
POLITICAL PR, ADVERTISING AND MANAGEMENTDOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-181-7-16>**ПУБЛІЧНІ АКЦІЇ ІЗ ОЗЕЛЕНЕННЯ ТА ПРИБИРАННЯ
ТЕРИТОРІЙ ЯК ЗАСІБ ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ
В ПОЛІТИЧНІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ****Бугайчук А. П.***здобувач докторантської програми PhD кафедри політології
та публічного управління**Волинський національний університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна*

Проблеми екології та захисту довкілля є одними із найважливіших для українського суспільства. Це показують як дані соціологічних опитувань, так і діяльність екологічних громадських організацій та політичних партій, що є свідченням проактивності частини суспільства у екологічному напрямку.

Відповідно, політичні партії та кандидати, що балотуються на президентських, парламентських та місцевих виборах, активно використовують екологічну тематику у своїй комунікації для того, щоб здобути підтримку зацікавленої частини виборців та відповідних груп інтересів. При цьому йдеться не тільки про гасла та програми, але і про публічні акції. Серед них громадські толоки, тобто прибирання територій, а також озеленення. Хоча екологи нерідко критикують такі акції із висадки дерев без залучення професіоналів, для частини електорату той факт, що політичний діяч садить дерева чи інші рослини або займається благоустроєм, може свідчити про його прихильність до теми захисту довкілля та покращення екологічної ситуації.

Передумови для паблік рилейшнз (PR) політиків на екологічній тематичі. За даними соціологічного опитування, проведеного у серпні 2021 року, 64% українців вважають, що за останні декілька років екологічна ситуація у місцевості, де вони проживають, стала гіршою. Ще 24% вважають, що ситуація не змінилася, а покращення екологічної ситуації зазначають лише 5,5%. Якщо ідеться про підтримку політичних партій, наявність чітких положень щодо питань охорони довкілля та сталого

енергетики в програмах політичних партій або кандидатів у 2020 році була точно важливою для 18,1% опитаних, скоріше важливо – 26,2% [1, 2].

Отже, акцентування у публічній комунікації політиків на екологічних проблемах або певні дії в цьому напрямку може відповідати очікуванням частини їх виборців, а тому є виправданими із політичної точки зору.

Форми проведення акцій із прибирання та озеленення. Свою екологічну свідомість публічно підкреслюють учасники політичного процесу на різних рівнях. На загальнодержавному рівні станом на 2021 рік варто відзначити програму «Зелена країна», яку позиціонують саме як програму Президента України В. Зеленського. Комунікаційна складова цього проекту включає створення спеціального веб-порталу, проведення прес-конференцій, публічних акцій за участі працівників лісових господарств та громадських активістів, публічні звіти, а також комунікацію у соціальних мережах. При цьому, окрім поширення екологічної просвіти та публічних закладів щодо озеленення, зміст повідомлень також спрямований на підкреслення політичної ролі В.Зеленського в ініціюванні та контролі перебігу втілення обіцянок, даних під час започаткування програми [3].

Схожі ініціативи також проводили політичні партії «Європейська солідарність», «Голос», «Екологічна альтернатива», Партія Зелених України, «Українська стратегія Гройсмана», «За Майбутнє» та інші. Наприклад, партія «Європейська солідарність» долучилася до всеукраїнської акції «Озеленення планети» і, за їх повідомленнями, представники партії висадили близько 10 тисяч дерев в різних регіонах України [4].

Як показують наші попередні дослідження, для Партії Зелених України та партії «Екологічна альтернатива», які є «зеленими» за своїм ідеологічним спрямуванням, проведення екологічних толок, а також системне висадження дерев є одними із постійних активностей, тісно пов'язаних із їх ідентичністю [5, 6].

Знаковий також приклад партії «Голос», яка у 2019 році акцією із висадки дерев намагалася посилити репутацію партії, що дбає про збереження лісів Українських Карпат. Під гаслом «#ШвидкіЗміни» вони висадили дерева на одному гектарі території [7].

На місцевому рівні такі акції проводять навіть за ініціативи окремих політиків чи органів місцевого самоврядування. Наприклад, у 2019 році у Солом'янському районі м. Київ «висадили у сквері півтора десятки кулястих кленів за підтримки депутат Київради з фракції «Солідарність» Максима Конобаса».

