

■ ■ ■ Место стратегических экологических коммуникаций в управлении изменениями (на примере национального проекта «Экологическое благополучие»)

Панова Е.В.

Государственная дума Российской Федерации, Москва, Российская Федерация.

Аннотация. В настоящее время в России на государственном уровне принимаются решения, формируются программы, направленные на комплексное улучшение состояния окружающей среды. Это затрагивает интересы различных аудиторий: бизнеса, общественности, федеральных и региональных групп влияния и требует построения стратегических коммуникаций, направленных на разъяснение, расширение числа сторонников, объединение усилий, легитимизацию сделанного выбора, изменение поведения. *Целью* исследования является анализ места стратегических экологических коммуникаций в программе действий по реализации государственных экологических стратегий. В работе автор опирается на теоретические исследования российских и зарубежных авторов по данному вопросу. В практической части анализирует коммуникации в процессе формирования национального проекта «Экологическое благополучие». *Результаты* проведенного исследования медиа и официальных ресурсов государственных органов власти позволяют говорить о нескольких коммуникативных моделях поведения: публичной и непубличной. Этап формирования нацпроекта сопровождается непубличной коммуникацией, что создает определенные риски при выходе информации в публичное пространство, так как со стороны различных групп могут возникнуть критика и несогласие с принятием соответствующих решений. Автор предлагает перечень возможных конфликтных тем, а также рассматривает особенности формирования стратегических экологических коммуникаций, опираясь на матрицу М. Харвелла.

Ключевые слова: стратегические экологические коммуникации, публичные и непубличные коммуникации, субъекты коммуникации, экологическое благополучие

Для цитирования: Панова Е.В. Место стратегических экологических коммуникаций в управлении изменениями (на примере национального проекта «Экологическое благополучие») // *Коммуникология*. 2024. Том 12. № 3. С. 164-175. DOI 10.21453/2311-3065-2024-12-3-164-175.

Сведения об авторе: Панова Елена Васильевна – кандидат политических наук, руководитель Аппарата Комитета Государственной думы России по экологии, природным ресурсам и охране окружающей среды, научный руководитель Центра устойчивого развития Российского государственного геологоразведочного университета имени Серго Орджоникидзе. *Адрес:* 103265, Россия, Москва, ул. Охотный ряд, 1. *E-mail:* karyoupe@gmail.com. *ORCID:* 0000-0001-8782-3680.

Статья поступила в редакцию: 27.06.2024. *Принята к печати:* 16.08.2024.

Конфликт интересов: отсутствует.

Введение. Управление изменениями играет важную роль в экологической сфере. Это связано с разными причинами: использование природных ресурсов, влияние промышленного производства на окружающую среду, дефицит водных и лесных ресурсов, нарушение состояния экосистем и другое. Все это свидетельствует о важности своевременного принятия решений и доведения до целевой аудитории планируемых шагов, разъяснения происходящих событий и вовлечения в этот процесс широкой общественности, в том числе влияя на поведенческие паттерны. Центральное место в этом процессе принадлежит стратегическим экологическим коммуникациям. Подробно научной стороне формирования данной дефиниции мы посвятили несколько предыдущих работ [Панова 2023, 2024].

В рамках данного исследования автор ставит цель рассмотреть место стратегических экологических коммуникаций в управлении изменениями на примере формирования национального проекта «Экологическое благополучие».

В теоретической части рассмотрим особенности влияния коммуникации на изменения в экологической сфере с позиции стратегических экологических коммуникаций. В практической – проведем контент-анализ основных средств массовой информации, официальных ресурсов федеральных органов власти по вопросу формирования нового национального проекта. Это позволит нам оценить публичность дискуссии, основные задачи, которые ставятся при формировании мероприятий, а также существующие вызовы.

Материалы и методы. В последнее время все чаще появляются труды, в которых исследуется разработка и внедрение стратегических коммуникаций [см., например: Long 2015; Harwell 2020; Mayer 2020; Гавра 2021]. Это связано с тем, что простое информирование не способствует формированию поведенческих или социальных переходов [McLoughlin 2021]. Например, вопрос адаптации к изменению климата требует разъяснения, научения и вовлечения, что учитывается при планировании и управлении окружающей средой в развитых и развивающихся странах [Vulturius 2020].

