

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнеса

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(Бакалаврская работа)

На тему Специфика использования PR-технологий в сфере экологии

Исполнитель Коротких Александр Андреевич

Руководитель к.п.н., доцент

Зиновьева Наталья Олеговна

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой



д. э. н., профессор

Фирова Ирина Павловна

« 8 » июля 2018 г.

Санкт-Петербург

2018

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнеса

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

(Бакалаврская работа)

На тему Специфика использования PR-технологий в сфере экологии

Исполнитель Коротких Александр Андреевич

Руководитель к.п.н., доцент

Зиновьева Наталья Олеговна

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой

д. э. н., профессор

Фирова Ирина Павловна

« ___ » _____ 20__ г.

Санкт-Петербург

2018

Оглавление

Введение	3
1. Теоретические основы PR-технологий в экологической сфере.....	6
1.1. Главные понятия и основные экологические проблемы.....	6
1.2. Понятия и виды PR-технологий.	14
1.3 PR-технологии в сфере экологии.	24
Глава 2. Практическое исследование специфики использования PR-технологий в экологической сфере на примере Шведского агентства по охране окружающей среды.	33
2.1 Краткая характеристика шведского агентства по охране окружающей среды.....	33
2.2 PR-технологии Шведского агентства по охране окружающей среды.	38
2.3 Рекомендации для привлечения дополнительных PR-технологий.	46
Заключение.	52
Список используемой литературы.	53

Введение

С каждым годом экологические проблемы привлекают к себе все большее внимание. Это неудивительно, ведь природа – это наш дом, и проблемы планеты – это наши проблемы. Природа окружает нас, природа – это моря и океаны, реки и озера, горы и равнины. Все её элементы взаимосвязаны и не могут существовать порознь. Человек и человеческое общество неотделимы от природы. Природа даёт нам кислород, которым мы дышим, пищу, источники энергии, воду.

Человеческое общество развивалось веками, и достигло такого уровня технологического развития, при котором окружающая среда стала изменяться по воле человека. Опасное вмешательство в биосферу росло с каждым веком, развитие промышленности и быстрый рост населения привели к пагубному влиянию человечества на его среду обитания.

Современное устройство человеческого общества не вписывается в гармоничность природы. Огромное количество отходов производства и жизнедеятельности нарушает экологический баланс, что уже привело к масштабному экологическому кризису во второй половине XX века.

Изучением данной проблемы занимались такие авторы, как: Коханова, Л.А. написавшая книгу «Экологическая журналистика, PR и реклама», Абанкина, Т.В «PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR технологий и моделей коммуникации», Д. Аакер, «Рекламный менеджмент», Блажнов Е.А «Public Relations. Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений», Блэк С. «PR: Международная практика». Недостаточная изученность темы определила объект и предмет исследования, цель и задачи данной работы.

Существуют экологические организации, которые борются за сохранение окружающей среды. Для того, чтобы привлечь как можно большее внимание к проблемам экологии, реализовать свои проекты, найти спонсоров и собрать финансовые ресурсы, они прибегают к методам PR-технологий. Именно инструменты PR меняют и формируют мнение общественности, что приводит к

изменению политики целых государств. PR-технологии необходимы для формирования отношений между экологическими организациями и общественностью. В XXI веке особенно важно, чтобы люди не только задумались о проблемах биосферы, но и изменили свой уклад жизни для сохранения природы и нашей планеты.

Актуальность исследования обуславливается тем, что экологические проблемы не только мешают устойчивому развитию общества, но и ставят под угрозу само существование нашего вида. Человечество активно изменяет и уничтожает биосферу: вырубает леса, эксплуатирует реки, озера и природные ископаемые, а вредные выбросы и отходы производства и потребления нарушают экологический баланс планеты и приводят к изменению планетарного климата. Основной причиной этого является несовершенство социального и экономического устройства нашего общества, которое можно изменить с помощью PR-технологий.

Цель исследования: изучить специфику использования и возможности PR-технологий в экологической сфере.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие *задачи*:

1. Выявить главные понятия экологии и основные экологические проблемы;
2. Рассмотреть понятия и виды PR-технологий;
3. Изучить, какие PR-технологии применяются в сфере экологии;
4. Рассмотреть государственную экологическую организацию «Шведское агентство по охране окружающей среды».
5. Выявить PR-технологии, используемые Шведским агентством по охране окружающей среды.
6. Разработать рекомендации для дальнейшего эффективного развития.

Объектом данного исследования выступают PR-технологии, используемые экологической организацией «Шведское агентство по охране окружающей среды».

Предмет исследования: Специфика использования PR-технологий в сфере экологии на примере Шведского агентства по охране окружающей среды.

В дипломной работе использовались следующие методы исследования:

- социологический опрос;
- анализ полученных результатов;
- обобщение полученных результатов;
- Анализ PR-акций и PR-мероприятий.

Практическая значимость работы состоит в том, что на основании полученных выводов будет возможность выявить как с помощью PR-технологий происходит формирование мировоззренческой основы ответственного отношения общества к окружающей среде и добиться удовлетворения жизненных потребностей нынешнего поколения людей без лишения такой возможности будущих поколений.

Структура дипломной работы состоит из введения, двух глав, заключения и библиографии.

Первая глава «Теоретические основы использования PR-технологий в экологической сфере» раскрывает основные термины по данной тематике, описывает основные экологические проблемы, которые могут быть решены средствами PR-технологий, и рассказывает об особенностях и специфике применения PR-технологий различными экологическими организациями.

Вторая глава – «Практическое исследование специфики использования PR-технологий в экологической сфере на примере Шведского агентства по охране окружающей среды» дает поэтапное представление о PR-методах и технологиях формирования благоприятных отношений между экологическими организациями и общественностью.

1. Теоретические основы PR-технологий в экологической сфере.

1.1. Главные понятия и основные экологические проблемы.

В наше время под экологией понимается область научного знания, объединяющая множество наук, имеющих дело с экологическими проблемами и мероприятиями, направленными на решение экологических проблем.¹

Предмет науки экологии есть взаимодействие живых систем с неживой средой обитания. Живые системы – это организмы, популяции и биоценозы. Объект экологии – это экосистема. Экосистема состоит из биоценоза и экотопа. Биоценоз – это совокупность всех микроорганизмов, грибов, растений и животных, которые обитают на определённой территории. Экотоп представляет из себя компоненты неживой природы, с которыми взаимодействует живая природа, то есть организмы, обитающие в наземно-воздушной среде (температура воздуха, солнечный свет, влажность, ветер и др.) и в водной среде (температура воды, солёность воды, концентрации растворённого кислорода и др.). Биотические (живые) и абиотические (неживые) элементы экосистемы находятся в очень тесной связи и оказывают друг на друга значительное влияние.

Для широкой общественности слово «экология» является синонимом понятия «охрана окружающей среды», но между этими терминами есть отличия. Экология является наукой, в то время как охрана окружающей среды – это отрасль прикладной экологической деятельности.

Экология имеет достаточно широкий спектр задач. Учёные-экологи изучают воздействие на определённый объект антропогенных, биотических и абиотических факторов. Охрана окружающей среды в своей деятельности как правило учитывает только антропогенный фактор, который негативно воздействует на природные территории и виды живых организмов, например, редких животных или растений.

Антропогенный фактор создал определённые экологические проблемы. Основными экологическими проблемами являются:²

¹ Дроздов В.В., Общая Экология. Учебное пособие. СПб – РГГМУ, 2011, с 6.

- 1) Истощение природных ресурсов.
- 2) Загрязнение окружающей среды.
- 3) Сокращение биологического разнообразия.
- 4) Изменение климата.

Истощение природных ресурсов – это очень актуальная проблема в XXI веке. Природные ресурсы являются одной из важных составляющих человеческой среды обитания. Развитие общества и мировой экономики во второй половине XX века характеризуется истощением природных ресурсов и загрязнением природной окружающей среды. Тяжелая экологическая обстановка вызвана нерациональным и расточительным характером природопользования. Природные ресурсы разделяют на три категории – биологические, минеральные и энергетические.

Угроза истощения природных ресурсов реальна как никогда и ставит человечеству новые задачи.³ Запасы реальных ресурсов достаточно точно подсчитаны и часть из них уже подходит к концу. Стоимость разработки новых разведанных месторождений в целом не превышает размеров капиталовложений в разработку потенциальных ресурсов. Поэтому человечество сейчас очень активно осваивает сферу альтернативной энергетики, которая основана на использовании возобновляемых источников энергии – энергии солнечного излучения, ветра, приливов и отлива, а также геотермального тепла. Особых успехов в этом добились страны Европы и Северной Америки – Дания, Германия, США. Конечно, не все источники альтернативной энергии равноценно выгодны и доступны. В силу ограниченной локализации приливные и геотермальные источники энергии не могут составить реальную альтернативу сгораемому топливу. Впрочем, такие недостатки энергии солнечного излучения и ветра не столь очевидны.

Стоит отметить, что европейские страны, активно развивая энергию ветра и солнца, стремятся сократить долю ядерной энергетики в экономике, а не

² Экологическая энциклопедия: В 6 т. / Глав. ред. В.И. Данилов-Данильян. — М.: ООО «Издательство „Энциклопедия“», 2010. — Т. 2. Г-И. — 448 с.

³ <http://tass.ru/infographics/7061>

избавиться от традиционных видов энергии. Похожая ситуация наблюдается и в других регионах планеты. Объем мировых инвестиций во возобновляемые источники энергии на порядок ниже мировых инвестиций в транспортировку и дальнейшую переработку традиционного сгораемого топлива. Международное энергетическое агентство в 2012 году отметило продолжающийся рост потребления каменного угля, который быстрее роста всей альтернативной энергетики.⁴

Возобновляемые источники энергии имеют массу преимуществ: экологичность проявляется в отсутствии выбросов и прочего урона окружающей среде, как следствие этого – безопасность использования данного вида энергии для жизни и здоровья людей. Также важным преимуществом альтернативной энергетики является практически неисчерпаемость этого вида ресурса. Но существует и серьёзный недостаток: нестабильность выработки энергии. Эффективность использования ветровых и солнечных электростанций очень сильно зависит от погоды и времени суток.⁵

Для решения проблемы истощения ресурсов уже в недалёком будущем будет использоваться энергия термоядерного синтеза. Создание термоядерных реакторов – крайне сложная задача, которая ведётся ещё с середины прошлого столетия. Словосочетание «термоядерный реактор» может вызвать у людей настороженность и опасения. Их можно понять, ведь для малознакомых с этой темой людей ассоциации с ядерными бомбами и трагедиями в Чернобыле или Фукусиме неизбежны. Логика общественности проста: если термоядерная бомба сильнее ядерной, значит термоядерный реактор опаснее ядерного. В отличие от ядерных электростанций, термоядерные будут лишены опасности взрывов и сильных выбросов, так как при малейшем сбое в работе реактора реакция естественным путём затухает (в ядерных реакторах за затухание реакций отвечает автоматика). Также элементы для производства термоядерной энергии как правило легко доступны и не являются радиоактивными.

