И. В. Яковенко

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: кандидат политических наук, доцент Е. А. Шаркова

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ РЕСУРСОДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ С ЛОКАЛЬНОЙ ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Локальная общественность как целевая аудитория возникает в том случае, когда ресурсодобывающее предприятие осуществляет свою деятельность на определенной территории. Работа с локальной общественностью приобретает особый смысл, потому что местные жители могут выступать в качестве потребителей, персонала организации, а компания выполняет градообразующие функции.

Поэтому поддержка различных социальных проектов, которые осуществляют добывающие компании, не только улучшает их имидж, но и располагает к себе локальную общественность. Например, многие компании поддерживают регионы присутствия: АО «Газпром-нефть» оказывает поддержку северным коренным народам, «Сахалин Энерджи» малочисленным северным народам Сахалинской области.

Но чаще всего ресурсодобывающим предприятиям приходится взаимодействовать с экологическими организациями. Добыча ресурсов оказывает отрицательное влияние на окружающую среду: загрязнение воды, воздуха, сокращение биоресурсов. Только 10% сырья, извлекаемого из недр планеты, превращается в готовую продукцию, остальные 90% – отходы, загрязняющие биосферу (Энергетика: проблемы настоящего и возможности будущего/В. Г. Родионов. М.: ЭНАС, 2010. – 352 с.).

Именно на плечи PR-специалистов возлагается ответственность за поддержание доброжелательных отношений с общественными организациями, борющихся за сохранение природы. Задача отдела в этой сфере состоит в том, чтобы доносить до общественности, что во время добычи ресурсов соблюдается техника безопасности, экологические нормы и правила. Поэтому многие компании разрабатывают специальные системы экологического менеджмента (ООО «Полиметал», ПАО «Газпром»), присоединяются к проекту «Зеленый офис», направленный на улучшение экологии офисных помещений (ПАО «Лукойл») и высаживают деревья (волонтеры АО «Газпромнефть-Аэро» высадили аллеи деревьев в более чем 30 городах России).

Таким образом, для ресурсодобывающих предприятий обязательство содействовать устойчивому развитию окружающей среды выходит за рамки этических и моральных норм. Это становится требованием со стороны общественности.