

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

*На правах рукописи*

**ЮШКОВА Мария Александровна**

**Коммуникации предприятий атомной отрасли с локальной  
общественностью (на примере ЛАЭС)**

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
по направлению «Реклама и связи с общественностью»  
(научно-исследовательская работа)**

Научный руководитель –  
кандидат политических наук,  
старший преподаватель Е. А. Шаркова

Кафедра связей с общественностью в бизнесе  
Очная форма обучения

Вх. № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_  
Секретарь \_\_\_\_\_

Санкт-Петербург  
2017

## Содержание

Введение .....	3
Глава 1. Коммуникации предприятий атомной отрасли с локальной общественностью: теоретико-методологические подходы .....	10
1.1. Атомная отрасль России: характеристики, ключевые игроки, особенности функционирования .....	10
1.2. Локальная общественность: ключевые группы, характеристики, коммуникативная активность .....	24
1.3. Коммуникации предприятий атомной отрасли с локальной общественностью: основные PR-тренды .....	34
Глава 2. Коммуникации ЛАЭС с локальной общественностью .....	51
2.1. ЛАЭС как объект и субъект продвижения .....	51
2.2. Коммуникации ЛАЭС с локальной общественностью на примере Соснового бора: направления, проблемы и перспективы .....	60
2.3. Рекомендации по формированию коммуникативной активности ЛАЭС с населением Санкт-Петербурга и Ленинградской области .....	79
Заключение .....	84
Библиографический список .....	89
Приложения .....	100

## Введение

Современное общество живет в эпоху научно-технического прогресса, который зачастую влечет за собой возможность техногенных катастроф, способных нанести ущерб природе и человеку. В связи с этим, продукт научно-технического прогресса должен быть предельно ответственным в воздействии на окружающую среду и регулярно доказывать своё право на существование. Одним из таких продуктов является отрасль ядерной энергетики. «Современная цивилизация немыслима без электрической энергии. Выработка и использование электричества увеличивается с каждым годом, но перед человечеством уже маячит призрак грядущего энергетического голода из-за истощения месторождений горючих ископаемых и все больших экологических потерь при получении электроэнергии»<sup>1</sup>. В таких условиях идея использования ядерного топлива, которое дает гораздо больше энергии, в отличие от других видов топлива, выглядит рациональной. Однако из-за возможности вредного, в случае неправильной эксплуатации, воздействия радиоактивных веществ на окружающую среду целесообразность строительства АЭС нередко ставится под сомнение.

Тем не менее, во многих странах мира именно атомные станции являются основным источником электроэнергии. Безопасность, в случае отсутствия нарушения техники безопасности эксплуатации атомных предприятий, научно доказана, однако степень недоверия общественности к атомной энергетике достаточно высока. Результаты исследования, приведенного в статье Е. Вовк «Отношение к атомной энергетике в России: через 20 лет после Чернобыля», доказывают вышеизложенное утверждение: «Подавляющее большинство респондентов отрицательно среагировали бы на

---

<sup>1</sup> Атомная энергия: за и против [Электронный ресурс] // [www.alhimik.ru](http://www.alhimik.ru) – URL: <http://www.alhimik.ru/read/atom.html>

решение построить вблизи их дома атомную электростанцию»<sup>2</sup>. Именно на решение проблемы недоверия общественности направлена коммуникационная политика атомных предприятий.

Таким образом **актуальность данного исследования** обусловлена:

- пониманием необходимости постоянной работы по взаимодействию с локальной общественностью для успешного функционирования предприятия;
- важностью изучения коммуникативных технологий атомных предприятий, направленных на формирование лояльности местного сообщества;
- необходимостью структурирования коммуникативного опыта атомных предприятий различных стран мира в работе с местным сообществом;
- задачей практического овладения PR-технологиями и методами формирования и поддержания лояльности локального сообщества корпорации атомной отрасли на примере Ленинградской АЭС.

**Объект исследования** – коммуникации предприятий атомной отрасли с локальной общественностью в мировой и, в частности, российской практике.

**Предмет исследования** – коммуникативные технологии взаимодействия атомных предприятий с местным сообществом, применяемые в деятельности PR-департамента ЛАЭС.

**Целью исследования** является выявление трендов в коммуникациях предприятий атомной отрасли с локальной общественностью.

Для достижения данной цели были поставлены следующие **задачи**:

- изучить теоретико-методологические подходы к коммуникациям атомных предприятий с локальной общественностью;

---

<sup>2</sup> Отношение к атомной энергетике в России: через 20 лет после Чернобыля [Электронный ресурс] // corp.fom.ru – URL: <http://corp.fom.ru/uploads/socreal/post-116.pdf>

- проанализировать атомную отрасль России, выявить ключевых игроков и особенности функционирования;
- выявить и дать характеристику основным группам локальной общественности атомного предприятия;
- изучить опыт атомных предприятий в коммуникациях с локальной общественностью в мировой и российской практике;
- изучить направления, проблемы и перспективы ЛАЭС в коммуникациях с локальной общественностью;
- дать рекомендации по формированию коммуникативной активности ЛАЭС с различными группами местного сообщества в СПб.

**Хронологические рамки** исследования охватывают период 2013 - 2016 годов, который позволяет отследить динамику коммуникативной активности ЛАЭС в отношении локальной общественности в условиях серьёзных технологических перемен, обусловленных в первую очередь строительством и вводом в эксплуатацию ЛАЭС-2.

**Теоретико-методологическая основа исследования.** Автором были привлечены отечественные и западные научные труды и разработки из различных областей социально-гуманитарного знания. Для изучения теоретико-методологических подходов к коммуникации крупных промышленных предприятий, в том числе атомной отрасли, с локальной общественностью, автор ознакомился с трудами Ф. И. Шаркова<sup>3</sup>, А. Н. Чумикова<sup>4</sup>, Ю. Е. Благова<sup>5</sup>, Д. П. Гавры<sup>6</sup>. Крайне важными для исследования

---

<sup>3</sup> Шарков Ф. И., Формирование и реализация социальной политики в регионе : (социологический аспект) : Автореф. дис. на соиск. учен. степ. д.социол.н. : Спец. 22.00.08 / Шарков Ф.И.; [Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации]. - М, 1999. - 50 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 48 - 50 (18 назв.) и в подстроч. примеч.

<sup>4</sup> Чумиков А. Н., Антикризисные коммуникации : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 172, [1] с. : ил., портр., факс. ; 22 см. - (Серия "Современные технологии PR. Мастер-класс"). - Библиогр. в конце кн.

Чумиков А. Н., Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник : для студентов высших учебных заведений,

стали научные работы, посвященные анализу коммуникативной деятельности предприятий атомной отрасли в России, в число которых вошли исследования Е. А. Худоренко<sup>7</sup>, И. А. Зыкова<sup>8</sup>, С. Г. Зырякова<sup>9</sup>, В. К. Иванова<sup>10</sup>, Т. В. Летаевой<sup>11</sup>. Также значимыми для исследования стали научные работы, посвященные изучению понятия локальной общественности, среди них можно выделить следующих авторов: Е. А. Шаркову<sup>12</sup>, Е. А. Худоренко<sup>13</sup>, М. А. Шишкину<sup>14</sup>, В. А. Ачкасову<sup>15</sup>.

---

обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту 3-го поколения / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 327, [1] с. : ил. ; 22 см. - (Высшее образование - Бакалавриат). - (Бакалавриат). - Др. кн. авт.: с. 322 (9 назв.)

<sup>5</sup> Благоев Ю. Е., Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю.Е. Благоев; С.-Петербург. гос. ун-т, Высш. шк. менеджмента. - [2-е изд.]. - Санкт-Петербург : Высшая школа менеджмента, 2011. - 271 с. : ил. ; 22 см. - Библиогр.: с. 252-266. - Имен. указ.: с. 268-271

Корпоративная социальная ответственность в России: уроки национального доклада о социальных инвестициях // Российский журнал менеджмента. 2009. Т. 7. № 1. С. 3–24 (соавт. с Е.А.Ивановой).

<sup>6</sup> Новые идеи в теории и практике коммуникации : сборник научных трудов / Санкт-Петербург. гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. теории коммуникации; отв. ред.: Д.П. Гавра. - Санкт-Петербург : Роза мира, 2006. - 205, [1] с. : ил. ; 20 см. - Библиогр. в примеч. в конце ст.

<sup>7</sup> Худоренко Е. А. PR технологии российских корпораций ТЭК. МГИМО-Университет, 2005. - С. 272.

<sup>8</sup> Зыков И. А., Архангельская Г.В. Информационная защита населения на основе представлений о социальной приемлемости радиационного риска. СПб.: ФГУН НИИРГ, 2010. 363 с.

<sup>9</sup> Зыряков С.Г Мельницкая Т.Б. Коньшев И.В Соколов Г.В Долгое Эхо Радиации. Челябинск: Общественный совет ГК "Росатом", 2009. 346 с.

<sup>10</sup> Иванов В. К. Ликвидаторы. Радиологические последствия Чернобыля. М.: 2010. 32 с.

<sup>11</sup> Летаева Т. В. Правовые аспекты корпоративной социальной ответственности ГК «Росатом» // Журнал "Правопорядок: история, теория, практика", 2014, № 2 (3)

<sup>12</sup> Шаркова Е.А. Коммуникация в условиях экологического риска // Стратегическое коммуникации в бизнесе и политике: материалы межд. науч. конф. (23 апреля 2014). СПбГУ. СПб., 2014. С. 60-64.

Шаркова Е. А. Коммуникация с пострадавшими и вовлеченными группами общественности в условиях экологического кризиса // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике №2 (2). Санкт-Петербург, 2016. С. 208-220

<sup>13</sup> Худоренко Е. А. PR технологии российских корпораций ТЭК. МГИМО-Университет, 2005. - С. 272.

<sup>14</sup> Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М. А. Шишкина - СЗРЦ "Русич", Паллада-медиа, 2002. – 448 с.

<sup>15</sup> GR и лоббизм: теория и технологии : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под ред. В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 315 с.

**Эмпирическую базу исследования составили:**

- документальные источники (Федеральные законы, распоряжения Правительства Российской Федерации, а также официальные и неофициальные (внутренние) документы и статистические данные ГК «Росатом», ОАО «Концерн Росэнергоатом» и ЛАЭС);
- PR-источники – продукты деятельности PR-службы ЛАЭС (департамента Управления информации и общественных связей филиала ОАО «Концерн Росэнергоатом» «Ленинградская атомная станция»);
- медиа-источники (сообщения федеральных, региональных и специализированных СМИ о ЛАЭС);
- материалы социологических исследований, проводимых PR-службами атомных электростанций Росатома;
- материалы мониторинга медийного поля ЛАЭС посредством системы Integrum Профи;
- материалы качественных исследований, проведенных автором работы.

**Методы** исследования, использованные в ходе написания практической части:

- качественный анализ документов;
  - включенное наблюдение;
  - экспертные интервью;
  - анализ тематических сайтов и официальных представительств в социальных сетях;
  - SWOT-анализ базисного субъекта;
  - анализ медийного поля.
-

**Научная новизна исследования** определяется как постановкой проблемы, так и полученными результатами. Элементы новизны могут быть определены исходя из следующих положений:

- поднимается проблема комплексного изучения коммуникативной активности предприятий атомной отрасли с локальной общественностью;
- предпринята попытка систематизирования PR-технологий, применяемых атомными предприятиями в работе с местным сообществом;
- рассмотрены и обоснованы наиболее и наименее успешные коммуникативные технологии предприятия атомной отрасли на примере ЛАЭС;
- сформулировать рекомендации по взаимодействию ЛАЭС с населением СПб.

**Основные положения, выносимые на защиту:**

- атомным предприятиям присущи проблемы, связанные с недоверием и недостаточной лояльностью общественности, то есть проблемы репутации, которые возможно решить при помощи определённых PR-технологий;
- локальная общественность как целевая группа общественности атомного предприятия объединяет в себе все возможные группы стейкхолдеров: сотрудники базисного субъекта, семьи сотрудников, СМИ, некоммерческие организации, бизнес-сообщество, органы государственной власти;
- для выстраивания успешных коммуникаций с локальной общественностью предприятиям атомной отрасли следует иметь PR-департамент, который будет разрабатывать стратегии взаимодействия с каждой из составляющих локальную общественность групп;
- наиболее передовыми и важными являются тренды, направленные на коммуникации с детьми, направленные на решение



проблемы гендерного неравенства в атомной промышленности, на тему безопасности и ответственности атомной отрасли и экономии электроэнергии;

- ключевое направление работы ЛАЭС – выстраивание коммуникации (с учетом мировых коммуникативных трендов) и формирование лояльности локальной общественности Ленинградской области и Санкт-Петербурга.

**Структура** работы определяется целями и задачами исследования. Работа состоит из введения, двух глав, содержащих шесть параграфов, заключения, библиографического списка, приложений.

## **Глава 1. Коммуникации предприятий атомной отрасли с локальной общественностью: теоретико-методологические подходы**

### **1.1. Атомная отрасль России: характеристики, ключевые игроки, особенности функционирования**

Активное развитие гражданского сектора атомной промышленности началось с конца 1940-х гг. В 1950 году Правительством СССР было выпущено постановление, которое было направлено на использование атомной энергии в мирных целях. Так, в 1954 году была запущена первая в мире атомная электростанция мощностью 5 МВт в городе Обнинск. Среди разработчиков и конструкторов станции были: профессора И. Курчатов, С. Фейнберг и академик Н. Доллежалъ.

В 1955 году под руководством И. Курчатова и А. Александрова началась разработка программы развития ядерной энергетики в СССР, которая предусматривала использование атомной энергии в мирных целях. В рамках этой программы появился первый в мире атомный ледокол «Ленин», который был создан на Адмиралтейском заводе в Ленинграде и был запущен в 1959 году.

Также в период 50-60-х гг. развернулась масштабная стройка АЭС на территории всего Советского Союза. Запуск первого реактора РБМК мощностью 1000 МВт состоялся на Ленинградской АЭС в 1974 году. Затем строительство АЭС развернулось и за пределами СССР, при этом конструкторами и разработчиками таких станций являлись советские ученые. Территория строительства затрагивала страны Восточной Европы, Азии и Африки. Начало выходу советской атомной промышленности на мировой рынок положила II Международная конференция по мирному использованию атомной энергии в Женеве 1958 года.

Безусловно серьезную роль в развитии сыграла трагическая авария на Чернобыльской АЭС в 1986 году. 90-е гг. для атомной промышленности стали периодом стагнации. Однако с середины 90-х гг. начался процесс

восстановления отрасли, при этом удалось сохранить накопленный потенциал и человеческие ресурсы.

После распада СССР Министерство атомной энергии и промышленности СССР было преобразовано в Министерство Российской Федерации по атомной энергии. А в 2004 году указом Президента РФ было образовано в Федеральное агентство по атомной энергии, его руководителем был назначен А.Ю. Румянцев. Спустя год работы агентства пост руководителя занял С. В. Кириенко. В декабре 2007 года указом Президента РФ была образована Государственная корпорация по атомной энергии «Росатом». Такое преобразование было необходимо в виду появления новых более масштабных задач, направленных на развитие отрасли и укрепление позиций на мировом рынке.<sup>16</sup>

На сегодняшний день госкорпорация объединяет около 350 научных организаций и предприятий. «Росатом» занимает лидирующее положение на мировом рынке ядерных технологий, занимая первое место в мире по количеству одновременно сооружаемых АЭС за рубежом; второе место в мире по запасам урана и третье место по объему его добычи; 2 место в мире по генерации атомной электроэнергии, обеспечивая 36% мирового рынка услуг по обогащению урана и 17% рынка ядерного топлива».<sup>17</sup> Деятельность госкорпорации регулируется Федеральным законом от 01.12.2007 N 317-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О Государственной корпорации по атомной энергии Росатом», в котором представлены принципы организации, цели создания и деятельности, порядок управления деятельностью, порядок реорганизации и ликвидации Государственной корпорации.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> История атомной промышленности России [Электронный ресурс] // Rosatom.ru – URL: <http://www.rosatom.ru/about-nuclear-industry/history/> (дата обращения 1.04.2017)

<sup>17</sup> О нас [Электронный ресурс] // Rosatom.ru – URL: <http://www.rosatom.ru/about/> (дата обращения 03.01.2017)

<sup>18</sup> Федеральный закон «О Государственной корпорации по атомной энергии «Росатом» от 01.12.2007 N 317-ФЗ

Несмотря на лидерские позиции, атомная промышленность России продолжает сталкиваться с проблемой негативного отношения к отрасли и неприятия общественностью как новых атомных проектов, так и экспериментов на действующих АЭС. Среди причин подобного неприятия атомной энергетики можно выделить следующие:

- возможность новых радиационных аварий и катастроф с неприемлемыми последствиями;
- опасность атомной энергетики даже в безаварийном режиме работы;
- нерешённость проблемы радиоактивных отходов и отработавшего ядерного топлива;
- существенное государственное субсидирование отрасли;
- наличие менее опасных и более надёжных и дешёвых альтернатив.<sup>19</sup>

ГК «Росатом» имеет множество направлений деятельности:

**Ядерный энергетический комплекс**, который включает в себя добычу и обогащение урана, производство ядерного топлива, проектирование и строительство новых АЭС, производство электроэнергии на АЭС, обслуживание действующих АЭС и ядерное и энергетическое машиностроение.

**Производство композитных материалов.** «По сравнению с обычными конструкционными материалами (алюминием, сталью и др.) композиционные материалы на основе углеродных волокон обладают экстремально высокими характеристиками – прочностью, сопротивлением усталости, модулем упругости, химической и коррозионной стойкостью, в разы превышающими аналогичные показатели стали, при существенно меньшей массе».<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Атомная энергетика: состояние, проблемы, перспективы, 2015 [Электронный ресурс] // Slideshare.net – URL: [http://www.slideshare.net/AndreyOzharovsky/2015-44787920?from\\_action=save](http://www.slideshare.net/AndreyOzharovsky/2015-44787920?from_action=save) (дата обращения 21.01.2017)

<sup>20</sup> Композитные материалы [Электронный ресурс] // Rosatom.ru – URL: <http://www.rosatom.ru/production/kompozitnye-materialy/> (дата обращения 03.01.2017)

**Прикладная и фундаментальная наука.** Ежегодно на научные исследования тратится 4, 5% от выручки госкорпорации.<sup>21</sup>

**Ядерная и радиационная безопасность.** Ежедневно ведется работа по усовершенствованию систем безопасности. «Обеспечение ядерной и радиационной безопасности включает в себя несколько направлений. Первая - это обеспечение текущей безаварийной эксплуатации действующих объектов атомной промышленности и других ядерно и радиационно опасных объектов (ЯРОО). Второе – это проблема ликвидации наследия советского «атомного проекта». Реабилитация загрязненных территорий, долговременное хранение реакторных отсеков и топлива списанных атомных подводных лодок – все это требует не только существенных финансовых затрат, но и применения новых, зачастую нестандартных подходов к решению накопившихся проблем».<sup>22</sup>

**Атомный ледокольный флот.** Здесь основными направлениями деятельности являются: ледокольное обеспечение проводки судов в акватории Северного морского пути в замерзающие порты РФ; обеспечение проведения научно-исследовательских экспедиций; обеспечение аварийно-спасательных операций во льдах на акватории Северного морского пути и неарктических замерзающих морей.<sup>23</sup>

**Ядерная медицина.** «Сегодня свыше 50% радиоактивных изотопов, нарабатываемых в мире, используются для медицинских нужд. В рамках деятельности по развитию отечественной ядерной медицины ГК «Росатом» организовано производство изотопа молибден-99 в Государственном научном центре «Научно-исследовательский институт атомных реакторов» (г. Димитровград, Ульяновская обл.). Проект направлен на организацию в России собственного производства новых радиофармпрепаратов и

---

<sup>21</sup> О нас [Электронный ресурс] // Rosatom.ru – URL: <http://www.rosatom.ru/about/> (дата обращения 03.01.2017)

<sup>22</sup> Ядерная безопасность [Электронный ресурс] // Rosatom.ru – URL: <http://www.rosatom.ru/production/safety/> (дата обращения 03.01.2017)

<sup>23</sup> Атомный ледокольный флот [Электронный ресурс] // Rosatom.ru – URL: <http://www.rosatom.ru/production/fleet/> (дата обращения 03.01.2017)

медицинских изделий, формирование услуг по оказанию населению высокотехнологичной медицинской помощи».<sup>24</sup>

**Ядерный оружейный комплекс.** ЯОК обеспечивает реализацию в России политики ядерного сдерживания. Также выпускается довольно большой ассортимент гражданской продукции. Она весьма востребована, главными ее потребителями являются нефтегазовая, железнодорожная, автомобильная и другие отрасли российской промышленности.<sup>25</sup>

Наиболее крупным и коммуникационно активным направлением деятельности «Росатома» безусловно является ядерный энергетический комплекс. В России работают десять АЭС (Балаковская, Белоярская, Билибинская, Калининская, Кольская, Курская, Ленинградская, Нововоронежская, Ростовская, Смоленская) их доля в общей выработке электроэнергии составляет 16%, в европейской части Российской Федерации достигает 30%, а в северо-западных частях — 37%».<sup>26</sup> В процессе строительства сейчас находятся еще восемь новых станций.