⁴http://www.iea.org/publications/freepublications/publication/WEIO_2014_ES_English.pdf

⁵<https://www.popmech.ru/technologies/13674-morskie-giganty-vetroenergetika-s-razmakhom/>

Термоядерный реактор – это изящное техническое устройство, практически лишённое негативных эффектов. Термоядерный синтез энергии используется самой природой – Солнце по сути является ничем иным, как огромным естественным термоядерным реактором.⁶

Загрязнение окружающей среды – следующая экологическая проблема, вызванная антропогенным воздействием. Эту проблему не очень активно освещают в СМИ, хотя она убивает больше людей, чем войны, автокатастрофы или СПИД. Научно-технический процесс улучшает нашу жизнь, но параллельно это приводит к биологическим, шумовым, радиоактивным и прочим загрязнениям. Это оказывает колоссальное воздействие на здоровье людей. В этом заключается важность защиты окружающей среды от загрязнений.⁷

Антропогенным загрязнением природы называют любое загрязнение, вызванное деятельностью человека. В зависимости от рода такой деятельности, загрязнение окружающей среды можно разделить на тепловое, световое, шумовое, вибрационное, электромагнитное, ионизирующее, механическое, биологическое, геологическое и химическое.⁸

Тепловое загрязнение изменяет среднюю температуру местности, что оказывает колоссальное влияние на водоёмы. Это может происходить в крупных городах, которые являются промышленными центрами. Некоторые виды растительного и животного мира могут исчезнуть из-за воздействия теплового загрязнения.⁹

Световое загрязнение является нарушением естественной освещённости местности. Оно может показаться вовсе несерьёзным и лишённым опасности, однако учёные считают иначе. Например, искусственный свет заменяет

⁶<https://www.popmech.ru/technologies/44821-termoyadernyy-reaktor-nagreet-plazmu-do-150-millionov-gradusov-i-izmenit-budushchee/>

⁷<https://www.vesti.ru/doc.html?id=2946313>

⁸<http://www.grandars.ru/shkola/bezopasnost-zhiznedeyatelnosti/zagryaznenie-okruzhayushchey-sredy.html>

⁹Термины и определения по охране окружающей среды, природопользованию и экологической безопасности. Словарь, 2010

естественный свет в водоёмах, что сильно сказывается на фотосинтезе растений.¹⁰

Громкие звуки характеризуют шумовое загрязнение. Оно оказывает серьёзное воздействие на здоровье людей, и является одним из самых опасных для человека. Уровень шума свыше 130 децибел может привести к психическим и нервным расстройствам, а также к повреждению слухового и вестибулярного аппаратов.¹¹

Вибрационное загрязнение вызывает неравномерную осадку фундаментов различных строений, что может привести к их деформации, частичному или даже полному разрушениям. Но помимо этого вибрации и колебания разных частот опасны своим негативным воздействием на здоровье людей, мешают их работе, отдыху и в целом оказывают пагубное влияние на функционирование общества.¹²

Работа электроники и радиотехники, такой как радиолокационные станции, электрический транспорт, линии высоковольтных электропередач создаёт электромагнитные поля, и, как следствие, электромагнитное загрязнение. Такой вид загрязнения окружающей среды вызывает у человека утомление, бессонницу, раздражение, головные боли и расстройства нервной системы.¹³

Ионизирующее излучение ещё в середине прошлого века не относилось к опасным видам загрязнений. Рядовой человек мало что сможет сказать о том, что это такое, и полагает, что оно не представляет серьёзной опасности. Однако синонимом слова «ионизирующее» является слово «радиоактивное». Оно бывает трёх видов: альфа-излучение, бета-излучение и гамма-излучение. Альфа-излучение не является особо опасным для человека, наша кожа успешно защищает от проникающих альфа-частиц. Бета-излучение имеет куда большую проникающую способность, и, соответственно, более опасно. Гамма-излучение

¹⁰<http://www.brightstarstemeculavalley.org/>

¹¹<http://economics.ihbt.ifmo.ru/file/article/6997.pdf>

¹²<http://ru-ecology.info/term/25321/>

¹³<https://siliconflatirons.org/documents/conferences/2013-11-14%20Spectrum/2013SpectrumConferenceReport.pdf>

представляет серьёзную угрозу для любого живого организма и является мутагенным. В зависимости от дозы облучения гамма-радиация способна вызывать лучевую болезнь. В качестве защиты от гамма-частиц нужно использовать слой плотного вещества, такого как свинец или вольфрам. Естественными источниками ионизирующего излучения являются месторождения урановых руд, кристаллических пород и Солнце.¹⁴

Механическое загрязнение окружающей среды является одним из самых масштабных. Это слив отходов в моря, океаны и реки, это свалки, это заиливание водных объектов грунтами. Механическое загрязнение порождает многочисленные экологические проблемы, для устранения которых требуются колоссальные финансовые затраты.¹⁵

Биологическое загрязнение учёные разделяют на органическое и бактериальное. Органическое загрязнение представляет из себя выбросы в окружающую среду органических отходов, например, в водоёмы. Бактериальное загрязнение представляет из себя бактерии, вирусы и грибы, и очень опасно для человека. В бытовых сточных водах содержатся патогенные возбудители различных смертельно опасных заболеваний. При высоком бактериальном загрязнении воды болезнетворными микроскопическими организмами срок их жизни увеличивается.¹⁶

В результате человеческой деятельности могут образовываться оползни, обвалы, проседания поверхности земли, осушений территорий. Всё это называется геологическим загрязнением. Как правило, это происходит из-за процесса добычи полезных ископаемых, строительства сооружений, вибрации от транспортных средств.

Химическое загрязнение появляются в результате деятельности промышленных предприятий, производств, сельского хозяйства, работы транспорта. Это оказывает серьёзную нагрузку на биосферу и человеческую среду обитания. Химическое загрязнение может выражаться в выбросах самых

¹⁴Ионизирующие излучения и их измерения. Термины и понятия. М.: Стандартинформ, 2006.

¹⁵«ГОСТ 30772-2001 "Ресурсосбережение. Обращение с отходами. Термины и определения"»

¹⁶EdwART. Словарь экологических терминов и определений, 2010

разнообразных веществ: тяжелых металлов, синтетических и органических соединений.

На Земле существует огромное кол-во видов флоры и фауны, которые обитают в разных природных зонах: арктических пустынях, тундрах, тайге, лесах, степях, субтропиках, тропиках, пустынях, саваннах, горах. Такое биоразнообразие жизни формировалось на нашей планете в течение четырёх миллиардов лет, однако в данный момент происходит сокращение биоразнообразия из-за глобальных экологических проблем, несущих антропогенный характер. Среди основных причин человеческого происхождения можно выделить: вырубку лесов, расширение территорий населённых пунктов, регулярные выбросы вредных веществ в атмосферу, использование химических веществ в земледелии, загрязнение водоёмов и почвы, строительство дорог и прочих транспортных коммуникаций, рост населения планеты, браконьерство, разрушение экосистем.

Деятельность людей прямо влияет на сокращение флоры и фауны, изменяет жизнь животных и растений, и те виды, которые не смогли приспособиться к новым условиям, вымирают.

Биологическое разнообразие различных форм жизни на нашей планете имеет колоссальное экологическое значение, а также включает в себе генетическую, экономическую, научную, культурную, социальную и рекреационную ценность. Люди в течение всего своего существования наносят неисправимый урон природе, уничтожая виды растений и животных, и лишь относительно недавно смогли понять значение биоразнообразия и пытаться спасти и сохранить природу.

Необходимы огромные усилия, чтобы сохранить биологическое разнообразие на нашей планете. В первую очередь нужно, чтобы государства всех стран уделили особое внимание проблеме защиты природных объектов. Правительства стран должны выделять достаточные суммы для сохранения существования каждого вида, создания природных парков, заповедников, где представители флоры и фауны смогут находиться под наблюдением учёных.

Изменение климата – это наблюдаемые и прогнозируемые долгосрочные изменения климатических показателей, вызванные человеческой деятельностью. Изменчивость климата проявляется в таких аномалиях как засухи, наводнения, сильные штормы. Прямо сейчас климат изменяется. Это выражается в колебаниях уровня осадков и температуры в различных частях света.

Климат нашей планеты колебался и в прошлом, однако в последние сто лет это происходит намного чаще. Учёные Межправительственной группы экспертов по изменению климата моделируют эти изменения, для того чтобы сделать прогноз по отношению климата в будущем. Согласно данным наблюдений, ведущихся с 1850 года, восемь самых тёплых лет приходятся на период с 1998 года, а наиболее тёплым был 2005 год.

Всё эти изменения имеют антропогенный характер происхождения. В результате использования человеком нефти, угля, газа и вырубки лесов привело к значительному увеличению содержания в земной атмосфере углекислого газа, который удерживает тепло в атмосфере. Это явление называется парниковым эффектом. Так как парниковый эффект – это естественное природное явление, учёные называют данную ситуацию «неконтролируемым парниковым эффектом», который и является одной из основных причин глобального потепления. С конца восемнадцатого века, когда произошла Промышленная революция, содержания в атмосфере углекислого газа многократно возросло, и сегодня оно на таком уровне, который не отмечался на протяжении восьми сотен тысяч лет.

Антропогенное изменение климата может привести к таким последствиям, как дальнейшее уменьшение количества и качества питьевой воды, распространение малярии, лихорадки денге и других болезней, неисправимый урон экологическим системам и биоразнообразию, подъём уровня моря.¹⁷

¹⁷<https://www.popmech.ru/science/400862-samye-strashnye-predskazaniya-ob-izmenenii-klimata-okazalis-samymi-vernymi/>

Решение экологических проблем – это условие выживания и процветания нашего вида на Земле. Именно поэтому так важно подключить к этому делу как можно больше человеческих и финансовых ресурсов. Неоценимую помощь в этом должны оказать PR-технологии, направленные на формирование у широких слоёв населения экологического сознания.

1.2. Понятия и виды PR-технологий.

PR – PublicRelations – это технологии создания и внедрения образа объекта, будь то товар, услуга, персоналия или идея, в ценностный ряд социальной группы для фиксирования этого образа в качестве необходимого или даже лучшего в жизни.¹⁸

PRиспользуется для управления общественным мнением. Общественное мнение – это выражаемое частью общества или всем обществом одобрение или неодобрение каких-либо явлений окружающей действительности. Иначе говоря, общественное мнение представляет собой проявление общественного сознания, выражающееся в оценивании действительности, ее аспектов, представляющих общественный интерес, и характеризующее отношение социальных групп к этой действительности. В зависимости от объекта или субъекта, общественное мнение может быть: достоверным, интенсивным, относительным распространенным и стабильным.

