

## Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

### Экологическая PR-кампания в условиях города: стратегии проведения и показатели эффективности

*Скворцова Инна Александровна*

*Студент*

*Северо-Кавказский федеральный университет, Филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Ставрополь, Россия*

*E-mail: skvortsovain@gmail.com*

Решение проблемы защиты водных ресурсов в настоящее время состоит в основном в предупреждении загрязнения их сточными водами. Зачастую проблемой регионов является малое, а иной раз и полное отсутствие информированности населения о проблеме загрязнения вод. Ставропольский край не исключение. Информации о защите окружающей среды достаточно мало, а классифицируя ее по различным основаниям, получается и того меньше. А ведь экологические проблемы должны являться наиболее приоритетными, ведь от того, что случится завтра с водными ресурсами, зависит будущее человечества.

Проведя аудит экологической обстановки в Ставропольском крае, связанной с загрязнением водных ресурсов, нами был разработан проект с условным названием «КУБ ЖИЗНИ», цель которого – информирование людей о проблеме загрязнения водных ресурсов и привлечение властей к ее решению.

На первом этапе нами были сформулированы задачи проекта:

1. Информирование о проекте в социальных сетях и блогах;
2. Размещение наружной рекламы «Готов увидеть что будет завтра?»;
3. Проведение акции «Воды не желаете?»;
4. Организация и проведение флешмоба «Ты следующий!»;
5. Проведение конкурса среди школьников на лучший экологический плакат «Что бы я сделал для защиты водоемов от загрязнений?»;
6. Проведение конкурса на лучшее эссе среди студентов на тему: «Ты то, что ты пьешь»;
7. Реализация акции «КУБ ЖИЗНИ».

Данные задачи были сформулированы в соответствии с целевой аудиторией, на которую будет направлен проект: люди в возрасте от 15 до 25 лет, живущие в Ставропольском крае. Особый акцент в разработке акций делался на молодежь – возрастную группу «15-25», так как именно для этого сегмента характерна большая степень восприимчивости. Именно для этой группы были запланированы флешмоб, конкурс плакатов, конкурс эссе, Акция «Воды не желаете?», Акция «КУБ ЖИЗНИ». Исходя из особенностей каждой возрастной группы нами были разработаны специализированные акции, которые продвигают ключевое послание проекта – «Ты то, что ты пьешь».

В ходе подготовительного этапа нами было значительное внимание уделено определению дат проекта. Проведение проекта рассчитано на 1 месяц с 1 по 31 марта. Данные сроки выбраны из расчета того, что, 14 марта – Международный день рек, а 22 марта – Всемирный день водных ресурсов. Это позволит приурочить некоторые акции проекта к данным праздникам, тем самым популяризирует их.

Также для реализации проектов были запланировано сотрудничество с заинтересованными лицами: с Администрацией города Ставрополя, Министерством природных ресурсов и охраны окружающей среды Ставропольского края, Комитетом Ставропольского края по делам молодежи, администрациями вузов и школ города, Ставропольским зоопарком.

Проанализировав подходы исследователей к оценке эффективности PR-кампании, были выработаны показатели результативности:

- количество публикаций в прессе и интернет-СМИ;
- количество видеосюжетов на городских и краевых телеканалах;
- количество участников мероприятий;
- отзывы участников, в том числе в социальных сетях (посредством анкетирования);
- фотографии мероприятий;
- количество волонтеров, начавших активную работу в проекте.

Цикл информационных видеороликов, социальной рекламы и других мероприятий окажут положительное влияние на формирование у молодежи и жителей города Ставрополя правильного отношения к защите окружающей среды и привлекут внимание городской администрации, краевых властей, а также бизнес структур к данной проблеме.