СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ГОРОДСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ

DOI 10.15593/2409-5125/2015.02.01

УДК 31.748

**Я.Н. Чудинова, М.В. Ведякова,
В.Н. Коротаев, Т.И. Кормановская**

Пермский национальный исследовательский
политехнический университет

РОЛЬ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В РАЗРАБОТКЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ КАМПАНИИ ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ «ЗЕЛЕННОГО УНИВЕРСИТЕТСКОГО КАМПУСА ПНИПУ»

Рассматривается концепция устойчивого развития университетского кампуса. Проведено социологическое исследование среди представителей целевой аудитории. Определен уровень лояльности аудитории к сфере экологии в целом и экологическим изменениям в университете. Проанализированы данные о степени просвещенности студентов в экологических вопросах. Рассмотрены вопросы, которые показывают, насколько студенты университета осведомлены о деятельности проекта «Зеленый университет». Проанализированы данные о стремлении или нежелании аудитории участвовать в экологических программах и акциях вуза. Изучены полученные данные о существующей в настоящее время степени вовлеченности студентов в экологическую деятельность университета. Рассмотрена возможность внедрения программы «Раздельный сбор мусора» в вузе и предварительные варианты ее развития. Определены самые популярные среди студентов средства получения информации о деятельности вуза и выявлены наиболее интересные для них экологические темы. На основании исследования определены сильные и слабые стороны проекта, выявлены информационные лакуны и несоответствующие действительности мнения общественности. Исходя из полученных результатов исследования, предложены основные методы коммуникации с целевой аудиторией в соответствии с выявленными проблемами и возможностями проекта «Зеленый университетский кампус ПНИПУ».

Ключевые слова: университетский кампус, урбанистика, устойчивое развитие, зеленый кампус, социологическое исследование, коммуникационная программа.

На сегодняшний день университетский кампус является центром развития городской среды, а также неотъемлемой частью современного университета. В России современные кампусы существуют в Сколково и Дальневосточном федеральном университете на острове Русский, а также их возведение планируется еще в семи регионах России.

В настоящее время университетский кампус представляет собой пространство на единой обособленной территории, принадлежащей одной организации, с преимущественно пешеходной доступностью всех объектов комплекса [1].

Территория кампуса практически всегда включает в себя парковые территории, леса, водные пространства, и одной из наиболее перспективных концепций, которых придерживаются многие развивающиеся известные университеты, является концепция «Зеленого кампуса» [2]. Данная концепция предполагает: возведение экозданий, разделение и переработку отходов, использование зданий с «нулевым выбросом тепла» и максимально озелененные территории, которые служат одновременно рекреационным целям и являются резервами для дальнейшего развития [3–7].

Реализация данного проекта не будет достаточно эффективна без налаженной коммуникации с его целевыми аудиториями. А для того чтобы коммуникация была выверенной, предельно точной и действенной, необходимо выявить основные проблемы и возможности проекта посредством исследования. Социологическое исследование является неотъемлемой частью в разработке коммуникационной программы по устойчивому развитию университетского кампуса. В настоящее время подобные исследования помогают определить отношение общественности к данной проблеме и оценить возможности дальнейшего развития. Практическая сторона социологических исследований заключается в том, что это позволяет воссоздать картину мира аудитории в рамках определенных вопросов. Теоретической стороной исследования является получение информации, которая позволяет взглянуть на проблему по-новому и улучшить ее. Таким образом, обе стороны взаимодополняют друг друга и помогают оценить проблему в целом.

Социологическое исследование представляет собой логически выстроенную систему последовательных, методологических и организационно-технических процедур, позволяющих полу-

чить достоверные данные об изучаемой проблеме для дальнейшего использования в практике социологического управления [8, 9].

Одним из ключевых аспектов создания и функционирования «Зеленого кампуса» является информационное обеспечение. С целью выявления степени готовности целевой аудитории ПНИПУ к дальнейшему развитию проекта «Зеленый кампус ПНИПУ» было проведено социологическое исследование, на основе которого разработана коммуникационная кампания проекта.