Субъектом общественного мнения может являться как общество в целом, так и некоторые его части, поэтому по структуре общественное мнение может быть монистическим, то есть единым, или плюралистическим, то есть сформированным из различных точек зрения.

Объект общественного мнения – это и события, и люди, социальные и политические явления – словом, все то, о чем может иметь свое суждение и мнение как индивид, так и социальная группа или общество в целом. Здесь необходимо уточнить, что общественное мнение может быть сформировано, когда определенная проблема или явление затрагивает вопросы духовной,

¹⁸ Кривоносов, А.Д., Основы теории связей с общественностью/А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина. СПб: Питер, 2010. — 384 с.

экономической, политической или социальной жизни, имеющие важное практическое значение, и носящие дискуссионный характер. Также условием формирования общественного мнения является уровень компетентности.

PR необходим для создания связи между обществом и государственными органами или коммерческими структурами, в том числе, для объективного понимания социальных, политических и экономических процессов. На данный момент существует достаточно большое количество разнообразных определений PR, которые отражают обширный перечень различных суждений и мнений. Можно кратко сказать, что PR – это формирования общественного мнения о чём-либо – товаре, услуге, компании, событии, и PR призван вызывать доверии, а также информировать, образовывать.¹⁹

PR – это наука о том, как достичь равновесия и гармонии с внешним окружением посредством обеспечения взаимопонимания, которые основаны на правде и полной информированности. Одним из наиболее интересных определений PR в современной прикладной деятельности в сфере связей с общественностью является определение, которое предложили профессора Лоуренс В. Лонги и Винсент Хазелтон: PR – это управленческая деятельность, которая используется для установления взаимовыгодных и гармоничных взаимоотношений между организацией и общественностью. От этой деятельности напрямую зависит функционирование определённой организации. Это наиболее современный теоретический взгляд на проблему PR, исходя из которого можно сделать вывод, что PR – это что-то большее, чем просто обыкновенное убеждение групп людей в чём-либо. Это двусторонний коммуникационный процесс, который можно охарактеризовать как открытый и взаимный, где учитываются и поведение целевой аудитории, и происходящие изменения в организации, которая взаимодействует с этой аудиторией.²⁰

В начале двадцать первого века рынок PR-услуг активно развивается, но несмотря на это не существуют чётких методов для сравнения PR-технологий и

¹⁹Марков, А.А. Теория и практика связей с общественностью: учеб. Пособие [Текст]/ А.А. Марков. – СПб.: СПбГИЭУ, 2011. – 163 с.

²⁰Денисон Д., Тоби Л. Паблик Рилешинз и реклама // Учебник для ВУЗов. – М.: Фильнь, 2003. – 23 с.

их эффективности, так как её критерии тоже достаточно расплывчаты. А выбор агентства, оказывающего PR-услуги, осуществляется на основании сложившегося мнения о самом агентстве, и также способности менеджеров агентства убедить потенциального заказчика.

Процесс работы PR-специалиста является системным, и, следуя определенным закономерностям коммуникационного процесса, характеризуется поэтапной реализацией шагов работы. Под системностью процесса работы подразумеваются система различных направлений PR-деятельности: связи со СМИ, корпоративные коммуникации, связи с инвесторами, связи с государственными структурами, антикризисные коммуникации и другие. И во всех этих различных составляющих PR-деятельности используются стандартизированные PR-технологии. Под технологией в данном ключе подразумевается обеспечивающий эффективность PR-деятельности комплекс знаний, правил, методик, операций, а также наличие информационных, кадровых, организационных, технико-технологических и других ресурсов. Поэтому PR в целом может рассматриваться как технология.

Если бы PR-деятельность была просто набором частных методов воздействия на человека или группы людей, эффективность которых зависит от уровня мастерства конкретного PR-специалиста, то PR-деятельность в принципе не могла бы рассматриваться технологически. Но подобный этап развития PR в целом считается завершенным, и на сегодняшний день можно легко выделить технологический компонент во всей системе работы PR-специалиста, и, что логично, подвергнуть его к анализу с технологической точки зрения.

Технологический аспект PR-деятельности предполагает унификацию методов, которые должны обеспечивать воспроизводимость результатов. В любой системе технологических знаний должна присутствовать воспроизводимость получаемых результатов после завершения чётко структурированной последовательности действий и применения нужных

средств деятельности. И именно поставленная цель определяет временную последовательность технологических операций.

Технология в качестве совокупности методов и средств осуществления той или иной деятельности для достижения какого-либо результата создается не только с целью алгоритмичного и упорядоченного оперирования чем-либо, но с дополнительной целью использования в других сферах, то есть технология создается в том числе и для дальнейшего применения в других областях. В этом проявляются основные признаки технологичности: тиражируемость, масштабируемость, открытость.²¹

PR-деятельность будучи технологически обоснованной, является тиражируемой, масштабируемой и открытой, и может быть подвергнута системному анализу для создания системного описания. Системное описание – это такое описание объекта, содержательность которого отражает упорядоченность и взаимосвязи отдельных компонентов объекта. Если системное описание не противоречит большинству научных фактов и опирается на постоянную основу, то его достоверность и правдоподобие повышаются. Ценность системного описания повышается в зависимости от широты охвата проблем, которое оно позволяет разрешить, и числа возможных новых задач, которые исходя из него могут быть поставлены.

Системное описание PR-технологий представляет из себя модель, которая имеет такие компоненты, как наименование технологии, объект и способ воздействия, базовые инструменты, методики и техники, а также результат воздействия, сферу применения и научную базу. Такая модель может использоваться как образец при анализе уже существующих PR-услуг на рынке. С помощью этого анализа можно подробно рассмотреть, как презентуются эти услуги, и насколько они являются современными и технологичными. Если презентационные материалы какого-либо предложения на рынке PR-услуг соответствуют этому образцу, то они являются доказательством, что PR-

²¹ Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 196

агентство работает на современном уровне и способно оказать качественные услуги.

В настоящее время вопрос о сущности понятия «PR-технология» открыт и является дискуссионным. Российские учёные В.Ф. Кузнецов и Д.П. Гавра являются первопроходцами в этой дискуссии. В.Ф. Кузнецов определяет PR-технологии как некую совокупность поэтапно применяемых приёмов, процедур и способов деятельности по организации PR, для эффективной реализации целей и задач субъекта управления в конкретные время и место. Согласно его выводам, PR-технологии устанавливаются только тогда, когда в процессе достижения цели появляется определённая последовательность действий, которая фиксирует очередность использования конкретных приёмов и средств достижения определённой цели. По мнению В.Ф. Кузнецова, PR-технологии – это не только процесс применения приёмов, использованных для достижения нужной цели, но и сам результат данной деятельности.²²

В.Ф. Кузнецов делает вывод, что PR-технологии представляют некую форму социальной инженерии, которая обусловлена такими свойствами действующего субъекта управления, как его знания, опыт, духовные ресурсы. По его мнению, PR-технологии могут быть средством информации и источником побуждения внутренних механизмов регуляции всей PR-системы. Получается, что PR-технологии включают в себя не только перечень эффективных действий, но и методы контроля и управления процессом PR-деятельности.

Д.П. Гавра рассматривает PR-технологии как особый вид социально-коммуникативных технологий. Д.П. Гавра определяет их как организованную и целенаправленную деятельность по управлению коммуникацией социального субъекта для решения какой-либо значимой задачи, несущей социальный характер.²³

²² Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 196

²³ Гавра Д.П. Социально-коммуникативные технологии: сегодня и завтра // PR диалог. 2003. № 2-3 (март – июнь)

По мнению Д.П. Гавра, PR-технологии – это социально-коммуникативная технология управления внешними и внутренними коммуникациями, которая реализуется средствами PR.

Получается, что PR-технологии – это реализуемые PR-средствами социально-коммуникативные технологии управления коммуникациями базисного субъекта PR с его целевыми общественностями, которые представляют из себя совокупность последовательно применяемых процедур, приёмов и способов деятельности, направленных на наиболее эффективную и оптимальную реализацию задачи и целей субъекта управления в определённые время и месте.

В широком смысле объект PR-технологии – это социальные время и пространство, управляемые системно организованной социальной коммуникацией, что является характерным для любой социально-коммуникативной технологии. Объектом PR-технологии в более узком и прикладном смысле выступают сознание, подсознание и поведение социальных субъектов.

PR-технологии в общем понимании выступают единством конкретного плана или программы прикладной деятельности по реализации этой самой программы, а в узком под PR-технологиями можно понимать только программу взаимосвязанных процедур по применению социальных коммуникаций, чтобы достичь заданного социального значимого результата.

При формировании параметров PR-технологий обычно учитываются не только задачи, но и тип управленческой деятельности. Учёные выделяют два главных способа формирования технологий в PR-деятельности.²⁴

Первый способ как правило подразумевает субъективный подход, который закладывает фундамент конструирования наиболее оптимальной последовательности процедур, основанный на здравом смысле, практическом опыте людей, стереотипах и традициях.

²⁴ Багиев, Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд. / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб.: Питер, 2007. – 113с.

Второй способ является аналитическим, и предполагает применение особых методов и действий, который определяют параметры и условия достижения цели, а субъект управления имеет возможность реалистично оценить ситуацию. Такой способ основан на оценке и характеристике участников PR-деятельности, их характере межличностных отношений, социальных нормах, расстановке сил внутри организаций, специфики окружающей среды. Аналитический способ предполагает последовательное применение критериев и измерительных систем, которые вместе дают адекватные представления о тенденциях развития PR, способствуя повышению эффективности деятельности субъекта управления по достижению целей. Выделение наиболее важных фаз и параметров, их цикличность и структурализация являются характерными признаками аналитического способа формирования параметров PR-технологий.

Разработка PR-технологии – это конечная последовательность операций и действий, и имеет несколько этапов.²⁵

Первый этап – теоретический. Это этап определения целей и задач, выявления закономерностей функционирования и внутренних связей.

Второй этап – методический. Это этап разработки технологической схемы управления объектом, а также обоснования плана действий и операций.

Третий этап – этап процедурный. Это организация практической деятельности и подготовка PR-проекта.

Любая PR-технология имеет характерные признаки социально-коммуникативной технологии: наличие социально значимой цели, системность, планомерность, технологичность, наличие формальной организованности, наличие оптимизации, стандартизация и креативность.

Социально-значимая цель – это цель, которая является связанной с воздействием на сознание, регулированием социальных отношений, поведением социальных и массовых общностей.

²⁵ Головлева, Е.Л. Основы рекламы / Е.Л. Головлева. – М.: ОАО «Московские учебники», 2006. – 271 с.

Стоит отметить, что если процесс взаимодействия субъектов реализуется на индивидуально-психологическом плане, то есть не носит социального характера, то управление коммуникацией в этом случае может быть связано с иными технологиями, такими как индивидуальная или межличностная коммуникации, а не с социально-коммуникативной технологией.