Мировой рынок атомной промышленности делится тремя крупнейшими игроками: российская гос. корпорация «Росатом», французский атомный холдинг AREVA и концерн США Westinghouse. В начале 2000-х гг. в так называемую «большую атомную четверку» входила японская компания, однако после трагической аварии на АЭС Фукусима-1 в 2011 г., ситуация поменялась, на сегодняшний день атомная промышленность Японии только начинает выходить из кризисного положения и не может конкурировать с остальными игроками мирового рынка.

Westinghouse Electric Company – атомная компания США, 87 % акций которой принадлежит японской корпорации Toshiba. Компания является

---

<sup>24</sup> Ядерная медицина [Электронный ресурс] // Rosatom.ru – URL: <http://www.rosatom.ru/production/medicine/> (дата обращения 03.01.2017)

<sup>25</sup> Ядерный энергетический комплекс [Электронный ресурс] // Rosatom.ru – URL: <http://www.rosatom.ru/production/nuclear-weapons-complex/> (дата обращения 03.01.2017)

<sup>26</sup> Перспективы развития мировой атомной энергетики [Электронный ресурс] // Gisee.ru – URL: <http://gisee.ru/articles/alternate/29447/> (дата обращения 10.12.2016)

одним из общепризнанных мировых лидеров в области разработки реакторных установок для атомной энергетики.<sup>27</sup> На сегодняшний день Вестингауз ведет строительство восьми реакторных установок AP-1000, четыре из которых находятся в Китае, еще четыре – в США. Росатом на данный момент осуществляет строительство 34 энергоблоков за рубежом.<sup>28</sup> Реактор AP-1000 является основным конкурентом по качественным и технологическим характеристикам реактора Росатома ВВЭР-1200/ТОИ. Преимущества AP-1000 заключаются в пассивной безопасности – все процессы происходят под действием гравитации, естественного теплообмена и конденсации, и в улучшенной экономии блока – уменьшается площадь застройки, быстрая сборка. Однако, стоит отметить, что в отличие от ВВЭР-1200, который был запущен 5 августа 2016 года на Нововоронежской АЭС, AP-1000 не запущен нигде в мире, первоначальный пуск блока был запланирован на 2013 год на китайской АЭС «Санмень-1», затем сроки перенесли на три года, но и в 2016 году энергоблок не был запущен.

29 марта 2017 года Интерфакс опубликовал новостную заметку о начале процедуры банкротства компании Westinghouse. Проблемы компании связаны с крупными перерасходами на двух американских АЭС - в Джорджии и Южной Каролине.<sup>29</sup>

Французская компания AREVA представляет собой объединение всех компаний атомной промышленности: производство и переработка ядерного топлива, проектирование и изготовление реакторного оборудования, проектирование и производство электрических соединительных устройств. В качестве оператора всех АЭС во Франции выступает крупнейшая в мире электрогенерирующая компания, 85% акций которой принадлежит

---

<sup>27</sup> Конкуренты Росатома. Westinghouse [Электронный ресурс] // Геоэнергетика.ru – аналитический онлайн журнал – URL: <http://geoenergetics.ru/2016/09/16/konkurenty-rosatoma-westinghouse/> (дата обращения 01.04.2017)

<sup>28</sup> Строящиеся АЭС [Электронный ресурс] // Rosatom.ru – URL: <http://www.rosatom.ru/production/design/stroyashchiesya-aes/> (дата обращения 1.04.2017)

<sup>29</sup> Конкурент «Росатома» начал процедуру банкротства [Электронный ресурс] // Interfax.ru – URL: <http://www.interfax.ru/business/555867> (дата обращения 01.04.2017)

государству - Комиссариату по атомной энергетике, EDF – Électricité de France. Таким образом, AREVA является конкурентом для Росатома в первую очередь в проектировании и строительстве реакторов и АЭС на мировой арене.

Французский конкурент реакторов ВВЭР-1200 и AP-1000 является реактор «Европейский реактор с водой под давлением» (EPR). В проекте реактор обладает значительными преимуществами перед своими конкурентами, в первую очередь в вопросах безопасности. Первый блок этого типа начали строить в 2005 году в Финляндии на АЭС Олкилуото. На данный момент отставание от сроков составляет 10 лет, перерасход бюджета - больше 5 миллиардов евро.<sup>30</sup> Таким образом, обсуждения о строительстве и внедрении EPR в разных странах ведется с 2003 года, однако до сих пор в мире не запущен такой энергоблок.

Что касается компании EDF, то на 2016 год долги компании составили 37 млрд. евро. Таким образом, неблагоприятное финансовое положение не конкурентоспособно с положением Росатома на мировом рынке. Однако не стоит забывать, что AREVA имеет серьезные успехи в продвижении закрытого ядерного топливного цикла, первые в мире заводы ядерного топлива, в рамках этого направления французы для Росатома – хорошие партнеры. В связи с этим возможное банкротство компании может стать для Росатома неоднозначным, с одной стороны – ослабление конкурентов, с другой – потеря сильного партнёра.<sup>31</sup>

Ежегодно в различных экономических, политических и других конъюнктурных условиях формируются **тренды в атомной промышленности**. Данное исследование представит новейшие и наиболее значимые среди них.

---

<sup>30</sup> Первый EPR [Электронный ресурс] // [tenergy.livejournal.com](http://tenergy.livejournal.com) – URL: <http://tenergy.livejournal.com/21070.html> (дата обращения 01.04.2017)

<sup>31</sup> Конкуренты Росатома: Франция [Электронный ресурс] // Геоэнергетика.ru – аналитический онлайн журнал – URL: <http://geoenergetics.ru/2016/09/26/konkurenty-rosatoma-franciya/> (дата обращения 01.04.2017)



На сегодняшний день, наблюдается увеличение стран-новичков в атомной промышленности. По данным Отчёта о состоянии мировой атомной отрасли за 2016 год, новые АЭС строятся или находятся в стадии планирования в следующих странах: Беларусь, ОАЭ, Бангладэш, Литва, Турция, Вьетнам, Египет, Иордания, Польша, Чили, Индонезия, Казахстан, Таиланд, Саудовская Аравия. В Беларуси, Бангладеше, Турции, Вьетнаме, Египте, Иордании и Индонезии поставщиком и застройщиком новых АЭС является Росатом. Основным конкурентом Росатома является американская компания Westinghouse (см. прил. 1). Однако в отчёте также представлены сведения о регулярных задержках строительства АЭС по всему миру. Причинами, как правило, становятся финансовые и технологические трудности.

Также после аварии на «Фукусиме-1» появилась тенденция к ужесточению требований к безопасности объектов атомной энергетики. Международное агентство по атомной энергии МАГАТЭ (IAEA) в 2016 году обновило Глоссарий по вопросам атомной безопасности 2007 года с учётом опыта Японской АЭС.<sup>32</sup>

Можно отметить российский опыт в этом направлении. «Российские атомщики анализировали причины аварии на «Фукусиме» и обозначили для себя качественно новые стандарты безопасности. В последующем С. В. Кириенко не раз заявлял, что «Росатом» предлагает заказчикам реакторы, которые отвечают постфукусимским требованиям. То есть реакторы проектируются по технологии 3+, в которой совмещаются элементы пассивной и активной безопасности, используются несколько российских ноу-хау, например ловушка расплава. Кроме того, «Росатом» работает над реакторами четвертого поколения — на быстрых нейтронах»<sup>33</sup>.

---

<sup>32</sup> IAEA Safety Glossary [Электронный ресурс] // Wwww-ns.iaea.org – URL: <https://www-ns.iaea.org/downloads/standards/glossary/iaea-safety-glossary-draft-2016.pdf> (дата обращения 20.11.2016)

<sup>33</sup> «Росатом» корректирует бизнес-модель [Электронный ресурс] // Gazeta. ru – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2015/06/04/6745406.shtml> (дата обращения 10.12.2016)

Тренд увеличения сроков эксплуатации атомных объектов, представленный на конференции «Атомэкспо-2015», обусловлен появлением новых материалов, новых технологических решений, которые в разы увеличивают жизненный цикл объектов. По словам С. В. Кириенко, генерального директора ГК «Росатом» (2005–2016 гг.), применение новых сортов стали позволяет увеличить срок работы атомных блоков до 100 лет. До этого в среднем срок эксплуатации составлял до 50 лет<sup>34</sup>.

Что касается строительства новых АЭС по всему миру, то здесь заметен тренд заказа «под ключ». Атомная энергетика является относительно недорогим источником электроэнергии, все больше стран стремятся построить АЭС с относительно низкой стоимостью конечного продукта – киловатт-часа. Строительство под ключ позволяет сократить дополнительные издержки на строительство блоков и развитие инноваций, таким образом комплексный подход к строительству является более выгодным для стран-заказчиков<sup>35</sup>.

В то же время страны-заказчики воспринимают АЭС как определенный драйвер для социально-экономического развития региона. «Власти заинтересованы в новых рабочих местах, в увеличении налогов в бюджет, в получении новых технологий, например по опреснению воды, ядерной медицине, в образовательных проектах, науке и в конце концов в новом качестве жизни для населения»<sup>36</sup>.

В связи с тем, что российская атомная отрасль уже сегодня формулирует на рынке это комплексное предложение, её лидерские позиции на мировом рынке также являются определенным трендом отрасли. «Сейчас «Росатом» входит в тройку лидеров и является номером один по сооружению АЭС за рубежом и по обогащению урана. «Росатом» на втором месте после

---

<sup>34</sup> «Росатом» корректирует бизнес-модель [Электронный ресурс] // Gazeta. ru – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2015/06/04/6745406.shtml> (дата обращения 10.12.2016)

<sup>35</sup> «Росатом» корректирует бизнес-модель [Электронный ресурс] // Gazeta. ru – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2015/06/04/6745406.shtml> (дата обращения 10.12.2016)

<sup>36</sup> «Росатом» корректирует бизнес-модель [Электронный ресурс] // Gazeta. ru – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2015/06/04/6745406.shtml> (дата обращения 10.12.2016)

США и Франции по запасам урана и на втором месте по установленной мощности. Эти лидерские позиции «Росатом» планирует удерживать и сохранять долю на рынке сооружения новых АЭС не менее 20–25%.

«Росатом» возводит за рубежом 29 атомных блоков. По словам замглавы «Росатома» К. Комарова, в среднесрочной перспективе контракты могут быть подписаны на 64 блока АЭС. Сдержать экспансию «Росатома» может только геополитический фактор. Российская госкорпорация не попала под санкции, и ни один заказ не остановлен по причине политической турбулентности. Но риски сохраняются». <sup>37</sup>

Наиболее заметными **технологическими трендами** являются: увеличение количества АЭС с реакторами четвертого поколения с замкнутым ядерным топливным циклом, строительство атомных опреснительных комплексов на базе АЭС, а также транспортабельных и плавучих АЭС.

С 2015 года на Белоярской АЭС успешно функционирует реактор с замкнутым ядерным топливным циклом, который работает на переработанных РАО. «Атомная энергетика не является полностью безотходной. В процессе обогащения природного урана для производства топлива, в ходе переработки отработанного ядерного топлива (ОЯТ) образуются радиоактивные отходы. После специальной переработки их можно повторно использовать для производства электроэнергии в реакторах IV поколения, или реакторах на быстрых нейтронах. Переход на них может способствовать общему сокращению объемов радиоактивных отходов». <sup>38</sup>

Уже сегодня опреснительные комплексы на базе АЭС достаточно распространены в мире. «К 2050 году около 40% жителей планеты могут проживать в районах острого водного дефицита. Спрос на воду в мире

---

<sup>37</sup> «Росатом» корректирует бизнес-модель [Электронный ресурс] // Gazeta. ru – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2015/06/04/6745406.shtml> (дата обращения 10.12.2016)

<sup>38</sup> Энергоэффективность и энергосбережение. Гибкие решения в современной ядерной энергетике [Электронный ресурс] // Hse.ru – URL: [https://www.hse.ru/data/2015/08/12/1087749163/Trendletter11%20\(17\).pdf](https://www.hse.ru/data/2015/08/12/1087749163/Trendletter11%20(17).pdf) (дата обращения 20.11.2016)

вырастет на 55%: главным образом за счет потребления в промышленности (рост до 400%), тепловой энергетике (140%) и домохозяйствах (130%). Для опреснения морской воды сейчас используют, в основном, либо дорогостоящую и энергоемкую технологию обратного осмоса, которая базируется на процессе ионической фильтрации, либо технологию, основанную на физическом процессе выпаривания, — многостадийную / многоступенчатую дистилляцию».<sup>39</sup>

Тренд, который только зарождается, но уже активно набирает обороты – строительство транспортабельных и плавучих АЭС. Причина необходимости строительства подобных АЭС обусловлена тем, что «в мире есть немало труднодоступных мест, не подключенных к магистральным сетям энергоснабжения, в России, например, это районы Крайнего Севера. Для выработки тепловой и электрической энергии там используются, в основном, малая тепловая энергетика и изолированная генерация (электростанции на базе дизельных генераторов). Чтобы снизить зависимость таких территорий от непрерывных поставок топлива, запасных частей и сервисного обслуживания, альтернативным технологическим решением могут стать транспортабельные и плавучие атомные теплоэлектростанции малой и средней мощности, работающие в автономном режиме продолжительное время.

Среди наиболее перспективных и продвинутых разработок в данном направлении — ПАТЭС, или плавучая атомная теплоэлектростанция (представляет собой судно, на котором размещены пара ядерных блоков и паротурбинные установки, а также комплекс вспомогательных береговых и гидротехнических сооружений). Подобная станция позволяет одновременно производить тепловую и электрическую энергию и получать пресную воду. Техническое решение ПАТЭС предполагает гибкий мощностной ряд (12—

---

<sup>39</sup> Энергоэффективность и энергосбережение. Гибкие решения в современной ядерной энергетике [Электронный ресурс] // Hse.ru – URL: [https://www.hse.ru/data/2015/08/12/1087749163/Trendletter11%20\(17\).pdf](https://www.hse.ru/data/2015/08/12/1087749163/Trendletter11%20(17).pdf) (дата обращения 20.11.2016)

200 МВт) и продолжительную автономную работу. Капитальный ремонт станции осуществляется на судоремонтном заводе раз в 10-12 лет, текущий ремонт и перегрузка топлива производятся прямо на судне, поочередно на каждом из блоков».<sup>40</sup>

Таким образом, ГК «Росатом» занимает лидирующие позиции не только в России (будучи отраслевым монополистом), но и на мировом рынке. Более того, наличие технологических новшеств в деятельности «Росатома» говорит о позиции трендсеттера в мировой практике атомной промышленности.

В результате анализа контента официального сайта «Росатома»<sup>41</sup>, выявленных мировых трендов и экспертного интервью с Татьяной Корнышевой, заместителем руководителя – начальником отдела внешних коммуникаций Управления информации и общественных связей ЛАЭС (см. прил. 2), автором был подготовлен SWOT-анализ, раскрывающий сильные и слабые стороны «Росатома», а также возможности и угрозы для его успешного функционирования.

Сильные стороны	Слабые стороны
1. «Росатом» – мировой лидер на рынке атомной промышленности по количеству экспортных заказов: восемь АЭС строятся за рубежом (АЭС «Аккую» (Турция), Белорусская АЭС (Беларусь), АЭС «Бушер» (Иран), АЭС «Куданкулам» (Индия), АЭС «Пакш-2» (Венгрия), АЭС «Руппур» (Бангладеш), АЭС «Тяньвань-2» (Китай), АЭС «Ханхикиви-1» (Финляндия) <sup>42</sup> ; переговоры о строительстве новых АЭС ведутся с Саудовской Аравией, ЮАР, Ганой, Нигерией, Лаосом,	1. Неверие общества в безопасность атомной энергетики, обусловленное крупными авариями на Чернобыльской АЭС и АЭС «Фукусима-1». 2. Низкая информированность о деятельности компании в регионах, где не действуют АЭС. 3. Негативные отклики зелёных некоммерческих организаций о

<sup>40</sup> Энергоэффективность и энергосбережение. Гибкие решения в современной ядерной энергетике [Электронный ресурс] // Hse.ru – URL: [https://www.hse.ru/data/2015/08/12/1087749163/Trendletter11%20\(17\).pdf](https://www.hse.ru/data/2015/08/12/1087749163/Trendletter11%20(17).pdf) (дата обращения 20.11.2016)

<sup>41</sup> Росатом [Электронный ресурс] // rosatom.ru – URL: <http://www.rosatom.ru/> (дата обращения 01.04.2017)

<sup>42</sup> Строящиеся АЭС [Электронный ресурс] // rosatom.ru – URL: <http://www.rosatom.ru/production/design/stroyashchiesya-aes/> (дата обращения 01.04.2017)

<p>Индонезией. 41 % всех атомных строек в мире производят российские специалисты.<sup>43</sup></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Высокая устойчивость рынка: энергоблоки плохо унифицируются, то есть компании-конкуренты не смогут достроить блоки, начатые российскими специалистами и наоборот.</li> <li>3. «Росатом» не попал под санкции: вопросы ядерной безопасности и обеспечения электроэнергией важнее политики. Росатом продолжает строительство АЭС и атомный экспорт в страны ЕС и НАТО.</li> <li>4. «Росатом» занимается управлением атомным ледокольным флотом, которому нет аналогов в мире, что особенно ценно в условиях борьбы за Арктику между ведущими державами мира.</li> <li>5. Технологические успехи «Росатома»: реакторы с замкнутым ядерным топливным циклом, транспортабельные и плавучие АЭС, опреснительные комплексы на базе АЭС.</li> <li>6. Вложения «Росатома» в новые разработки составляют до 3 млрд. \$ в год.</li> <li>7. По доле финансирования инноваций от выручки «Росатом» сравнялся с ведущими мировыми технологическими компаниями (AREVA, Siemens, Mitsubishi).</li> </ol>	<p>деятельности предприятий атомной отрасли, поскольку охрана природы – «прибыльная область экономической деятельности»<sup>44</sup>.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Начальный этап решения проблемы переработки и захоронения радиоактивных отходов.</li> <li>5. Возможность кризисных ситуаций, связанных с технологическими сбоями.</li> </ol>
<p>Возможности</p>	<p>Угрозы</p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выработка электроэнергии на АЭС будет расти пропорционально росту мирового потребления.</li> <li>2. Всё больше стран активизирует планы по развитию атомной энергетики.</li> <li>3. Рост атомной энергетики сопровождается развитием смежных сегментов атомной отрасли (Например, переработка ОЯТ).</li> <li>4. Банкротство конкурента Westinghouse может привести Росатом на позиции безоговорочного</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Банкротство конкурента Westinghouse может привести к появлению и укреплению других конкурентов (например, Южнокорейская компания KEPSCO), что, возможно, нанесет серьёзный удар по положению Росатома.<sup>46</sup></li> <li>2. Развитие технологий получения электроэнергии при помощи</li> </ol>

<sup>43</sup> Ядерная энергетика – залог геополитического влияния России [Электронный ресурс] // [politrussia.com](http://politrussia.com) – URL: <http://politrussia.com/ekonomika/mirnyu-atom-v-726/> (дата обращения 01.04.2017)

<sup>44</sup> Худоренко Е. А. PR технологии российских корпораций ТЭК: монография. – Издательство «МГИМО-Университет», 2005. – С. 117.

<sup>46</sup> Банкротство Westinghouse трезвым взглядом [Электронный ресурс] // [Geoenergetics.ru](http://geoenergetics.ru) – аналитический онлайн-журнал – URL: <http://geoenergetics.ru/2017/03/30/bankrotstvo-westinghouse-trezvym-vzglyadom/> (дата обращения 01.04.2017)

<p>лидера отрасли.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Рост портфеля проектов сооружения АЭС, развитие зарубежных операций и активов Росатома.</li> <li>6. Рост доли атомной генерации в России до 23% к 2030 году.</li> <li>7. Приближение Росатома к мировому лидерству среди атомных генерирующих компаний по объему установленной мощности.</li> <li>8. Рост выручки Росатома.<sup>45</sup></li> </ol>	<p>возобновляемых источников.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Авария на АЭС «Фукусима-1» повлияла на частичный или полный отказ некоторых стран от атомной энергетики.</li> </ol>
--	---

Таблица 1. SWOT-анализ деятельности ГК «Росатом»

Таким образом, мы видим, что кроме технологических слабых сторон и угроз отрасли. «Росатому» присущи проблемы, связанные с недоверием и недостаточной лояльностью общественности, то есть проблемы репутации, которые возможно решить при помощи определённых PR-технологий. М. В. Гундарин определял репутацию, как сложившуюся, широко распространённая общественную оценку компании.<sup>47</sup> То есть репутация формируется исходя из оценок целевых групп общественности, в связи с этим крайне важно уделить особое внимание пониманию, кто является целевой группой общественности атомного предприятия.