Теоретической стороной исследуемой проблемы является получение нового знания, которое позволяет посмотреть на проблему по-новому. Социологические исследования помогают обеспечить понимание и полное представление о характере проблемы и ее проявлении.

Объектом исследования стал проект внедрения одной из «зеленых технологий» в Пермском национальном исследовательском политехническом университете – «Система раздельного сбора отходов». Методом исследования стал социологический опрос студентов и сотрудников ПНИПУ – очное интервьюирование [10, 11].

Цель исследования заключалась в определении уровня лояльности аудитории к экологическим изменениям в университете.

Задачи исследования: определить отношение студентов к экологии и охране окружающей среды, узнать степень просвещенности в данном вопросе, выявить наличие готовности к принятию участия в проекте «Зеленый университет» (в частности, к соблюдению правила «Системы раздельного сбора в ПНИПУ»).

Социологический опрос производился двумя способами: сотрудники кафедры ООС ПНИПУ непосредственно распространяли и собирали опросные листы, также использовалась онлайн-форма анкеты [12], она была размещена в официальной группе ПНИПУ в социальной сети ВКонтакте (количество участников группы 15 507 чел.) [13].

В соответствии с основной целевой аудиторией проекта «Зеленый университет» респондентами опроса выступили студенты университета. В течение одного месяца (март 2015 г.) было опрошено 406 студентов университета (всего в ПНИПУ учится около 24 000 студентов) [13].

Основными вопросами в социологическом исследовании были следующие: «Считаете ли Вы, что забота об экологии – это нужное и важное дело?», «Готовы ли Вы принимать участие в экологических инициативах вуза (разделять мусор, выкидывать батарейки в специальные контейнеры и т.д.)?»

Результаты ответов по данным вопросам оказались весьма обнадеживающими, 97 % опрошенных считают, что экологические проблемы необходимо решать, а экология – это важное направление деятельности (рис. 1).

Рис. 1. Результаты ответов на вопрос: «Считаете ли Вы, что забота об экологии – это нужное и важное дело?»

Ответы на второй показательный вопрос были не так однозначны, тем не менее они не изменили результаты в целом. Примерно одинаковое количество респондентов готово участвовать в экологических программах вуза (45 %) и не отрицает, что будет участвовать (42 %), при этом 10 % отмечают, что уже собирают мусор отдельно и поддерживают любые экологические инициативы, только 3 % опрошенных отказались принимать участие в экологических проектах (рис. 2).

Исследования по двум основным вопросам позволяют сделать вывод, что в целом студенты готовы к экологическим инициативам в вузе, более того, они готовы принимать в них активное участие.

В ходе исследования было важно выявить, насколько студенты осведомлены об экологической деятельности вуза и экологическом состоянии окружающего их пространства. В первом во-

просе анкеты студентам предлагалось определить, насколько экологичен, по их мнению, город Пермь. Согласно данным Министерства природных ресурсов и экологии РФ, опубликованным в 2013 г. на официальном сайте [14], Пермь занимает 19-ю позицию в экологическом рейтинге городов среди 87 других агломераций России. Это определяет Пермь как достаточно развитый в экологическом плане город, несмотря на это, абсолютное большинство респондентов (77 %) считает город недостаточно экологичным, а 18 % определяет его как самый неэкологичный.

Рис. 2. Результаты ответов на вопрос: «Готовы ли Вы принимать участие в экологических инициативах вуза?»

Похожая картина наблюдается при выявлении осведомленности студентов на предмет экологических инициатив в вузе. На протяжении десятилетий кафедра охраны окружающей среды ведет активную деятельность, не только образовательную и научно-исследовательскую, но и социокультурную, при этом только 3 % студентов знают об этом, 36 % могут сказать, что имеют некоторые представления на этот счет, и 61 % никогда не слышали ни о чем подобном. Эти показатели говорят о том, что упущена информационная составляющая деятельности. В силу определенных обстоятельств коммуникация с потенциальной аудиторией не состоялась или была неэффективной.

