

УДК 070  
EDN NCJQCU  
DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(4).628-643  
Научная статья



## Экологические коммуникации: основные типы и характеристики

Панова Е.В.<sup>1,2</sup> 

<sup>1</sup> Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации,  
г. Москва, Российская Федерация, karyoupe@gmail.com

<sup>2</sup> Российский государственный геологоразведочный университет  
имени Серго Орджоникидзе, г. Москва, Российская Федерация

**Аннотация.** Глобализация экологических вопросов, развитие направлений устойчивого развития и изменения климата актуализируют значимость экологических коммуникаций. Опасные природные явления, деятельность человека, конкуренция между странами требуют поиска наиболее эффективных решений и их легитимизации. На протяжении двух лет автор изучала развитие экологических коммуникаций, рассматривая труды российских и иностранных авторов, а также проводя всесторонний анализ медиасреды, официальных материалов, законодательства, экспертных и научных работ.

Эмпирическим материалом для данной статьи послужили результаты ранее проведенных исследований, российские и международные документы по вопросам экологии и экологической политики. Впервые автор проводит комплексную систематизацию полученных результатов. Целью данной статьи является типизация экологических коммуникаций, определение их основных характеристик. Автор выделяет следующие типы экологической коммуникации: социальная, кризисная и стратегическая. Социальные экологические коммуникации носят горизонтальный характер и направлены на информирование целевых аудиторий, при этом их пассивное участие ограничивает степень влияния на экологическую программу. Кризисным коммуникациям характерна вертикальная структура, которая предполагает наличие одного центра управления коммуникативными потоками. Стратегические коммуникации отличает долгосрочная направленность действий и мобилизация сообщества для проведения устойчивых социальных изменений. В завершении исследования автор дает сравнительную характеристику трех типов экологической коммуникации, выделяя общее и различия. Имея общие основы, они отличаются: по направленности (горизонтальные, вертикальные, вертикально-интегрированные), целям (информирование, решение кризиса, структурные изменения), стратегиям (информационная, реактивная, мобилизационная). Главное отличие стратегических коммуникаций от социальных в том, что происходит привязка информации к вариантам действия. Она фактически управляет решениями, которые принимают ключевые субъекты. Отчетливо это видно на примере анализа действий различных стран и организаций по вопросам устойчивого развития и изменения климата.

**Ключевые слова.** Типы экологической коммуникации, социальные коммуникации, кризисные коммуникации, стратегические экологические коммуникации, основные характеристики.

**Информация о статье.** Дата поступления 9 сентября 2024 г.; дата поступления после доработки 25 сентября 2024 г.; дата принятия к печати 26 сентября 2024 г.; дата онлайн-размещения 6 декабря 2024 г.

---

Original article

## **Environmental Communications: Basic Types and Characteristics**

**Elena V. Panova**<sup>1,2</sup> 

<sup>1</sup> State Duma of the Federal Assembly of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation, karrypoupe@gmail.com

<sup>2</sup> Sergo Ordzhonikidze Russian State University for Geological Prospecting, Moscow, Russian Federation

---

**Abstract.** Globalization of environmental issues, development of sustainable development and climate change areas actualize the importance of environmental communications. Hazardous natural phenomena, human activity, competition between countries require the search for the most effective solutions and their legitimization. For two years, the author studied the development of environmental communications, reviewing the works of Russian and foreign authors, as well as conducting a comprehensive analysis of the media environment, official materials, legislation, expert and scientific works.

The empirical material for this article was the results of previously conducted studies, Russian and international documents on ecology and environmental policy. For the first time, the author conducts a comprehensive systematization of the obtained results. The purpose of this article is to typify environmental communications, determine their main characteristics.

The author distinguishes the following types of environmental communications: social, crisis and strategic. Social environmental communications are horizontal in nature and are aimed at informing target audiences, while their passive participation limits the degree of influence on the environmental program. Crisis communications are characterized by a vertical structure, which assumes the presence of one center for managing communication flows. Strategic communications are distinguished by a long-term focus on actions and mobilization of the community to implement sustainable social changes. In conclusion of the study, the author provides a comparative description of three types of environmental communication, highlighting the common and the differences. Having common foundations, they differ: in focus (horizontal, vertical, vertically integrated), goals (information, crisis resolution, structural changes), strategies (information, reactive, mobilization). The main difference between strategic communications and social communications is that information is linked to action options, it actually manages the decisions made by key actors. This is clearly seen in the example of the analysis of the actions of various countries and organizations on issues of sustainable development and climate change.

**Keywords.** Types of environmental communication, social communications, crisis communications, strategic environmental communications, basic characteristics.

**Article info.** Received September 09, 2024; revised September 25, 2024; accepted September 26, 2024; available online December 06, 2024.

## **Введение**

Развитию экологии как науки способствовал анализ влияния живых организмов друг на друга и на состояние окружающей среды. Следующим шагом стало развитие коммуникаций, направленных на обеспечение баланса интересов общества и природы. С развитием технологий, появлением новых коммуникативных инструментов, глобализацией климатической повестки экология превратилась в инструмент воздействия на принимаемые решения в различных сферах жизнедеятельности, где вопросы состояния окружающей среды и устойчивого развития тесно связаны.