Існує тенденція щодо збільшення кількості акцій із благоустрою та озеленення за підтримки певного депутата чи кандидата напередодні

виборів. Наприклад, вже згадану програму Президента «Зелена країна» використав кандидат у народні депутати по 184-му одномандатному округу на довиборах у Верховну Раду С. Козир як привід для проведення власної акції із озеленення [8].

Висновки. Таким чином, учасники політичного процесу на різних рівнях активно використовують акції із прибирання та озеленення територій як засіб PR для формування репутації «дружніх» до природи, або таких, що дбають про здорове і чисте довкілля. Оскільки екологічні проблеми, зокрема брак зелених зон частина електорату справді вважає важливою проблемою, такі акції можуть бути виправдані із політичної точки зору.

Існує тенденція щодо збільшення кількості таких акцій навесні, що пов'язано із оптимальним періодом висадки дерев та кущів, а також під час проведення виборчих кампаній. Для партій, які позиціонують себе як «зелені» або екологічні (Партія Зелених України, «Екологічна альтернатива»), проведення екологічних толок та акцій із висадки дерев має системний характер. Також станом на 2021 рік у зв'язку із втіленням програми Президента України В. Зеленського такі акції відбуваються на постійній основі за участі як працівників державних лісових господарств, так і представників пропрезидентської партії «Слуга народу».

В переважній більшості випадків комунікаційна складова проведення таких заходів спрямована на донесення до аудиторії думки, що той чи інший політик або партія здатні до «конкретних дій» в напрямку вирішення екологічних проблем на противагу «пустим обіцянкам».

Література:

1. Загальнонаціональне опитування «Захист довкілля у громадській думці українців» (2021). Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з Центром політичної соціології. URL: <https://dif.org.ua/article/zakhist-dovkillya-u-gromadskiy-dumtsi-ukraintsiv> (дата звернення: 15.12.2021).

2. Заїка А., Герасименко І. Аналітичний звіт за результатами двох хвиль національного соціологічного опитування (грудень 2018, лютий 2020): Уявлення та пріоритети громадян України у сфері охорони довкілля та сталої енергетики. Програма розвитку ООН. URL: https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/environment_energy/report_priorities-of-ukrainian-in-environment-sustainable-energy.html (дата звернення: 15.12.2021).

3. Офіційний портал програми «Зелена країна». URL: <https://zelenakraina.gov.ua/> (дата звернення: 15.12.2021).

4. Партійці та депутати «Європейської Солідарності» висадили близько 10 000 дерев у рамках всеукраїнської акції «Озеленення планети». URL: <https://eurosolidarity.org/2021/04/13/partijczy-ta-deputaty-yeuropejskoyi-solidarnosti-vysadyly-blyzko-10-000-derev-v-ramkah-vseukrayynskoyi-akczii-ozelenennya-planety/> (дата звернення: 15.12.2021).

5. Бугайчук А. Особливості агітації Партії Зелених України в місцевих виборах 2020 року. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*. 2021. Випуск 36. DOI: <https://doi.org/10.30970/PPS.2021.36.21>

6. Бугайчук А. Особливості програмних документів екологічних партій в Україні. *Літопис Волині*. 2021. Випуск 24. С. 187-195. DOI: <https://doi.org/10.32782/2305-9389/2021.24.30>

7. Вакарчук та команда посадили гектар лісу в українських Карпатах. URL: <https://www.firtka.if.ua/blog/view/vakarchuk-ta-komanda-posadili-gektar-lisu-v-ukrayynskikh-karpatakh> (дата звернення: 15.12.2021).

8. Олександр Корнієнко та Сергій Козир долучилися до масштабної висадки дерев на Херсонщині. URL: <https://sluga-narodu.com/oleksandr-korniienko-ta-serhiy-kozur-doluchylisia-do-masshtabnoi-vysadky-derev-na-khersonshchyni/> (дата звернення: 15.12.2021).

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-181-7-17>

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК МЕХАНІЗМ ВПЛИВУ НА ЕЛЕКТОРАТ: АКТИВНІСТЬ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ В FACEBOOK ТА INSTAGRAM У 2020–2021 рр.

Розік М. В.

*кандидат політичних наук,
асистент кафедри політології та публічного управління
Волинський національний університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна*

Інформаційна епоха, стрімке поширення дешевого, а відтак доступного інтернету, спричинило появу нових способів впливу на виборців. Вітчизняний політичний ринок заповнили модерні комунікативні виборчі технології, що використовуються суб'єктами політики з метою мобілізації до політичної участі. Саме тому за останні роки соцмережі стали