

## Экологический PR: инструменты и основные понятия

Научный руководитель – Бушев Станислав Александрович

*Костенко Полина Сергеевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: 963569@bk.ru*

Экологическая проблема является важнейшей из глобальных проблем. Усугубление разрушения атмосферы и биосферы, неконтролируемое использование природных ресурсов может повлечь за собой гибель всего человечества. К сожалению, не все люди осознают последствия их неосознанного отношения к природе, не знают о вреде собственных действий и о средствах защиты окружающей среды. Задача экологического пиара - продвижение идей экологических некоммерческих организаций, активное вовлечение граждан в их деятельность, а также просвещение населения по экологическим вопросам. Актуальность данной темы растет из года в год, так как все угроза экологической катастрофы нависает все сильнее и становится очевидна людям. Экологическая осознанность необходима россиянам, так как в нашей стране сосредоточены уникальные представители флоры и фауны, ценные природные ресурсы, охранять которые необходимо.

Таким образом, в данной работе исследуются наиболее эффективные инструменты экологического пиара и анализируется применение их на практике. Также рассматриваются понятие «экологический пиар» и история его возникновения, обозначается разницы между «зеленым» пиаром и «экологическим» пиаром, выявляются основные категории этой сферы, целевая аудитория экологического пиара а также исследуются основные инструменты PR и зеленого PR в частности. В перспективе данного исследования - применение полученных знаний на практике для увеличения уровня экологической осознанности граждан и улучшения биологической обстановки.

### Источники и литература

- 1) Бондарь М. Зеленый PR. Три способа заработать на охране окружающей среды // Reklamasters — [Электронный ресурс] Владимирова Е.А. Философский аспект осмысления экологических проблем // Научный электронный архив. Клюка К. «Зеленые» PR-кампании // Международный пресс-клуб, М., 201 Коханова Л.: Экологическая журналистика, PR, реклама, М. 2015 Коханова Л.: Экологический PR: составные профессии, М. 2004 Лихачев Д. С. Экология культуры. СПб., 1980 Моисеев Н. Н. «Экология, нравственность и политика // Вопросы философии», М., 1989 Музалевский А.А., Карлин Л.Н. Экологические риски: теория и практика. СПб., 2011 Полтавская Ю.Ю. Зеленый PR как инновационный инструмент формирования имиджа современной компании / Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. IV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 4. Хромов Л.Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика. Петрозаводск, 1994. Driessen, Paul, Climate and Environmental Propaganda, 2016 Kirgiz, A. . Green Marketing: A Case Study of the Sub-Industry in Turkey, 2016 Википедия <https://ru.m.wikipedia.org>