На протяжении двух лет автор рассматривала становление экологических коммуникаций, исследуя как формирование самой дефиниции, так и ее влияние на различные направления деятельности. Проведенная серия исследований позволяет обобщить полученные результаты, выделив основные типы экологических коммуникаций. При проведении анализа полученных результатов мы не предполагаем детального описания каждого понятия (об этом можно прочитать в других наших материалах), а опираясь на изученную литературу и выделение системных элементов, остановимся на основных характеристиках каждого типа экологических коммуникаций. Это позволит более предметно подойти к использованию коммуникативной модели при взаимодействии с различными целевыми группами при достижении поставленных целей.

Объектом нашего исследования является экологическая коммуникация, понимаемая в широком смысле как процесс социального взаимодействия по вопросам окружающей среды. Предметом исследования мы определили типизацию экологических коммуникаций и выявление их основных характерных признаков.

В исследовании используются методы анализа данных, сравнения и систематизации, что позволяет обработать достаточно большой массив информации и выделить ключевые составляющие, влияющие на эффективность принятия решений по вопросам состояния окружающей среды.

В основе достаточно обширной эмпирической базы лежат российские и иностранные теоретические работы об экологической, социальной, кризисной, стратегической коммуникациях; международные документы по устойчивому развитию и изменению климата, одобренные Организацией объединенных наций (ООН); российское экологическое законодательство. Практическая часть опирается на проведенный анализ сообщений об экологии в сети Телеграмм (данные за 2023 г.), контент-анализ материалов российских медиа (2018–2022; 2022–2024 гг.).

## **Исследование**

### ***Экологические коммуникации как социальная категория***

Категория социальных коммуникаций широко исследована в российской и иностранной литературе. Основное внимание в них уделено

функционированию социальных систем, накоплению и передаче информации [1], опыта, идей и эмоций посредством символов и знаков [2]. Таким образом, говоря о социальной коммуникации, мы в первую очередь, говорим о передаче информации и движении смыслов. Эффективная социальная коммуникация помогает людям общаться, договариваться в сложных социальных системах, улучшать качество жизни [3]. Она также воздействует на способность человека позитивно рассматривать социальные изменения [4]. Отдельные авторы также отмечают [5–8], что на качество социальной коммуникации влияют следующие составляющие экологической коммуникации:

– деятельность государства, которое определяет правила [7]. Экологические коммуникации зависят от государственной стратегии в сфере охраны окружающей среды и обеспечения качества жизни населения. Определенный властью вектор развития обозначает допустимые параметры деятельности всех субъектов коммуникативных отношений и влияет на транслируемые сообщения;

– состояние экономики [9; 10]. В своих работах С.Н. Бобылев [9, с. 28], подчеркивает, что «зеленая экономика» является путем решения социально-экономических проблем при минимизации вреда окружающей среде. При этом, отметим, что в периоды кризисов влияние экономических факторов сильнее, чем экологических. Новые законодательные требования, направленные на экологизацию решений, отодвигаются на более поздний срок, неизменными остаются требования с точки зрения обеспечения безопасности окружающей среды и жизнедеятельности

человека. Соответственно меняются и коммуникации по линии: «власть — общество», «власть — бизнес»<sup>1</sup>;

– законодательство — свод норм и правил в сфере экологии. В нем закреплены так называемые правила игры, определены допустимые параметра воздействия на окружающую среду и ответственность человека и хозяйствующего субъекта;

– глобальность процессов [11]. Деятельность международных организаций, глобальная поддержка целей устойчивого развития и Парижского соглашения сделали эти направления частью национальной экологической политики [12], в которую вовлекаются различные субъекты отношений;

– коммуникативная трансформация. В данном случае речь идет о цифровизации данных [13] и изменении самих социальных систем [14]. Развитие коммуникативных технологий способствовало появлению новых медиа и массовой сетевизации общества, чем ускорило и облегчило процесс социальных коммуникаций [15]. Исследованию этого феномена посвящены работы российских и иностранных специалистов [16–22]. Опираясь на них, можно выделить такие изменения как: сетевизация гражданского общества (гражданский активизм), создание глобального экологического движения, замена традиционных организационных структур новым видом сетевых организаций, высокая экспертность искусственного интеллекта при низком факторе субъективизма.

Соглашаясь с Хансеном (Hansen) в том, что популярность сообщениям

<sup>1</sup> Environment and climate change laws and regulations in Germany. URL: <https://iclg.com/practice-areas/environment-and-climate-change-laws-and-regulations/germany>.

добавляют поляризованные мнения или конфликт интересов [21], добавим, что сама по себе экология с точки зрения социальных систем не входит в топ популярных тем, если это не влияет на безопасность жизнедеятельности человека. Соответственно, социальным экологическим коммуникациям скорее характерна определенная пассивность участия целевых аудиторий, данный тип экологических коммуникаций опирается на модель распространения информации. Это подтверждает и проведенное нами исследование сообщений в экологических Телеграмм-каналах, которое позволяет всю коммуникацию условно объединить в три блока:

– информирующая (сухое изложение фактов, информация о принятых решениях);

– дискуссионная (дискуссии, троллинг, аргументы в защиту конкретных целевых групп);

– протестная (жалобы, петиции, призывы к действию).

Мы установили, что в коммуникативном пространстве ключевые действия сосредотачиваются вокруг социальной коммуникации, при наличии социального риска они переходят в кризисные коммуникации. Таким образом, можно говорить, что осведомленность, которая является результатом социальной коммуникации, является предварительным условием политических и социальных изменений, но не ведет к ним автоматически.