<sup>45</sup> Доклад на форуме Атомэкспо – 2012 [Электронный ресурс] // 2012.atomexpo.ru – URL: <http://2012.atomexpo.ru/mediafiles/u/files/Present2012/Karavaev.pdf> (дата обращения 01.04.2017)

<sup>47</sup>

## **1.2. Локальная общественность: ключевые группы, характеристики, коммуникативная активность**

Понятие общественности является ключевым для коммуникативной деятельности. Многие теоретики PR давали свою трактовку этому термину. Так, М. А. Шишкина в книге «Паблик рилейшнз в системе социального управления» определяет: общественность как «совокупность индивидов и социальных общностей, которые функционируют в публичной сфере и которыми движут определенные общие интересы и ценности, имеющие публичный (открытый) статус».<sup>48</sup> И. М. Синяева под общественностью понимает группу людей, которая сформировалась под влиянием определённых обстоятельств, осознаёт проблемность ситуации и одиночным образом на неё реагирует.<sup>49</sup>

Для связей с общественностью наибольший интерес представляют целевые группы общественности, на которые направлены коммуникации. Наиболее распространено деление общественности на две группы: внешнюю и внутреннюю. «Внешнюю общественность составляют группы людей, непосредственно не связанные с организацией: пресса, государственные органы, работники сферы образования, клиенты, жители ближайшей к организации местности, поставщики и др. Внутренняя общественность – группы людей, входящие в состав собственно организации: рабочие) инженерно-технические работники, руководители, акционеры, совет директоров и т.д».<sup>50</sup> Существуют и другие типологии общественности:

---

<sup>48</sup> Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М. А. Шишкина - СЗРЦ «Русич», Паллада-медиа, 2002. – 448 с.

<sup>49</sup> Понятие общественности и общественного мнения [Электронный ресурс] // [www.free.megacampus.ru](http://www.free.megacampus.ru) – URL: [http://free.megacampus.ru/xbookM0023/index.html?go=part-011\\*page.htm](http://free.megacampus.ru/xbookM0023/index.html?go=part-011*page.htm) (дата обращения 22.01.2017)

<sup>50</sup> Понятие общественности, типология групп общественности [Электронный ресурс] // [Pr-lecture.narod.ru](http://www.pr-lecture.narod.ru) – URL: <http://www.pr-lecture.narod.ru/prt5r1part1.html> (дата обращения 22.01.2017)



Американский исследователь Д. Груниг предложил типологизацию общественности на основе характера коммуникационного поведения. Он выделяет четыре группы общественности:

- общественность, реагирующая на все проблемы, то есть проявляющая активность по любому вопросу;
- равнодушная общественность, то есть индифферентная, не проявляющая активности ни по каким проблемам;
- общественность вокруг одной проблемы, то есть активная по поводу одного или ограниченного числа взаимосвязанных вопросов (к примеру, защита животных);
- общественность вокруг обострившейся проблемы. Эта общественность начинает активно действовать после того, как благодаря средствам массовой информации проблема уже известна практически всем и стала предметом широкого обсуждения в обществе (например, падение рождаемости в стране).<sup>51</sup>

Исследователь Джерри Гендрикс выделяет в сжатом виде семь групп общественности:

- работники СМИ (местных, общенациональных, специальных);
- общественность собственно организации, в т.ч. администрация;
- местные жители, лидеры групп и руководители местных политических, общественных, деловых, религиозных, культурных и других организаций;
- инвесторы (реальные и потенциальные), статистическая служба, сети финансовой и экономической информации, страховые организации и д.т.;
- государственные органы, включая и местный уровень – органы местного самоуправления и пр.;

---

<sup>51</sup> Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries (Communication S.), Inc Paperback, 2002.

- потребители, в том числе персонал собственно организации, различные группы потребительской общественности, активисты защиты прав потребителей, издательства для потребителей;
- общественность групп особых интересов, их каналы информации, лидеры, руководители организаций и т.д.<sup>52</sup>

М. А. Шишкина, представитель петербургской школы PR обозначает следующие группы целевые группы (адресаты) PR-воздействия:

- потребители;
- представители бизнес-среды (конкуренты, партнеры);
- персонал;
- власть;
- СМИ;
- общественные организации;
- локальная общественность.

Таким образом, мы видим, что чаще всего группы общественности выделяются на основе роли по отношению к базисному субъекту, то есть кем являются группы по отношению к той или иной компании.

**Локальную общественность** М. А. Шишкина описывает как целевую группу, для которой базисный субъект PR осуществляет свою деятельность на определенной территории — в регионе, области, городе и выполняет значительные градообразующие функции. В данном случае работа с жителями этой территории приобретает особый смысл, поскольку именно жители могут выступать в качестве основной рабочей силы, персонала компании, а также быть потребителями товара или услуги и т. д.<sup>53</sup>

Мы видим, что М. А. Шишкина выделяет локальную общественность в обособленную целевую группу общественности, подразумевая под ней местное население. Однако в данном разделении не учитывается тот факт,

---

<sup>52</sup> Public Relations Cases, 5th Edition, Wadsworth Pub Co, 2000, Jerry A. Hendrix

<sup>53</sup> Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М. А. Шишкина - СЗРЦ "Русич", Паллада-медиа, 2002. – 448 с.

что местное население в то же время может относиться к другим группам общественности, например работать в СМИ, быть представителями некоммерческих организаций, работать в компаниях, которые являются стейкхолдерами для базисного субъекта.

Существуют точки зрения, учитывающие эти моменты. В частности, исследователь Е. А. Шаркова понимает под локальной общественностью местное население и разделяет его на возможные подгруппы. Так, на примере коммуникативной деятельности энергодобывающих компаний автор показывает, что локальная общественность или местное сообщество как целевая группа общественности объединяет в себе все возможные группы стейкхолдеров: сотрудники базисного субъекта, семьи сотрудников, СМИ, некоммерческие организации, бизнес-сообщество, органы государственной власти. (см. схему 1.)<sup>54</sup>

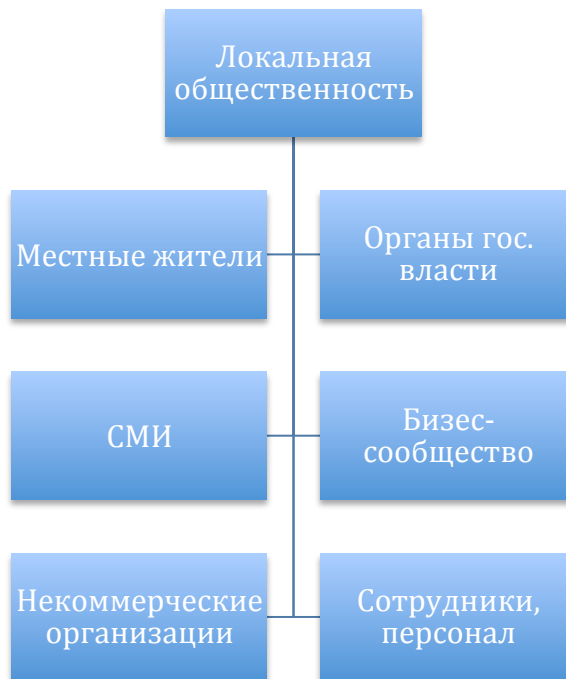


Схема 1. Структура локальной общественности

<sup>54</sup> Шаркова Е.А. Коммуникация в условиях экологического риска // Стратегическое коммуникации в бизнесе и политике: материалы межд. науч. конф. (23 апреля 2014). СПбГУ. СПб., 2014. С. 60-64.

Коммуникации предприятий атомной отрасли с локальной общественностью строятся с учётом специфики отрасли, отсюда вытекает особая значимость коммуникаций по вопросам безопасности и экологии. Особенное внимание уделяется коммуникации в условиях кризисной ситуации, возникшей в результате природных катаклизмов, техногенных катастроф или аварий. Безусловно, подобные риски могут привести к негативным для базисного субъекта последствиям, связанным с имиджем компании в глазах общественности. Е. А. Шаркова в статье «Коммуникации с пострадавшими и вовлеченными группами общественности в условиях экологического кризиса» называет подобное негативное состояние общественности «экологическим стрессом». «Экологический стресс», по мнению эксперта, «провоцирует социальную напряжённость и массовые социальные заболевания личности (чрезмерную агрессивность, зависимость от наркотиков и алкоголя), является причиной деструктивных проявлений в жизни и поведении людей».<sup>55</sup> Именно поэтому столь важно уделять этому направлению коммуникаций особое внимание.

Промышленные предприятия на сегодняшний день становятся более социально ответственными и всё больше осознают важность работы над имиджем и репутацией. В связи с данной тенденцией коммуникации с локальной общественностью принято регламентировать официальными документами разного уровня (от корпоративных до международных). Е. А. Шаркова выделяет следующие обязательные документы: стратегия взаимодействия с локальной общественностью, которая формируется в результате исследования и анализа социально-экономической ситуации и план информационных компаний и консультаций. Также для каждой группы стейкхолдеров выделяются механизмы, способы и методы взаимодействия и информирования.

---

<sup>55</sup> Шаркова Е. А. Коммуникация с пострадавшими и вовлеченными группами общественности в условиях экологического кризиса // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике №2 (2). Санкт-Петербург, 2016. С. 208-220

В частности, с местными жителями коммуникация осуществляется при помощи локальных и региональных СМИ, активно применяются такие форматы взаимодействия, как встречи с руководством компаний и соц. служб, общественные слушания, приемные часы представителей компании и тд. Информирование местного населения осуществляется также при помощи информационных досок в здании компании и общественных местах. Особое место в информировании занимает интернет – веб-сайт компании, а в последнее время все больше социальные сети – ключевые источники информации. При этом информация, представленная на вышеперечисленных ресурсах, имеет вес для всех групп стейкхолдеров локальной общественности, будь то СМИ, персонал, общественные организации или местные жители.

Е. А. Худоренко выделяет следующие типы некоммерческих организации, на которые может быть направлена PR-деятельность промышленного предприятия: политические партии и политические образования, профсоюзные организации, социально-политические движения и общественные организации. Для установления позитивного взаимодействия с данными организациями в практике применяются следующие PR-инструменты: специальные мероприятия (встречи с руководством, общественные слушания, экскурсии на предприятия, консультации), зачастую члены подобных организаций приглашаются на предприятие или на определённое мероприятие предприятия в качестве экспертов, также промышленные предприятия нередко оказывают помощь в организации в определённых проектах и мероприятиях, то есть выступают в качестве спонсора<sup>56</sup>.

Что касается взаимодействия крупных промышленных компаний со СМИ, то здесь Е. А. Худоренко приводит следующие особенности:

---

<sup>56</sup> Худоренко Е. А. PR технологии российских корпораций ТЭК: монография. – Издательство «МГИМО-Университет», 2005.

- корпорация должна быть в курсе обстановки и интересов населения территорий, где располагаются её предприятия;
- чёткий отбор и сегментация СМИ;
- оценка возможностей и потенциала различных типов СМИ;
- использование подходящего информационного повода, привязка к «круглой дате»;
- соблюдение определённого свода правил:
  - максимальная прозрачность деятельности компании для СМИ;
  - регулярная генерация различных инфоповодов;
  - своевременная реакция на неблагоприятные для имиджа и репутации компании проблемы;
  - соблюдение профессиональных и этических норм во взаимодействии с журналистами.<sup>57</sup>

Также, во взаимодействии со СМИ можно выделить следующие PR-инструменты: специальные мероприятия (пресс-конференции, брифинги, пресс-туры, круглые столы) и спиндокторинг – «исправление освещения событий в масс-медиа после того, как информационное развитие приняло неблагоприятный оттенок».

В отношении коммуникаций корпорации с органами государственной власти, нужно сказать о GR. «GR – вид PR деятельности, направленный на оптимизацию взаимодействия социального субъекта с органами государственной власти»<sup>58</sup>. Под лоббизмом принято понимать легальную деятельность по продвижению собственных интересов базисного субъекта в органах государственной власти. То есть понятие GR несколько шире и включает в себя лоббирование. Петербургская школа GR выделяет

---

<sup>57</sup> Худоренко Е. А. PR технологии российских корпораций ТЭК: монография. – Издательство «МГИМО-Университет», 2005.

<sup>58</sup> GR и лоббизм: теория и технологии : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под ред. В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 315 с.

следующие технологии во взаимодействии с органами государственной власти:

Прямое взаимодействие, то есть непосредственные персональные контакты с представителями органов гос. власти; представление законодателями информации по интересующему законодателей вопросу, участие в комитетах, комиссиях, советах и тд.; выступления в профильных комитетах, на специальных форумах и саммитах; неформальные встречи на культурных мероприятиях.

Взаимодействие с органами государственной власти через экспертное сообщество конкретной отрасли, то есть представители профессионального сообщества транслируют органам государственной власти интересы всей отрасли в целом.

Взаимодействие через СМИ. Помимо регулярного информирования СМИ о деятельности субъекта GR, здесь стоит сказать об участии в мероприятиях для СМИ и о подготовке выступлений представителей GR субъекта.

«Мягкие деньги» – крупные нерегламентированные пожертвования на нужды партии, подобная технология является законной только в США при соблюдении определённых правил и ограничений, в российской действительности подобные пожертвования принято называть «черным налом».

Во взаимодействии с бизнес-сообществом PR департамент, как правило, имеет определённую документально закреплённую стратегию. Существуют также PR-инструменты, направленные на коммуникации с бизнес-сообществом: инициирование специальных мероприятий для бизнес-сообщества и участие в подобных мероприятиях, организованных другими представителями бизнеса (форумы, конференции и тд.), принятие общепринятых этических стандартов во взаимоотношении с бизнес-сообществом, реализация совместных проектов.

Взаимодействие с сотрудниками корпорации – сфера ответственности внутрикорпоративного PR. Выделяют следующие инструменты внутреннего PR: внутренние СМИ, информационные доски, веб-сайт (интранет), SMM, мероприятия для сотрудников, письма и поздравления, фирменный стиль, корпоративный кодекс<sup>59</sup>.

Кроме того, для установления благоприятных отношений с вышеперечисленными группами, составляющими локальную общественность, необходимо наличие и соблюдение принятых корпорацией норм социальной ответственности. Сущностное определение социальной ответственности бизнеса наиболее полно представлено в Международном стандарте ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности»:

«Социальная ответственность – ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этичное поведение, которое содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества; учитывает ожидания заинтересованных сторон; соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения; введено во всей организации».<sup>60</sup> Нормы социальной ответственности должны быть закреплены документально, чаще всего в промышленных предприятиях данные документы называют «социальной политикой компании», при этом нередко экологические аспекты выделяют отдельно, создавая «экологическую политику компании». Также, ключевые результаты деятельности компании в рамках КСО представляются в публичной нефинансовой отчетности.

Таким образом, мы видим, что PR-деятельность крупных корпораций охватывает все составляющие группы локальной общественности, при этом

---

<sup>59</sup> Гавра Д. П., Шишкин Д. П. Внутрикорпоративные связи с общественностью: проблема оценки эффективности // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия «Филология. Востоковедение. Журналистика», № 4, 2012.

<sup>60</sup> Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности»



каждая группа обладает своими определёнными характеристиками и наиболее подходящими для работы PR инструментами.

### **1.3. Коммуникации предприятий атомной отрасли с локальной общественностью: основные PR-тренды**

PR предприятий атомной отрасли чаще всего основывается на деятельности собственных PR-служб. В рамках одного экономического образования – предприятия, как правило, функционирует отдел по связям с общественностью, который несет ответственность за коммуникации компании и имеет свои цели и задачи.

В статье «Экологический PR в бизнесе: работа с внешними стейкхолдерами» Е. А. Шаркова приводит цели и задачи PR-департамента промышленной компании, которые в целом подходят и для атомного предприятия. К целям относится следующее:

- формирование и укрепление позитивного имиджа компании на местах,
- установление и сохранение отношений сотрудничества с местными сообществами;
- обеспечение выполнения нормативов международной стандартизации; создание механизма эффективной обратной связи;
- защита интересов компании в районах, затронутых вредным производством.

Среди задач автор выделяет:

- предупреждение возможных и разрешение существующих проблемных вопросов и жалоб населения;
- информирование общественности о деятельности компании, процедуре жалоб, правилах безопасного поведения, возможностях трудоустройства и т.д.;
- обеспечение оперативного взаимодействия с органами власти;
- консультирование населения по социальным программам и грантовым проектам компании, а также их сопровождение на местах».<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Шаркова Е.А. Экологический PR в бизнесе: работа с внешними стейкхолдерами // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. Матер. межд. науч.-практ. конф. (25-26 нояб. 2015). СПб, СПбГУ, 2015. С. 70-74.

Таким образом, мы видим, что коммуникативная деятельность промышленных предприятий направлена на поддержание положительного имиджа как безопасной и социально значимой компании в глазах локальной общественности. Для этого используются определенные PR-технологии, инструменты, способы взаимодействия и информирования, при этом ключевыми темами коммуникации являются вопросы безопасности, экологии и социальной поддержки.

Кроме представленных выше коммуникативных основ, для представления полной картины коммуникаций предприятий атомной отрасли автором были выявлены ключевые коммуникативные тренды в мировой практике.

В данном параграфе автор будет рассматривать коммуникации лидеров атомной отрасли США и Великобритании - корпорации Westinghouse Electric и компании EDF Energy. Данные компании являются лидерами не только внутри своих государств, но и на мировом атомном рынке. Их опыт наиболее успешен в мировой практике, информация о проектах представлена в открытом доступе и на английском языке. Автором были исследованы коммуникации компаний с общественностью при помощи анализа: документов, представленных на официальных сайтах компаний; информационных сообщений в официальных представительствах в социальных сетях; публикаций в СМИ. На основании полученных сведений, были выведены ключевые тренды коммуникаций атомных предприятий.

Транснациональная корпорация Westinghouse Electric является одной из старейших компаний в области энергетики и стоит у истоков атомной отрасли. На сегодняшний день компания занимается проектированием и установкой энергоблоков АЭС, производит ядерное топливо, предоставляет услуги сервисного и технического обслуживания АЭС, активно занимается новыми технологическими разработками. Westinghouse работает с АЭС по всему миру: Северная и Южная Америка, Китай, Индия, Япония, Тайвань,

Южная Корея, Вьетнам, Швейцария, Бельгия, Болгария, Чехия, Украина, Франция, Германия, Испания, ОАЭ и тд.<sup>62</sup>

EDF Energy – дочерняя компания французской корпорации Electricite de France – крупнейшего в мире производителя электроэнергии в первую очередь за счет ядерной энергетики. EDF Energy занимается производством и продажей электроэнергии для частных домов и предприятий, расположенных на территории Великобритании. Помимо ядерной энергетики, которая является основным направлением в работе EDF Energy, электроэнергия производится из ископаемого топлива и возобновляемых источников энергии, в частности ветра.<sup>63</sup>

Одним из наиболее очевидных трендов в коммуникации предприятий атомной отрасли стала **персонификация и популяризация образа атомщика**. Westinghouse и EDF Energy в своей коммуникации активно публикуют на всех своих площадках интервью с представителями профессии и их биографии, при этом героем может стать как представитель топ-менеджмента, так и рядовой инженер.<sup>64</sup> Чаще всего подобные публикации встречаются в качестве контента в социальных сетях, что приветствуется и признается в social media marketing. При этом в видеоформате чаще представлены интервью с представителями топ-менеджмента.<sup>65</sup> Подобные посты адресованы разным группам общественности, в случае если это экспертный комментарий на технологическую тему, то целевой группой общественности могут быть как СМИ, зелёные общественные организации, так и бизнес-сообщество. Если же это интервью, раскрывающее личностные

<sup>62</sup> Westinghouse Europe/Middle East/Africa [Электронный ресурс] // Westinghousenuclear.com – URL: <http://www.westinghousenuclear.com/About/Regional-Operations/EMEA> (дата обращения 12.12.2016)

<sup>63</sup> Our Better Energy Ambitions [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/about/ambitions> (дата обращения 12.12.2016)

<sup>64</sup> Chris Chavez [Электронный ресурс] // Facebook.com – URL: <https://www.facebook.com/WestinghouseNuclear/photos/a.10150272740969750.372896.169074414749/10154847752304750/?type=3&theater> (дата обращения 12.12.2016)

<sup>65</sup> Kris Vervaeet explique pourquoi l'accompagnement d'EDF est fondamental pour le B2B [Электронный ресурс] // Youtube.com – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=XHYocRCOHa8> (дата обращения 12.12.2016)

и профессиональные качества сотрудника, то здесь в качестве целевой группы могут выступать местные жители. Основная задача публикации таких интервью заключается в повышении информированности ЦГО и формирование лояльности к компании и отрасли в целом.