Другой вопрос в данном блоке охватывает осведомленность о проекте «Зеленый университет». Исходная картина по этому вопросу очень схожа с предыдущими. 72 % опрошенных абсо-

лютно не знают об этом проекте, 18 % что-то слышали, и только 10 % знают о нем и хотят, чтобы вуз был «зеленым» (рис. 3).

Рис. 3. Результаты ответов на вопрос:
«Что Вы знаете о проекте «Зеленый университет?»

В ближайшее время кафедра охраны окружающей среды планирует активно внедрять систему раздельного сбора мусора в ПНИПУ. В целях благоприятного внедрения и развития программы были заданы некоторые вопросы. Было выявлено, что студентам будет легче начать с раздельного сбора пластика, 32% опрошенных готовы к этому, для 27 и 25 % в первую очередь удобнее начать со сбора макулатуры и батареек соответственно, 13 % готовы разделять все виды мусора уже сейчас и только 3 % не хотят принимать в этом участие (рис. 4).

Респонденты также участвовали в обсуждении вопроса по размещению контейнеров для раздельного сбора. Большинство опрошенных посчитало логичным разместить контейнеры у основных входов и выходов (48 %). Чуть меньшее количество человек за то, чтобы контейнеры находились недалеко от пунктов питания (42 %). Меньшинство проголосовало за то, чтобы контейнеры находились у деканатов и кафедр (10 %).

В любой сфере деятельности всегда есть свои риски, так и в случае внедрения программы по раздельному сбору мусора могут возникнуть определенные проблемы, к которым нужно быть готовыми. Студентам был задан вопрос: «Какие проблемы или сложности, по Вашему мнению, могут вызвать подобные изменения?». Ответы распределились следующим образом:

большинство не примет нововведений	51 %
никаких проблем не возникнет	26 %
могут возникнуть разногласия и ссоры	19 %
станет еще грязнее	4 %

Рис. 4. Результаты ответов на вопросы о наиболее эффективном раздельном сборе мусора

В ответах студентов прослеживается некоторая скепτικότητα. Это подтверждают также дополнительные свободные ответы студентов: «Люди в России ленивые и высокомерные! Для них разделение мусора – это занятие для убогих!»; «Всегда найдутся люди, которые упрямо будут делать все наоборот»; «Может потребоваться очень много времени, чтобы это вошло в привычку». Не сложно определить причину этой неуверенности, природа человека заставляет его относиться к новому как чему-то опасному, отсюда возникает недоверие и скепсис.

Перед реализацией такого проекта стоит понимать, что большую роль в его успехе или неуспехе будет играть аудитория и ее поведение. При этом поведение необходимо не только предсказывать, но и подвергать постепенным изменениям. Для того чтобы течение проекта проходило гармонично и не отвергалось аудиторией, был задан вопрос, выявляющий способы ее побуждения к необходимым изменениям. Таким образом, было выяв-

лено, что 65 % не нужно никаким образом побуждать, они и так готовы меняться, участвовать в ходе проекта и делать это безвозмездно, другие ответы распределились равномерно. Примерно одинаковое количество людей готово меняться, если получают определенное поощрение руководства (13 %) или бонусы (11 %), например, многие выявили желание получить взамен конфеты, шоколад или билеты в кино, также студенты высказались о необходимости разъяснительных встреч (10 %), 1 % опрошенных невозможно чем-то сподвигнуть в силу нежелания участвовать в проекте вообще.

Дополнительно студентам были заданы вопросы для определения наиболее популярных каналов коммуникации среди студентов, а также предпочитаемой информации на данную тему. Как выяснилось, чаще всего студенты получают информацию из уст старост, однокурсников или из официальной группы ПНИПУ в социальной сети ВКонтакте. Также лидирующее место занимает сайт вуза. Наименее популярным средством получения информации являются СМИ (пресса, радио, телевидение).

В результате проведенного опроса студентов Пермского национального исследовательского политехнического университета установлены и систематизированы факты, которые могут повлиять на эффективность проекта «Зеленый университет» [15]. Данное исследование позволило выявить основные пункты, которые необходимо устранять и заполнять, но кроме этого, определились и сильные стороны, требующие еще большего укрепления, был услышан голос студентов, которые имеют достаточно четкую позицию на этот счет, высказывают свои идеи. Большинство студентов положительно относятся к грядущим изменениям, они не только поддерживают их, но и готовы принимать в них активное участие.