### ***Кризисные коммуникации***

Развитию современных экологических кризисных коммуникаций способствовали промышленные революции. Техногенные аварии, опасные природные явления тре-

бовали развития экспертной составляющей, обмена опытом между специалистами по вопросу минимизации негативного влияния, поиску не только технических решений, но и формата эффективных коммуникаций с обществом в целом. Подробно кризисные коммуникации изучены Коксом (Cox) [22] и другими авторами. Исследователи сходятся во мнении [23], что кризисные коммуникации — это, прежде всего, инструмент управления. Он направлен на повышение осведомленности, предупреждение и инициирование конкретных поведенческих реакций [24].

Применительно к окружающей среде, автор данного исследования делит кризисы на природные, техногенные и социальные, что влияет на сам процесс коммуникации. Природные кризисы связаны с последствиями природных явлений, такими как пожары, наводнения, землетрясения и прочее. Техногенные кризисы возникают в результате негативного влияния человека на состояние окружающей среды (аварии, сбросы и выбросы загрязняющих веществ в результате хозяйственной деятельности). Социальные — следствие намеренной деятельности человека (организации), которая может негативно повлиять (или уже повлияла) на жизнь определенного социума (гибель людей, массовое отравление воды, воздуха и т. д.).

М. Санджеев [25], развивая тему кризиса, делит его на три этапа, каждому присущ свой порядок действий и набор инструментов. Докризисный этап включает выявление кризисных сигналов, подготовку к кризису (информация о надвигающемся шторме, выбросах, наводнении). Стадия кризиса предполагает распознава-

ние события и реакцию на кризис. Посткризисный этап содержит оценку и обучение управления кризисом.

Разделяя это видение, добавим, что влияние масс медиа также отличается в зависимости от этапа кризиса. Наиболее значительно оно в период появления информации о кризисе и в период его завершения (оценка принятых решений). На промежуточных этапах (выяснение причин и практическое решение проблем) значение медиа снижается, хотя и остается важным с точки зрения информирования о предпринимаемых действиях. Как отмечает автор в одном из своих исследований [26], во время работы с кризисом на этапе практических решений необходимо подключать дополнительные инструменты (научные знания, экспертные мнения, поддержку общественных организаций и пр.), в противном случае информационную пустоту заполняют другие спикеры и непроверенная информация.

Потенциальными источниками распространения информации о кризисе являются официальные органы власти, бизнес (имеющий отношение к причине возникновения кризиса), традиционные и новые медиа (представленная медиа информация не обязательно легитимна и носит проверенный характер). От того, кто сообщил о кризисе, зависит характер и содержание самого сообщения: власть старается нейтрализовать последствия от события, социальные медиа, напротив, усиливают страхи.

Автор определяет несколько признаков возникновения экологического кризиса и необходимости использования кризисных коммуникаций:

– как правило, кризис возникает в ответ на нестандартное событие,

которое создает угрозу или неопределенность,

– существует дефицит информации и отсутствует время для выяснения всех причин произошедшего,

– присутствует пристальное внимание со стороны заинтересованной аудитории,

– может пострадать репутация, финансовая устойчивость и т.п.

Данные особенности оказывают влияние на модель кризисных коммуникаций. Так, в отличие от социальной коммуникации, которая носит информационный и горизонтальный характер, кризисные коммуникации предполагают использование реактивной модели. В данном случае речь идет о вертикальных коммуникациях, цель которых — управление ситуацией. Влияние времени на сообщения и действия огромно. Для кризисных коммуникаций характерен следующий порядок действий:

1. Определение цели.
2. Диагностика текущего состояния.
3. Формирование сообщения.
4. Определение инструментов.
5. Программа действий.
6. Контроль и корректировка результатов.
7. Оценка эффективности.

Изучая природу экологических кризисных коммуникаций, исследователи уделяют отдельное внимание различным вариантам коммуникативных стратегий [27]. Несмотря на то, что не все они эффективны, их часто можно встретить на практике. Среди них:

– стратегия признания вины — работает, если виновник происшествия добровольно признает свои ошибки, без принуждения;

– стратегия частичного подтверждения — несет большую сте-

пень риска, заключается в признании основных фактов при снятии с себя ответственности. Ее можно различить через формулировки, которые, как правило, присутствуют в транслируемом сообщении: «мы не единственные», «у нас не было выбора» и пр.;

– стратегия избегания: факты не признаются и не отрицаются. В сообщении используются факторы, на которые нельзя повлиять (например, если бы не ураган, этого бы не случилось);

– стратегия отказа — замалчивание или категорическое отрицание фактов;

– стратегия хаоса — содержит большие риски (затягивает кризис и снижает уровень доверия к дальнейшим действиям). Субъект коммуникации представляет информацию, которую хочет услышать аудитория или ее самая активная часть. При этом аргументы и факторы, подтверждающие данную информацию, отсутствуют либо могут быть опровергнуты в результате проведения дополнительных мероприятий;

– стратегия открытости — сообщение реальных причин произошедшего, двусторонняя коммуникация со всеми заинтересованными группами, открытость, доступность.

### ***Стратегические экологические коммуникации***

Стратегические экологические коммуникации — это новое направление в исследовании экологических коммуникаций. Можно встретить только несколько публикаций, в том числе автора данной статьи. Под стратегическими экологическими коммуникациями мы понимаем единую систему целенаправленных

действий по вопросам использования природных ресурсов и состояния окружающей среды, которые планируются на основе целей и задач субъекта, им контролируются и управляются. По нашему мнению, стратегические экологические коммуникации носят глобальный характер. Они направлены на достижение цели, которая касается развития общества в целом. Подробно изучению данного направления автор посвятил несколько предыдущих работ [10]. В них рассматривается сам процесс формирования рассматриваемой дефиниции, а также вопросы устойчивого развития и изменения климата как цели глобальных стратегических коммуникаций.