Исследователи отмечают, что стратегические коммуникации представляют собой трехэлементный процесс, который предполагает конкретные усилия по доставке правильного сообщения в правильной форме целевой аудитории в подходящее время [Braus 2009; Тихомирова 2015]. Иными словами, речь идет о сообщении, аудитории и средствах коммуникации. К этому эксперты [Mortenius 2014] также добавляют цель, как важное звено стратегических коммуникаций. Цели могут быть разными: от убеждения и координации до изменения поведения. В отдельных работах отмечается, что эффективное использование коммуникаций позволяет управлять проблемами, в том числе через использование научной составляющей [Булавинова 2018; VanDyke 2020; Панова 2024]. Отдельные исследователи считают, что повышению качества принятия решений способствуют более эффективные коммуникационные стратегии, которые формируются на протяжении всего процесса принятия решений [Mattheiß et al. 2019; Панова 2024]: от планирования до реализации.

Безусловно, осуществление планов и достижение результата более успешно при наличии поддержки со стороны целевой аудитории. Поэтому, как отмечает Дж. Гольдберг [Goldberg, 2016], очевидно, что экосистемные менеджеры, которые разрабатывают природоохранные планы, проекты и формируют политику, работают над пониманием восприятия людей, одновременно способствуя сохранению среды обитания.

Модель стратегической коммуникации заключается в том, что последняя представляет собой «целевое использование коммуникации для выполнения своей миссии» [Hallahan 2007], которая выходит за рамки передачи информации. И в этом плане значимыми являются работы авторов [Liang 2018], которые в качестве эффективной модели взаимодействия предлагают понятие «стратегическая экологическая коммуникация». Оно сочетает в себе ключевые характеристики экологической коммуникации, стратегического исследования и научной аргументации и убеждения. Этот союз способствует достижению стратегических целей по сохранению устойчивости экосистем [Панова 2024], а принимаемые «решения отражают общественный выбор» [Long 2015]. В случае отсутствия качественного взаимодействия и контроля над реализацией поставленных задач коммуникации могут не давать ожидаемых результатов, что влечет за собой скрытые конфликты, которые способны перерасти в отчуждение и недоверие [Reed 2018]. Соответственно, важную роль в этом процессе выполняет определенная модель или программа действий, которая позволяет контролировать и систематизировать все этапы достижения цели. М. Харвелл [Harwell 2020] предлагают следующую матрицу действий:

- 1) установите цели проекта;
- 2) установите цели коммуникации;
- 3) определите аудиторию;
- 4) разработайте сообщения;
- 5) выберите средства доставки информации;
- 6) определите показатели успеха;
- 7) реализуйте план;
- 8) проведите мониторинг и оценку.

Опираясь на данную матрицу, в эмпирической части нашего исследования посмотрим какие цели ставят перед собой лица, принимающие решения по вопросу развития экологии в России на ближайшие годы. Отправной точкой мы определили Указ Президента России от 7 мая 2024 года №309 «О национальных целях развития Российской Федерации до 2030 года и на перспективу до 2036 года» (далее – Указ Президента), в котором одной из целей определено «Экологическое благополучие».¹ Представляется важным рассмотреть коммуникации при

¹ Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» [эл. ресурс]: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202405070015?index=6> (дата обращения: 30.06.2024).

формировании программы действий по достижению целей и взаимодействие с субъектами, которые вовлекаются в этот процесс. Возможность оценить коммуникации на первом этапе формирования программы позволяет спрогнозировать риски, которые могут возникнуть при ее реализации.

В качестве базы для исследования выбраны наиболее читаемые средства массовой информации, которые в отличие от соцсетей и медиа-блогов отвечают потребностям различных аудиторий. Для анализа мы взяли популярные по данным «Медиа-алогии» (российская система мониторинга и анализа СМИ) медиа: газеты «Известия», «Коммерсантъ», интернет СМИ «РБК», «Газета.ру», информационные агентства РИА Новости, ТАСС. Период для анализа выбран с момента публикации Указа Президента 7 мая 2024 года до 7 июля 2024 года (даты проведения исследования).

Для оценки коммуникаций нами были определены следующие параметры: интенсивность, основное содержание, ключевые субъекты коммуникаций, цели.