По итогам выполненной работы и исходя из сложившейся ситуации были предложены основные методы коммуникации. К основным инструментам развития «Зеленого кампуса ПНИПУ» были отнесены различные системы информирования, вошедшие в общую информационную кампанию проекта.

Фирменный стиль. Фирменный стиль – это образ проекта. Он включает в себя: логотип, фирменные цвета, фирменный шрифт, визитку, бланк и т.д.

Известно, что у человека визуальное восприятие и запоминание гораздо прочнее всех остальных. От того, какие ассоциации будет вызывать фирменный стиль проекта, в достаточно большой степени зависит его репутация и степень доверия к ней. Фирменный стиль обеспечивает запоминание организации и способствует формированию единого представления о проекте. Часто социальные проекты пренебрегают этим, в результате остаются безликими. Необходимо создать уверенность людей в том, что проектом занимаются серьезно, и он рассчитан на долгое время.

Что это дает:

- формирует единый образ проекта;
- обеспечивает запоминание организации;
- увеличивает известность;
- вызывает уверенность в серьезности проекта;
- создает и поддерживает положительное отношение к проекту.

Сайт. Сайт – это собственное средство массовой информации, рекламный носитель, доступный для просмотра 24 часа в сутки и 7 дней в неделю. Еще в конце 2011 г. количество домохозяйств, которые имеют постоянный доступ в Интернет, превысило 315 тыс. чел. и этот показатель постоянно растет. Кроме того, коммуникация в Интернете считается одной из самых малобюджетных.

Объем информации, освещаемой на сайте, может быть настолько обширен, что посредством обычных источников информации его уместить довольно сложно.

Что это дает:

- возможность осведомлять интернет-пользователей любой информацией, касающейся проекта;
- оперативную подачу информации;
- получение обратной связи;
- освещение мероприятий;
- использование любого контента: фото, видео, аудио, текст.

Рекламные листовки. Используются с целью привлечения внимания жителей районов к проблеме и предлагаемому решению – установке контейнеров для отдельного сбора мусора.

Что это дает:

- привлечение интереса;
- краткое освещение деятельности проекта;
- охват целевой аудитории на необходимой территории.

Реклама в прессе. Реклама в СМИ ориентирована на самую большую составляющую нашей целевой аудитории: людей средних лет, которые не являются активными пользователями Интернета.

Что это дает:

- попадание в целевую аудиторию;
- доверие аудитории (печатным СМИ доверяют больше, чем электронным);
- большой охват аудитории.

Создание группы в социальной сети «ВКонтакте». Сегодня социальные сети – это полноценный инструмент коммуникации, он позволяет вести постоянный диалог с аудиторией без лишних затрат. Этот инструмент ориентирован в первую очередь на молодежь. Именно для поддержания связи с ней и будет использоваться эта платформа. Молодежь – это важный сегмент целевой аудитории, так как от их принятия или непринятия проекта во многом зависят его долгосрочные перспективы.

Что это дает:

- экономия средств для продвижения;
- постоянный мониторинг отношения аудитории (при помощи опросов, дискуссий);
- управление репутацией;
- получение обратной связи и работа с ней;
- возможность публиковать контент любого рода: фото, видео, аудио, текстовый.

Специальные мероприятия. В рамках развития проекта могут быть разработаны и внедрены короткие флеш-мобы, акции, конкурсы, направленные на формирование экологического мировоззрения студентов, а также повышения заинтересованности молодежи в сохранении «Зеленого кампуса», его поддержании и развитии.

В соответствии с результатами проведенных исследований была сформулирована программа развития «Зеленого кампуса ПНИПУ» на 2015–2018 гг. (таблица).

Программа развития «Зеленого кампуса ПНИПУ» на 2015–2018 гг.