Подробное изучение дефиниции «стратегические экологические коммуникации» позволяет говорить о таких ее ключевых составляющих, как стратегическая цель, деятельность и знания. И в этом плане нам представляется значимым проведенный ранее анализ сотрудничества стратегической, экологической и научной коммуникации. Полученные результаты показывают, что стратегические экологические коммуникации используют стратегические коммуникации для правильной постановки и достижения целей. Научная коммуникация подкрепляет легитимность принимаемых решений, а экологическая — направлена на работу с целевыми аудиториями посредством различных инструментов с целью донесения информации.

Исходя из уровня воздействия, субъекты стратегической экологической коммуникации можно разделить на три группы: формирующие, влияющие и реализующие. К формирующей группе автор относит

международные организации и государственные органы, определяющие принципы экологической политики в глобальном и национальном масштабе. К влияющим субъектам можно отнести крупных экономических субъектов, общественные, научные организации, обладающие значимыми финансовыми, медийными, экспертными и другими ресурсами, чей голос и действия могут повлиять на принятие решений. Реализующими, как правило, являются органы власти различных уровней и хозяйствующие субъекты, обязанные выполнять программы и соблюдать правила, закрепленные на национальном уровне.

Цели стратегической экологической коммуникации также можно разделить на группы:

– стратегическая — цель высшего уровня, к которой должны стремиться все участники и на достижение которой необходимо настраивать ключевые процессы;

– тактические — предполагают реализацию конкретных шагов, направленных на достижение стратегической цели;

– реактивные — цели, связанные с решением кризисных ситуаций.

Стратегические, как и кризисные, коммуникации предполагают двухуровневую коммуникацию, она включает публичную и непубличную виды. Непубличные коммуникации направлены на согласование позиций разных субъектов и ответственных лиц. Информация не тестируется в публичном пространстве, а управляется с точки зрения выработки общего решения и сообщения. Публичные коммуникации направлены на достижение цели через убеждение, которому должна пред-

шествовать качественная подготовка. Она включает анализ рисков, возможных участников конфликтов, подготовку спикеров и аргументов, поиск союзников, определение показателей оценки результатов.

С практической точки зрения развитию стратегических экологических коммуникаций способствуют международные организации, деятельность которых направлена на выработку и принятие международных документов по вопросам экологии и охране окружающей среды. В дальнейшем заложенные в них глобальные принципы находят отражение в национальных политиках и стратегиях, мероприятиях и реакциях официальных лиц, общественных активистов и граждан, отвечающих стратегическим целям. Яркими примерами управления коммуникациями являются: появление в публичном пространстве экоактивистки Г. Тунберг в ответ на заявление Президента США Д. Трампа о выходе Америки из Парижского соглашения<sup>2</sup>, сдержанная реакция ряда стран на взрыв газопровода «Северный поток», попытки отказа от использования природных ресурсов и направление значительных финансовых средств на развитие альтернативных источников энергии.

Анализ международных актов также подчеркивает стратегический характер экологических коммуникаций. Так, исследование документов ООН по вопросам окружающей среды показывает, что здесь не только вырабатываются глобальные решения, но в их реализацию вовлекают-

<sup>2</sup> Речь Греты Тунберг на Саммите ООН по мерам в области изменения климата (National Public Radio, США) // ИноСМИ. URL: <https://inosmi.ru/20190925/245886965.html>.

ся все больше стран (независимо от остроты экологических вопросов, которые они испытывают).

Основными темами стратегических экологических коммуникаций на международном уровне являются вопросы устойчивого развития и изменения климата. Исследуя роль коммуникации в вопросах устойчивости, можно выделить следующие особенности:

- коммуникации играют ключевую роль при доставке информации [28; 29];

- цели устойчивого развития — амбивалентны с точки зрения конфликта интересов и конфликта ценностей [30; 31];

- легитимность достижения устойчивого развития обеспечивает социальный дискурс;

- реализация мер по устойчивому развитию затруднена, так как управление устойчивым развитием сосредоточено между различными субъектами и включает в себя несколько уровней принятия решений [32];

- политизированность и конфликтность вопроса. Управление устойчивым развитием — это по своей сути политический процесс, так как он требует принятия обществом решений о желательном образе жизни и о том, как блага и ответственность должны распределиться между сообществами и поколениями. Политический процесс сопровождается политическими конфликтами, созданием и удержанием коалиций, необходимых для достижения целей.

Изучая вопрос устойчивого развития, исследователи отмечают, что для эффективных коммуникаций необходимо создание единой стратегии действий, направленной на достижение главной цели, которая

должна предполагать координацию стратегий различных акторов при переформатировании социальных, технологических и экологических траекторий развития [33], что позволяет говорить о вертикально-интегрированной модели коммуникаций.

Стратегии устойчивого развития предполагают глубокие изменения существующих систем, перенастройку множества различных факторов и процессов. Таким образом, способность реализовать стратегии структурных изменений зависит от координации действий при достижении единой цели. Вопрос в том, кто определяет эту цель (государство, международные организации, бизнес).