Отсюда вытекает очевидный тренд, присущий атомным предприятиям – **активное присутствие в социальных сетях**. Наиболее популярными социальными площадками Westinghouse и EDF Energy являются Facebook, Youtube и Twitter.

Facebook выступает в качестве основной площадки в социальной сети, где АЭС комплексно представляют коммуникационную политику компаний: публикуют новости, фото- и видео- отчеты с мероприятий, интервью с сотрудниками и представителями атомных профессий, транслируют основные ценности компаний через публикацию уникального контента, подготовленного пресс-службой или PR-подразделением компании.<sup>66</sup> Чаще всего подобный контент посвящен социальным проектам, которые поддерживаются компанией, коммуникациям с детьми и поддержке гендерного равенства внутри отрасли, также ключевым месседжем для обеих компаний является сохранение энергии в домашних условиях и в работе различных предприятий.<sup>67</sup>

Youtube используется компаниями для публикации видеоконтента. **Видеоконтент** также можно выделить в качестве тренда. В случае Westinghouse официальный канал на Youtube предназначен для размещения видеоинтервью с экспертами и роликов, рассказывающих об инновациях в производстве, созданных компанией.<sup>68</sup> Канал EDF Energy более разнообразен с точки зрения контента. Помимо экспертных интервью, новостных видео и роликов о строительстве и инновациях, компанией представлены серии

---

<sup>66</sup> EDF Energy [Электронный ресурс] // Facebook.com – URL: <https://www.facebook.com/edfenergy> (дата обращения 12.12.2016)

<sup>67</sup> Westinghouse Nuclear [Электронный ресурс] // Facebook.com – URL: <https://www.facebook.com/WestinghouseNuclear> (дата обращения 12.12.2016)

<sup>68</sup> Westinghouse Nuclear [Электронный ресурс] // Youtube.com – URL: <https://www.youtube.com/user/WestinghouseNuclear/videos> (дата обращения 12.12.2016)

видеоматериалов, посвященных определенному направлению коммуникаций EDF Energy. Так, пресс-службой EDF было подготовлено и представлено 17 видеоинтервью со спортсменами сборной Великобритании паралимпийских игр 2012 года, поддержку которым оказывала EDF Energy;<sup>69</sup> 11 промороликов в поддержку проекта EDF Energy The Pretty Curious, направленного на привлечение девочек в науку и атомную энергетику;<sup>70</sup> 8 информативных роликов об энергоэффективности, адресованных бизнес-сообществу;<sup>71</sup> более 15 рекламных видеороликов с персонажем Zingy, нацеленных на потребителей электроэнергии – жителей Великобритании.<sup>72</sup> Данный образ используется для упрощения донесения информации о значимости экономии энергии, регулярной оплаты счетов за электроэнергию и нововведениях компании, которые значительно упрощают жизнь плательщиков.

Контент Twitter Westinghouse Nuclear представляет собой адаптированное наполнение Facebook, то есть в обеих социальных сетях представлена одна и та же информация. Данный канал коммуникации является наименее эффективным и популярным, о чем свидетельствует количество лайков и репостов (в среднем 5 лайков, 3 ретвита) при относительно высоком количестве читателей в 11 тысяч. Компания EDF Energy более точно использует данный канал коммуникации и имеет несколько твиттер-аккаунтов: официальный аккаунт EDF Energy;<sup>73</sup> два

<sup>69</sup> Making History at London 2012 [Электронный ресурс] // Youtube.com – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GX67FuQWfps&list=PL1782714372C3E18F> (дата обращения 12.12.2016)

<sup>70</sup> EDF Energy Pretty Curious film (extended cut) [Электронный ресурс] // Youtube.com – URL: [https://www.youtube.com/watch?v=IBNVcRx5rR8&list=PLXeIrBe86r\\_IT2ya4ZieukXJRIGrKoPDX](https://www.youtube.com/watch?v=IBNVcRx5rR8&list=PLXeIrBe86r_IT2ya4ZieukXJRIGrKoPDX) (дата обращения 12.12.2016)

<sup>71</sup> More for your power [Электронный ресурс] // Youtube.com – URL: [https://www.youtube.com/watch?v=T0YP7Z44RnU&list=PLXeIrBe86r\\_LB4\\_pIvwbh8bYOoYAUQ9II](https://www.youtube.com/watch?v=T0YP7Z44RnU&list=PLXeIrBe86r_LB4_pIvwbh8bYOoYAUQ9II) (дата обращения 12.12.2016)

<sup>72</sup> EDF Energy Show Me Your Bill Advert 2016 - featuring Zingy & Trisha [Электронный ресурс] // Youtube.com – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zQklw-PySVE> (дата обращения 12.12.2016)

<sup>73</sup> EDF Energy [Электронный ресурс] // Twitter.com – URL: <https://twitter.com/edfenergy> (дата обращения 12.12.2016)

аккаунта строящихся атомных электростанциях, где публикуются последние новости о продвижении строительства;<sup>74</sup> профиль, посвящённый HR-коммуникациям;<sup>75</sup> аккаунт о возобновляемых источниках энергии;<sup>76</sup> страница об инновациях EDF Energy.<sup>77</sup> Наибольшей популярностью пользуются официальный аккаунт и профиль EDF Energy Careers. Однако также, как и в случае Westinghouse соотношение количества читателей и активности на страницах в виде лайков и репостов говорит о низкой эффективности данного канала коммуникации. Что касается контента, то здесь можно отметить его уникальность относительно других социальных сетей компании. Наличие подобных профилей в социальных сетях говорит о существовании еще одного тренда коммуникаций предприятий атомной отрасли – **карьерориентированность**.

Каждый из каналов обладает собственной целевой группой общественности, которые совпадают с целевыми группами социальных сетей. Так, коммуникации на Facebook и в Twitter направлены на бизнес-сообщество, персонал и сотрудников, а также местных жителей. Видеоролики, представленные на YouTube каналах, в случае если это фильмы или сюжеты о технологиях и отрасли представляют интерес для некоммерческих организаций. Основная задача использования социальных сетей в коммуникации – установление контакта и поддержания диалога с целевыми группами, то есть формирование лояльности к компании. Эффективность присутствия в социальных сетях проявляется в случае, если страницы действительно живые и активные, то есть читатели сами принимают активное участие.

<sup>74</sup> EDF Hinkleyс [Электронный ресурс] // Twitter.com – URL: <https://twitter.com/edfehinkleyс> (дата обращения 12.12.2016);

EDF Sizewellс [Электронный ресурс] // Twitter.com – URL: <https://twitter.com/edfesizewellс> (дата обращения 12.12.2016)

<sup>75</sup> EDF careers [Электронный ресурс] // Twitter.com – URL: <https://twitter.com/edfecareers> (дата обращения 12.12.2016)

<sup>76</sup> EDF New energy [Электронный ресурс] // Twitter.com – URL: <https://twitter.com/edfrenewenergy> (дата обращения 12.12.2016)

<sup>77</sup> EDF Innovation [Электронный ресурс] // Twitter.com – URL: <https://twitter.com/edfeinnovation> (дата обращения 12.12.2016)

Еще один тренд в коммуникации предприятий атомной отрасли – это **развитые коммуникации с бизнес-сообществом**, обусловленные появлением новых программ энергоэффективности для коммерческих и некоммерческих организаций, разработанных EDF Energy. Компания предлагает консультирование и услуги по контролю потребления электроэнергии крупным, средним и малым бизнесом. Для крупного и среднего – это написание стратегии экономии энергии, семинары для сотрудников и индивидуальные консультации. Для малого – установление в офисах и местах продаж счетчиков электроэнергии. Данное направление развития компании поддерживается в социальных сетях компании посредством публикации различных промоматериалов. В результате появления такого направления также постепенно начинает формироваться новая профессия консультанта по энергосбережению.<sup>78</sup> Подобная практика позволяет повысить лояльность бизнес-сообщества к отрасли. Ожидаемый эффект от коммуникации такого рода заключается в осознании бизнесом необходимости экономии электроэнергии и переходе на энергосберегающие программы.

Ключевыми коммуникационными трендами атомных предприятий являются **коммуникации с детьми и воспитание экологически ответственного населения**. Основным приоритетом в социальной и коммуникативной деятельности EDF Energy и Westinghouse являются дети. Ежегодно реализуется множество программ, направленных на просвещение детей в школах и при помощи других ресурсов об атомной энергетике, значимости экономии электроэнергии и дальнейшего развития отрасли в целом.<sup>79</sup> Так, в Великобритании по инициативе EDF Energy и ряда общественных организаций British science associations, Eco Schools, Waste Buster, Met Office был создан образовательный портал The Pod, на котором

---

<sup>78</sup> Business electricity and gas for SMEs [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/sme-business> (дата обращения 30.12.2016)

<sup>79</sup> Corporate Citizenship Report 2014 [Электронный ресурс] // Westinghousenuclear.com – URL: <http://www.westinghousenuclear.com/Portals/0/about/community/Corporate%20Citizenship%20Report%202014.pdf> (дата обращения 29.12.2016)



публикуются учебные программы об энергоэффективности, каждая школа может зарегистрироваться и присоединиться к числу экологически ответственных школ, что в свою очередь положительно сказывается на имидже школы и делает ее более привлекательной для учеников и их родителей. Также на портале помимо исключительно образовательного контента представлены развлекательно просветительские материалы – онлайн игры о атомной энергетике и мультфильмы.<sup>80</sup> Кроме того, сотрудники компании регулярно привлекаются к работе с детьми в качестве лекторов на открытых уроках или экскурсоводов на атомные предприятия.

Проект EDF Energy The Pretty Curious демонстрирует сразу два ключевых тренда – выше упомянутые коммуникации с детьми, а также коммуникации, направленные на решение проблемы гендерного неравенства в атомной отрасли. Данный проект нацелен на привлечение девочек школьного возраста в науку и в атомную промышленность. В мире существует такое понятие как STEM education coalition. STEM – это акроним, который относится к учебным дисциплинам в области науки, технологий, инженерии и математики. Согласно данным Института инженерии и технологии Великобритании на 2015 год только один из семи человек, работающий или изучающий STEM – женского пола, именно на исправление сложившейся ситуации направлен данный проект.<sup>81</sup> В рамках проекта проводятся специальные мероприятия, на котором команды из девочек школьного возраста под руководством куратора от EDF Energy конструируют приборы для экономии и сохранения энергии. Компания Westinghouse также осуществляет подобный проект, но для учениц старшей школы.<sup>82</sup>

---

<sup>80</sup> Nuclear Power Generation [Электронный ресурс] // Jointhepod.org – URL: <http://jointhepod.org/resources/resource/421> (дата обращения 29.12.2016)

<sup>81</sup> Pretty Curious [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/prettycurious#statsources> (дата обращения 29.12.2016)

<sup>82</sup> Corporate Citizenship Report 2014 [Электронный ресурс] // Westinghousenuclear.com – URL: <http://www.westinghousenuclear.com/Portals/0/about/community/Corporate%20Citizenship%20Report%202014.pdf> (дата обращения 29.12.2016)

Основная задача коммуникаций с детьми заключается в повышении информированности о деятельности компании и атомной отрасли в целом, а также в формировании ответственности энергопотребления у младшего поколения. Отложенным эффектом в данном случае может быть воспитание культуры эффективного потребления электроэнергии.

Таким образом, еще одним важным трендом являются коммуникации, направленные на **поддержание женщин в атомной отрасли**. Различные проекты в этом направлении осуществляются совместно с общественными организациями, целью которых является уничтожение гендерного неравенства, в частности Everywoman. Данная глобальная организация была основана в 1999 году, ее цель – улучшение положения женщин в бизнесе, помощь в продвижении по карьерной лестнице.<sup>83</sup> Westinghouse company имеет собственную ассоциацию Westinghouse Woman In Nuclear (W-WIN), которая занимается решением данной проблемы. Организация обеспечивает профессиональное развитие женщины в атомной отрасли, поддерживает такой климат в коллективе, внутри которого мужчины и женщины абсолютно равны, предоставляет общественности информацию о ядерной энергетике и ядерных технологиях, специализируясь при этом на медицине.<sup>84</sup> Данный тренд направлен на повышение процента занятых женщин в атомной отрасли.

Несколько трендов можно выделить в коммуникации с сотрудниками атомных предприятий. В частности, **коммуникации в непрофильных направлениях**. Внутри EDF Energy существуют так называемые employee networks, которые служат площадками для объединения сотрудников по интересам или по определенным особенностям. Так существуют сети женщины в атомной отрасли, ЛГБТ, этнические сети, работающие родители, сотрудники с ограниченными возможностями. Компания считает важным

---

<sup>83</sup> Diversity & Inclusion [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/diversity> (дата обращения 29.12.2016)

<sup>84</sup> Women In Nuclear [Электронный ресурс] // Westinghousenuclear.com – URL: <http://www.westinghousenuclear.com/About/Community-and-Education/Westinghouse-Women-In-Nuclear> (дата обращения 20.12.2016)

дать возможность сотрудникам объединиться, поделиться своими взглядами, помочь друг другу и призвать на помощь организацию, в которой они работают. Компания отмечает эффективное влияние существования подобных сетей на климат коллектива, функционирование компании и ее имидж в обществе.<sup>85</sup> В данном случае в качестве PR-инструментов выступают чаще всего специальные мероприятия, которые осуществляются на площадке компании. Основная задача коммуникации такого рода – поддержка благоприятного климата в коллективе. Ожидаемый эффект заключается в построении толерантного и сплоченного коллектива.

Еще один тренд в коммуникации с сотрудниками – это **профильное онлайн и офлайн образование**. Если офлайн образование сотрудников существует уже достаточно давно: программы повышения квалификации, семинары и визиты на предприятия, то обучение онлайн – это действительно новейший тренд. Компания EDF Energy планирует запуск онлайн портала MyCampus, который будет представлять собой своего рода социальную сеть в первую очередь для сотрудников компании, а в дальнейшем, возможно, и для специалистов атомной отрасли других компаний. Данная социальная сеть поможет поддерживать связь между различными департаментами компании, улучшить коммуникацию, предоставить возможность обмениваться опытом, мнением и задавать вопросы.<sup>86</sup> Подобная практика выполняет задачу повышения квалификации и развития персонала, что в свою очередь может привести к более успешной деятельности компании.

Также в качестве тренда можно выделить **привлечение сотрудников к социально ориентированной деятельности компании** – корпоративное волонтерство в экологических и социальных проектах,<sup>87</sup> участие сотрудников в выборе благотворительных программ, которые поддерживает компания. В

---

<sup>85</sup> Diversity & Inclusion [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/diversity> (дата обращения 29.12.2016)

<sup>86</sup> MyCampus [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <http://campus.edfenergy.com/campus/mycampus> (дата обращения 29.12.2016)

<sup>87</sup> Our community programmes [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/careers/life-at-edf-energy/csr> (дата обращения 29.12.2016)

2016 году была выбрана новая программа благотворительной поддержки – это борьба с раком молочной железы. Данная программа принята на три года, в течении этого времени сотрудники компании будут организовывать и принимать участие в специальных мероприятиях по сбору средств и будут стараться вынести эту проблему на общественное обсуждение. В результате такого партнёрства планируется собрать 450 000 фунтов.<sup>88</sup> Таким образом, сотрудники сами задают направление социальной деятельности компании, что автоматически приводит к большей заинтересованности коллектива и готовности участвовать в подобных акциях. Задача очевидна – для успешного функционирования компании необходимо налаживать социальный климат в обществе, в котором она существует.

В качестве тренда также можно выделить **коммуникации с потенциальными сотрудниками компании**. В EDF Energy активно занимаются привлечением молодых кадров, именно поэтому большое внимание уделено специальным программам, которые помогают обучить и как можно скорее внедрить нового специалиста в процесс. Так существуют программы оплачиваемых стажировок для студентов,<sup>89</sup> программы обучения для получивших базовое образование (в этом случае обучение и практика занимает 3-4 года)<sup>90</sup> и программа с фондом социальной мобильности – обучение малоимущих, но жаждущих развития в сфере атомной энергетики людей (обучение проходит в формате наставничества со стороны специалистов EDF, продолжительность составляет 2 года, в результате выпускник программы может занять одну из начальных должностей в компании).<sup>91</sup> Основная задача в данном случае – привлечение новых

---

<sup>88</sup> Our community programmes [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/careers/life-at-edf-energy/csr> (дата обращения 29.12.2016)

<sup>89</sup> Internships [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/careers/early-careers/internships> (дата обращения 29.12.2016)

<sup>90</sup> A brighter future, technically speaking [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/careers/early-careers/trainee-programmes/technical-foundation-training-scheme> (дата обращения 29.12.2016)

<sup>91</sup> Work Insight Programme [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/careers/early-careers/wip> (дата обращения 29.12.2016)

специалистов, в частности молодых кадров. Ожидаемым эффектом может быть увеличение процента молодых кадров.

Помимо потенциальных сотрудников, в EDF Energy также существует практика **поддержания коммуникаций с бывшими сотрудниками компании или сотрудниками, которые пошли выше по карьерной лестнице**. Коммуникация осуществляется при помощи существующей ассоциации выпускников в различных социальных сетях. Бывшие сотрудники делятся опытом работы на новых местах и дают советы новичкам в отношении своего прошлого места работы.<sup>92</sup> Коммуникации такого рода осуществляются для поддержания лояльности бывших сотрудников, а также для контроля карьерного роста отдельных специалистов внутри компании.

Еще один мировой тренд – **коммуникации с потребителями электроэнергии** на тему необходимости своевременной оплаты счетов. С проблемой неуплаты сталкиваются многие энергетические компании по всему миру. Именно для решения этой проблемы в EDF Energy был придуман персонаж Zingy, который регулярно напоминает целевым группам общественности о том, как, когда и сколько платить, а также как экономить на электроэнергии. Также совместно с Бюро консультации населения Великобритании EDF запустили горячую линию, по которой можно проконсультироваться по любому вопросу касаясь электроэнергии.<sup>93</sup> Данный тренд направлен на решение довольно серьезной задачи – увеличение процента своевременной уплаты счетов за электроэнергию, многие энергетические компании сталкиваются с проблемой неуплаты, а это в свою очередь к финансовым потерям. Ожидаемый эффект – воспитание культуры оплаты счетов у потребителей.

Тренд значимости **антикризисных коммуникаций** обусловлен спецификой отрасли, которая обладает большим количеством рисков.

---

<sup>92</sup> Alumni [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/careers/alumni> (дата обращения 29.12.2016)

<sup>93</sup> Our community programmes [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/careers/life-at-edf-energy/csr> (дата обращения 29.12.2016)

Международное агентство по атомной энергии МАГАТЭ (IAEA) регулярно обновляет документ «Связь с населением в случае ядерной или радиологической аварийной ситуации», целью которого является предоставление лицам, ответственным за информирование населения и СМИ и координацию всех источников официальной информации, практических руководящих материалов, с тем чтобы обеспечить получение населением последовательной и непротиворечивой информации до, во время и после радиационной аварийной ситуации.<sup>94</sup> Таким образом, каждая компания атомной отрасли имеет в разной степени проработанный антикризисный план. Эффективность данной коммуникации можно отследить в случае кризисной ситуации, компания должна быть подготовлена.

В целом можно также отметить в качестве тренда стремление к **упрощению информации в коммуникациях с целевыми группами общественности.** Компании все больше пытаются доступно донести достаточно сложную информацию о производстве атомной энергии, безопасности ядерной энергетики и дальнейших перспектив, используя при этом новые мультимедийные каналы, такие как лонгриды, социальные сети и онлайн игры.<sup>95</sup> На сегодняшний день, в условиях избытка информации, когда у читателей уже сформировалось клиповое мышление, большинство СМИ стремятся упростить свои материалы, основной упор делается на визуальные составляющие. Данная тенденция присуща и корпоративным изданиям, а также веб-сайтам и официальным представительствам в социальных сетях. Основной задачей упрощения информации является повышение информированности и интереса читателей об атомной энергетике. Ожидаемым эффектом в данном случае является увеличение знаний об атомной отрасли в целом среди целевых групп общественности.

---

<sup>94</sup> Связь с населением в случае ядерной или радиологической аварийной ситуации [Электронный ресурс] // [Www-pub.iaea.org](http://www-pub.iaea.org) – URL: [http://www-pub.iaea.org/MTCD/Publications/PDF/EPR-PublicComm2012\\_R\\_web.pdf](http://www-pub.iaea.org/MTCD/Publications/PDF/EPR-PublicComm2012_R_web.pdf) (дата обращения 29.12.2016)

<sup>95</sup> Meet the nuclear generation [Электронный ресурс] // [Edfenergy.com](http://www.edfenergy.com) – URL: <https://www.edfenergy.com/virtual-tours> (дата обращения 29.12.2016)

В заключении автором была составлена таблица трендов коммуникаций атомной отрасли, которая раскрывает каждый тренд по следующим критериям: целевые группы общественности, PR инструмент, основное сообщение, транслируемое корпорацией в рамках конкретного коммуникационного тренда и каналы коммуникации (см. таблицу 2).