Результаты исследования. Всего с момента публикации Указа Президента в анализируемых нами медиа в рассматриваемый период национальному проекту «Экологическое благополучие» посвящено порядка 110 публикаций. Треть приходится на простое упоминание цели, обозначенной в Указе Президента России¹ и основным критериям ее достижения:

- формирование экономики замкнутого цикла, обеспечивающих 100% сортировки твердых коммунальных отходов, захоронение – не более 50%, вовлечение не менее 25% от них во вторичное производство;
- снижение к 2036 году в два раза выбросов опасных загрязняющих веществ;
- ликвидация до 2030 года не менее 50 опасных объектов накопленного вреда окружающей среде;
- снижение к 2036 году в два раза объема неочищенных сточных вод, в том числе сохранение озера Байкал;
- сохранение лесов и биоразнообразия, устойчивое развитие особо охраняемых природных территорий и создание условий для экологического туризма.

Чаще всего о нацпроекте писали газеты «Известия» и «Коммерсантъ». К основным направлениям, которые упоминаются в рамках предстоящей работы, относятся: сохранение водных объектов (в том числе р. Волга и оз. Байкал), лесных ресурсов. Реже говорят о ликвидации несанкционированных свалок, обращении с отходами 1-2 классов опасности. Отдельное внимание «Коммерсантъ» уделяет теме углеродных выбросов и формированию зеленых стандартов, участниками дискуссии по которым выступают представители бизнеса. Никто из других спикеров об этом не упоминает, что показывает наличие различных потребностей субъектов коммуникации.

¹ Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» [эл. ресурс]: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202405070015?index=6> (дата обращения: 30.06.2024).

Таблица 1. Присутствие нацпроекта «Экологическое благополучие» в публичном пространстве¹ /
Mentions of the national project "Ecological Well-being" in media materials

	Известия	Коммерсантъ	РБК	Газета.ру	РИА новости	ТАСС
общее количество	30	29	6	6	24	15
темы	сохранение водных объектов, лесных ресурсов	оздоровление Волги (в том числе строительство очистных сооружений), формирование зеленых стандартов, снижение углеродных выбросов, ликвидация несанкционированных свалок	сохранение о. Байкал, фи-нансовая оценка роли бизнеса на приме-ре карельских компаний	–	обращение с отходами 1-2 классов опасности	сохранение водных ре-сурсов и о. Байкал
субъекты коммуникации	Президент России В. Путин, глава Росприроднадзора С.Радионова, представитель-ли АСИ, эколог Т. Честина, основатель сервиса «Сохрани лес» А. Хорошилов	губернатор Нижегородской области Г. Никитин, директор по устойчивому развитию и международному сотрудничеству ДОМ.РФ М. Слуцкая, депутат донского парламента А.Ищенко, исполнительный директор ГК «Черноголовка» Т. Журавлева	председатель Комитета ГД РФ по экологии Д. Кобылкин, вице-премьер Правительства России В. Абрамченко	вице-премьер Правительства России В. Абрамченко	представители АСИ, глава РПН С. Радионова, член СФ РФ О. Кувшиников	вице-премьер Д.Н. Патрушев, глава РПН С. Радионова
цели проекта	сделать жизнь комфортной в любом месте страны	–	–	–	–	–

¹ Составлено автором по данным «Медиагогии» (российская система мониторинга и анализа СМИ).

Главным субъектом, определяющим цели нацпроекта, является Президент России В. Путин, который и обозначил в своем Указе критерии их достижения. При анализе публикаций стоит отметить, что глава государства отмечает особую роль Агентства стратегических инициатив (АСИ) в формировании программ достижения национальных целей, в том числе цели «Экологическое благополучие». «Гражданские предпринимательские инициативы, которые поддерживает АСИ, должны отражаться в национальных проектах», – цитирует В. Путина газета «Известия»¹, подчеркивая необходимость связи проектов с инициативами и мнением общества и отдельных групп. Вместе с тем отсутствует обозначение конкретных шагов и направлений, которые предлагаются АСИ.

Курирующий экологическое направление вице-премьер Правительства России Д. Патрушев, министр природных ресурсов и экологии А. Козлов фактически отсутствуют в публичной повестке по данному вопросу. Чаще всего из органов федеральной власти о задачах, обозначенных Президентом России, говорит руководитель Росприроднадзора С. Радионов, отмечая важность контроля их выполнения. Можно встретить отдельные высказывания председателя Комитета по экологии, природным ресурсам и охране окружающей среды ГД РФ Д. Кобылкина, губернатора Нижегородской области Г. Никитина, единичное присутствие отдельных депутатов, общественников, представителей бизнеса.