Ранее, проведя анализ устойчивого развития на примере Байкальской природной территории, автор выделяет следующие типы коммуникативных стратегий устойчивого развития:

- регулятивная (законы и правила),

- программная (разработка программы действий),

- научно-исследовательская (мониторинг, экспертная оценка и предложения),

- координационная (взаимодействие и поиск решений),

- рефлексивная (адаптация к текущим процессам развития),

- коммуникационно-управленческая (построена на управлении коммуникациями с одновременным принятием необходимых решений).

Различные типы стратегий могут применяться в комплексе, дополняя друг друга или самостоятельно.

Еще одно направление исследования стратегических экологических коммуникаций — изменение климата. Тема носит преимущественно по-

литический характер и обсуждается на национальном и международном уровнях. Как показали итоги исследования контента экологических Телеграм-каналов в российском пространстве, граждане на своих страницах эту тему не обсуждают, представители власти также отдают предпочтение другим, более «народным» вопросам. Климатическая повестка имеет скорее официальное и/или международное звучание. Изучение автором итоговых документов Конференции сторон по вопросам изменения климата за период с 2021 по 2023 гг. подтверждает, что независимо от обстоятельств стратегическая цель остается прежней при уточнении тактических целей и программы действий.

В общем виде трехлетние итоги Конференции сторон можно представить следующим образом:

1. Стратегическая цель не изменилась. Международное сообщество скорректировало отдельные решения по срокам достижения, не меняя главной цели — не допустить повышения температуры более чем на 1,5 градуса Цельсия.

2. Тактические цели включают:

– развитие экономических инструментов (Фонд по финансированию потерь и ущерба, развитие альтернативной энергетики), направленных на вовлечение в климатическую повестку развивающихся стран;

– создание альянсов между странами, ассоциациями для отстаивания общих интересов, вовлечение детей и молодежи в повестку как амбассадоров климатического движения;

– девальвация ценности природных ресурсов, за счет продвигаемого сообщения: природные ресурсы —

климатические изменения — ответственность. В итоговом документе Конференции сторон в 2023 г. говорится о том, что ископаемое топливо вносит самый значительный вклад в изменение климата, соответственно необходим «постепенный уход» от него. На эту коммуникацию вынуждены реагировать страны, обладающие серьезными запасами природных ресурсов. В частности, ОАЭ и Саудовская Аравия представили Хартию по декарбонизации нефти и газа, их инициативу поддержали 50 компаний с совокупной долей добычи нефти более 40 %. На этом примере мы видим, как коммуникации управляют поведением отдельных субъектов, вынуждая их предпринимать определенные действия для достижения общей цели.

Для большей наглядности в завершении нашего исследования представим основные характеристики различных типов экологической коммуникации в таблице.

Как видим из представленной таблицы, типы экологической коммуникации отличаются по направленности взаимодействия: горизонтальная, вертикальная, вертикально-интегрированная, модели коммуникации (информационная, реактивная, мобилизационная), целям и ключевым функциям.

## Выводы

Анализ различных типов экологической коммуникации позволяет сделать следующие выводы. Социальные коммуникации, как правило, имеют горизонтальную направленность и часто строятся между участниками одной социальной системы (в офлайн или онлайн формате). В данном случае мы гово-

**Основные характеристики экологических коммуникаций**  
**Main characteristics of environmental communications\***

Тип экологической коммуникации/основные характеристики / Type of Environmental Communication/Main Characteristics	Социальная / Social	Кризисная / Crisis	Стратегическая / Strategic
Направление коммуникации / Direction of Communication	горизонтальная	вертикальная	вертикально-интегрированная
Цель коммуникации / Purpose of Communication	информирование	решение кризиса	достижение цели в интересах общества и природных систем
Ключевые функции / Key Functions	информационная	экспертная	экспертная
	образовательная	управленческая	управленческая
	–	–	стратегическая
Виды коммуникации / Types of Communication	публичная	непубличная, публичная	непубличная, публичная
Модель коммуникации / Communication Model	информационная	реактивная (разъясняющая)	мобилизационная (вовлекающая)
С чем работаем / What We Work with	с информацией	со страхами, доверием, недоверием	с убеждениями, побуждениями
Длительность коммуникации / Duration of Communication	краткосрочная	краткосрочная, среднесрочная	долгосрочная
Контроль и корректировка действий / Control and Adjustment of Actions	не обязательны	обязательны	обязательны

\* Составлена автором.

рим о социальных контактах внутри общества, которые возникают как реакция на официальные сообщения, происходящие события и чаще носят информационный характер. Социальные коммуникации работают с коллективным созданием реальности, в котором человек расширяет и дополняет запас познания. Социальной коммуникации присуща своего рода линейность. Это форма пассивного участия, которая ограничивает степень влияния сообщества

и отдельных лиц на экологические изменения, оставляя дискурс внутри сообщества (группы).

Кризисным коммуникациям характерна вертикальная структура, она предполагает наличие одного центра управления. Коммуникации возникают как ответ на произошедшее событие, которое несет негативную составляющую, соответственно, необходимо принятие оперативных решений. Кризисная коммуникация имеет диалогическую модель. Чем

тяжелее кризис, тем выше уровень участия спикера. Кроме того, анализ различных экологических кризисов показывает, что коммуникация часто носит двухуровневый характер (непубличный и публичный). На непубличном уровне проводится обсуждение, выработка решений и формирование сообщений. После принятия консолидированного решения сообщение транслируется в публичном пространстве ограниченному кругу лиц, обладающих достаточным уровнем доверия в силу статуса или сформированного имиджа. Кризисные коммуникации подкрепляются планом мероприятий (например, ликвидация потенциально опасных объектов и мест загрязнения, организация массовых протестов и пр.), взаимодействием с медиа, нейтрализацией фейков, получением обратной связи и работой с общественным мнением до разрешения кризиса. При этом цель для всех — одна и пункт управления кризисом — один.