PR-технология должна являться упорядоченной совокупностью операций и действий, имеющих стабильную структуры, направленную на реализацию поставленной цели, то есть быть согласованной системой действий социальных субъектов. Это характеризует системность любой PR-технологии.

PR-технология всегда разворачивается в соответствии с разработанным планом. Как правильно такой план имеет материальный характер.

Технологичность PR-технологий проявляется в последовательности действий и процедур, а также структуре и номенклатуре.

Любая PR-технология требует определённой формальной организации, как и любая сложная управленческая деятельность.

Некоторые PR-технологии нацелены на получении результата при минимальном использовании материальных ресурсов. Такие технологии можно называть ресурсно-оптимизированными. Другие PR-технологии нацелены на максимальный эффект при заданных ресурсов, и такие технологии можно называть оптимизированными по эффекту. Также существуют технологии, которые можно назвать темпорально-оптимизированными. Они нацелены на получение нужного эффекта в кратчайшие сроки.

Неотъемлемый атрибут любой технологии – стандартизация. PR-технологии не являются исключением. Чем больше стандартизирована технология, тем проще её использовать тем специалистам, которые не являются её авторами.²⁶

Любые современная коммуникационные технологии, будь то PR, журналистика, антикризисные коммуникации, политические технологии,

²⁶ Голова А.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации //Маркетинг в России и за рубежом. -2006. - № 10. - С. 37-46.

предполагают наличие творческого подхода. PR-технологии всегда имеют в качестве важного компонента креативную составляющую. Детальное следование плану без оглядки на ситуационный фон может привести к низкой эффективности PR-деятельности. Креативный компонент также нужен при тиражировании, так как он обеспечивает адаптацию PR-технологии к особенностям иной ситуации.

Описанные выше характерные признаки PR-технологий позволяют отделить оные от похожих феноменов, но имеющих иную природу. Процессы оптимизации и последующей рационализации есть результаты разработки применения PR-технологий. Они расширяют возможности субъекта управления в контроле над областью социальных изменений.

Итак, PR-деятельность – это важная составная часть практически любой организации, тем самым PR включен в систему распределения ролей PR-специалистов в производственном процессе. Это называется концепцией «четырёх ролей» Брума-Дазьера²⁷. Каждый PR-специалист исполняет различные роли в своей прикладной деятельности, но существуют и доминирующие роли, которые выполняет конкретный специалист в соответствии с уровнем его профессионализма. Существует 4 доминирующие роли:

Технический работник коммуникации. Такой PR-специалист как правило занимается производством коммуникационных материалов – создаёт пресс-релизы, листовки, брошюры, пресс-клипы, видеорелизы и т.п. Такой специалист, несмотря на важность его деятельности, не имеет доступ к принятию решений на программном уровне.

«Эксперт-предписыватель» – этот PR-специалист выступает в качестве эксперта при оценке и принятии конкретных PR-решений, и имеет некий авторитет в вопросах определения стратегии и тактики PR-технологии, однако он не имеет полномочий самостоятельного принятия такого вида решений.

²⁷<https://studfiles.net/preview/3293981/page:5/>

Коммуникационный фасилитатор – этот PR-специалист имеет задачу в налаживании диалога между организацией и общественностью. Точно передавать послания в обе стороны – это его главная задача.

Фасилитатор процесса разрешения проблем – это PR-специалист, который руководит командой PR-отдела, именно он определяет проблемы организации, отвечает за стратегическое планирование и создание программы.

Доктор философии университета города Висконсин Джеймс Грюниг добавляет к описанным выше ролям ещё две роли, которые часто выступают как самостоятельные направления работы над PR-технологиями: роль спикера организации и роль посредника в отношениях со СМИ. Такие ролевые функции PR-специалистов говорят о системности PR-технологий в PR-деятельности.

Будучи сложной системой, любая PR-технология позволяет построить обобщенное системное описание о себе, которое отражает структуру, функции, состав и прочие системные характеристики PR-технологий. Самое главное – это название определённой PR-технологии, то есть то, что может её идентифицировать, так как могут существовать похожие PR-технологии, её аналоги, имеющие другие названия. Объект, способ и результат PR-технологии – это элементы, которые обязательно должны быть определены. Так как любая PR-технология имеет внешнюю среду, необходимо указать сферу применения PR-технологии. Помимо этого, нужно указать проблемную область PR-технологии, то есть определить, для каких целей применяется PR-технология. В завершении, нужно выявить научную базу, так как PR-технология является продуктом научного знания.

PR-технологии осуществляются благодаря широкому набору инструментов. PR-технологи обычно выбирают именно те инструменты, с помощью которых можно добиться максимальной эффективности, при этом должна учитываться специфика поставленной цели. К таким инструментам можно отнести: публичные обращения к аудитории, публичные презентации, встречи с представителями потенциальных клиентов, благотворительность, ярмарки, распродажи, спортивные мероприятия, концерты, выставки, съезды, а

для придания социальной значимости деятельности организации обычно используют благотворительность. С точки зрения психологии очень эффективны методы коммуникации с использованием символов и их сочетания. Так можно убедить клиентов в правоте своих взглядов и привлечь большее их количество на свою сторону. Мифы и стереотипы по отношению к различным организациям, личностям, продуктам получили довольно обширное применение в рамках PR-технологий. Более того, влияние стереотипов на общественное сознание воистину велико и многогранно. Не уходят от внимания PR-технологов специальные события, а также такие, казалось бы, низменные вещи, как слухи и скандалы, ведь одна из основных задач PR-технологий – привлечение внимания.

На сегодняшний день выделить какую-либо приоритетную область интегрированных коммуникаций достаточно проблематично. Но всё же хорошо отлаженная деятельность PR-специалистов помогает достаточно чётко различать границы возможностей той или иной организации, а также в нужное время использовать изменение настроений в обществе, чтобы обогнать конкурентов. Спектр решаемых PR-технологиями задач широк и обширен, и сегодня редкая компания может успешно вести дела без применения PR-технологий. Любой компании необходим PR-технолог для популяризации предлагаемых организациями товаров и услуг, расширения клиентской базы, решение маркетинговых проблем и в целом улучшения отношения с общественностью.

1.3 PR-технологии в сфере экологии.

PR-технологии в экологической сфере – это технологии, которые направлены на формирование благоприятных отношений между экологическими организациями и их целевыми аудиториями, и несущие взаимовыгодный характер. Некоторые специалисты называют такие PR-технологии «зелёными».²⁸

PR-деятельность в сфере экологии имеет свои целевые аудитории:

²⁸Коханова, Л. А. Экологическая журналистика, PR и реклама [Текст]/ Л. А. Коханова - М.: Изд-во Юнити, 2007. – 383с.

Население.	Жители стран, регионов, городов, и пр. населённых пунктов.
Государственные структуры.	Министерства и ведомства, федеральные службы и пр. государственные организации и предприятия.
Бизнес.	Компании малого, среднего и крупного предпринимательства.
Спонсоры и благотворительность.	Физические и юридические лица, занимающиеся спонсированием и благотворительностью.
СМИ	Телеканалы, интернет-порталы, сайты и пр.

Экологические организации для продвижения и популяризации своих идей, информирования и привлечения групп общественности к проблемам окружающей среды и прочей своей деятельности используют PR-технологии. Инструментарий PR-технолога в сфере экологии довольно обширен. Среди прочих стоит отметить средства массовой информации и экологические мероприятия.

Экологические организации представляют из себя объединения групп индивидов, которые действуют на основе общих целей и интересов в экологической сфере.²⁹

Для продвижения экологических идей используются обычные СМИ и специализированная экологическая пресса, в которых публикуются различные экологические статьи, новости, отчёты, пресс-релизы. Большинство людей на Земле смотрят, читают и слушают СМИ, поэтому используя средства массовой

²⁹ ЭкоPR, сборник докладов, Роль PR-средств в формировании экологического сознания в условиях сложившегося кризиса, Воробьева О., Ночевина Ю. с.43

информации, можно донести необходимую идею до миллионов людей. PR-технологии в экологической сфере прекрасно взаимодействуют со СМИ, которые помогают максимально расширить диапазон распространения важной экологической информации. Такой способ донесения информации о проблемах окружающей среды является, пожалуй, одним из самых действенных, и имеющий наибольший потенциал для последующего развития продвижения экологических целей.

Экологические мероприятия – evenet-мероприятия, семинары, совещания. Мероприятия играют важную роль в продвижение экологических идей, ведь они привлекают общественное внимание и массы людей.

Задачей экологических PR-технологий является поддержание соответствующего уровня экологической обстановки путём распространения экологической информации. Для этого используются средства массовой коммуникации. Экологическая информация – это научные работы и нормативные акты. Носителями такой информации являются книги, телепередачи, интернет-порталы, каналы на видеохостинге YouTube. Так общественность может получать свежие данные в области экологии.

С помощью PR-технологий не только делают природу чище, а среду обитания людей лучше, но и продвигают сторонние товары и услуги. Экологическая маркировка на упаковке характерна для производителей, опирающихся в своей работе на новейшие технологии, которые сокращают негативные воздействия на природу. Такая маркировка свидетельствует о высоком качестве и безопасности для окружающей среды продукции. Также экологическая маркировка доказывает, что продукция была проверена специальными контролирующими службами. Такой продукцией может являться почти всё, что угодно – от продовольственных товаров до горючего топлива.

PR-технологии, работая через бизнес и продвигая так называемые «экологически чистые» товары, не только создают экологический имидж

организации, но и действительно помогают в решении экологических проблем, формируя экологическое сознание у широких слоёв населения.

Экологическое сознание – это сумма взглядов и эмоций, которые отражают проблемы взаимоотношений общества и природы в плане эффективного их решения в соответствии конкретным социальным и природным возможностям³⁰. В широком смысле экологическое сознание является сферой общественного и индивидуального сознаний, которые связаны с природой. Для отдельного индивида или общества характерно специфическое восприятие природы и своеобразного отношения к ней. Это является некой нравственной и ценностной ориентациями, которые определяют общее экологическое сознание.

Экологическое сознание, будучи сформированным, оказывает значительное влияние на уникальность восприятия природных объектов или явлений. Именно оно определяет действия людей, которые могут быть как безразличными к существующим экологическим проблемам в силу неосведомлённости, так и безразличными будучи осведомлёнными. Морально-нравственные ценности индивидов здесь начинают играть важную роль, и не для каждого человека природа представляет собой какую-либо ценность.³¹

В таких условиях у PR-специалистов появляется деятельность по формированию позитивного и уважительного отношения к природе и её объектам. Именно PR-специалисты могут убедить людей, что природа – это их достояние. Для этого они используют набор определённых PR-технологий, методов и средств: создание экологической рубрики в местных СМИ, создание в администрации населённого пункта особой рабочей группы по решению конкретных экологических проблем района, привлечение внимания жителей к экологическим проблемам с помощью создания специальных PR-мероприятий, различных акций, выставок, семинаров и др. Таким образом происходит

³⁰ЭкоPR, сборник докладов, Роль PR-средств в формировании экологического сознания в условиях сложившегося кризиса, Воробьева О., Ночевина Ю., с.42.