При этом практически никто не говорит о целях нацпроекта (за исключением В. Путина и С. Радионовой). Также стоит отметить полное отсутствие публичной дискуссии по его формированию.

Это позволяет предположить, что сама программа мероприятий создается вне публичного пространства. Все взаимодействие ведется в рамках документационного обмена и непубличных совещаний. В перспективе такая закрытость может быть встречена критикой со стороны экспертов, субъектов Российской Федерации или решения могут быть не поддержаны общественностью, так как изначально информированность о планах проекта и конкретных шагах отсутствует. Уже сейчас можно встретить отдельные высказывания, свидетельствующие о возможности подобного развития событий. Например, эколог Т. Честина говорит, что «одна из острых проблем — регулярное игнорирование независимого экспертного мнения со стороны профильных органов власти. Будь то позиция научной или природоохранной общественности как по отдельным экологическим ситуациям, так и по стратегическим вопросам»². Вместе с тем и мнение общественности об актуальности каких-то тем и направлений тоже не представлено в медиа пространстве. Нет запросов и со стороны бизнеса.

¹ Путин поблагодарил АСИ за предложения для послания Федеральному собранию // Известия, 22.05.2024 [эл. ресурс]: <https://iz.ru/1700503/2024-05-22/putin-poblagodaril-asi-za-predlozheniia-dlia-poslaniia-federalnomu-sobraniuu> (дата обращения: 30.06.2024).

² Честина Т. Адвокаты окружающей среды // Известия, 05.06.2024 [эл. ресурс]: <https://iz.ru/1706235/tatiana-chestina/advokaty-okruzhaiushchei-sredy> (дата обращения: 30.06.2024).

На этом фоне предположим, что медиа проявляют недостаточно интереса к теме экологии и формированию нового проекта. Для получения дополнительной информации обратимся к официальным ресурсам Правительства России и Минприроды России, которые являются основными исполнителями формирования и реализации нацпроекта «Экологическое благополучие».

В анализируемый нами период на официальном сайте Правительства России опубликовано 7 материалов, все они носят преимущественно анонсирующий характер, отмечая, что проект будет подготовлен по поручению Президента России. Вице-премьер Д. Патрушев упоминается как куратор проекта, руководитель Росприроднадзора С. Радионова как главный контролер.

На официальном сайте Минприроды России размещено 10 материалов. В них обозначены такие направления проекта как сохранение водных объектов, ликвидация накопленного вреда, развитие особо охраняемых природных территорий. Среди спикеров присутствуют: губернатор Смоленской области В. Анохин, который анонсирует расчистку реки Вазузы, первый заместитель министра природных ресурсов и экологии России К. Цыганов, заместитель председателя комитета Госдумы России по экологии, природным ресурсам и охране окружающей среды А. Коган, директор департамента государственной политики и регулирования в сфере развития ООПТ Минприроды России И. Маканова. Все сообщения носят общий информационный характер. Конкретики о проекте и механизме его создания, основных участниках также не представлено.

Обсуждение. Возможность участвовать в формировании повестки дня позволяет влиять на экологическую политику, что отражается в информационной системе координат по линии власть – общество, власть – бизнес, власть – власть. Формирование нового национального проекта по вопросам экологии в исследуемый нами период проходит в непубличной сфере. Это можно объяснить несколькими причинами: отсутствие согласованности между различными ведомствами, дефицит финансовых средств на удовлетворение всех потребностей, что при публичном обсуждении создает дополнительные сложности; наличие ранее взятых обязательств или начатых проектов, на завершение которых необходимо направить дополнительные ресурсы; непубличность упрощает коммуникации с бизнесом и прочее. Главная особенность выбранной непубличной модели коммуникации не предполагает привязку информации к вариантам действия и ее тестирование в публичном пространстве среди массовой аудитории. В приоритете – достижение межведомственных договоренностей по основным параметрам нацпроекта. Общественное мнение на данном этапе не является первоочередным и определяющим. При таком подходе важно понимать, что дефицит информации может усилить риски непринятия предлагаемых решений как конструирующими группами, бизнесом, так и экологами, общественностью.