Стратегическим коммуникациям присуща вертикально-интегрированная модель, которая предполагает объединение различных субъектов вокруг достижения общей цели. Самое главное изменение при переходе от социальных к стратегическим экологическим коммуникациям связано с тем, что информация о потреблении становится информацией для принятия решений, а информирование меняется на вовлечение (мобилизацию). Новая модель коммуникации предполагает привязку информации к вариантам действия, их тестирование и вовлечение в этот процесс социальных субъектов (от передачи информации до изменения поведения). Стратегическая коммуникация направлена на структурные и устойчивые социальные изменения поведения по экологическому вопросу, представляющему широкий общественный интерес, выходящий за рамки конкретных интересов одной организации или группы.

### Список использованной литературы

1. Гавра Д.П. Категория коммуникации: сущность и основные подходы к определению / Д.П. Гавра // Основы теории коммуникации : учеб. пособие. — Санкт-Петербург, 2011. — С. 29–82.
2. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учеб. пособие / Ф.И. Шарков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Дашков и К, 2016. — 332 с.
3. Яскевич Я.С. Социальная коммуникация как наука и специальность: становление, динамика, статус / Я.С. Яскевич // Философия и социальные науки. — 2016. — № 3. — С. 38–44.
4. Braus J. Tools of Engagement: How Education and Other Social Strategies Can Engage People in Conservation Action / J. Braus // Free Choice Learning and the Environment. — Lanham, 2009. — P. 87–104.
5. Шаркова Е.А. Экологическая коммуникация как информационно-коммуникативная составляющая экополитического процесса / Е.А. Шаркова. — EDN SHWNYF // Власть. — 2014. — № 7. — С. 43–48.
6. Flor A.G. Environmental Communication / A.G. Flor. — Quezon City : University of the Philippines Diliman, 2003. — 325 p.
7. Ермолов Н.Г. Модели экологической политики: генезис и эволюция. Теория и практика общественного развития / Н.Г. Ермолов. — EDN OWWBWX // Теория и практика общественного развития. — 2012. — № 3. — С. 245–249.

8. Cole A. Environmental Management for Business / A. Cole // *Academia*. — 2017. — URL: [https://www.academia.edu/40847465/Environmental\\_Management\\_for\\_Business](https://www.academia.edu/40847465/Environmental_Management_for_Business).
9. Бобылев С.Н. Экология и экономика. «Зеленая экономика». Человек и природа / С.Н. Бобылев, В.М. Захаров. — Москва, 2015. — 98 с.
10. Панова Е.В. Стратегические экологические коммуникации: к современному пониманию категории / Е.В. Панова // *Вестник Пятигорского государственного университета*. — 2024. — № 1. — С. 41–45.
11. Hase V. Automated Content Analysis / V. Hase // *Standardized Content Analysis in Communication Research*. — Wiesbaden : Springer, 2023. — P. 23–36.
12. Горбачева К.И. Манипуляции общественным сознанием в экологическом конфликте на Куштау / К.И. Горбачева. — DOI 10.31119/pe.2020.7.1.8. — EDN VJSSDC // *Власть и элиты*. — 2020. — Т. 7, № 1. — С. 204–231.
13. Computational Social Science: Obstacles and Opportunities / D.M.J. Lazer, A. Pentland, D.J. Watts [et al.]. — DOI 10.1126/science.aaz8170 // *Science*. — 2020. — Vol. 369, iss. 6507. — P. 1060–1062.
14. Олсон М. Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп / М. Олсон. — Москва : ФЭИ, 1995. — 165 с.
15. Bennett W.L. The Logic of Connective Action / W.L. Bennett, A. Segerberg // *Communication & Society*. — 2012. — Vol. 15, no. 5. — P. 739–768.
16. Integrating Explanation and Prediction in Computational Social Science / J.M. Hoffman, D.J. Watts, S. Athey [et al.] // *Nature*. — 2021. — Vol. 595 (7866). — P. 181–188.
17. Лабуш Н.С. Медиатизация экстремальных форм политического процесса: война, революция, терроризм / Н.С. Лабуш, А.С. Пую. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУ, 2019. — 340 p.
18. Grimmer J. Machine Learning for Social Science: An Agnostic Approach / J. Grimmer, M.E. Roberts, B.M. Stewart // *Annual Review of Political Science*. — 2021. — Vol. 24, no. 1. — P. 395–419.
19. Morris D. How Big-Money Lobbyists and the Media Are Losing Their Influence, and the Internet Is Giving Power Back to the People / D. Morris. — Los Angeles, 2011. — 236 p.
20. Nielsen R.K. Ground Wars: Personalized Communication in Political Campaigns / R.K. Nielsen. — Princeton University Press, 2012. — 256 p.
21. Hansen A. Environment, Media and Communication / A. Hansen. — London ; New York, 2019. — 235 p.
22. Cox R. Environmental Communication and the Public Sphere / R. Cox. — Thousand Oaks : SAGE Publications, 2010. — 385 p.
23. Daniels S.E. Working Through Environmental Conflict: The Collaborative Learning Approach / S.E. Daniels, G.B. Walker. — Westport, CT : Praeger, 2001. — 328 p.
24. The Handbook of Crisis Communication / ed. W.T. Coombs, Sh.J. Holladay. — Blackwell Publishing Ltd, 2010. — 767 p.
25. Sanjeev M.A. Role of Effective Crisis Communication by the Government in Managing the First Wave Covid-19 Pandemic — A Study of Kerala Government's Success / M.A. Sanjeev, N. Pande, S.P.K. Kumar // *Journal of Public Affairs*. — 2021. — Vol. 21. — P. e2721.
26. Панова Е.В. Социально-коммуникативная технология работы с общественным мнением в условиях экологического инцидента / Е.В. Панова. — DOI 10.22394/1726-1139-2023-2-24-45. — EDN QANWTM // *Управленческое консультирование*. — 2023. — № 2. — С. 24–45.
27. Pasquier M. Crisis Communication / M. Pasquier, J.-P. Villeneuve // *Marketing Management and Communications in the Public Sector*. — 2nd ed. — New York : Routledge, 2017. — P. 222–249.
28. Тихомирова Е.И. Коммуникация и стратегические коммуникации / Е.И. Тихомирова. — EDN VOVRAV // *Петербургская школа PR: от теории к практике : сб. статей*. — Санкт-Петербург, 2015. — Т. 9. — С. 44–50.
29. Newig J. Governance for Sustainable Development: Coping with Ambivalence, Uncertainty and Distributed Power / J. Newig, J.-P. Voß, J. Monstadt. — London : Routledge, 2008. — 208 p.