PR-тренд	Целевая группа общественности	PR-инструмент	Сообщение	Каналы коммуникации
Персонификация и популяризация образа атомщика	Местные жители, СМИ, персонал, зелёные НКО	Публикации в СМИ и социальных сетях - SMM	Следование современным трендам трансляции информации	СМИ, веб-сайт, социальные сети
Активное присутствие в социальных сетях	Местные жители, персонал, СМИ	SMM	Следование современным трендам трансляции информации	Социальные сети: Facebook, Twitter, YouTube
Развитый видеоконтент	Местные жители, СМИ	SMM	Доступное донесение до целевых групп общественности сложных материалов об атомной промышленности	Социальные сети: Facebook, Twitter, YouTube
Карьероориентированные коммуникации	Реальные и потенциальные сотрудники компании	SMM, специальные мероприятия	Поддержка и развитие сотрудников, поиск новых квалифицированных кадров	Социальные сети, веб-сайт, личное общение
Развитые коммуникации с бизнес-сообществом	Бизнес-сообщество	Консалтинг, специальные мероприятия	Сокращение расходов на электроэнергию, экономия энергии	Личное общение
Коммуникации с детьми и воспитание экологически ответственного населения	Дети, родители, школьные учителя	Информационно-просветительский портал, специальные мероприятия	Значимость атомной отрасли, экономия энергии, Экологическая ответственность	Веб-сайт, личное общение, социальные сети
Поддержание женщин в атомной отрасли	Женщины, занятые в атомной отрасли, женщины –	Социальные программы, специальные мероприятия, публикации в	Важность гендерного равенства, возможность реализации	СМИ, социальные сети, веб-сайт

	исследователи естественнонаучного направления	СМИ и в социальных сетях	женщин в атомной промышленности	
Коммуникации в непрофильных направлениях	Сотрудники, семьи сотрудников	Социальные программы, специальные мероприятия, публикации в СМИ и в социальных сетях	Объединение коллектива, уважение интересов и особенностей сотрудников компании, развитие толерантности	Веб-сайт, личное общение, социальные сети, СМИ
Профильное онлайн и офлайн образование	Сотрудники компании	Программы повышения квалификации и, специальные мероприятия, интернет-портал	Значимость квалификации сотрудников, помощь в улучшений профессиональных качеств	Веб-сайт, социальные сети, личное общение
Привлечение сотрудников к социально ориентированной деятельности компании	Сотрудники компании	Публикации на веб-сайте, в корпоративных изданиях и социальных сетях, специальные мероприятия	Значимость сотрудников в определении направления социальной деятельности компании, корпоративная социальная ответственность	Веб-сайт, СМИ, информационные доски
Коммуникации с потенциальными сотрудниками компании	Студенты местных вузов – потенциальные сотрудники компании, молодые специалисты в поисках работы	Программы стажировок, специальные мероприятия, публикации в социальных сетях	Привлечение молодых кадров, компания ответственна за будущее молодого населения	Личное общение, социальные сети, веб-сайт
Поддержание коммуникаций с бывшими сотрудниками компании или сотрудниками, которые пошли выше по карьерной лестнице	Сотрудники компании	Публикации в социальных сетях и на веб-сайте компании	Ответственность компании перед кадровым составом, трансляция сплоченности и «семейности»	Социальные сети, веб-сайт
Коммуникации с потребителями электроэнергии	Местные жители, потребители	Публикации на веб-сайте, в	Своевременная уплата счетов за электроэнергию,	Веб-сайт, социальные сети, СМИ



	электроэнергии	социальных сетях, СМИ	энергосбережение и энергоэффективность	
Антикризисные коммуникации	Местные жители, СМИ, НКО	Стратегии по работе с целевыми группами общественности в случае кризисной ситуации	Готовность к кризисным ситуациям, безопасность	Веб-сайт
Упрощение информации в коммуникациях с целевыми группами общественности	Местные жители, СМИ, НКО, бизнес-сообщество	Публикации на веб-сайте, в социальных сетях, СМИ	Доступное донесение до целевых групп общественности сложных материалов об атомной промышленности	Веб-сайт, социальные сети, СМИ

Таблица 2 . Тренды коммуникаций предприятий атомной отрасли

В результате, мы видим, что целевыми группами общественности являются группы, составляющие локальную общественность. Основными PR инструментами в реализации коммуникаций являются: специальные мероприятия, SMM, публикации в СМИ и на официальных веб-сайтах компании. Что касается каналов коммуникации, то здесь очевидно тенденция использования интернета, в частности социальных сетей и собственных веб-сайтов, на сегодняшний день, компании стремятся перенести большую часть коммуникаций с локальной общественностью в сеть. Ключевые сообщения можно разделить на несколько тематических групп: энергосбережение, безопасность, значимость отрасли, социальная ответственность и гендерное равенство.

Таким образом, для выстраивания успешных коммуникаций с локальной общественностью предприятиям атомной отрасли следует иметь PR-департамент, который будет разрабатывать стратегии взаимодействия с каждой из составляющих локальную общественность групп.

Также, для того, чтобы быть трендсеттером не только в профильном направлении отрасли, но и в коммуникативной деятельности, необходимо следовать мировым трендам коммуникаций. Анализ показал, что наиболее передовыми и важными являются тренды, направленные на коммуникации с детьми, направленные на решение проблемы гендерного неравенства в атомной промышленности, на тему безопасности и ответственности атомной отрасли и экономии электроэнергии. При этом основными каналами коммуникации выступают интернет и социальные сети.

## **Глава 2. Коммуникации ЛАЭС с локальной общественностью**

### **2.1. ЛАЭС как объект и субъект продвижения**

История ЛАЭС началась с подписания главой Министерства среднего машиностроения СССР Е. П. Славским задания на проектирование Ленинградской атомной электростанции 15 апреля 1966 г. По проекту ЛАЭС располагалась в 70 км по прямой к западу от Ленинграда в 4 км от поселка Сосновый Бор. Несколько месяцев спустя Советом Министров СССР было принято постановление о строительстве первой очереди ЛАЭС, определена организационная структура и кооперация предприятий для разработки проекта и сооружения АЭС. В 1967 году началось строительство атомной электростанции. 23 декабря 1973 года был пущен первый энергоблок, а через два года был введен в эксплуатацию и второй блок, а также началось строительство второй очереди станции.

При этом вторая очередь ЛАЭС достаточно сильно отличалась от первой, к тому же на ее строительство отводилось в 2 раза меньше календарного времени. Кроме того, технологии не стояли на месте и в промежутке между строительством первой и второй очереди появились новые научные достижения, которые применились в строительстве второй очереди. В результате несколько изменились компоновка блоков, а также состав вспомогательных систем и сооружений.

Строительство и монтаж третьего блока завершилось в 1979 году, на следующий год блок был введен в эксплуатацию. Запуск данного блока произошел на два с половиной года быстрее первого, благодаря слаженной работе команды строителей второй очереди.

Четвёртый блок необходимо было ввести в эксплуатацию к открытию XXVI съезду КПСС. В связи с этим обязательством, блок был построен в очень сжатые сроки, начало строительства пришлось на 1975 год, а ввод в эксплуатацию – на 1981. Монтажники четвертого блока установили рекорд, установив блок в четыре раза быстрее третьего.

Изначально срок эксплуатации каждого блока составлял 30 лет, однако в результате модернизационных работ, проведённых на ЛАЭС, срок был продлён еще на 15 лет. Таким образом, первый блок планируется вывести из эксплуатации в 2018 года, второй – в 2020, третий – в 2024, четвёртый – в 2025. Модернизация блоков началась в 2012 году, когда была реализована программа по восстановлению ресурсных характеристик реактора. Данная программа была признана на государственном уровне и была отмечена рядом наград. Кроме того, на ЛАЭС создан комплекс контейнерного хранения отработавшего ядерного топлива. В 2012 году на Горнохимический комбинат (предприятие «Росатома», которое занимается хранением и переработкой ОЯТ) был отправлен первый эшелон с ОЯТ. А в 2014 году первый эшелон с ОЯТ был отправлен для дальнейшего хранения и последующей переработки на ФГУП ПО «Маяк», также предприятие «Росатома». Так, темп вывоза ОЯТ с ЛАЭС превысил темпы его накопления.

В 2014 году на ЛАЭС был введен в эксплуатацию специальный корпус по переработке твёрдых радиоактивных отходов, который позволил уменьшить объёмы низкоактивных и среднеактивных твердых отходов, а это в свою очередь привело к более рациональному использованию хранилищ и обеспечению необходимых барьеров на пути распространения ионизирующего излучения при долговременном хранении радиоактивных отходов.

Одним из важнейших событий последних лет для ЛАЭС стало решение о передаче функций строящейся ЛАЭС-2 действующей ЛАЭС. С 1 октября 2015 года в Сосновом Бору действует единая атомная электростанция с коллективом около 6 тысяч человек.<sup>96</sup>

Строительство ЛАЭС-2 осуществляется в рамках «Программы деятельности Государственной корпорации по атомной энергии «Росатом» на долгосрочный период». ЛАЭС-2 было решено построить в результате

---

<sup>96</sup> Исторический экскурс [Электронный ресурс] // [www.laes.ru](http://www.laes.ru) – URL: [http://www.laes.ru/new\\_inpp/mindex.shtml?../content/vizitka/history/history.htm](http://www.laes.ru/new_inpp/mindex.shtml?../content/vizitka/history/history.htm) (дата обращения 15.04.2017 г.)

эволюционного развития наиболее распространенного и наиболее технически совершенного типа станций — АЭС с водо-водяными энергетическими реакторами (ВВЭР). В мире общепринятая аббревиатура данных реакторов звучит как PWR (pressurized water reactor) — реактор с водой под давлением.

Утверждение проекта пришлось на 2007 год. В 2008 году началось строительство энергоблока № 1. А в апреле 2010 года началось строительство здания реактора энергоблока № 2. Заказчиком-застройщиком проекта является АО «Концерн Росэнергоатом». Генеральный подрядчик - АО «КОНЦЕРН ТИТАН-2». Генеральный проектировщик – АО «АТОМПРОЕКТ».

Ввод в эксплуатацию первого энергоблока ЛАЭС-2 планируется на январь 2018 года, что содействует поэтапному замещению действующих мощностей первого и второго энергоблока ЛАЭС. Второй блок планируется ввести в эксплуатацию в 2019 году. Расчетный срок службы новых энергоблоков ЛАЭС — 50 лет, основного оборудования — 60 лет.

Данные энергоблоки обеспечат выработку электроэнергии в объеме не менее 32,8 млрд кВтч в год, 1 751 рабочее место для персонала атомной станции (энергоблоки №1, №2), будут способствовать устойчивому социальному и промышленному развитию региона.<sup>97</sup>

Ленинградская атомная электростанция является филиалом АО «Концерн Росэнергоатом» — дочерней компании госкорпорации «Росатом» (см. схему 2.). Структура выглядит следующим образом:

---

<sup>97</sup> Историческая справка [Электронный ресурс] // www.lnpp2.ru – URL: <http://www.lnpp2.ru/?q=node/3> (дата обращения 15.04.2017 г.)

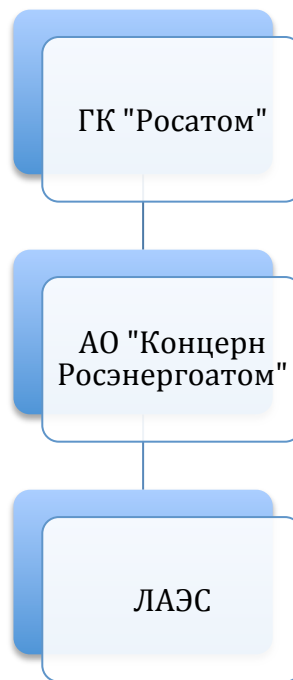


Схема 2. Подчинение предприятий.

АО «Концерн Росэнергоатом» является одним из крупнейших предприятий электроэнергетической отрасли России и единственной в России компанией, выполняющей функции эксплуатирующей организации (оператора) атомных станций.

Основные направления деятельности АО «Концерн Росэнергоатом»:

- производство электрической и тепловой энергии на атомных станциях;
- функции эксплуатирующей организации АЭС;
- хранения ядерных материалов и радиоактивных веществ.

Стратегическая цель Концерна - эффективное обеспечение страны электроэнергией, производимой на атомных электростанциях.

На правах филиалов в состав АО «Концерн Росэнергоатом» входят действующие атомные станции, дирекции строящихся атомных станций, Научно-технический центр по аварийно-техническим работам на АЭС, Проектно-конструкторский и Технологический филиалы.

Основными акционерами Концерна являются Госкорпорация «Росатом» стала вторым акционером Концерна и АО «Атомэнергопром».<sup>98</sup>

Станция обеспечивает более 50 % энергопотребления г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области. В топливно-энергетическом балансе всего Северо-Западного региона на долю Ленинградской АЭС приходится 28 %. Располагается станция в 5 км от города-спутника Сосновый Бор Ленинградской области. На сегодняшний день идет строительство новых энергоблоков и станции ЛАЭС-2 с более усовершенствованной системой безопасности и усиленной мощностью. Ввести в эксплуатацию первые два энергоблока планируется к 2018 году. Будучи градообразующим предприятием, ЛАЭС является гарантом социального и промышленного развития региона. Большая часть населения города задействована на Ленинградской АЭС.

В результате анализа контента официального сайта ЛАЭС, Концерна «Росэнергоатом», контент-анализа СМИ (см. прил. 2) и экспертного интервью с Татьяной Корнышевой, заместителем руководителя – начальником отдела внешних коммуникаций Управления информации и общественных связей ЛАЭС (см. прил. 3), автором был подготовлен SWOT-анализ, раскрывающий сильные и слабые стороны ЛАЭС как объекта и субъекта PR, а также возможности и угрозы для успешного функционирования.

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Высокие производственные показатели.	1. Наличие серьёзных аварий в истории работы станции.
2. Отсутствие нарушений экологических норм и норм безопасности.	2. Неверие в безопасность деятельности станции населения Ленинградской области и СПб.
3. Более 13 лет работы без аварийных ситуаций.	3. Негативные отзывы о деятельности станции зелёных некоммерческих организаций.
4. Высокая лояльность общественности к деятельности станции в городе Сосновый Бор.	4. Низкая степень
5. Поддержка деятельности ЛАЭС местным правительством и общественными организациями.	
6. Обширный социальный пакет для сотрудников	

<sup>98</sup> О концерне [Электронный ресурс] // [www.rosenergoatom.ru](http://www.rosenergoatom.ru) – URL: <http://www.rosenergoatom.ru/about/> (дата обращения 15.04.2017 г.)

станции. 7. Развитая корпоративная социальная ответственность. 8. Положительный имидж руководства станции.	информированности общественности о системах безопасности ЛАЭС.
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
1. Строительство и постепенный ввод в эксплуатацию новых энергоблоков. 2. Использование территории ЛАЭС-1 для новых проектов. 3. Инвестиционная привлекательность проектов ЛАЭС.	1. Сокращение рабочих мест в результате вывода из эксплуатации старых энергоблоков. 2. Угроза безопасности вследствие терроризма.

Таблица 3. SWOT-анализ деятельности ЛАЭС

Таким образом, мы видим, что большинство слабых сторон и угроз ЛАЭС возможно решить при помощи коммуникаций. Вся сложность состоит лишь в разработке грамотных коммуникационных стратегий, которые смогут справиться с данными проблемами. Безусловно, выстраивание коммуникаций входит в обязанности PR-департамента.

Функции PR-отдела на ЛАЭС выполняет Управление информацией и общественных связей, структура которого представлена в схеме 3. При этом иерархия подчинения PR-департаментов повторяет иерархию подчинения компаний между собой (см. схему 3), то есть Управление информацией и общественных связей ЛАЭС подчиняется Департаменту информации и общественных связей Концерна «Росэнергоатом», а он в свою очередь находится в подчинении у Департамента коммуникаций «Росатома».





Схема 3. Иерархия подчинения PR-департаментов и компаний.

Организационная структура Управления информацией и общественных связей ЛАЭС прописана в корпоративном документе «Положение об УИиОС».

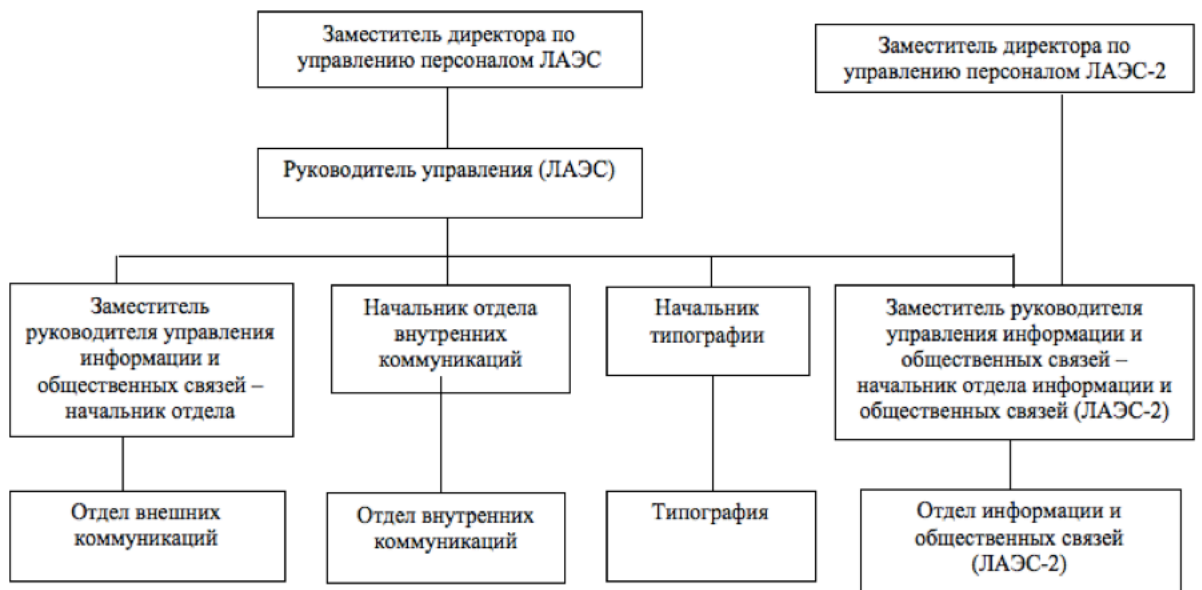


Схема 4. Организационная структура УИиОС ЛАЭС.

Как видно на схеме №4, УИиОС является единым самостоятельным структурным подразделением Ленинградской АЭС и Ленинградской АЭС-2 и включает в себя следующие структурные подразделения:

- Отдел внешних коммуникаций (состоит из начальника отдела, специалистов I, II, III категории);
- Отдел внутренних коммуникаций (состоит из начальника отдела, специалистов I, II, III категории);
- Типографию (состоит из начальника, кладовщика и оператора выводных устройств);
- Отдел информации и общественных связей Ленинградской АЭС -2 (состоит из заместителя начальника УИОС - начальника отдела информации и общественных связей Ленинградской АЭС -2, инженеров и специалистов).

Заместитель руководителя – начальник отдела внешних коммуникаций, начальник отдела внутренних коммуникаций, начальник типографии подчиняются непосредственно руководителю УИОС. Начальник отдела информации и общественных связей Ленинградской АЭС -2 функционально подчиняется руководителю УИОС, административно – заместителю директора по управлению персоналом Ленинградской АЭС -2.

Основные задачи УИОС ЛАЭС также представлены в «Положении об УИОС»:

- информационное обеспечение деятельности ЛАЭС, ЛАЭС-2, ОАО «Концерн Росэнергоатом», ГК «Росатом» и атомной отрасли в целом;
- обеспечение эффективных коммуникаций с ЦГО при нормальной эксплуатации ЛАЭС и сооружении ЛАЭС-2 и при нарушениях в её работе по вопросам, относящимся к компетенции УИОС;
- реализация единой отраслевой информационной, коммуникационной, рекламной и бренд-политики, направленной на формирование корпоративной идентичности работников ЛАЭС и ЛАЭС-2;

- информирование работников ЛАЭС и ЛАЭС-2 о сути происходящих в отрасли перемен, создание и развитие механизмов трансляции контента и получения обратной связи;
- создание позитивного имиджа руководства и работников предприятий, в том числе на внутрикорпоративном уровне;
- мониторинг эффективности информационной политики и содержательной коррекции планируемых мероприятий;
- обеспечение руководства ЛАЭС и ЛАЭС-2 оперативными и аналитическими материалами по вопросам, отнесенным к компетенции УИОС.