³¹ ЭкоPR, сборник докладов, Структура Массового экологического сознания. Использование PR-средств для формирования массового экологического сознания. Гридина С., с.45.

объединение администрации населённого пункта с жителями в решении экологических проблем.³²

Эффективность подобной деятельности и проводимых мероприятий несёт временный характер, так как с течением времени полученный эффект пропадает, поэтому необходимо проводить новые мероприятия.

Как уже поминалось выше, PR-технологии, продвигая товар или услугу какой-либо организации, могут помочь сохранить природу и окружающую среду. Люди, которые живут рядом с производственными компаниями, ощущают важность состояния окружающей среды, так как уровень её загрязнения ощутим ими намного острее. Поэтому им также важно, чтобы организации были «экологичными», а товар – «экологически чистым». Поэтому предприятия пытаются создавать и поддерживать экологический имидж. Это стало уже обычным делом, и с течением времени, особенно в последние десятилетия, люди, которые и не живут в промышленной зоне, но считают важным, чтобы какая-либо организация или компания имела экологический имидж. Также есть люди, которым экологический имидж предприятия абсолютно безразличен.

Да, не все люди задумываются над проблемами природы. Так было на протяжении всей истории человечества. Люди довольно пренебрежительно относились к природе, и «взамен» получали болезни, уносившие миллионы жизней. Двадцатый век – век самых страшных войн на планете, принудил человека использовать все имеющиеся ресурсы для выживания, и природу никто не щадил. Но к концу века, в мирное время, в Европе появились специальные экологические организации для сохранения и восстановления природы. Практически до начала двадцать первого века люди использовали природу по максимуму, и многие растения и животные исчезли с лица Земли. Люди начали осознавать эти проблемы, что привело к созданию специальных PR-технологий для работы в этой области. Экологический PR используют

³² ЭкоPR, сборник докладов, Структура Массового экологического сознания. Использование PR-средств для формирования массового экологического сознания. Гридина С., с.47.

самые разные организации – от обычных производственных до специализированных экологических. С помощью экологических PR-технологий были предотвращены гибель разных видов животных и растений, были спасены целые природные зоны. Привлекая внимание общественности, PR-специалисты спасали от целые реки и озёра, обращая народный гнев на недобросовестные предприятия.

Влиятельность экологических организаций порождает целые политические партии, такие как экологическая левоцентристская партия «Европа, Экология, Зелёные» из Франции. Более того, в мире уже есть целая сеть, которая объединяет экологические организации – «Глобальные Зелёные». Их PR-технологи производят экологическую рекламу, они пропагандируют защиту окружающей среды во всём мире и уважение к природе, а их главная задача – остановить Глобальное потепление, уменьшив антропогенный фактор в изменении климата.

Одним из важных звеньев в этой сети является международная организация «Гринпис». Эта экологическая организация в первую очередь борется за сохранение биоразнообразия видов. Используя самые современные PR-технологии, «Гринпис» приобрёл международный масштаб, пропагандируя дружбу человека и природы. Их активисты привлекают внимание общественности с помощью пикетов, различных мероприятий и акций, которые затем обсуждает весь мир, тем самым срывая проекты, которые вредят экологической обстановке в самых разных регионах планеты.

Всемирный фонд дикой природы «WWF» – крупнейшая, независимая природоохранная организация, международного уровня, которая объединяет миллионы людей в разных странах. «Миссия WWF – в предотвращении нарастающей деградации естественной среды планеты и достижении гармонии человека и природы. Главная цель – сохранение биологического разнообразия Земли».³³

³³<http://www.green-cross.ru/about>

«Зелёный крест – неправительственная общественная организация, член Международной ассоциации «Зелёный крест», создан в 1994 г.

Межрегиональная экологическая общественная организация Зелёный крест (ЗК) основное внимание сосредотачивает на проведении в жизнь мероприятий по охране окружающей среды, воспитанию у широкого круга населения умения жить и развиваться в соответствии с законами природы, сохранению её для потомков с тем же ресурсным потенциалом, которым человечество владеет сегодня. Лозунг ЗК – компромисс вместо конфронтации – соответствует принципам гражданского общества, в котором экологические проблемы решаются с позиций партнёрства и добрососедства».³⁴

Некоммерческая международная общественная экологическая организация «Беллона» - основанная в 1986 году. Изначально компания появилась в знак протеста против нефтяных компаний в Норвегии, но после завершения конфликта со скандинавскими нефтяными компаниями не закончила свою деятельность, а начала развиваться и привлекать новых членов. Основными задачами «Беллона» ставит разъяснение людям проблем окружающей среды, хотя организация и подвергается критике со стороны руководства стран за методы борьбы против нарушений экологических правил. Организация борется за «чистое завтра», за экологическую энергию, используемую в промышленности.³⁵

То, как PR-технологии перевернули массовое сознание общества в сфере экологии, сложно переоценить. В 1972 в Стокгольме прошел первый в мире экологический форум ООН, посвященный охране окружающей среды. Этот форум положил начало созданию общемировой экологической политике. Интересно, что на этой конференции отсутствовала делегация СССР по причинам, связанным с политикой. Также стоит отметить тот факт, что именно тогда были выявлены существенные разногласия между развитыми и развивающимися странами в вопросах социального и экономического развития

³⁴<http://www.bellona.ru/subjects/>

³⁵<http://www.runature.ru/about-history>

глобального сообщества по экологическим показателями: дым как показатель индустриального развития был желанным явлением, по словам представителей делегаций развивающихся стран.³⁶

Конференция Стокгольм-72 закончилась подписанием особой декларации, в которой был описан ряд принципов международного сотрудничества в экологической сфере. Государства договорились минимально использовать такие ресурсы, которые не могут быть возобновлены, не допускать в хозяйственную деятельность вовлечения видов, которые находятся на грани вымирания, обеспечить качественный мониторинг охраны окружающей среды.³⁷

Чтобы полученные результаты моментально вошли в массовое сознания, 5 июня объявили Всемирным днём окружающей среды.

Выводы.

PR-технологии бывают стратегическими и тактическими, а также внутренние и внешние. Это коммуникационные технологии, и их разделение несёт некий относительный характер, потому что подразделение должно быть, как правило, по виду деятельности.

PR – это широкая область деятельности, а PR-технологии применяются в обширном поле задач, поэтому имеет место быть сложность в определении точных понятий. Каждой сфере деятельности, где применяются PR-технологии, присущи конкретные способы действий, которые можно назвать технологиями.

PR-технологии в сфере экологии применяются в качестве популяризации экологического мышления, идей, а также для продвижения товаров и услуг.

Внешние PR-технологии работают с внешней целевой аудиторией. Они используются в случае продвижения товаров, создания положительного имиджа. Внутренние PR-технологии используются для создания благоприятной атмосферы внутри организации.

³⁶Второв П. П. Об охране природы в Швеции // Природа. 1977. № 7. С. 80-89.

³⁷ Экологический PR как инструмент устойчивого развития. Алимов А.А. Глобализация. Устойчивое развитие. Экологическая безопасность., с 27.

Внешние PR-технологии в сфере экологии работают с населением, то есть с крупными и мелкими группами людей, в то время как внутренние имеют цель работы с коллективами предприятий.

PR-технологии охватывают технологии работы со СМИ, технологии менеджмента, рекламы, экономики, политологии и социологии.

В роли PR-технологий выступают:

- 1) Устные сообщения.
- 2) Паблицити.
- 3) Составление репортажей, пресс-релизов, буклетов.
- 4) Написание рекламных или информационных статей.
- 5) Издательская работа.
- 6) Мероприятия по представлению организации.
- 7) Распространение печатных материалов.
- 8) Имиджевая реклама
- 9) Аналитические и консалтинговые технологии.

Устные сообщения – это пресс конференции, планирование важных мест выступления, спичрайтинг (написание речей).

PR-технологии в роли паблицити представляют из себя контакты с прессой, ТВ, радио, издателями, для последующей публикации материалов организации.

Мероприятия по представлению организации, её товаров или услуг, это выставки, дни открытых дверей, и прочие мероприятия, способны вызвать интерес у аудитории.

Указанные PR-технологии очень важны в экологической сфере. Спектр их применения широк и актуален в силу нерешенности экологических проблем и острой необходимости в привлечении всеобщего внимания к оным. PR-технологии уже сейчас формируют экологическое сознание в самых разных странах. Это необходимый этап в решении проблем окружающей среды.

Глава 2. Практическое исследование специфики использования PR-технологий в экологической сфере на примере Шведского агентства по охране окружающей среды.

2.1 Краткая характеристика шведского агентства по охране окружающей среды.

В Швеции существует специальный орган государственной власти, который является ответственным за осуществления контроля по охране окружающей среды – Шведское агентство по охране окружающей среды. Это агентство было основано в 1967 году и является подотчётным перед Шведским министерством окружающей среды.³⁸

Шведское агентство по охране окружающей среды – это центральное государственное ведомство. В задачи агентства входит координация и содействие природоохранной деятельности на государственном и международном уровне. Агентство имеет более пятисот штатных сотрудников, среди которых представители самых разных профессий – биологи, юристы, специалисты по связям с общественностью, экономисты и прочие.

Помощь другим странам в охране окружающей среды входит в компетенции этого агентства. Для этого разрабатываются специальные проекты по международной природоохранной деятельности, которые финансируются СИДА – Шведским управлением международного развития и сотрудничества.

Можно выделить 9 направлений, по которым работает агентство в Швеции:

- 1) Уменьшение климатических изменений
- 2) Сохранение чистого воздуха
- 3) Только натуральное окисление
- 4) Не токсичная окружающая среда

³⁸<https://sweden.ru>

- 5) Защита озонового слоя
- 6) Сохранение радиационной безопасности
- 7) Нулевая эвтрофикация
- 8) Защита озёр и рек
- 9) Сохранение различных сельскохозяйственных ландшафтов

И ещё 8 направлений, по которым агентство работает за пределами родной страны:

- 1) Грунтовые воды хорошего качества
- 2) Сбалансированная морская окружающая среда
- 3) Процветающие водно-болотные угодья
- 4) Устойчивые леса
- 5) Сохранение различных сельскохозяйственных ландшафтов
- 6) Обширные горные ландшафты
- 7) Хорошая антропогенная среда
- 8) Разнообразие растительной и животной жизни

Спустя 30 лет после окончания первой Всемирной конференции ООН по охране окружающей среды в 1973 году правительство Швеции до сих пор очень трепетно относится к этим вопросам. Это является причиной, почему Шведское агентство по охране окружающей среды занимается координацией и разработкой государственной и межгосударственной экологической политики. Участие в международном диалоге по охране природы и реализации шведских идей и экологической политики в общемировом масштабе – приоритетная задача агентства.³⁹

Участие агентства в глобальном развитии осуществляется через проекты, которые финансируются из государственного бюджета Швеции, а также другими странами. Эти проекты осуществляются уже на протяжении около тридцати лет, и начиная с 1988 СИДА – Шведское управление международного развития и сотрудничества – оказывает им всяческую поддержку, тем самым расширяя охват стран, в которых реализуется шведская политики в области

³⁹<https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/620-8171-3.pdf?pid=3920>

окружающей среды. Эта политика касается использования природных ресурсов без снижения биологического разнообразия, борьбы с парниковым эффектом и производства и потребления вещей.