30. Socio-Technical Scenarios as a Tool for Transition Policy: An Example from the Traffic and Transport Domain / B. Elzen, F.W. Geels, P. Hofman, K. Green // *System Innovation and the Transition to Sustainability : Theory, Evidence and Policy*. — Cheltenham, 2004. — P. 251–281.

31. Institutional Investors and Corporate Environmental, Social, and Governance Policies: Evidence from Toxics Release Data / I. Kim, H. Wan, B. Wang, T. Yang // *Management Science*. — 2019. — Vol. 65, no. 10. — P. 4901–4926.

32. Панова Е.В. Роль коммуникации в устойчивом развитии территории (на примере Байкальской природной территории) / Е.В. Панова. — DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-113-130. — EDN MSXBSU // *Коммуникология*. — 2023. — Т. 11, № 4. — С. 113–130.

33. Voß J.-P. Sustainability and Reflexive Governance: Introduction / J.-P. Voß, R. Kemp // *Reflexive Governance for Sustainable Development* / ed. J.-P. Voß, D. Bauknecht, R. Kemp. — Cheltenham, 2006. — P. 3–28.

## References

1. Gavra D.P. *Category of Communication: Essence and Main Approaches to Definition*. In *Basic Theory of Communication*. Saint Petersburg, 2011, pp. 29–82. (In Russian).

2. Sharkov F.I. *Integrated Communications: Legal Regulation in Advertising, Public Relations and Journalism*. 3<sup>rd</sup> ed. Moscow, Dashkov i K Publ., 2016. 332 p.

3. Yaskevich Y.S. Social Communication as a Science and Profession: Formation, Dynamics, Status. *Filosofiya i sotsial'nye nauki = Philosophy and Social Sciences*, 2016, no. 3, pp. 38–44. (In Russian).

4. Braus J. Tools of Engagement: How Education and Other Social Strategies Can Engage People in Conservation Action. In *Free Choice Learning and the Environment*. Lanham, 2009. — P. 87–104.

5. Sharkova E.A. Environmental Communication as the Informational and the Communicative Component of Environmental Political Process. *Vlast' = Power*, 2014, no. 7, pp. 43–48. (In Russian). EDN: SHWNYF.

6. Flor A.G. *Environmental Communication*. Quezon City, University of the Philippines Diliman, 2003. 325 p.

7. Ermolov N.G. Models of Environmental Policy: Genesis and Evolution. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya = Theory and Practice of Social Development*, 2012, no. 3, pp. 245–249. (In Russian). EDN: OWWBWX.

8. Cole A. Environmental Management for Business. *Academia*. 2017. Available at: [https://www.academia.edu/40847465/Environmental\\_Management\\_for\\_Business](https://www.academia.edu/40847465/Environmental_Management_for_Business).

9. Bobylev S.N., Zakharov V.M. *Ecology and Economics. "Green Economy". Man and Nature*. Moscow, 2015. 98 p.

10. Panova E.V. Strategic Environmental Communications: Towards a Modern Understanding of the Category. *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo universiteta = Pyatigorsk State University Bulletin*, 2024, no. 1, pp. 41–45. (In Russian).

11. Hase V. Automated Content Analysis. In *Standardized Content Analysis in Communication Research*. Wiesbaden, Springer, 2023, pp. 23–36.

12. Gorbacheva K.I. Manipulation of Public Opinion in Environmental Conflict in Kushtau. *Vlast' i ehlyty = Power and Elites*, 2020, Vol. 7, no. 1, pp. 204–231. (In Russian). EDN: VJSSDC. DOI: 10.31119/pe.2020.7.1.8.