Итак, ознакомившись со структурой и основными задачами Управления информацией и общественных связей ЛАЭС, можно перейти к изучению его практической деятельности, то есть направлений, проблем и перспектив в коммуникациях с локальной общественностью.

## 2.2. Коммуникации ЛАЭС с локальной общественностью на примере Соснового бора: направления, проблемы и перспективы

Локальная общественность является одной из целевых групп общественности ЛАЭС (см. прил. 4). При этом локальная общественность имеет достаточно сложную структуру (см. прил. 5), как показала теоретическая глава.

Мы видим, что локальная общественность для ЛАЭС включает в себя следующие подгруппы: местные жители, СМИ, сотрудники ЛАЭС, семьи сотрудников ЛАЭС, общественные организации, бизнес-сообщество и органы гос. власти. При этом все подгруппы разделяются еще по территориальному признаку: локальная общественность Соснового Бора, Ленинградской области и Санкт-Петербурга. Более подробно локальная общественность описана в приложении 4.

Будучи градообразующим предприятием города Сосновый Бор и гарантом социального и промышленного развития региона ЛАЭС ведет достаточно активную коммуникативную деятельность в отношении локального сообщества.

Рассмотрим коммуникативную деятельность ЛАЭС с локальной общественностью, анализируя основные способы коммуникации.

**Media relations.** Очевидно, что основной упор в коммуникации ЛАЭС со СМИ делается на локальные медиа, то есть на СМИ Соснового Бора, это подтверждается результатами контент-анализа СМИ. СМИ регионального и федерального уровня пишут о ЛАЭС реже, чем локальные, во многом потому, что для СМИ Соснового Бора ЛАЭС является одним из ключевых источников инфоповодов. Как правило, ЛАЭС либо самостоятельно инициирует инфоповод либо каким-то образом, например, в рамках партнёрских или спонсорских отношений задействована в инфоповодах, инициированных другими субъектами.

За взаимодействие за СМИ на ЛАЭС отвечает Отдел внешних коммуникаций УИОС, который занимается налаживанием контактов с журналистами и сотрудниками СМИ, приглашением СМИ на мероприятия и рассылкой информационных материалов. Существует база СМИ, которая регулярно редактируется и обновляется. Безусловно, пул СМИ варьируется исходя из инфоповода, целей и задач, которые преследует ЛАЭС в конкретном случае.

Кроме общественно-политических СМИ, информацию о деятельности ЛАЭС публикуют специализированные экологические, энергетические и бизнес-СМИ. Также блоггеры, пишущие на темы электроэнергетики и экологии, составляют один из разделов базы СМИ ЛАЭС.

Что касается мероприятий для СМИ, то ЛАЭС регулярно проводит пресс-туры на станцию, отчёты об экологической безопасности ЛАЭС, общественные слушания, где СМИ являются одной из ключевой целевой группой общественности. Однако стоит отметить, что в рядовых мероприятиях такого рода принимают участие в первую очередь локальные СМИ, региональные и федеральные СМИ проявляют активность значительно ниже, что подтверждают результаты включенного наблюдения. Кроме того, Концерн «Росэнергоатом» ежегодно проводит конкурс и фестиваль региональных СМИ «Энергичные люди», основной целью которых является повышение компетентности работников средств массовой информации и пресс-служб, освещающих деятельность АЭС и Концерна в целом. На ЛАЭС фестиваль проходил в 2015 году.

Таким образом, мы видим, что media relations ЛАЭС направлены в первую очередь на локальные и региональные СМИ, меньший процент коммуникативной деятельности ЛАЭС направлен на установление и поддержание контактов с федеральными СМИ. При этом, нужно отметить, что под локальными СМИ мы понимаем СМИ Соснового Бора, а под региональными Ленинградской области в целом, что касается СМИ Санкт-Петербурга, Северо-Западного региона и России в целом, то они освещают

лишь немногие, наиболее значимые, информационные поводы ЛАЭС. Наиболее значимой за период последних семи лет является тема строительства и ввода в эксплуатацию ЛАЭС-2.

**Digital-коммуникации** ЛАЭС были изучены автором в ходе анализа социальных сетей ЛАЭС и Концерна «Росэнергоатом». Официальные представительства ЛАЭС есть в социальных сетях «ВКонтакте» и на Facebook. В социальных сетях Twitter, Instagram и Youtube ЛАЭС не представлена.

Коммуникации ЛАЭС «ВКонтакте» осуществляются при помощи официальной группы ЛАЭС<sup>99</sup> (2557 участников), а также групп «Граждане города Сосновый Бор»<sup>100</sup> (11262 участников) и «Атомград Сосновый Бор»<sup>101</sup> (18703 участников). Целевой группой общественности данных пабликов является локальная общественность и составляющие её подгруппы. Официальная группа ЛАЭС «ВКонтакте» достаточно активна, в среднем под постом приблизительно 600 просмотров, 20 лайков и 2-4 комментария. С точки зрения оформления явным плюсом является рубрикация постов - три основные рубрики: «Наши люди» (здесь персонально представлены сотрудники ЛАЭС, как правило пост отсылает к материалу официальной корпоративной газеты ЛАЭС), «Прямо сейчас» (краткие информационные заметки с мест событий ЛАЭС) и «Наш блок, мы строим» (новости о строительстве ЛАЭС-2). Также часто публикуются поздравления сотрудников и членов семей сотрудников с разными достижениями в профессиональном и других направлениях. В целом можно отметить качество постов – тексты написаны грамотно, соответствуют требованиям публикаций в социальных сетях. Однако также есть на что обратить внимание и доработать: не все комментарии читателей получают обратную

---

<sup>99</sup> ЛАЭС [Электронный ресурс] // [www.vk.com](http://www.vk.com) – URL: <https://vk.com/leningradaes> (дата обращения 15.04.2017 г.)

<sup>100</sup> Граждане города Сосновый Бор [Электронный ресурс] // [www.vk.com](http://www.vk.com) – URL: <https://vk.com/grazhdanesb> (дата обращения 15.04.2017 г.)

<sup>101</sup> Атомград Сосновый Бор [Электронный ресурс] // [www.vk.com](http://www.vk.com) – URL: <https://vk.com/atomgrad> (дата обращения 15.04.2017 г.)

связь со стороны администрации группы, отвечают на комментарии сотрудники УИОС не с единого корпоративного аккаунта, а каждый под своим именем, зачастую трудно понять, имеет человек отношение к ЛАЭС или нет, в группе представлено мало фотоотчётов с событий, контент носит исключительно информационный характер, не хватает развлекательного контента, не прописаны правила группы, также отсутствуют меню группы и вики-разметка, которая в последнее время популярна на официальных представительствах компаний. Так, стоит отметить, что группа живая, контент регулярно пополняется, однако существует ряд недоработок, на которые следует обратить внимание.

В группах «Граждане города Сосновый Бор» и «Атомград Сосновый Бор» деятельности ЛАЭС отведено ключевое место, в большинстве случаев посты групп – новостные заметки, пресс-релизы ЛАЭС.

Контент официальной страницы ЛАЭС на Facebook<sup>102</sup> идентичен контенту «ВКонтакте», однако посты публикуются не так оперативно. Несмотря на то, что количество участников группы «ВКонтакте» значительно превышает количество подписчиков паблика на Facebook (567 человек), активность не сильно уступает – в среднем 15 лайков под постом, что говорит о более таргетированной целевой аудитории группы. Большинство участников являются сотрудниками ЛАЭС, другие подгруппы локальной общественности представлены малочисленно.

Таким образом, целесообразно было бы сделать основной уклон в группе на Facebook на коммуникации с сотрудниками ЛАЭС и бизнес-сообществом, для которого данная социальная сеть является более релевантной.

Что касается социальных сетей Концерна «Росэнергоатом», то здесь целевыми группами общественности являются сотрудники Концерна и его филиалов, а также представители отрасли, не работающие в Концерне.

---

<sup>102</sup> ЛАЭС [Электронный ресурс] // [www.facebook.com](http://www.facebook.com) – URL: <https://www.facebook.com/groups/LenAES/?fref=ts> (дата обращения 15.04.2017 г.)

Информация о Ленинградском филиале регулярно появляется в социальных сетях Концерна.

Официальный сайт ЛАЭС<sup>103</sup> расположен на официальном сайте Концерна и скорее напоминает раздел сайта. Сайт имеет следующие разделы: руководство (информация о директоре и главном инженере станции), пресс-центр (новости ЛАЭС, контакты пресс-центра, фотогалерея, конкурсы, корпоративная газета «Вестник ЛАЭС»), производство (производственные показатели ЛАЭС), безопасность и экология (экологические отчеты, сертификаты, экологическая политика), социальная ответственность (социальная политика ЛАЭС и конкретные социальные программы), сообщения о раскрытии информации (документы о влиянии на окружающую среду, информация в сфере регулируемых тарифов), вакансии, контакты, конкурсы и торги.

Таким образом, мы видим, что на сайте размещена информация как для внешних целевых групп общественности, в том числе для локальной общественности региона, так и для внутренней общественности – сотрудников компании. Помимо традиционных способов коммуникации со сотрудниками, таких как корпоративная газета, публикация различной информации для сотрудников, существует портал «Корпоративная система обратной связи»<sup>104</sup>, который позволяет улучшить эффективность коммуникации сотрудников организаций с руководством всех предприятий «Росатома» и непосредственно с руководством самой госкорпорации. Портал позволяет отправить сообщение, высказать слова благодарности, внести инициативу, задать вопрос, пройти опрос, то есть высказать своё мнение и повлиять на улучшение условий работы в корпорации. На сайте размещен счетчик, на сегодняшний день поступило 276 заявок.

---

<sup>103</sup> Сайт Ленинградской АЭС [Электронный ресурс] // [www.lennpp.rosenergoatom.ru](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru) – URL: <http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/> (дата обращения 15.04.2017 г.)

<sup>104</sup> Корпоративная система обратной связи [Электронный ресурс] // [www.feedback.rosatom.ru](http://www.feedback.rosatom.ru) - URL: <https://feedback.rosatom.ru/> (дата обращения 15.04.2017 г.)



Безусловно, большим плюсом для коммуникации с локальной общественностью является размещение отчётности о профильной и непрофильной (социальной и экологической) деятельности компании. Кроме того, нестандартной и новой формой взаимодействия с локальной общественностью является интерактивная онлайн-игра «Атомная крепость»<sup>105</sup>, расположенная на сайте ЛАЭС и Концерна. Игра наглядно демонстрирует работу систем ядерной безопасности АЭС в условиях непосредственного воздействия определённого фактора (падение объекта, молния, ураган, землетрясение, наводнение, утечка в системе охлаждения, тяжёлая запроектная авария). Целью данного проекта является повышение доверия локальной общественности к деятельности АЭС и атомной отрасли в целом.

Еще одним каналом коммуникации с локальной общественностью является **корпоративное издание ЛАЭС «Вестник ЛАЭС»**. Целевой аудиторией газеты являются сотрудники ЛАЭС, однако охват газеты распространяется и на другие подгруппы локальной общественности – семьи сотрудников, местные жители, СМИ, органы гос. власти.

Также газеты находятся в открытом доступе для чтения и скачивания на сайте ЛАЭС. Архив газет включает все выпуски, начиная с 2008 года. Газета выходит ежемесячно, основные рубрики, которые можно встретить в каждом номере: эффективность, безопасность, уважение (рассказывается о наиболее уважаемых и почетных сотрудниках компании), на шаг впереди (инновации в деятельности ЛАЭС, Концерна и Росатома), единая команда (о сотрудниках ЛАЭС и их достижениях).

Кроме того, также для коммуникации с внутренней общественностью существует видеожурнал ЛАЭС «Станционный смотритель». На официальном сайте станции представлены 10 выпусков, в среднем

---

<sup>105</sup> Атомная крепость [Электронный ресурс] //www. game.rosenergoatom.ru – URL: <http://game.rosenergoatom.ru/> (дата обращения 15.04.2017 г.)

продолжительность одного ролика составляет до 15 минут, видеоролик – своего рода новостной сюжет.

**Корпоративную социальную ответственность** компании автор рассмотрел с точки зрения наличия у ЛАЭС всех ступеней ее реализации: предпринимательской деятельности, коммерческих инициатив, социальных инвестиций и благотворительности.

### **Предпринимательская деятельность**

Говоря о предпринимательской деятельности ЛАЭС нужно помнить, что она является частью госкорпорации, то есть монополиста в атомной энергетике в России, а это в свою очередь говорит об отсутствии конкурентов по отношению к которым можно было бы либо соблюдать этику либо нет.

В плане взаимодействия со стейкхолдерами, ЛАЭС можно считать ответственной компанией, поскольку существует единый для всего Концерна этический кодекс<sup>106</sup>, соблюдение которого контролируется Советом по этике ЛАЭС и выбранным Уполномоченным. Регулярные годовые отчеты Концерна также говорят об ответственности перед стейкхолдерами.

Что касается производительности, то ЛАЭС который год справляется с нормами, к тому же сейчас идет строительство новых четырех более мощных энергоблоков.

Наибольшая проблема с точки зрения предпринимательской деятельности связана с экологическим положением. В ЛАЭС существует экологическая политика<sup>107</sup>, согласно которой станция обязуется соблюдать законодательные, межотраслевых, ведомственных и международных нормативов по обеспечению экологической безопасности, обеспечивать открытость и доступность экологической безопасности, предотвращать

<sup>106</sup> Кодекс этики Концерна Росэнергоатом. URL: [http://www.rosenergoatom.ru/resources/f3981e8049cbd1f09b569bac266abd69/Rea\\_etic\\_codecs\\_2015.pdf](http://www.rosenergoatom.ru/resources/f3981e8049cbd1f09b569bac266abd69/Rea_etic_codecs_2015.pdf)

<sup>107</sup> Экологическая политика ЛАЭС. URL: [http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/resources/243b8000475f9a73927f9f358967157a/Ecologic\\_politic.pdf](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/resources/243b8000475f9a73927f9f358967157a/Ecologic_politic.pdf)

техногенные аварии, быть готовым к ликвидации их последствий, сокращать радиоактивные выбросы в атмосферу, контролировать и выявлять экологические нарушения, совершенствовать системы учета и контроля экологической ситуации, улучшать методы и технологии защиты окружающей среды, сотрудничать с международными организациями и сертифицирующими органами для совершенствования системы экологической безопасности. Несмотря на все программы защиты окружающей среды, как показал контент-анализ СМИ (см. прил. 2), в публикациях зеленых НКО и эко-журналистов можно встретить негативные коннотации по отношению к деятельности ЛАЭС. И все же, анализируя отчеты ЛАЭС, автор убедился в обеспечении достаточно хорошей экологической безопасности. В частности, экологический отчет ЛАЭС за 2015 год содержит информацию об текущей экологической политике, о системе экологического менеджмента, который включает систему менеджмента качества и систему менеджмента профессиональной безопасности и здоровья. Также в отчете приведен перечень документов, регулирующих природоохранную деятельность ЛАЭС, среди которых есть и федеральные законы об экологии и охране окружающей среды, санитарные нормы и правила о радиационной безопасности, стандарты организации, а также договоры и решения о предоставлении водного объекта в пользование ЛАЭС.

Таким образом, говоря о ЛАЭС с точки зрения предпринимательской деятельности, можно обозначить ее как ответственную компанию, поскольку соблюдаются все законы, правила и этические нормы.

### **Коммерческие инициативы**

В контексте коммерческих инициатив стоит говорить скорее не о деятельности самой ЛАЭС, а о деятельности всего Концерна «Росэнергоатом» и «Росатома», если конкретнее, то об инвестиционной политике и взаимодействии с партнёрами. Инвестиционная политика

«Росатома» регулируется федеральными законами, федеральными целевыми программами, указами Президента РФ и решениями правительства.

Сама по себе ЛАЭС не ведет активную деятельность по генерации и реализации проектов-коммерческих инициатив, тем не менее нельзя сказать, что в этом плане станция ведет себя безответственно. Дело в том, что взаимодействие с крупными инвесторами, партнёрами, установление единой инвестиционной политики – обязанность вышестоящих организаций. При этом соблюдение и способствование развитию инвестиционной политики всего Концерна также является обязанностью ЛАЭС.

### **Социальные инвестиции**

Как и большинство градообразующих предприятий России, ЛАЭС во многом заменил функции органов власти по реализации социальной политики. Об этом свидетельствуют как результаты контент-анализа региональных СМИ (см. прил. 2), которые показали, что власть очень часто привлекает предприятие к решению социальных проблем, в частности строительство автодороги, так и выводы, сделанные на основе экспертного интервью с Татьяной Корнышевой, заместителем руководителя Управления информацией и общественных связей ЛАЭС (см. прил. 3). Татьяна говорит о регулярном сотрудничестве с властями в том числе по вопросам, косвенно касающимся основной деятельности ЛАЭС.

Несмотря на все возможные экологические угрозы, благодаря активной социальной и коммуникационной политике, ЛАЭС удалось сформировать широкую лояльную целевую группу среди местного сообщества. В качестве подтверждения можно привести результат контент-анализа (см. прил. 2), в котором упоминания ЛАЭС преобладают в материалах с положительной коннотацией. В результате социологического исследования всего Концерна ЛАЭС набрала наибольшее количество материалов с положительной и нейтральной коннотацией среди других атомных станций, что также говорит о высоком уровне социальной активности и правильной коммуникационной политике ЛАЭС.

## Коннотация

■ Положительная ■ Отрицательная

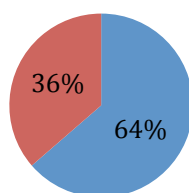


Рисунок 1. Соотношение коннотаций материалов о ЛАЭС в региональных СМИ.

### РЕЙТИНГ ПО ОБЩЕМУ КОЛИЧЕСТВУ СООБЩЕНИЙ

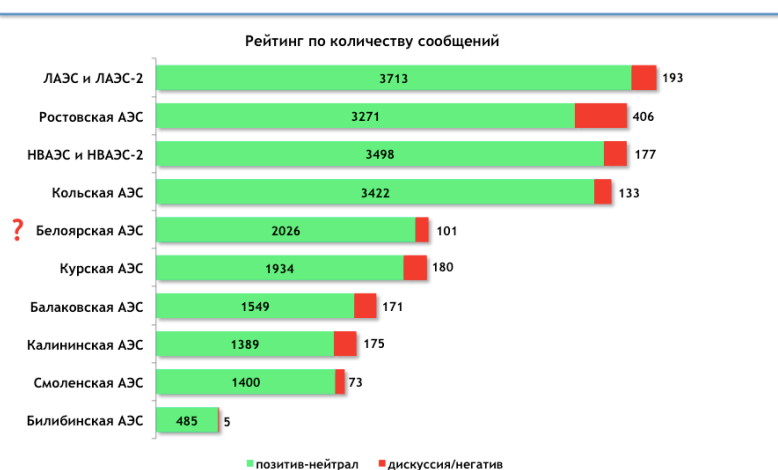


Рисунок 2. Соотношение коннотаций материалов об АЭС в СМИ.

В рамках этого же социологического исследования, проводимого Концерном, была доказана лояльность местного населения Соснового Бора по отношению к ЛАЭС и атомной энергетике в целом. Что касается регионального уровня, то есть всей Ленинградской области, то здесь показатели значительно ниже. Это говорит о замкнутости коммуникационной политики на местном населении Соснового Бора. Информационные поводы, которые дает ЛАЭС интересны в большинстве своем исключительно локальным СМИ. В связи с этим заместитель руководителя Управления информацией и общественных связей ЛАЭС Т. Корнышева говорит об одной из ключевых стратегических задач ЛАЭС – выходе на региональный уровень. Таким образом, появляется возможность

вывести социальную политику на уровень Ленинградской области и стать социально ответственной компанией на региональном уровне.