Будучи государственным учреждением, Шведское агентство по охране окружающей среды сейчас самостоятельно работает за пределами Швеции. В эту работу активно вовлекаются университеты, местные экологические организации, муниципальные власти, все заинтересованные лица.⁴⁰

Шведское агентство по охране окружающей среды занимается популяризацией и распространением знаний об экологических нормах, как достичь того, чтобы загрязнитель был тем единственным, кто действительно платит, и как определять, какие локации природы больше нуждаются в охране. Стоит отметить, что в задачи агентства не входит строительство станций, например, по очистке сточных вод, или сооружение мусоросжигательных заводов. Такие проекты осуществляются уже в рамках иных шведских программ. Шведское агентство по охране окружающей среды занимается больше гуманитарной миссией: пропагандирует и популяризует идеи уменьшения уровня различных загрязнений, повышает квалификацию работников защиты природы, показывают, как можно совместить сохранение биоразнообразия и одновременно развить туристическую индустрию. Чтобы экологическая политика распространилась на большее количество стран, работники агентства показывают, как надо разграничивать обязанности и распределять финансирования для достижения максимального результата.⁴¹

Представители агентства считают, что любая встреча с партнёрами в других странах – это прибавка к опыту и знаниям, поэтому тут так важна работа PR-технологов, создающих благоприятную почву для решения общих проблем.

Экологические проекты Шведского Агентства по охране окружающей среды направлены на то, чтобы внедрить комплексный подход к экологической

⁴⁰<https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/620-8171-3.pdf?pid=3920>

⁴¹<https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/620-8171-3.pdf?pid=3922>

политике с помощью содействия в создании эффективных органов охраны природы в других странах. Страны-участники проектов высказывают пожелания, какие проекты будут иметь приоритетное значение, так как имеют работающую экологическую политику, и в таком случае роль агентства предложить наиболее оптимальные решения и обучить методам применения. Шведское Агентство предпочитает разрабатывать программы, которые будут длиться несколько лет, для того, чтобы создать долгосрочные связи с партнёрами, поэтому часть проектов идут параллельно друг другу. Больше всего проектов агентства, направленных на улучшение окружающей среды, было осуществлено в Польше, Эстонии, Латвии и Литве. Стоит отметить, что эти страны либо граничат, либо находятся в непосредственной близости от Швеции.

Шведское агентство по охране окружающей среды имеет планы развития сотрудничества с Российской Федерацией, Беларусью и Украиной. Приоритет получают проекты, призванные внедрить решения международных конвенций в области защиты природы. Агентство учитывает проекты, проведённые в родном регионе, добивается единого подхода в их реализации в других странах, но также и поощряют новые предложения.

Шведское агентство по охране окружающей среды активно занимается международной кооперацией. Среди основных направлений можно выделить:

- 1) Развитие сотрудничества и общей ответственности между административными органами власти.
- 2) Развитие экологического сознания и образования, распространение экологической информации.
- 3) Совместный контроль за бассейнами рек и управление водными ресурсами между соседними странами.
- 4) Инвентаризация ключевых мест обитания животных и распространение информации об этом.
- 5) Решение конфликта интересов между сохранением биоразнообразия и развитием туризма.

б) Обеспечение соблюдения правил экологического законодательства путём подготовки инспекторов и разработки систем мониторинга и отчётности о состоянии окружающей среды.

7) Контроль за использованием принципа «наилучшей имеющейся технологии» (BAT).

Швеция выделяет на реализацию этих направлений колоссальные суммы: общий бюджет составляет чуть более 0.8% от ВВП страны. Однако, стоит отметить, что международную деятельность агентства финансируют ещё и различные проекты Евросоюза. Например, программы Шведского агентства по охране окружающей среды по созданию потенциала органов охраны природы в других странах составляют 2.5 млн. евро, и каждый из проектов проходит предварительный анализ гарантии качества.⁴²

Также, для выяснения сильных и слабых сторон организации, был проведен SWOT-анализ.

Сильные стороны:

- Всемирно известная организация, имеющая репутацию в области популяризации заботы о природе.
- Влияние на государственные инициативы в области окружающей среды.

Возможности:

- Возможная финансовая выгода для шведского народа от экологических инициатив.
- Возможное расширение влияния на другие страны Европы.

Угрозы:

- Непредсказуемая политика в других странах.
- Непредвиденные природные явления.

Слабые стороны:

- Некоторые необходимые ивенты могут шокировать аудиторию.

⁴²<https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/620-8171-3.pdf?pid=3920>

- Большинство проводимых мероприятий не приносят финансовой прибыли.
- Зависимость от государственных дотаций.

2.2 PR-технологии Шведского агентства по охране окружающей среды.

Благодаря PR-технологиям, применённым шведским правительством, в так же иным мероприятиям, несущим уже вполне материальный характер, жизнь в Швеции идёт, как говорят шведы, под знаком «Эко».

Опрос, проведённый среди населения Швеции, показал, что практически 1/3 всех шведов считают вопросы загрязнения природы одним из самых важных для них. Для того, чтобы осознать смысл этой цифры, можно сравнить эти данные с данными такого же опроса среди жителей Европейского союза. Вопросами загрязнения окружающей среды заинтересовано лишь 7% граждан ЕС.

Интересно, что за время работы Шведского агентства по охране окружающей среды, среди шведов стало модно не приобретать лишних вещей, для того, чтобы не создавать спрос некоторые товары, не являющиеся «экологичными». Среди шведов стало популярно покупать мебель, одежду или технику, которая уже была в употреблении. В этом есть определённая логика: подобный подход не создаёт дополнительный спрос на конкретные «вредные» группы товаров, тем самым предотвращается перепроизводство. Перепроизводство же и последующий постоянный рост потребления – это та проблема, которая вызывает опасения правительств многих стран, ведь промышленное производство является причиной перерасхода энергии, а это дополнительное загрязнение окружающей среды.

В результате грамотной экологической политики, почти все промышленные предприятия в Швеции всё время внедряют новые и новые технологии по снижению потребления энергии, одновременно сохраняя или даже повышая эффективность производства. Тут интересно применение консалтинговых и аналитических PR-технологий. В Швеции 290 муниципалитетов, и в каждом имеется советник по вопросам энергетики, на

которого люди могут положиться и которому могут доверять. Граждане обращаются к консультантам за помощью и руководством. Обученные консультанты предоставляются по вопросу даже по использованию осветительных приборов для понижения потребления энергии населением.

Каждый житель Земли производит несколько тонн бытового мусора за год. Довольно легко представить, что станет с нашей планетой, если не предпринимать никаких мер. В Швеции меры были приняты. С помощью масштабной кампании жителям Швеции объяснили, как и зачем сортировать мусор, а также создали все условия для того, чтобы люди делали это без проблем: установили в каждом доме специальные контейнеры с наклейками. Потребовалось некоторое время, чтобы средства массовой информации убедили людей в необходимости сортировки мусора. Были применены такие технологии, как устные сообщения, подготовка речей для влиятельных людей, издательская работа, написание информационных статей. Был придуман интересный слоган: «Хочешь спасти планету – убери мусор», который подхватили все жители Швеции. Как итог – почти 100% мусора перерабатывается, а затем используется повторно. Этот феномен окрестили в СМИ «шведской революцией ресайклинга». Ни одна страна мира ещё не смогла добиться такого практически безотходного производства: лишь 0,7% домашних отходов утилизируется с помощью захоронений на мусорных полигонах, в то время как по Европейскому Союзу эта цифра составляет 34%.

PR-технологом было трудно закрепить важность сортировки мусора, однако со временем в каждой шведской семье появилось несколько контейнеров со специальными наклейками. Один – для стекла, другой – для картона, третий – для металла, четвёртый – для пластика, пятый – для бумаги. Особый контейнер для пищевого мусора. Люди распределяют отходы, а затем везут их на специальную станцию сбора мусора. По началу людей не понимали, зачем это, не верили в эту идею и в пользу данного закона, однако сейчас значимость сортировки мусора настолько закрепились в сознании жителей Швеции, что они делают это машинально.

В результате грамотной издательской работы, распространения видеоматериалов через СМИ, составления репортажей, было сформировано экологическое сознание шведов. Даже официальный сайт Швеции в России опубликовал статью о том, что шведы «помешаны на экологии», а сортировка мусора – «всего лишь вершина айсберга»⁴³.

Действительно, с того времени, как начало работу Шведское агентство по охране окружающей среды, занимающееся популяризацией экологических идей, шведы приобрели многие привычки, которые зачастую жителям других стран кажутся странными. Например, чтобы не покупать вредные для окружающей среды пластиковые пакеты, жители Швеции берут с собой в супермаркет рюкзаки или бумажные пакеты. Шведы покупают бывшую в употреблении мебель, так как считают, что «консюмеризм» (потребительство) губит окружающую среду. Шведы привыкли дотошно изучать каждую упаковку, чтобы узнать, нет ли вредных для природы примесей.

Тут важно отметить, как аккуратно должны работать PR-отделы предприятий в Швеции. Если в новостях появится хоть малейшая информация о том, что какая-либо фирма загрязняет окружающую среду, воздух, воду, или – что самое ужасное – жестоко обращается с животными – то её продукция сразу же перестанет пользоваться спросом.

Шведы начали заботиться о природе также в результате работы интересной PR-технологии: жителям страны привили гордость за имидж Швеции как пионера в области экологии на международной арене. Подобный имидж Швеция заслужила ещё в прошлом веке. Шведы были горды, что именно в их стране проходила первая конференция ООН, которая была посвящена вопросам охраны природы, а результатом конференции стало создание специального органа ООН по окружающей среде – ЮНЕП, которые сейчас является ведущим международным органом по охране природы. Стоит отметить, что одним из первых государств, подписавших, а затем и ратифицировавших Киотский протокол, была Швеция.

⁴³<https://sweden.ru/ljudi/ekologiya-kak-norma-zhizni/>

В Швеции набирают популярность шерниговые сервисы. Они созданы для того, чтобы люди совместно пользовались чем-либо, будь то жилье, автомобиль, и, конечно же, так теперь любимые шведами велосипеды. В Швеции был запущен хэштег «#sharewear», для того, чтобы обмениваться одеждой. Люди просто фотографировали вещи, которые хотели отдать. PR-специалистами были придуманы даже специальные коллекции, вещи из которых были бесплатными при условии дальнейшей их передачи.