№ п/п	Приоритетное направление развития «Зеле- ного кампуса»	Результат на 2014 г.	Инструменты реализации	Информационная кампания	План на 2018 г.
1	Система управле- ния отходами и раздельный сбор мусора	50 %	Проведение повторного ин- формирования студентов и сотрудников для повышения эффективности проекта	Рекламные листов- ки, реклама в прес- се, фирменный стиль	Повышение эффективности системы, использование вто- ричного сырья
2	Энергосбереже- ние и энергоэф- фективность	60 %	Апробация мобильной уста- новки по оценке энергоэф- фективности зданий на дру- гих объектах кампуса с по- следующей рационализа- цией энергопотребления зданий	Специальные меро- приятия	Внедрение систем энергосбе- режения и энергоэффективно- сти на всех объектах кампуса
3	Экономия воды	0 %	Разработка мероприятий по сохранению и рационально- му расходованию артезиан- ской воды, и использованию городского водоснабжения для хоз.-бытовых нужд	Рекламные листов- ки, интернет- ресурсы, специаль- ные мероприятия	Экономия артезианской воды и использование городской сети водопользования для хо- зяйственно-бытовых нужд
4	Транспортные программы	20 %	Создание единой зоны пар- ковки автомобилей и умень- шения загруженности авто- дороги	Фирменный стиль, специальные меро- приятия	Внедрение программы мини- мального движения авто- транспорта в центральной части кампуса

Окончание таблицы

№ п/п	Приоритетное направление развития «Зеле- ного кампуса»	Результат на 2014 г.	Инструменты реализации	Информационная кампания	План на 2018 г.
5	Экологически от- ветственные за- купки в сфере общественного питания	70 %	Повышение качества и ко- личества закупаемого товара	Специальные меро- приятия	Создание собственной системы обеспечения продуктами на кампусе
6	Экологические инициативы сту- дентов	65 %	Привлечение студентов и сотрудников вуза к актив- ному участию в экологиче- ски значимых внутренних и внешних мероприятиях	Специальные меро- приятия, сайт, фирменный стиль	Создание «зеленой» команды, которая будет заниматься «озеленением» вуза
7	Защита атмо- сферного воздуха	0 %	Уменьшение выбросов объ- ектов, загрязняющих атмо- сферный воздух	Рекламные листов- ки, специальные мероприятия	Внедрение системы очистки выбросов на объектах, нега- тивно влияющих на качество атмосферного воздуха

Таким образом: студенты и сотрудники ПНИПУ считают неотъемлемой частью своей жизни следование правильному экоповедению, а также готовы принимать участие в различных акциях, но хотели бы узнать больше о проекте. Социологическое исследование помогло определить наиболее подходящие места для размещения контейнеров для раздельного сбора мусора. Выявлены наиболее популярные источники получения информации в вузе, с которым планируется постоянное взаимодействие.

По результатам проведенных исследований была сформулирована программа развития «Зеленого кампуса ПНИПУ» на 2015–2018 гг., включающая новую информационную кампанию.

Библиографический список

1. Пучков М.В. Университетский кампус. Принципы создания пространства современных университетских комплексов // Вестник ТГАСУ. – 2011. – № 3. – С. 79–88.

2. СТО НОСТРОЙ 2.35.4–2011. «Зеленое строительство». Здания жилые и общественные. Рейтинговая система оценки устойчивости среды обитания. – М., 2011.

3. Golden Memories of Sun Yat-Sen University. – Linganart Publishing House, 2005.

4. Egan T. The Greening of America's Campuses // The New York Times. – 2006. – 8 January. – URL: http://www.nytimes.com/2006/01/08/education/edlife/egan_environment.html?pagewanted=1&ei=5070&en=4e188a755c0efb02&ex=1138770000

5. Ключков В.В., Ратнер С.В. Управление развитием «зеленых» технологий: экономические аспекты [Электронный ресурс]: моногр. / Ин-т проблем управления им. В.А. Трапезникова Рос. академии наук. – М., 2013. – URL: http://www.ipu.ru/sites/default/files/page_file/GreenTech.pdf.

6. UI GreenMetric Ranking Team Ver 1.4 June 17 Th 2014 greenmetric@ui.ac.id Universitas Indonesia. – URL: <http://greenmetric.ui.ac.id/> (дата обращения: 13.04.2015).