Соответственно, к моменту выхода в публичное пространство информации для проведения успешной коммуникационной компании целесообразно прове-

сти подробный анализ потенциальных рисков и кризисных тем, вероятных участников возможных конфликтных ситуаций. На данный момент можно предположить, что отдельный интерес вызовут темы отходов (от состояния контейнерных площадок до создания объектов инфраструктуры), неудовлетворительного состояния водных объектов (особенно р. Волга и оз. Байкал), качества атмосферного воздуха в отдельных городах, что объясняется их публичной конфликтностью.

К потенциальным критикам принятых решений можно отнести: представителей бизнеса, общественности и науки (особенно если они не участвовали при формировании проекта или их интересы не были учтены в какой-то части), а также депутатов Госдумы России и членов Совета Федерации, представителей партии, участие которых может быть активизировано в связи с выборами нового состава нижней палаты парламента в 2026 году.

Также при планировании коммуникационной компании целесообразно определить ключевых спикеров по основным направлениям работы (представители федеральных органов власти, регионов, науки, общественности), что позволит комплексно представить информацию о планируемых мероприятиях, продемонстрировать наличие консенсуса между всеми ветвями и уровнями власти, поддержки научного и экспертного сообщества и показателей оценки достижения результатов. В целом при планировании коммуникационной кампании необходимо учитывать ее целенаправленность, связь со стратегией, отлаженность результата и соответственно перечень промежуточных итогов, план мероприятий, вовлечение аудитории и управление поведением.

Используя матрицу М. Харвелла, разберем возможную программу действий стратегических экологических коммуникаций:

Таблица 2. Стратегические экологические коммуникации на основе матрицы М. Харвелла / Strategic ecological communications based on M. Harvell's matrix

Параметры	Возможные характеристики
цели проекта	выполнение указа Президента России, поддержка населения, поддержка элит, репутация федерального органа и пр.
цели коммуникации	разъяснение проекта, поддержка населением, вовлечение жителей всех регионов, экологическое просвещение, отсутствие элитных конфликтов и пр.
аудитория	лица, принимающие решения, жители регионов, крупный бизнес, политическая элита и пр.
сообщение	реализация проекта позволит улучшить качество жизни для 2/3 населения страны,

Окончание табл. 2

Параметры	Возможные характеристики
	уменьшаться штрафы для бизнеса, сформирован прорывной проект для кардинальных изменений в сфере экологии, регионы получают дополнительные ресурсы для повышения экологической устойчивости и пр.
средства доставки информации	традиционные и новые медиа, социальные сети, ассоциации и пр.
показатели успеха	достижение показателей проекта, поддержка населения – не менее 60%, узнаваемость проекта – более 70% и пр.
план	ежегодный-ежеквартальный-ежемесячный с конкретным набором мероприятий и показателями оценки
мониторинг и оценка	оценка достижения показателей и имеющихся рисков, социальный замер общественного мнения, анализ обращения граждан и бизнеса

Выводы. Проведенный анализ показывает, что использование стратегических экологических коммуникаций условно можно разделить на два этапа:

- непубличный. Его цель достижение внутренних договоренностей между различными структурами, участвующими в принятии и реализации решений.
- публичный. Его цель информирование, разъяснение, вовлечение различных аудиторий.

Переход коммуникаций из непубличных к публичным требует дополнительной работы в части оценки потенциальных рисков и выработки соответствующих решений, подготовки спикеров, основных тезисов информационной компании, определении каналов и форм передачи информации. От этого зависят информационные процессы, дальнейшее взаимодействие с целевыми группами и как результат эффективность достижения поставленных коммуникативных целей.

Источники

Булавинова М.П. (2018). Научная коммуникация: факторы развития // Наука и общество: современные зарубежные исследования. Сб. обзоров и рефератов / РАН. ИНИОН. Центр науч.-информ. исслед. по науке, образованию и технологиям; отв. ред. Е.Г. Гребенщикова; ред.-сост. М.П. Булавинова. Москва. С. 51-62.

Гавра Д.П. (2021). Стратегические коммуникации и тексты стратегических коммуникаций: к теоретическому обоснованию категорий // Российская школа связей с общественностью. № 22. С. 10-30.

Панова Е.В. (2023). Современная экологическая политика: особенности отношений бизнеса и власти // Вестник Пятигорского государственного университета. № 2. С. 33-40.