В Шведском агентстве по охране окружающей среды понимают, что природа не имеет границ, и нет смысла беречь и охранять природу только на своей родной земле. Поэтому PR-специалисты агентства ведут активную пропагандистскую деятельность в других странах. Например, одна из важнейших международных проблем, касающихся Швеции – это проблема загрязнения Балтийского моря. За неё несут ответственность большое количество стран. Бассейн этого моря населяют приблизительно 80 миллионов человек. Учёные предупреждают об экологической катастрофе, так как проблемы загрязнения моря внушают серьёзные опасения⁴⁴.

Примером популяризации шведских экологических идей являются разделы сайта Sweden.ru, посвященные экологии.

Статья «Экология как норма жизни» убеждает читателя в том, что трепетная забота об окружающей среде – одно из ключевых условий процветания общества и хорошего благосостояния. В статье приводятся факты о кол-ве переработанного мусора, о дотошности народа в заботе о природе. Статья снабжена иллюстрированным материалом, на котором изображены

⁴⁴<https://sweden.se/wp-content/uploads/2013/10/Environment-Russian-low-resolution.pdf>

счастливые улыбающиеся люди, красивые дома и гармония с природой ⁴⁵.

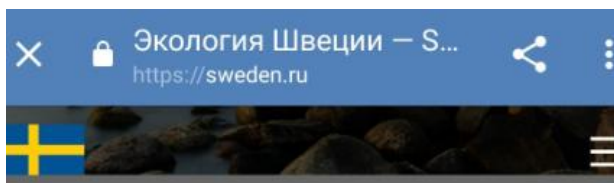


Фото: Джастин Браун / imagebank.sweden.se

ЭКОЛОГИЯ КАК НОРМА ЖИЗНИ

Швеция не только воплощает в реальность самые невероятные идеи для поддержания экологии и охраны окружающей среды, но и пытается привлечь внимание к этим проблемам в других странах.



ИННОВАЦИИ (9)

МАЛЬМЕ (7)

ПРИРОДА (12)

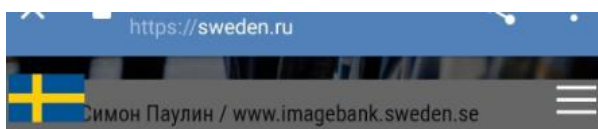
ЭКОЛОГИЯ (6)

Жизнь под знаком «Эко»

В статье «Экологическая мода по-шведски» PR-технологи убеждают читателя, что забота о природе может быть модной. Текст повествует о том, как можно помочь природе, уйдя от безмерного потребления, и стать одновременно модным. Помимо этого, в тексте прослеживаются отрывки о том, почему Швеция впереди всей планеты во многих вопросах – начиная модой, заканчивая рассказом о качестве образования. ⁴⁶

⁴⁵<https://sweden.ru/ljudi/ekologiya-kak-norma-zhizni/>

⁴⁶<https://sweden.ru/kultura-i-tradicii/ekologichnaya-moda-po-shvedski/>



ЭКОЛОГИЧНАЯ МОДА ПО- ШВЕДСКИ

Как и любой другой бизнес, фэшн-индустрия не вправе игнорировать вызовы, связанные с изменением климата и окружающей среды. В Швеции модные бренды активно инвестируют в научные исследования о том, как добиться экологически безопасного и социально ответственного производства.



Следующая статья, посвященная экологии, называется «Жить без нефти: энергетика Швеции». Тут прослеживается двойной смысл названия, основанный на игре слов – энергетика как отрасль и энергетика как особый дух и задор шведской нации в заботе об окружающей среде. Статья повествует об истории становления альтернативной энергетики Швеции, как страна достигла высот в этом деле, практически не имея запасов ископаемого топлива, и о планах на будущее. Параллельно авторы статьи убеждают людей о том, что жизнь в стране, в которой люди заботятся о природе, прекрасна. Это подтверждают абзацы, посвященные грамотной урбанистике и кооперации властей и народа⁴⁷.

⁴⁷<https://sweden.ru/ljudi/kak-prozhit-bez-nefti/>



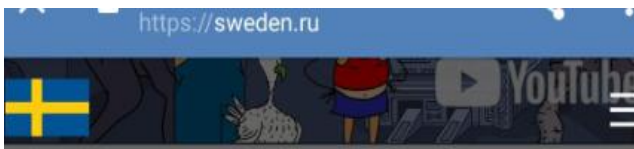
Фото: Пер Пиксель Петерсон/imagebank.sweden.se

ЖИТЬ БЕЗ НЕФТИ: ЭНЕРГЕТИКА ШВЕЦИИ

В недалеком будущем Швеция собирается перейти целиком на энергию воды, солнца и ветра. О том, как устроена энергетика Швеции в рамках совместного

Также на сайте есть страница «Швед природу не обидит». Этот развлекательный и познавательный контент, предназначенный для широкой аудитории – от детей до взрослых, представляет из себя мультфильм, рассказывающий об экологических проблемах и прогрессивных взглядах шведского народа. Это один из наглядных примеров грамотной работы PR-технологий.⁴⁸

⁴⁸<https://sweden.ru/kultura-i-tradicii/masyanya-v-shvecii-epizod-5/>



ШВЕД ПРИРОДУ НЕ ОБИДИТ

В последней серии приключений Масяни в Швеции, Масяня разбирается со шведским «пунктиком» насчет экологии и пробует очень специфическое шведское блюдо.

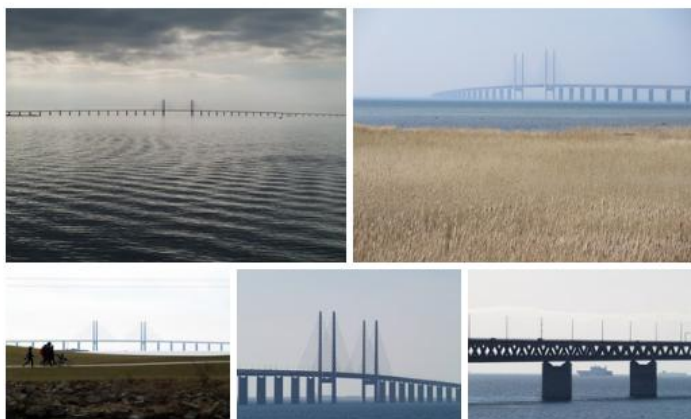


Также пропаганда экологических идей идёт через официальные группы в социальных сетях:



Эресуннский мост соединяет Мальмё с Копенгагеном. Идея о его постройке вызвала в свое время сильное сопротивление, особенно со стороны партии экологов, которые считали проект опасным для окружающей среды. Тогдашний министр экологии даже подал в отставку в знак протеста.

Однако сейчас, спустя почти уже двадцать лет, стало ясно, что мост не только безвреден, но и полезен как для людей (в Мальмё не хватало работы, а в Копенгагене - дешевого жилья), так и для природы: опоры моста стали искусственными рифами, где поселилось огромное количество моллюсков, которые очищают воду и служат пищей для трески...



В данном посте в группе во «ВКонтакте» рассказывается, как общество и государство остро реагируют на проблемы окружающей среды, о том, как потенциальную угрозу природе превратили в пользу. Идея соединить берега пролива Эресунн существовала ещё с 1950-х, но на масштабную стройку денег не было. Пока вредное для природы движение паромов по проливу не достигло таких пределов, что еще немного — и стало бы невозможно осуществлять навигацию между Балтикой и Северным морем. В итоге средства нашлись (по нынешним меркам — 2,5 миллиарда евро), и мост, протяженностью почти 8 километров, торжественно открыли летом 1999-го монархи обеих стран. На самом деле, Эресуннский мост не доходит до берегов Дании: конструкция заканчивается на искусственном острове Пеберхольм, где буквально ныряет в море. Причиной возникновения тоннеля послужил редкий вид моллюсков, обитающих у берегов Дании. Чтобы им не повредить, мост пришлось опустить под воду.

В этой статье полностью отражено, как забота о природе может стать причиной возникновения памятников инженерного искусства, привлекающей туристов и квалифицированных специалистов со всего мира.

2.3 Рекомендации для привлечения дополнительных PR-технологий.

Для привлечения дополнительных PR-технологий в двадцать первом веке следует сосредоточить основные усилия на каналах коммуникаций, находящихся в сети Интернет. Это в первую очередь социальные сети, интернет-порталы и видеохостинги. Сейчас большинство людей пользуется интернет-сервисами. Например, число пользователей Facebook достигло 2 млрд человек. Об этом заявил основатель социальной сети Марк Цукерберг.⁴⁹

Однако для максимального охвата потенциальной аудитории необходимо не только вести аккаунты во всех возможных социальных сетях, но и генерировать качественный контент, который способен изменить мнение людей.

⁴⁹https://www.rbc.ru/technology_and_media/27/06/2017/5952994e9a7947329cd8627b

На данный момент Шведское агентство по охране окружающей среде при SMM-работе опирается на аккаунты других правительственных ведомств, или сотрудничает с администраторами крупных интернет-сайтов. Примером может служить шведское государственное ведомство «Шведский Институт», через аккаунты которого публикуются различные экологические статьи. Собственные же аккаунты несут больше официальный характер.

Для более успешного продвижения экологических идей, особенно в соседних странах, необходимо иметь специальные аккаунты, создающие образовательный и развлекательный контент. Аккаунты следует создать в самых популярных мировых и региональных социальных сетях: Facebook, Twitter, Vk.com.

Всё это необходимо выполнить в целях обеспечения взаимодействия со средствами массовой информации. Возможности Интернета позволяют настроить и использовать рассылку пресс-релизов, создавать разделы для прессы на веб-сайте, писать заказные статьи.

В числе рекомендаций нужно отметить, что необходимо использовать следующие PR-технологии:

- 1) Воздействие на аудиторию посредством публикации материалов и новостей в интернет-СМИ, сетевых обозревателях, сайтах информационных агентств и СМИ, специализированных и тематических серверах.
- 2) Осуществление контакта с представителями СМИ с помощью сети Интернет.
- 3) Работа с аудиторией в онлайн-конференциях, дискуссионных листах, рассылках.
- 4) Проведение в сети событий, акций, конкурсов.

При создании поста в социальной сети или на сайте, следует учитывать, что он должен быть несколько короче, чем для традиционных СМИ, так как большинство читателей будут читать пост с экрана монитора или других гаджетов. Если суть новости предполагает более детальное описание, лучше

выложить подробности на специальной странице своего сайта и сообщить ее адрес в конце пресс-релиза. На этой же странице можно разместить и все сопутствующие публикации материалы, например, фотографии. Правильным будет завести на сайте специальный раздел "для прессы", где будут находиться все пресс-релизы, речи, заявления для прессы и т.д. Структурировать их в этом разделе можно как по тематике, так и по хронологии появления.