7. Stephen A.K. Building type basics for College and University Facilities // David J. Neuman. FAIA. Series Founder and Editor, 2003.

8. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Омега-Л, 2007. – 567 с.

9. Алёшина И.В. Связи с общественностью – PR. – М.: ЭКС-МОС, 2002. – 480 с.

10. Давыдов С.А. Социология: учеб. пособие. – М.: Эксмо, 2008. – 160 с.

11. Генералова Д.Н., Петухова В.С. Роль социологического опроса в разработке стратегии развития улично-дорожной сети поселка Новые Ляды // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Прикладная экология. Урбанистика. – 2014. – № 2. – С. 25–35.

12. Онлайн-форма анкеты. – URL: <https://docs.google.com/forms/d/1tdN0PK7VIt6cES8SS8M9pxfDFCXajaoZb19GVkf49h0/viewform> (дата обращения: 13.04.2015).

13. Сайт ПНИПУ. – URL: <http://pstu.ru/> (дата обращения: 13.04.2015).

14. Сайт Министерства природных ресурсов и экологии РФ. – URL: <https://www.mnr.gov.ru/> (дата обращения: 13.04.2015).

15. Московский урбанистический форум [Электронный ресурс] // URBAN ARENDA-2013. – URL: http://mosurban-forum.ru/special_projects/urban_agenda/urban_agenda (дата обращения: 13.04.2015).

References

1. Puchkov M.V. Campus. Printsipy sozdaniya prostranstva sovremennykh universitetskikh kompleksov [The principles of creating a space of modern university complexes]. *Vestnik TSUAB*. 2011, no. 3, pp. 79–88.

2. STO NOSTROY 2.35.4–2011. "Zelenoe stroitelstvo". Zdaniya zhilye i obshchestvennyye. Rejtingovaya sistema otsenki ustoychivosti sredy obitaniya ["Green Building". Residential and public buildings. Rating system stability habitat]. Moscow, 2011.

3. Golden Memories of Sun Yat-Sen University. Linganart Publishing House, 2005.

4. Egan T. The Greening of America's Campuses. *The New York Times*, 2006, available at: http://www.nytimes.com/2006/01/08/education/edlife/egan_environment.html?pagewanted=1&ei=5070&en=4e188a755c0efb02&ex=1138770000 (accessed 13 April 2015).

5. Klochkov V.V., Ratner S.V. Upravlenie razvitiem «zelenykh» tekhnologij: ekonomicheskie aspekty [Managing the de-

velopment of "green" technologies: economic aspects]. Moscow, 2013, available at: http://www.ipu.ru/sites/default/files/page_file/GreenTech.pdf

6. UI GreenMetric Ranking Team Ver 1.4 June 17 Th 2014 greenmetric@ui.ac.id Universitas Indonesia, available at: <http://greenmetric.ui.ac.id> (accessed 13 April 2015).

7. Stephen A.K. Building type basics for College and University Facilities. *David J. Neuman. FAIA. Series Founder and Editor, 2003.*

8. Yadov V.A. Strategiya sotsiologicheskogo issledovaniya. Opisanie, ob'yasnenie, ponimanie sotsialnoj realnosti [The strategy of sociological research. Description, explanation, understanding of social reality]. Moscow: Omega-L, 2007. 567 p.

9. Aleshin I.V. Svyazi s obshchestvennostyu – PR [Public Relations – PR]. Moscow: EKSMOS, 2002. 480 p.

10. Davydov S.A. Sotsiologiya [Sociology]. Moscow: Eksmo, 2008. 160 p.

11. Generalova D.N., Petukhova V.S. Rol sotsiologicheskogo oprosa v razrabotke strategii razvitiya ulichno-dorozhnoj seti poselka Novye Lyady [The role of public opinion poll in the strategic development of the road network of the village New Lyady]. *Vestnik Permskogo natsionalnogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Prikladnaya ekologiya. Urbanistika*, 2014, no. 2, pp. 25–35.

