed: 07.07.2025).

**Anastasia A. Chuiduk** – Lecturer of the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, South Ural State University (Chelyabinsk), e-mail: bevzaa@susu.ru

*Received December 12, 2025*

---

#### ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Чуйдук, А. А. Особенности и уровни формирования информационной повестки по экологии интернет-СМИ и социальными медиа промышленного региона / А. А. Чуйдук // Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки». – 2026. – Т. 26, № 1. – С. 92–99. DOI: 10.14529/ssh260111

#### FOR CITATION

Chuiduk A. A. Features and levels of formation of the information agenda on ecology by Internet media and social media of the industrial region. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Social Sciences and the Humanities*, 2026, vol. 26, no. 1, pp. 92–99. (in Russ.). DOI: 10.14529/ssh260111

---