Панова Е.В. (2024). Экологическая и научная коммуникации: соотношение понятий // Коммунология. Т. 12. № 2. С. 25-36

Тихомирова Е.И. (2015). Коммуникация и стратегические коммуникации // Петербургская школа PR: от теории к практике. СПб.: Издательство СПбГУ.

Braus J. (2009). Tools of engagement: how education and other social strategies can engage people in conservation action. In: *Free Choice Learning and the Environment*. Lanham, MD: AltaMira Press.

Goldberg J. et al. (2016). Climate change, the great barrier reef and the response of Australians. *Palgrave Communications*. Vol. 2. No. 1. P. 1-8.

Hallahan K. et al. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*. Vol. 1. No. 1. P. 3-35.

Harwell M.C. (2020). Establishing a common framework for strategic communications in ecosystem-based management and the natural sciences. In: *Ecosystem-based management, ecosystem services and aquatic biodiversity: Theory, tools and applications*. Cham: Springer Nature.

Liang Y., Kee K.F., Henderson L.K. (2018). Towards an integrated model of strategic environmental communication: advancing theories of reactance and planned behavior in a water conservation context. *Journal of Applied Communication Research*. Vol. 46. No. 2. P. 135-154.

Long R.D., Charles A., Stephenson R.L. (2015). Key principles of marine ecosystem-based management. *Marine Policy*. Vol. 57. No. 1. P. 53-60.

Mattheiß V. et al. (2018). Evaluation of ecosystem-based management responses in case studies: AQUACROSS Deliverable 8.2. In: European Union's Horizon 2020 Framework Programme for Research and Innovation Grant Agreement No. 642317.

McLoughlin N. (2021). Communicating efficacy: how the IPCC, scientists, and other communicators can facilitate adaptive responses to climate change without compromising on policy neutrality. *Climatic Change*. Vol. 169. No. 5. P. 3-17.

Mortenijs H. (2014). Creating an interest in research and development as a means of reducing the gap between theory and practice in primary care: an interventional study based on strategic communication. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. Vol. 11. No. 9. P. 8689-8708.

Myer M., Johnston J.M. (2020). Models and mapping tools to inform resilience planning after disasters: a case study of hurricane Sandy and Long Island ecosystem services. In: *Ecosystem-based management, ecosystem services and aquatic biodiversity: theory, tools and applications*. Amsterdam: Springer.

Reed M.S. et al. (2018). A theory of participation: what makes stakeholder and public engagement in environmental management work? *Restoration Ecology*. Vol. 26. No. 1. P. 7-17.

VanDyke M., Lee N.M. (2020) Science public relations: the parallel, interwoven, and contrasting trajectories of public relations and science communication theory and practice. *Public Relations Review*. Vol. 46. No. 4.

Vulturius G., Andre K., Swartling A.G., Brown C., Rounsevell M. (2020). Successes and shortcomings of climate change communication: Insights from a longitudinal analysis of Swedish Forest owners. *Journal of Environmental Planning and Management*. Vol. 63. No. 7. P. 1177-1195.

■ ■ ■ The Place of Strategic Ecological Communications in Change Management (based on the national project “Ecological Well-Being”)

Panova E.V.

State Duma of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Abstract. Comprehensive improvement of the state of the environment is currently the subject of government decisions, programs and projects in Russia. This affects the interests of various audiences: business, the public, federal and regional influence groups, and hence requires strategic communications aimed at explaining, expanding the number of supporters, uniting efforts, legitimizing the governmental decisions, and changing the behavior of the audiences. The purpose of the study is to analyze the place of strategic environmental communications in the action program for the implementation of state environmental strategies. The author relies on theoretical studies of Russian and foreign authors on this issue. In the practical part, she analyzes communications in the process of forming the national project “Ecological Well-Being”. The results of the conducted study of the media and official resources of state authorities allow to consider several communicative models of behavior: public and non-public. The stage of formation of the national project is accompanied by non-public communication, which creates certain risks when information is released into the public space, since criticism and disagreement with the adoption of relevant decisions may arise from various groups. The author offers a list of possible conflict topics and examines the features of the formation of strategic environmental communications, based on M. Harvell’s matrix.

Keywords: strategic ecological communications, public and non-public communications, subjects of communication, ecological well-being

For citation: Panova E.V. (2024). The place of strategic ecological communications in change management (based on the national project “Ecological Well-Being”). *Communicology (Russia)*. Vol. 12. No. 3. P. 164-175. DOI: 10.21453/2311-3065-2024-12-3-164-175.