12. Onlajn-forma ankety [The online application form], available at: <https://docs.google.com/forms/d/1tdN0PK7VIt6cES8SS8M9pxfDFCXajaoZb19GVkf49h0/viewform> (accessed 13 April 2015).

13. Sajt PNIPU [Site PNIPU], available at: <http://pstu.ru/> (accessed 13 April 2015).

14. Sajt Ministerstva prirodnykh resursov i ekologii RF [The Ministry of Natural Resources and Environment of the Russian Federation], available at: <https://www.mnr.gov.ru/> (accessed 13 April 2015).

15. Moskovskij urbanisticheskiy forum [Moscow urbanisticheskiy forum]. *Journal URBAN ARENDA-2013*, available at: http://mosurbanforum.ru/special_projects/urban_agenda/urban_agenda/ (accessed 13 April 2015).

Получено 28.04.2015

**Y. Chudinova, M. Vedyakova,
V. Korotaev, T. Kormanovskaya**

**THE ROLE OF SOCIAL STUDIES IN THE PREPARATION
OF AWARENESS ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT
"GREEN UNIVERSITY CAMPUS PNRPU"**

The concept of sustainable development of the university campus. A case study among the target audience. The level of audience loyalty to the field of ecology in general and environmental change at the university. The data on the level of education of students in environmental issues. The questions that show how university students aware of the activities of the project "Green University". The data on the quest or unwilling audience to participate in environmental programs and actions of the university. After analyzing the data of the current level of involvement of students in the environmental activities of the university. The possibility of the introduction of the "Separate garbage collection" in high school, and preliminary versions of its development. Determine the most popular among the students a means of obtaining information about the activities of the university and found the most interesting for them to environmental issues. Based on the research identified the strengths and weaknesses of the project, identified information gaps and untrue public opinion. Based on the results of the study, proposed the basic methods of communication with the target audience in accordance with the identified challenges and opportunities of the project "Green campus PNRPU."

Keywords: campus, urbanism, sustainable development, green campus, sociological research, information campaign.

Чудинова Яна Николаевна (Пермь, Россия) – магистрант кафедры охраны окружающей среды, Пермский национальный исследовательский политехнический университет (614990, г. Пермь, Комсомольский пр., 29, e-mail: chudoynana97@gmail.com).

Ведякова Мария Владимировна (Пермь, Россия) – студент кафедры иностранных языков и связей с общественностью, Пермский национальный исследовательский политехнический университет (614990, г. Пермь, Комсомольский пр., 29, e-mail: mariavediakova@gmail.com).

Коротаев Владимир Николаевич (Пермь, Россия) – д-р техн. наук, профессор кафедры охраны окружающей среды, Пермский национальный исследовательский политехнический университет (614990, г. Пермь, Комсомольский пр., 29, e-mail: korotaev@pstu.ru).

Кормановская Тамара Ивановна (Пермь, Россия) – канд. филол. наук, доцент кафедры иностранных языков и связей с общественностью, Пермский национальный исследовательский политехнический университет (614990, г. Пермь, Комсомольский пр., 29, e-mail: pr@pstu.ru).

Chudinova Yana (Perm, Russian Federation) – Undergraduate student, Department of Environmental Protection, Perm National Research Polytechnic University (614990, Perm, Komsomolsky av., 29, e-mail: chudoyana97@gmail.com).

Vedyakova Mariya (Perm, Russian Federation) – Student, Foreign languages and Public Relations Department, Perm National Research Polytechnic University (614990, Perm, Komsomolsky av., 29, e-mail: mariavediakova@gmail.com).

Korotaev Vladimir (Perm, Russian Federation) – Doctor in Technical Sciences of «Environmental protection», Perm National Research Polytechnic University (614990, Perm, Komsomolsky av., 29, e-mail: korotaev@pstu.ru).

Kormanovskaya Tamara (Perm, Russian Federation) – Ph.D. in Philological Sciences, Associate Professor of Foreign Languages and Public Relations Department, Perm National Research Polytechnic University (614990, Perm, Komsomolsky av., 29, e-mail: pr@pstu.ru).