Очень продуктивной может оказаться идея создания экологических подкастов. Подкастинг – это процесс создания и распространения звуковых или видео-передач в Интернете. Преимущество этой технологии заключается в том, что это один из немногих способов обратиться именно к своей целевой аудитории. Речь идет даже не о размещении собственного подкаста, а использования в этих целях уже существующих популярных проектов, посвященных близкой тематике. Целевая аудитория подкастинга — пользователи персональных компьютеров, вероятно при этом имеющие портативные звуковые проигрыватели. Для удобного слушания подкастов создано программное обеспечение, регулярно запрашивающее веб сайт на предмет появления новых звукозаписей, которые потом загружаются на компьютер пользователя, а затем, возможно — в портативный проигрыватель. Подкаст-терминал — это вебсайт, поддерживающий хостинг звуковых файлов и автоматизирующий помещение записей и подписку на обновления. Подкастом называется либо отдельный звуковой файл, либо регулярно обновляемая серия таких файлов, публикуемых по одному адресу в интернете.

Самой инновационной PR-технологией может стать создание приложений для смартфонов. Такое приложение может быть «клоном» официального сайта организации или страницы в социальной сети, или иметь собственный оригинальный контент. Преимуществом приложения может служить система push-уведомлений. Каждый новый пост об экологии от Шведского агентства по охране окружающей среды в их собственном приложении будет появляться в системе уведомлений смартфона, и пользователь легко заметит их, и может даже прочитать, не закрывая другого

запущенного приложения. Также приложение для смартфона может нести энциклопедический или образовательный характер – рассказывать о том, как сортировать мусор, как беречь природу, быть гидом в мире правил по соблюдению чистоты окружающей среды.

Стоит отметить, что подобная PR-технология уже существуют на рынке. Например, приложение «Берегите Лес».



Это приложение находится в специальном разделе приложений, посвящённому охране окружающей среды в магазине приложений GooglePlay.

Среди интересных PR-технологий стоит использовать уже существующую медиа-инфраструктуру в лице популярных блоггеров видеохостинга YouTube. Помимо раскрутки собственного канала, подобные мероприятия могут быть совместными проектами с популярными блоггерами, которые служат авторитетами для широких групп населения. Помимо всего

прочего, сеть Интернет позволяет проводить онлайн-ивенты, такие как познавательные лекции, или так называемые «стримы» (англ. «stream» –поток) для сбора средств на экологические нужды или проекты.

Выводы по второй главе.

Шведское агентство по охране окружающей среды применяет передовые PR-технологии для популяризации именно шведских идей охраны окружающей среды. В Швеции государство очень строго чтит право людей на интернет, которое уже закреплено в ООН. Поэтому большинство коммуникаций проходит через сеть Интернет.

PR-технологи Шведского агентства по охране окружающей среды активно работают со СМИ, используют технологии менеджмента, рекламы, экономики, политологии и социологи, используя:

- 1) Устные сообщения, пресс конференции, планирование важных мест выступления, написание речей.
- 2) Паблицити, контакты с прессой, ТВ, издателями.
- 3) Составление репортажей, пресс-релизов, буклетов.
- 4) Написание рекламных или информационных статей на сайтах.
- 5) Издательскую работу.
- 6) Мероприятия по представлению организации.
- 7) Распространение печатных материалов.
- 8) Аналитические и консалтинговые технологии.

Еще в 1960-х годах здесь осознали необходимость борьбы со стремительным истощением природных ресурсов и выступили с инициативой проведения первой конференции ООН по проблемам окружающей среды, которая состоялась в Стокгольме в 1972 году. С тех самых пор Швеция продолжает активно применять PR-технологии в области вопросов охраны окружающей среды как внутри страны, так и на международном уровне.

В двадцать первом веке основной площадкой для применения PR-технологий становится сеть Интернет. Поэтому следующие способы убеждения

аудитории и формирования экологического сознания должны быть обязательными и стать нормой:

- 1) Работа в социальных сетях.
- 2) Создание интернет-сайта
- 3) Работа с блоггерами видеохостинга YouTube.
- 4) Создание специализированных приложений.
- 5) Проведение онлайн-мероприятий в прямом эфире через Twitchили YouTube.

Заключение.

Популяризация экологических идей – это ключ к решению большинства экологических проблем. Именно средствами PR-технологий можно добиться формирования экологического сознания широких групп населения, выделения колоссальных средств для конструирования энергетики будущего, безвредной для окружающей среды, отмены опасных для природы инженерных проектов, и много другого. PR-технологии в сфере экологии имеют конечную цель улучшения жизни общества. С развитием Интернета у PR-технологов в сфере экологии появляется все больше технологий и методов влияния на общественность. Работая в сфере экологии, PR-специалист должен учитывать специфические законы принципы, знание которых позволит управлять компанией или проектом с максимальной результативностью. Правильно спланированная и реализованная PR-технология может принести пользу, сравнимую по отдаче масштабной рекламной кампанией. При этом, как правило, проведение таких акций требует на порядок меньше средств.

PR-технологии в сфере экологии способны решать не только проблемы охраны природы, но так же социальные, экономические и политические проблемы общества. Улучшение существующей инфраструктуры и постройка новой в «зелёном» ключе способно не только сохранить окружающую среду, но и качественно улучшить жизнь всех людей.

В ходе работы произведён анализ и исследование объекта и предмета проекта. Достигнута цель исследования – изучена специфика использования и возможности PR-технологий в экологической сфере на примере Шведского агентства по охране окружающей среды, а также разработаны рекомендации по привлечению дополнительных PR-технологий.

Предложены новые PR-технологии по привлечению молодой аудитории, которая целиком полагается на использование сети Интернет. Это поможет

распространить идеи по охране природы среди новых поколений, от которых напрямую зависит дальнейшее развитие человечества.

Список используемой литературы.

1. Кривоносов, А.Д., Основы теории связей с общественностью/А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина. □ СПб: Питер, 2010. — 384 с.
2. Марков, А.А. Теория и практика связей с общественностью: учеб. Пособие [Текст]/ А.А. Марков. – СПб.: СПбГИЭУ, 2011. – 163 с.
3. Денисон Д., Тоби Л. Паблик Рилешинз и реклама // Учебник для ВУЗов. – М.: Фильнь, 2003. – 23 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 196
5. Гавра Д.П. Социально-коммуникативные технологии: сегодня и завтра // PR диалог. 2003. № 2-3 (март —июнь).
6. Багиев, Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд. / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб.: Питер, 2007. – 113с.
7. Головлева, Е.Л. Основы рекламы / Е.Л. Головлева. – М.: ОАО «Московские учебники», 2006. – 271 с.
8. Голова А.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации //Маркетинг в России и за рубежом. -2006. - №10. - С. 37-46.
9. Коханова, Л. А. Экологическая журналистика, PR и реклама [Текст]/ Л. А. Коханова - М.: Изд-во Юнити, 2007. – 383с.
10. ЭкоPR, сборник докладов, Роль PR-средств в формировании экологического сознания в условиях сложившегося кризиса, Воробьева О., Ночевина Ю. с.43
11. ЭкоPR, сборник докладов, Структура Массового экологического сознания. Использование PR-средств для формирования массового экологического сознания. Гридина С., с.45.

12. <http://www.green-cross.ru/about>
13. <http://www.bellona.ru/subjects/>
14. <http://www.runature.ru/about-history>
15. <http://www.seu.ru/about>
16. МСОП - Всемирный союз охраны Природы Русский перевод: А.В.-А. Крейцберг, Е.А. Быкова (INTAS-99 № 1483) 2001
17. <http://www.ecopolicy.ru/main>
18. <http://greenparty.ru/istoriya>
19. Второв П. П. Об охране природы в Швеции // Природа. 1977. № 7. С. 80-89.
20. Экологический PR как инструмент устойчивого развития. Алимов А.А. Глобализация. Устойчивое развитие. Экологическая безопасность., с 27.
21. <https://sweden.ru>
22. <https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/620-8171-3.pdf?pid=3920>
23. <https://sweden.se/wp-content/uploads/2013/10/Environment-Russian-low-resolution.pdf>
24. https://www.rbc.ru/technology_and_media/27/06/2017/5952994e9a7947329cd8627b
- 25.
26. Дроздов В.В., Общая Экология. Учебное пособие. СПб – РГГМУ, 2011, с 6.
27. Экологическая энциклопедия: В 6 т. / Глав. ред. В.И. Данилов-Данильян. — М.: ООО «Издательство „Энциклопедия“», 2010. — Т. 2. Г-И. — 448 с.ф
28. Лосев К. С. Вода / Рец.: д-р геогр. наук А. А. Соколов. — Л.: Гидрометеиздат, 1989. — 272 с
29. <http://tass.ru/infographics/7061>
30. http://www.iea.org/publications/freepublications/publication/WEIO_2014_ES_English.pdf

31. [https://www.popmech.ru/technologies/13674-morskie-giganty-
vetroenergetika-s-razmakhom/](https://www.popmech.ru/technologies/13674-morskie-giganty-
vetroenergetika-s-razmakhom/)
32. [https://www.popmech.ru/technologies/44821-termoyadernyy-reaktor-
nagreet-plazmu-do-150-millionov-gradusov-i-izmenit-budushchee/](https://www.popmech.ru/technologies/44821-termoyadernyy-reaktor-
nagreet-plazmu-do-150-millionov-gradusov-i-izmenit-budushchee/)
33. <https://www.vesti.ru/doc.html?id=2946313>
34. [http://www.grandars.ru/shkola/bezopasnost-
zhiznedeyatelnosti/zagryaznenie-okruzhayushchey-sredy.html](http://www.grandars.ru/shkola/bezopasnost-
zhiznedeyatelnosti/zagryaznenie-okruzhayushchey-sredy.html)
35. Термины и определения по охране окружающей среды, природопользованию и экологической безопасности. Словарь, 2010\
36. <http://www.brightstarstemeculavalley.org/>
37. <http://economics.ihbt.ifmo.ru/file/article/6997.pdf>
38. <http://ru-ecology.info/term/25321/>
39. [https://siliconflatirons.org/documents/conferences/2013-11-
14%20Spectrum/2013SpectrumConferenceReport.pdf](https://siliconflatirons.org/documents/conferences/2013-11-
14%20Spectrum/2013SpectrumConferenceReport.pdf)
40. Ионизирующие излучения и их измерения. Термины и понятия. М.: Стандартиформ, 2006.
41. «ГОСТ 30772-2001 "Ресурсосбережение. Обращение с отходами. Термины и определения"»
42. EdwART. Словарь экологических терминов и определений, 2010
43. [https://www.popmech.ru/science/400862-samye-strashnye-predskazaniya-
ob-izmenenii-klimata-okazalis-samymi-vernymi/](https://www.popmech.ru/science/400862-samye-strashnye-predskazaniya-
ob-izmenenii-klimata-okazalis-samymi-vernymi/)