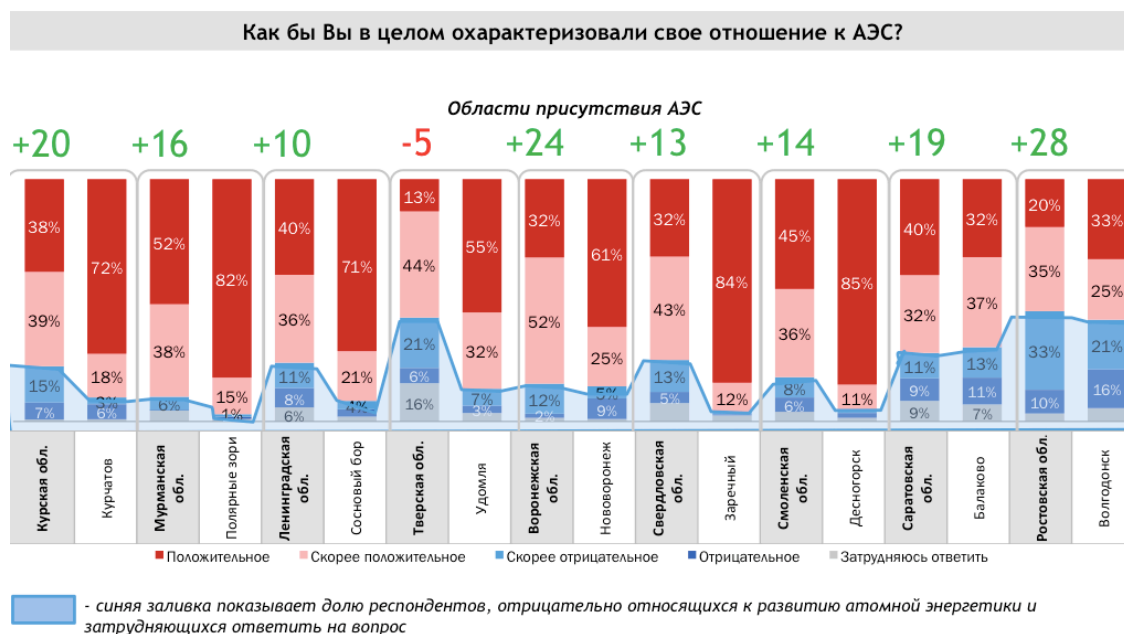


Рисунок 3. Результаты социологического исследования Росэнергоатома в 2014 г.

Из этого же вытекают результаты следующего вопроса, только 60 % считают ЛАЭС социально ответственным предприятием, несмотря на то, что показатель довольно неплохой, он мог бы быть гораздо лучше в случае усиленной социально и коммуникационной работы с населением всей Ленинградской области.

**Считаете ли вы АЭС социально ответственным предприятием? (%)**

Регион	Совсем не согласен	Скорее не согласен	Скорее согласен	Полностью согласен	Затрудняюсь ответить
Воронежская область	4,2	13,8	44,4	26,6	11,1
Курская область	10,4	20,7	23,8	32,1	12,6
Ленинградская область	5,5	8,5	39,5	24,8	21,7
Мурманская область	3,2	11,0	37,8	31,0	16,8
Ростовская область	19,5	21,5	20,7	10,0	27,5
Саратовская область	3,8	11,0	29,2	20,3	35,4
Смоленская область	9,7	21,3	30,7	20,2	18,2
Тверская область	6,3	21,2	36,3	15,5	20,3
Свердловская область	2,1	10,2	34,1	30,2	23,4

Рисунок 4. Результаты социологического исследования Росэнергоатома в 2014 г.

Рассмотрим несколько социальных проектов, посредством которых ЛАЭС удалось сформировать лояльное сообщество. Их условно можно разделить на несколько групп: экологическую, профориентационную, просветительскую, творческо-спортивную, жилищную и пенсионной направленности.

Проекты экологической направленности охватывают почти все подгруппы локальной общественности, однако наибольшее внимание уделяется детской аудитории и в этом случае они носят еще и просветительский и профориентационный характер. Все перечисленные далее проекты и мероприятия отвечают задаче донести информацию о безопасном функционировании ЛАЭС при наличии всех технических средств защиты. Всероссийский чемпионат школьников по дебатам «В зоне внимания»<sup>108</sup> позволяет ЛАЭС выявить наиболее одаренных школьников при помощи дискуссий и публичных выступлений. Конкурс творческих работ «Выбор профессии: атомная наука и техника»<sup>109</sup> проводится среди сосновоборских школьников и позволяет раскрыть инженерно-технический потенциал ребят, которые в последствии смогут работать на ЛАЭС. Региональный тур Международного конкурса научно-образовательных проектов «Энергия будущего»<sup>110</sup>, в котором принимают участие старшеклассники Ленобласти и Санкт-Петербурга, как правило работы ребят посвящены экологии и атомной энергии. Образовательный проект «Школа

---

<sup>108</sup> При поддержке Ленинградской АЭС завершился отборочный тур межрегионального чемпионата по дебатам "В зоне особого внимания!" [Электронный ресурс] // [www.lennpp.rosenergoatom.ru](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru) – URL: <http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/about/press-center/news/a2c43d804b20cf398c7f8c72ad5c19ed> (дата обращения 27.04.2017)

<sup>109</sup> Открыт прием работ старшеклассников на IV Всероссийский конкурс "Атомная наука и техника" [Электронный ресурс] // [www.atomic-energy.ru](http://www.atomic-energy.ru) – URL: <http://www.atomic-energy.ru/news/2015/05/06/16625> (дата обращения 27.04.2017)

<sup>110</sup> Ленинградская АЭС поддержала региональный этап конкурса «Энергия будущего-2015» [Электронный ресурс] // [www.lennpp.rosenergoatom.ru](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru) – URL: <http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/about/press-center/news/4871ef00479e05c8a64af65847e9f55f> (дата обращения 27.04.2017)

Росатома»<sup>111</sup> стартовал именно с инициативы ЛАЭС в Сосновом Бору, цель – поддержка талантливых школьников и педагогов, повышение общего образовательного уровня в городах присутствия компаний Росатома. «Атомкласс»<sup>112</sup> стартовал в 2013 году с открытия в одной из Сосновоборских школ класса со всевозможным современным оборудованием. «Знает каждый первоклассник: мирный атом – это классно»<sup>113</sup> - самый активный проект на сегодняшний день, который смог выйти на региональный уровень благодаря поддержке Санкт-Петербургского Информационного центра атомной отрасли. Основная задача – донести до школьников безопасность атомной промышленности в современных технических условиях.

По вопросам экологии и деятельности ЛАЭС проводятся специальные мероприятия, ориентированные и на другие целевые группы общественности. Студенты посещают станцию с экскурсией, также часто проводятся выездные семинары специалистов ЛАЭС в технических вузах Петербурга. С общественными и экологическими организациями компания поддерживает коммуникации при помощи выездных совещаний, которые часто сопровождаются посещением объектов обсуждения. Также ЛАЭС часто привлекает зеленые НКО к участию в различных тематических проектах. Молодые специалисты предприятий региона также не остаются без внимания ЛАЭС, чаще всего они становятся экскурсоводами для заинтересованных групп, пришедших на ЛАЭС. Для внутренней общественности также проводятся мероприятия экологической направленности, в частности технические экскурсии для тех сотрудников, которые не связаны с процессом производства атомной энергии.

---

<sup>111</sup> Школа Росатома [Электронный ресурс] // [rosatomschool.ru](http://rosatomschool.ru) – URL: <http://rosatomschool.ru/> (дата обращения 27.04.2017)

<sup>112</sup> Первый раз в атомкласс [Электронный ресурс] // [www.laes.ru](http://www.laes.ru) – URL: [http://www.laes.ru/content/prensa/reliz/2013/17\\_10\\_13\\_2.htm](http://www.laes.ru/content/prensa/reliz/2013/17_10_13_2.htm) (дата обращения 27.04.2017)

<sup>113</sup> При поддержке Ленинградской АЭС продолжится школьный проект "Знает каждый первоклассник: мирный атом – это классно!" [Электронный ресурс] // [www.lennpp.rosenergoatom.ru](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru) – URL: <http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/about/press-center/news/e4fd41004b0b9719bd64bfb983fdfe03> (дата обращения 27.04.2017)



Среди проектов - социальных инициатив спортивной и творческой направленности можно выделить международный конкурс «Мы – дети атомграда». Он проводится в Сосновом Бору с 1995 года, ежегодно в конкурсе принимает участие около 900 человек со всего мира, присылая свои творческие работы по почте или приезжая в Сосновый Бор. Еще один творческий конкурс «Раскрась градирни атомной станции»<sup>114</sup>, школьникам предоставлялась возможность придумать проект росписи промышленного объекта, победители получили денежные призы. Также ЛАЭС регулярно выделяет деньги на постройку новых спортивных площадок в городе Сосновый Бор. Помимо ежегодных конкурсов молодёжной общественной организацией ЛАЭС постоянно организуются разные формы проведения досуга школьников.

Несколько проектов ЛАЭС, посвящены победе в Великой отечественной войне. Всем ветеранам-бывшим работникам ЛАЭС выплачивается премиальная пенсия, также все они обеспечены жильём. Ветераны регулярно становятся участниками парадов и памятных встреч. В 2014 году стартовал совместный проект ЛАЭС и поискового отряда «Сосновый Бор» для школьников «Уроки патриотического воспитания»<sup>115</sup>. Цель уроков заключается в рассказе о подвигах жителей Ленинграда и Ленинградской области в период ВОВ. Кроме того, ЛАЭС на протяжении многих лет спонсирует деятельность поискового движения «Сосновый Бор», который занимается поисков останков участников военных действий.

Что касается социальных инвестиций, ориентированных на внутреннюю общественность, то здесь речь пойдет в первую очередь об обеспечении сотрудников жильём и предоставлении санаторно-

---

<sup>114</sup> Ленинградская АЭС: подведены итоги конкурса «Раскрась градирни атомной станции» [Электронный ресурс] // [www.rosenergoatom.ru](http://www.rosenergoatom.ru) – URL: <http://www.rosenergoatom.ru/journalist/news/3b565180421fa7699599d5b32a194887> (дата обращения 27.04.2017)

<sup>115</sup> Социальные проекты [Электронный ресурс] // [www.lennpp.rosenergoatom.ru](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru) – URL: [http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/about/social/soc\\_proekti\\_laes/](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/about/social/soc_proekti_laes/) (дата обращения 27.04.2017)

оздоровительного отдыха, что закреплено в нормативно-правовых документах компании. Сейчас идет строительство нескольких новых домов на 1200 квартир для сотрудников АЭС и ЛАЭС-2. Кроме того, ЛАЭС помогает в погашении кредита своих сотрудников в форме компенсации не более чем 7% ставки.

Еще одна важная для ЛАЭС целевая группа общественности – ликвидаторы и участники ЧП на производстве, в том числе ликвидаторы последствий катастрофы на Чернобыльской ЛАЭС. Помимо повышенных пенсий, предоставления жилья и регулярной медицинской помощи, ежегодно проводятся памятные мероприятия, на которых чествуют героев.

Поддержание спокойствия местного населения, по мнению автора также является социальной инвестицией ЛАЭС. По результатам контент-анализа и экспертного интервью, основными проблемами ЛАЭС, волнующими местное сообщество являются: использование влажных градирень на ЛАЭС-2, которые, по мнению экологов, могут нанести вред окружающей среде; строительство пункта захоронения радиоактивных отходов в Сосновом Бору, которое никак не связано с деятельностью ЛАЭС; затянувшаяся стройка ЛАЭС-2.

По всем этим вопросам не раз были организованы общественные слушания с участием руководства ЛАЭС, представителей местных органов власти, зеленых НКО и жителей Ленинградской области. Данный инструмент позволил вовремя нивелировать волнения среди населения, о чем говорят результаты социологического анализа, проведенного ЛАЭС.

## ПЛАНИРУЕМОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО ПУНКТА ЗАХОРОНЕНИЯ РАДИОАКТИВНЫХ ОТХОДОВ – ЗНАНИЕ И ОЦЕНКА 2014

Город Сосновый Бор

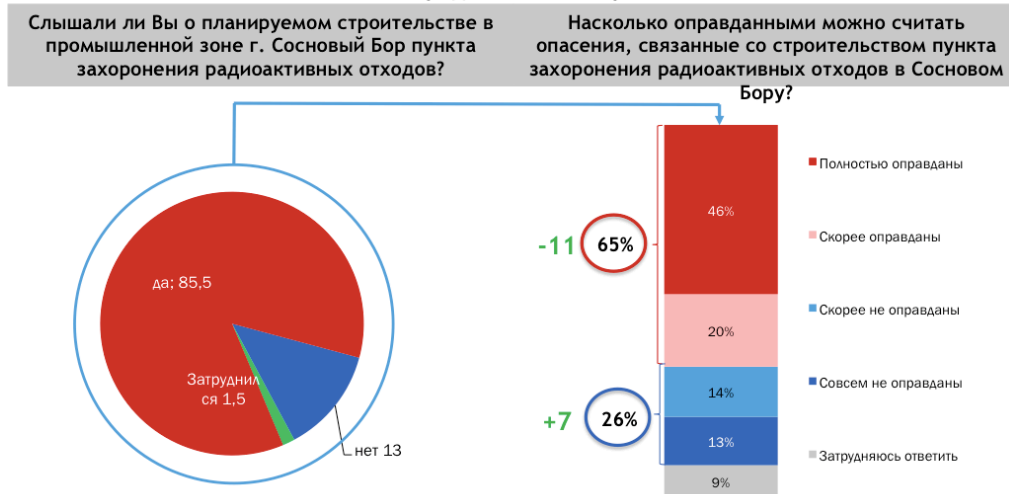


Рисунок 5. Отношение населения региона к проблеме строительства ПРЗО.

## ОЦЕНКА АКТУАЛЬНОСТИ И ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ВЫБОРА И ЗАМЕНЫ ГАДИРЕН В ГОРОДЕ СОСНОВЫЙ БОР 2014

Город Сосновый Бор

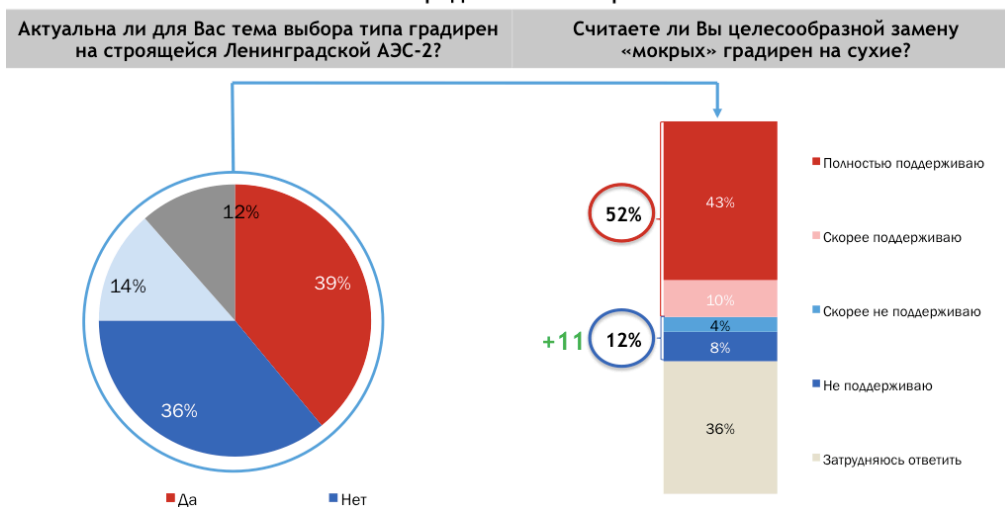


Рисунок 6. Отношение населения региона к проблеме гадирен.

Что касается влияния местных властей на социальные инициативы ЛАЭС, то они зачастую играют две роли – партнёра или инициатора. По словам эксперта Т. Корнышевой, заместителя руководителя Управления информацией и общественных связей, чаще всего органы местного управления поддерживают просветительские и профориентационные проекты (см. прил. 3). В качестве инициаторов и стимуляторов местные власти выступают, как правило, в программах, направленных на улучшение

инфраструктуры города и установление нового оборудования в медицинские учреждения, это подтверждается как результатами контент-анализа, так и экспертного интервью. Исторически сложилось так, что население Соснового Бора ждет решения всех социальных проблем от ЛАЭС, в первую очередь это связано с активной социальной деятельностью станции в период СССР. Отсюда сохранилась роль ЛАЭС как ключевого игрока в социальной политике города.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что ЛАЭС – социально ответственное предприятие, ведущее работу с локальной общественностью по всем аспектам социальной политики. Однако следует отметить несколько слабых моментов. Во-первых, ориентация, в основном, на жителей Соснового Бора и недостаточное внимание социальной политики, ориентированной на регион. Во-вторых, слабо охваченной остается такая целевая группа общественности, как население города старше 50 лет.

### **Благотворительность**

Благотворительная деятельность ЛАЭС не так ярко освещается в региональных СМИ и корпоративных изданиях, как, например, социальные инвестиции. Возможно, это связано с определенной информационной политикой компании в отношении благотворительности. В отчетах чаще всего публикуются лишь ежегодные расходы на благотворительность. Так, ЛАЭС расходует на благотворительность от 9 до 12 млн рублей ежегодно. Благотворительная деятельность направлена на помощь прежде всего жителям города Сосновый Бор, что опять же говорит о недостаточном внимании станции всему региону. В госкорпорации «Росатом» существует Концепция благотворительной политики, которой придерживаются все дочерние компании, в том числе Концерн Росэнергоатом и ЛАЭС. Согласно Концепции благотворительная деятельность должна способствовать решению в первую очередь локальных проблем, предпочтение должно отдаваться наиболее эффективным решениям, результаты которых можно измерить, предпочтительной формой выбора объектов помощи должен быть

конкурсный отбор (там, где это уместно), поощряется личная благотворительность сотрудников, волонтерская деятельность и шефская помощь.<sup>116</sup>

Достаточно трудно оценить исключительно благотворительную деятельность ЛАЭС, поскольку в отчетах и других документах она никак не разделяется с социальными инициативами.

Разумеется, что ЛАЭС является самым крупным донором в Сосновом Бору и одним из самых крупных в Ленинградской области, что неудивительно для компании с такой прибылью. Однако, по мнению автора, благотворительная деятельность ЛАЭС не достаточно регламентирована и систематизирована.

В результате анализа коммуникаций ЛАЭС с локальной общественностью, контента официального сайта ЛАЭС, Концерна «Росэнергоатом», контент-анализа СМИ (см. прил. 2) и экспертных интервью с Татьяной Корнышевой, заместителем руководителя – начальником отдела внешних коммуникаций Управления информации и общественных связей ЛАЭС (см. прил. 3), с Евгенией Образцовой, инженером НИИ оптико-электронного приборостроения (см. прил. 6), автором был подготовлен SWOT-анализ, раскрывающий сильные и слабые стороны деятельности Управления информацией и общественных связей ЛАЭС, а также возможности и угрозы для успешного функционирования.

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Высокая лояльность локальной общественности Соснового Бора к деятельности ЛАЭС.	1. Отсутствие надлежащего уровня осведомленности о деятельности ЛАЭС и её системе безопасности у жителей Ленинградской области и Санкт-Петербурга.
2. Профессионализм сотрудников Управления.	2. Деятельность пресс-службы ЛАЭС сконцентрирована на общественности города Сосновый Бор.
3. Высокий интерес к деятельности ЛАЭС локальных СМИ.	
4. Высокая лояльность общественности к деятельности станции в городе Сосновый Бор.	
5. Поддержка деятельности ЛАЭС местным	

<sup>116</sup> Благотворительность [Электронный ресурс] // [www.lennpp.rosenergoatom.ru](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru) – URL: <http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/about/social/blagotvoritelnost/> (дата обращения 27.04.2017)

<p>правительством и общественными организациями.</p> <p>6. Наличие современного корпоративного издания, популярного среди сотрудников.</p> <p>7. Развитая корпоративная социальная ответственность.</p> <p>8. Развитый внутрикорпоративный PR.</p> <p>9. Регулярная публикация нефинансовой отчетности.</p> <p>10. Регулярное проведение мероприятий для СМИ.</p> <p>11. Реализация проектов и специальных мероприятий для школьников Соснового Бора.</p> <p>12. Положительный имидж руководства ЛАЭС.</p> <p>13. Регулярное проведение общественных слушаний.</p>	<p>3. Низкая степень информированности общественности о системах безопасности ЛАЭС.</p> <p>4. Низкий интерес к деятельности ЛАЭС региональных и федеральных СМИ.</p> <p>5. В работе не учтены тренды в digital-коммуникациях на уровне ЛАЭС.</p> <p>6. Коммуникации в социальных сетях адресованы исключительно локальной общественности Соснового Бора.</p> <p>7. Негативные коннотации деятельности ЛАЭС в публикациях зелёных некоммерческих организациях.</p> <p>8. Недостаточное освещение темы безопасности ЛАЭС среди общественности Лен. области и СПб.</p>
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
<p>1. Формирование лояльности локальной общественности Лен. области и СПб.</p> <p>2. Повышение информированности о деятельности, эффективности и безопасности ЛАЭС среди локальной общественности Лен. области и СПб.</p> <p>3. Разработка новых проектов и специальных мероприятий для локальной общественности Лен. области и СПб.</p> <p>4. Внедрение мировых коммуникационных трендов в деятельность ЛАЭС.</p>	<p>1. Отсутствие отклика местного сообщества в Лен. области и СПб на инициативы организации.</p> <p>2. Снижение инвестиционной привлекательности ЛАЭС.</p> <p>3. Развитие мифов и страхов у жителей региона.</p> <p>4. Формирование негативного имиджа не только ЛАЭС, но и всей отрасли ядерной энергетики.</p> <p>5. Возможность конфликтных ситуаций с региональными общественными организациями.</p>

Таблица 4. SWOT-анализ деятельности Управления информацией и общественных связей ЛАЭС

Таким образом, мы видим ключевое направление работы – выстраивание коммуникации и формирование лояльности локальной общественности Ленинградской области и Санкт-Петербурга. Кроме того, целесообразно было бы применить в коммуникационной деятельности ЛАЭС основные тренды коммуникаций предприятий атомной отрасли, изложенные в первой главе.