Inf. about the author: Panova Elena Vasilievna – CandSc (Polit.), Head of the Office of the Russian State Duma Committee on Ecology, Natural Resources and Environmental Protection, scientific director of the Center for Sustainable Development of the Russian State Geological Prospecting University. Address: 103265, Russia, Moscow, Okhotny Ryad, 1. E-mail: karrypoupe@gmail.com. ORCID: 0000-0001-8782-3680.

Received: 27.06.2024. *Accepted:* 16.08.2024.

References

- Braus J. (2009). Tools of engagement: how education and other social strategies can engage people in conservation action. In: Free Choice Learning and the Environment. Lanham, MD: AltaMira Press.
- Bulavinova M.P. (2018). Scientific communication: factors of development. In: Science and society: modern foreign studies. Reviews and abstracts. RAS INION. Center for Scientific Information research on science, education and technology; eds Grebenshchikova E.G.; Bulavinova M.P. Moscow. P. 51-62 (in Rus.).

- Gavra D.P. (2021). Strategic communications and texts of strategic communications: towards a theoretical justification of categories. *Russian School of Public Relations*. No. 22. P. 10-30 (in Rus.).
- Goldberg J. et al. (2016). Climate change, the great barrier reef and the response of Australians. *Palgrave Communications*. Vol. 2. No. 1. P. 1-8.
- Hallahan K. et al. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*. Vol. 1. No. 1. P. 3-35.
- Harwell M.C. (2020). Establishing a common framework for strategic communications in ecosystem-based management and the natural sciences. In: *Ecosystem-based management, ecosystem services and aquatic biodiversity: theory, tools and applications*. Cham: Springer Nature.
- Liang Y., Kee K.F., Henderson L.K. (2018). Towards an integrated model of strategic environmental communication: advancing theories of reactance and planned behavior in a water conservation context. *Journal of Applied Communication Research*. Vol. 46. No. 2. P. 135-154.
- Long R.D., Charles A., Stephenson R.L. (2015). Key principles of marine ecosystem-based management. *Marine Policy*. Vol. 57. No. 1. P. 53-60.
- Mattheiß V. et al. (2018). Evaluation of ecosystem-based management responses in case studies: AQUACROSS Deliverable 8.2. In: *European Union's Horizon 2020 Framework Programme for Research and Innovation Grant Agreement No. 642317*.
- McLoughlin N. (2021). Communicating efficacy: how the IPCC, scientists, and other communicators can facilitate adaptive responses to climate change without compromising on policy neutrality. *Climatic Change*. Vol. 169. No. 5. P. 3-17.
- Mortenius H. (2014). Creating an interest in research and development as a means of reducing the gap between theory and practice in primary care: an interventional study based on strategic communication. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. Vol. 11. No. 9. P. 8689-8708.
- Myer M., Johnston J.M. (2020). Models and mapping tools to inform resilience planning after disasters: a case study of hurricane Sandy and Long Island ecosystem services. In: *Ecosystem-based management, ecosystem services and aquatic biodiversity: Theory, tools and applications*. Amsterdam: Springer.
- Panova E.V. (2023). Modern environmental policy: features of business and government relations. *Bulletin of Pyatigorsk State University*. No. 2. P. 33-40 (in Rus.).
- Panova E.V. (2024). Environmental and scientific communications: correlation of concepts. *Communicology*. Vol. 12. No. 2. P. 25-36 (in Rus.).
- Reed M.S. et al. (2018). A theory of participation: what makes stakeholder and public engagement in environmental management work? *Restoration Ecology*. Vol. 26. No. 1. P. 7-17
- Tikhomirova E.I. (2015). Communication and strategic communications. In: *St. Petersburg school of PR: from theory to practice*. SPb.: St. Petersburg State University Publishing House (in Rus.).
- VanDyke M., Lee N.M. (2020) Science public relations: the parallel, interwoven, and contrasting trajectories of public relations and science communication theory and practice. *Public Relations Review*. Vol. 46. No. 4.
- Vulturius G., Andre K., Swartling A.G., Brown C., Rounsevell M. (2020). Successes and shortcomings of climate change communication: insights from a longitudinal analysis of Swedish Forest owners. *Journal of Environmental Planning and Management*. Vol. 63. No. 7. P. 1177-1195.