13. Lazer D.M.J., Pentland A., Watts D.J. [et al.]. Computational Social Science: Obstacles and Opportunities. *Science*, 2020, vol. 369, iss. 6507, pp. 1060–1062. DOI: 10.1126/science.aaz8170.

14. Olson M. *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Cambridge, MA, Harvard University Press, 1971. 186 p. (Russ. ed.: Olson M. *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Moscow, Economic Initiative Fund Publ., 1995. 165 p.).

15. Bennett W.L., Segerberg A. The Logic of Connective Action. *Communication & Society*, 2012, vol. 15, no. 5, pp. 739–768.

16. Hofman J.M., Watts D.J., Athey S., Garip F., Griffiths T.L. Integrating Explanation and Prediction in Computational Social Science. *Nature*, 2021, vol. 595, pp. 181–188.

17. Labush N.S., Puyu A.S. *Mediatization of Extreme Forms of the Political Process: New Revolution, Extremism*. Saint-Petersburg University of the Humanities and Social Sciences, 2019. 340 p.
18. Grimmer J., Roberts M.E., Stewart B.M. Machine Learning for Social Science: An Agnostic Approach. *Annual Review of Political Science*, 2021, vol. 24, no. 1, pp. 395–419.
19. Morris D. *How Big-Money Lobbyists and the Media Are Losing Their Influence, and the Internet is Giving Power Back to the People*. Los Angeles, 2011. 236 p.
20. Nielsen R.K. *Ground Wars: Personalized Communication in Political Campaigns*. Princeton University Press, 2012. 256 p.
21. Hansen A. *Environment, Media and Communication*. London, New York, 2019. 235 p.
22. Cox R. *Environmental Communication and the Public Sphere*. Thousand Oaks, SAGE Publications, 2010. 385 p.
23. Daniels S.E., Walker G.B. *Working Through Environmental Conflict: The Collaborative Learning Approach*. Westport, CT, Praeger, 2001. 328 p.
24. Coombs W.T., Holladay Sh.J. (eds). *The Handbook of Crisis Communication*. Blackwell Publishing Ltd, 2010. 767 p.
25. Sanjeev M.A., Pande N., Kumar S.P.K. Role of Effective Crisis Communication by the Government in Managing the First Wave Covid-19 Pandemic — A Study of Kerala Government's Success. *Journal of Public Affairs*, 2021, vol. 21, pp. e2721.
26. Panova E.V. Socio-Communicative Technology of Working with Public Opinion in the Context of an Environmental Incident. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie = Administrative Consulting*, 2023, no. 2, pp. 24–45. (In Russian). EDN: QANWTM. DOI: 10.22394/1726-1139-2023-2-24-45.
27. Pasquier M., Villeneuve J.-P. Crisis Communication. In *Marketing Management and Communications in the Public Sector*. 2<sup>nd</sup> ed. New York, Routledge, 2017, pp. 222–249.
28. Tikhomirova E.I. Communication and Strategic Communication. In *Petersburg School of PR: From Theory to Practice*. Saint Petersburg, 2015. Vol. 9, pp. 44–50. (In Russian). EDN: VOVRAV.
29. Newig J., Voß J.-P., Monstadt J. *Governance for Sustainable Development: Coping with Ambivalence, Uncertainty and Distributed Power*. London, Routledge, 2008. 208 p.
30. Elzen B., Geels F.W., Hofman P., Green, K. Socio-Technical Scenarios as a Tool for Transition Policy: An Example from the Traffic and Transport Domain. In *System Innovation and the Transition to Sustainability: Theory, Evidence and Policy*. Cheltenham, 2004, pp. 251–281.
31. Kim I., Wan H., Wang B., Yang T. Institutional Investors and Corporate Environmental, Social, and Governance Policies: Evidence from Toxics Release Data. *Management Science*, 2019, vol. 65, no. 10, pp. 4901–4926.
32. Panova E.V. The Role of Communication in Sustainable Development of the Territory (Case of the Baikal Natural Territory). *Kommunikologiya = Communicology*, 2023, vol. 11, no. 4, pp. 113–130. (In Russian). EDN: MSXBSU. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-4-113-130.
33. Voß J.-P., Kemp R. Sustainability and Reflexive Governance: Introduction. In Voß J.-P., Bauknecht D., Kemp R. (eds). *Reflexive Governance for Sustainable Development*. Cheltenham, 2006, pp. 3–28.

### Информация об авторе

Панова Елена Васильевна — кандидат политических наук, руководитель Аппарата Комитета по экологии, природным ресурсам и охране окружающей среды, Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации; научный руководитель Центра устойчивого развития, Российский государственный геологоразведочный университет имени Серго Орджоникидзе, г. Москва, Российская Федерация, karrypoupe@gmail.com,  <https://orcid.org/0000-0001-8782-3680>.

### Author Information

Elena V. Panova — PhD in Politics, Head of the Office of the Committee on Ecology, Natural Resources and Environmental Protection, State Duma of the Federal Assembly

of the Russian Federation; Director of the Center for Sustainable Development, Sergo Ordzhonikidze Russian State University for Geological Prospecting, Moscow, Russian Federation, karrypoupe@gmail.com,  <https://orcid.org/0000-0001-8782-3680>.

### **Для цитирования**

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

### **For Citation**

Panova E.V. Environmental Communications: Basic Types and Characteristics. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2024, vol. 13, no. 4, pp. 628–643. (In Russian). EDN: NCJQCU. DOI: 10.17150/2308-6203.2024.13(4).628-643.