### **2.3. Рекомендации по формированию коммуникативной активности ЛАЭС с населением Санкт-Петербурга и Ленинградской области**

В результате исследования было установлено, что ключевой коммуникативной задачей Управления информацией и общественных связей является выход на региональный уровень, то есть формирование лояльности локальной общественности Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

Автор предлагает ряд рекомендаций для выстраивания коммуникаций с данной целевой группой, учитывая при этом возможности Управления, риски и условия среды, а также ключевые тренды коммуникаций предприятий атомной отрасли на мировой арене.

Таким образом, в первую очередь необходимо разработать коммуникационную стратегию, направленную на местное население СПб и Ленинградской области. Целесообразно уделить внимание трём основным целевым группам общественности: школьникам, студентам колледжей и вузов, поскольку они меньше подвержены влиянию стереотипов об опасности атомной энергетики и представляют собой будущий интеллектуальный капитал региона, и взрослому населению региона, которое осознаёт значимость ЛАЭС и её возможности в условиях обеспечения максимальной безопасности.

Основной задачей в рамках работы со школьниками является информирование данной целевой группы об атомной энергетике в целом и деятельности ЛАЭС в частности. В качестве основных идей для работы со школьниками можно выделить: вывод успешных проектов ЛАЭС, ориентированных на школьников Соснового Бора, на региональный уровень; участие ЛАЭС в мероприятиях городского уровня, адресованных школьникам, например, участие/организация Эколого-просветительского профориентационного проекта для старшеклассников и учащихся колледжей Санкт-Петербурга и Ленинградской области «Мой выбор: Знания. Профессия. Успех» или проведение уроков охраны окружающей среды,

энергосбережения и устойчивого развития в общеобразовательных учреждениях Санкт-Петербурга, тематических районных семинаров, конкурсов и др. Чаще всего организаторами и спонсорами подобных мероприятий являются либо различные государственные комитеты либо компании, функционирующие на территории СПб и имеющие схожий профиль деятельности, в частности, ГУП «Водоканал», автор видит целесообразным участие ЛАЭС в подобных мероприятиях, поскольку станция является значимым стратегическим объектом для всего региона.

Кроме того, коммуникации с детьми являются ключевым мировым коммуникационным трендом, поэтому очень важно работать в этом направлении. Зачастую в рамках этого направления, компании разрабатывают персонажа, от лица которого ведется коммуникация. По мнению автора, было бы интересно разработать персонажа для ЛАЭС, при этом привлечь к разработке можно самих детей. В дальнейшем построить всю коммуникационную стратегию по работе с детьми, используя в качестве коммуникатора разработанного персонажа.

В рамках коммуникаций со студентами колледжей и вузов основными задачами могут быть: разрушение существующих страхов и мифов об атомной энергетике, повышение уровня информированности об атомной энергетике и деятельности ЛАЭС и формирования положительного отношения. Безусловно, для работы со студентами также подходит участие в различных городских студенческих экологических проектах, конференциях, семинарах и круглых столах. Отдельно хотелось бы уделить внимание таким популярным на сегодняшний день в студенческой среде проектам как «Открытый университет» и Science Slam. «Открытый университет» - публичная образовательная площадка, где лучшие преподаватели разных вузов общаются друг с другом и делятся своими знаниями с горожанами. Организаторы проекта: «Бумага Медиа» и Новая сцена Александринского театра. В рамках работы с «Открытым университетом» можно обозначить следующие направления: чтение лекций о ядерной энергетике,



возможностях, угрозах, развитии отрасли преподавателями вузов СПб, специализирующихся на этой теме, при поддержке ЛАЭС (предоставление доступа к информации о ЛАЭС, регулярное участие преподавателей в специальных мероприятиях станции и, возможно, финансовая поддержка); чтение лекций на те же темы молодыми специалистами ЛАЭС, при этом лекция должна основываться на опыте ЛАЭС и транслировать ключевые для станции смыслы в отношении жителей СПб - значимость для системы жизнеобеспечения города и безопасность.

Science Slam - международный проект популяризации науки: на вечернем мероприятии молодые ученые в неформальной атмосфере бара или клуба представляют широкой аудитории свои исследования. У каждого спикера есть 10 минут, за которые он интересно и оригинально рассказывает о своих достижениях. Зрители аплодисментами определяют, кто справился лучше. Возможным способом участия ЛАЭС в данном проекте может быть выступление представителя от ЛАЭС - молодого ученого-исследователя, сотрудника станции или НИТИ им. А. П. Александрова. Выступление с серией доступных широкой аудитории лекций продолжительностью в 10 минут, отражающих результаты собственных исследований спикера.

Участие в подобных мероприятиях кроме достижения основных целей, еще и будет способствовать установлению контактов с молодым, региональным и быстроразвивающимся медиа – «Бумага».

Кроме того, в рамках работы над коммуникациями со студентами стоит вспомнить о мировом тренде – введение новых digital-форматов публикаций об энергоэффективности и безопасности атомной отрасли. Целесообразно создать несколько лонгридов, онлайн-тестов на данные темы и опубликовать их в таких передовых медиа, как «Бумага» или The Village.

Нужно сказать также об обновлении социальных сетей ЛАЭС. Присутствие в социальных сетях, на сегодняшний день, очень важно для любой компании. При этом для успешной коммуникации в сетях, необходимо следить за трендами SMM. Таким образом, автор рекомендует

ЛАЭС вести аккаунт не только на Facebook и в «ВКонтакте», но и в Instagram, на Youtube и в Twitter. Официальные представительства «ВКонтакте» и на Facebook можно доработать при помощи вики-разметки, разработки единой концепции ведения группы – ответы в комментариях с единого аккаунта ЛАЭС, чёткая рубрикация, больше развлекательного и просветительского контента, унификация визуального сопровождения постов, публикация фотоотчётов с мероприятий.

Самая проблемная целевая группа общественности – взрослое население Санкт-Петербурга и Ленинградской области обладает следующими характеристиками: возраст от 30 до 45 лет, активная жизненная позиция, активные аккаунты в социальных сетях, регулярная публикация «своего мнения», профессиональная деятельность не связана напрямую с атомной энергетикой. Работать с ними необходимо, поскольку именно эта группа зачастую является источником необоснованных слухов о небезопасности ЛАЭС, кроме того, такие люди нередко являются участниками общественных организаций и стремятся к интеллектуально-просветительскому досугу. Исходя из данных характеристик наиболее подходящая форма взаимодействия с ними – экскурсия на станцию и наглядная демонстрация систем безопасности. Только увидев и послушав специалистов, они смогут поверить в безопасность деятельности атомного предприятия. Идея заключается в продвижении экскурсий на ЛАЭС в пабликах социальных сетей, ядром целевой аудитории которых и является необходимая целевая группа общественности. Продвижение экскурсии будет осуществляться при помощи конкурса «Безопасное будущее с ЛАЭС-2», концепция которого выглядит следующим образом. Основной посыл в ходе экскурсии - наличие многоуровневой системы безопасности ЛАЭС-2 и отсутствие вреда для окружающей среды. В экскурсию включены: кофе-брейк, фотосессия на смотровой площадке и раздача сувенирной продукции. Условия конкурса: репост записи с хештэгом #безопасноебудущееЛАЭС2, совершеннолетний возраст, гражданство РФ. Паблики для размещения

данного поста были выбраны исходя из критерия совпадения необходимой целевой группы общественности целевой аудитории: «Санкт-Петербург – это мой город», «Бесплатный Питер», «Питер бесплатный», «Интересный Питер».

Для выстраивания коммуникаций со взрослым населением СПб и Лен. области, более осведомлённым об атомной энергетике и деятельности ЛАЭС, чья профессиональная деятельность, возможно, косвенно или напрямую связана с ядерной энергетикой, ЛАЭС необходимо принимать участие в экологических мероприятиях городского уровня, ориентированных на представителей данной целевой группы. В частности, поддержка или участие в Зеленом дне в рамках Общероссийского форума «Стратегическое планирование в регионах и городах России» или в Выставочном проекте по истории природоохранной деятельности в Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

Одним из наиболее значимых коммуникативных трендов предприятий атомной отрасли является стремление к гендерному равенству в ядерной отрасли: поддержка женщин, помощь в продвижении по карьерной лестнице. Практика показывает, что зарубежные компании уже добились значительных результатов в данном направлении. В Российской действительности тема, возможно, не столь актуальная, как за рубежом, однако было бы интересным ходом, если именно атомная отрасль первая поднимет эту тему и выведет проблему на новый уровень при помощи специально разработанных проектов и специальных мероприятий.

## Заключение

В результате изучения атомной отрасли, были выделены ключевые тренды отрасли, которые оказывают непосредственное влияние на формирование тенденций в коммуникациях атомных предприятий:

- увеличение стран-новичков в атомной промышленности;
- ужесточение требований безопасности в отрасли;
- увеличение сроков эксплуатации атомных объектов;
- комплексное строительство атомных электростанций по всему миру;
- лидирующие позиции России на мировом атомном рынке;
- восприятие АЭС как возможности улучшения социально-экономического развития региона присутствия станции;
- технологическое развитие отрасли.

Наличие вышеперечисленных трендов свидетельствует о развитии отрасли в целом, которое влечет за собой развитие коммуникаций с общественностью отраслевых предприятий. В рамках данного исследования, основное внимание уделялось коммуникациям с локальной общественностью. Для этого было раскрыто понятие локальной общественности предприятия атомной отрасли. Результатом изучения научной литературы стало определение локальной общественности не просто как местного населения, а как целевой группы общественности, которая включает в себя несколько подгрупп, таких как местные жители, СМИ, сотрудники, семьи сотрудников, общественные организации, бизнес-сообщество и органы государственной власти.

Разумеется, каждая из представленных подгрупп нуждается в определённых теоретико-методологических подходах к коммуникациям. В

результате анализа коммуникативного опыта зарубежных предприятий атомной отрасли были выявлены мировые тренды коммуникаций:

- персонификация и популяризация образа атомщика;
- активное присутствие в социальных сетях;
- развитый видеоконтент;
- карьероориентированные коммуникации;
- развитые коммуникации с бизнес-сообществом;
- коммуникации с детьми и воспитание экологически ответственного населения;
- поддержание женщин в атомной отрасли;
- коммуникации в непрофильных направлениях;
- профильное онлайн и офлайн образование сотрудников;
- привлечение сотрудников к социально ориентированной деятельности компании;
- коммуникации с потенциальными сотрудниками компании;
- поддержание коммуникаций с бывшими сотрудниками компании или сотрудниками, которые пошли выше по карьерной лестнице;
- коммуникации с потребителями электроэнергии;
- антикризисные коммуникации;
- упрощение информации в коммуникациях с целевыми группами общественности.

В результате анализа вышеупомянутых коммуникативных трендов были выделены основные PR-инструменты, используемые в реализации коммуникаций с локальной общественностью: специальные мероприятия, SMM, публикации в СМИ и на официальных веб-сайтах компании. Кроме того, каналы коммуникации: интернет, в частности социальные сети и собственные веб-сайты предприятий, и ключевые сообщения, которые можно разделить на несколько тематических групп: энергосбережение,

безопасность, значимость отрасли, социальная ответственность и гендерное равенство.

В эмпирической части исследования была проанализирована коммуникативная деятельность российского атомного предприятия – Ленинградской атомной электростанции. Были изучены основные направления деятельности, конкретные кейсы, цели и задачи, которые стоят перед ЛАЭС сегодня с коммуникативной точки зрения. В результате автором были выявлены сильные, слабые стороны, угрозы и возможности коммуникативной деятельности ЛАЭС.

К сильным сторонам коммуникаций с локальной общественностью можно отнести:

- высокую лояльность локальной общественности Соснового Бора к деятельности ЛАЭС;
- профессионализм сотрудников Управления;
- высокий интерес к деятельности ЛАЭС локальных СМИ;
- высокую лояльность общественности к деятельности станции в городе Сосновый Бор;
- поддержку деятельности ЛАЭС местным правительством и общественными организациями;
- наличие современного корпоративного издания, популярного среди сотрудников;
- развитую корпоративную социальную ответственность;
- развитый внутрикорпоративный PR;
- регулярную публикацию нефинансовой отчетности;
- регулярное проведение мероприятий для СМИ;
- реализацию проектов и специальных мероприятий для школьников Соснового Бора;
- положительный имидж руководства ЛАЭС;
- регулярное проведение общественных слушаний.

Можно выделить следующие возможности для развития коммуникативной деятельности:

- формирование лояльности локальной общественности Лен. области и СПб;
- повышение информированности о деятельности, эффективности и безопасности ЛАЭС среди локальной общественности Лен. области и СПб;
- разработка новых проектов и специальных мероприятий для локальной общественности Лен. области и СПб;
- внедрение мировых коммуникационных трендов в деятельность ЛАЭС.

К слабым сторонам коммуникаций ЛАЭС относится:

- отсутствие надлежащего уровня осведомлённости о деятельности ЛАЭС и её системе безопасности у жителей Ленинградской области и Санкт-Петербурга;
- деятельность пресс-службы ЛАЭС сконцентрирована на общественности города Сосновый Бор;
- низкая степень информированности общественности о системах безопасности ЛАЭС;
- низкий интерес к деятельности ЛАЭС региональных и федеральных СМИ;
- отсутствие применения трендов в digital-коммуникациях на уровне ЛАЭС;
- коммуникации в социальных сетях адресованы исключительно локальной общественности Соснового Бора;
- негативные коннотации деятельности ЛАЭС в публикациях зелёных некоммерческих организациях;
- недостаточное освещение темы безопасности ЛАЭС среди общественности Лен. области и СПб.

К основным угрозам относится:

- отсутствие отклика местного сообщества в Лен. области и СПб на инициативы организации;
- снижение инвестиционной привлекательности ЛАЭС;
- развитие мифов и страхов у жителей региона;
- формирование негативного имиджа не только ЛАЭС, но и всей отрасли ядерной энергетики;
- возможность конфликтных ситуаций с региональными общественными организациями.

В результате исследования, с учетом мировых трендов, автором были разработаны рекомендации, направленные на работу со слабыми сторонами и угрозами коммуникативной деятельности ЛАЭС, а также на решение основной задачи PR-департамента предприятия – вывод коммуникаций на региональный уровень.



## Библиографический список

### Литература:

1. Благов Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю.Е. Благов; С.-Петерб. гос. ун-т, Высш. шк. менеджмента. - [2-е изд.]. - Санкт-Петербург : Высшая школа менеджмента, 2011. - 271 с. : ил. ; 22 см. - Библиогр.: с. 252-266. - Имен. указ.: с. 268-271
2. Благов Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность в России: уроки национального доклада о социальных инвестициях // Российский журнал менеджмента. 2009. Т. 7. № 1. С. 3–24 (соавт. с Е.А.Ивановой).
3. Гавра Д. П., Шишкин Д. П. Внутрикorporативные связи с общественностью: проблема оценки эффективности // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия «Филология. Востоковедение. Журналистика», № 4, 2012.
4. Зыков И. А., Архангельская Г.В. Информационная защита населения на основе представлений о социальной приемлемости радиационного риска. СПб.: ФГУН НИИРГ, 2010. 363 с.
5. Зыряков С.Г Мельницкая Т.Б. Конышев И.В Соколов Г.В Долгое Эхо Радиации. Челябинск: Общественный совет ГК "Росатом", 2009. 346 с.
6. Иванов В. К. Ликвидаторы. Радиологические последствия Чернобыля. М.: 2010. 32 с.
7. Летаева Т. В. Правовые аспекты корпоративной социальной ответственности ГК «Росатом» // Журнал "Правопорядок: история, теория, практика", 2014, № 2 (3)
8. Новые идеи в теории и практике коммуникации : сборник научных трудов / Санкт-Петерб. гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. теории коммуникации; отв. ред.: Д.П. Гавра. - Санкт-Петербург : Роза мира, 2006. - 205, [1] с. : ил. ; 20 см. - Библиогр. в примеч. в конце ст.

9. Худоренко Е. А. PR технологии российских корпораций ТЭК. МГИМО-Университет, 2005. - С. 272.
10. Чумиков А. Н., Антикризисные коммуникации : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 172, [1] с. : ил., портр., факс. ; 22 см. - (Серия "Современные технологии PR. Мастер-класс"). - Библиогр. в конце кн.
11. Чумиков А. Н., Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту 3-го поколения / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 327, [1] с. : ил. ; 22 см. - (Высшее образование - Бакалавриат). - (Бакалавриат). - Др. кн. авт.: с. 322 (9 назв.)
12. Шарков Ф. И., Формирование и реализация социальной политики в регионе : (социологический аспект) : Автореф. дис. на соиск. учен. степ. д.социол.н. : Спец. 22.00.08 / Шарков Ф.И.; [Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации]. - М, 1999. - 50 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 48 - 50 (18 назв.) и в подстроч. примеч.
13. Шаркова Е.А. Коммуникация с пострадавшими и вовлеченными группами общественности в условиях экологического кризиса // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике №2 (2). Санкт-Петербург, 2016. С. 208-220
14. Шаркова Е.А. Коммуникация в условиях экологического риска // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике: материалы межд. науч. конф. (23 апреля 2014). СПбГУ. СПб., 2014. С. 60-64.
15. Шаркова Е.А. Экологический PR в бизнесе: работа с внешними стейкхолдерами // Стратегические коммуникации в бизнесе и

- политике. Матер. межд. науч.-практ. конф. (25-26 нояб. 2015). СПб, СПбГУ, 2015. С. 70-74.
16. Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М. А. Шишкина - СЗРЦ "Русич", Паллада-медиа, 2002. – 448 с.
  17. Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries (Communication S.), Inc Paperback, 2002.
  18. GR и лоббизм: теория и технологии : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под ред. В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 315 с.

#### **Электронные ресурсы:**

19. Атомград Сосновый Бор [Электронный ресурс] // [www.vk.com](http://www.vk.com) – URL: <https://vk.com/atomgrad> (дата обращения 15.04.2017 г.)
20. Атомная крепость [Электронный ресурс] // [www. game.rosenergoatom.ru](http://www.game.rosenergoatom.ru) – URL: <http://game.rosenergoatom.ru/> (дата обращения 15.04.2017 г.)
21. Атомная энергетика: состояние, проблемы, перспективы, 2015 [Электронный ресурс] // Slideshare.net – URL: [http://www.slideshare.net/AndreyOzharovsky/2015-44787920?from\\_action=save](http://www.slideshare.net/AndreyOzharovsky/2015-44787920?from_action=save) (дата обращения 21.01.2017)
22. Атомная энергия: за и против [Электронный ресурс] // [www.alhimik.ru](http://www.alhimik.ru) – URL: <http://www.alhimik.ru/read/atom.html>
23. Атомный ледокольный флот [Электронный ресурс] // [Rosatom.ru](http://Rosatom.ru) – URL: <http://www.rosatom.ru/production/fleet/> (дата обращения 03.01.2017)
24. Банкротство Westinghouse трезвым взглядом [Электронный ресурс] // [Geoenergetics.ru](http://Geoenergetics.ru) аналитический онлайн-журнал – URL: <http://geoenergetics.ru/2017/03/30/bankrotstvo-westinghouse-trezvym-vzglyadom/>(дата обращения 01.04.2017)

25. Благотворительность [Электронный ресурс] // [www.lennpp.rosenergoatom.ru](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru) – URL: <http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/about/social/blagotvoritelnost/> (дата обращения 27.04.2017)
26. Граждане города Сосновый Бор [Электронный ресурс] // [www.vk.com](http://www.vk.com) – URL: <https://vk.com/grazhdanesb> (дата обращения 15.04.2017 г.)
27. Доклад на форуме Атомэкспо – 2012 [Электронный ресурс] // [2012.atomexpo.ru](http://2012.atomexpo.ru) – URL: <http://2012.atomexpo.ru/mediafiles/u/files/Present2012/Karavaev.pdf> (дата обращения 01.04.2017)
28. Историческая справка [Электронный ресурс] // [www.lnpp2.ru](http://www.lnpp2.ru) – URL: <http://www.lnpp2.ru/?q=node/3> (дата обращения 15.04.2017 г.)
29. Исторический экскурс [Электронный ресурс] // [www.laes.ru](http://www.laes.ru) – URL: [http://www.laes.ru/new\\_lnpp/mindex.shtml?../content/vizitka/history/history.htm](http://www.laes.ru/new_lnpp/mindex.shtml?../content/vizitka/history/history.htm) (дата обращения 15.04.2017 г.)
30. История атомной промышленности России [Электронный ресурс] // [Rosatom.ru](http://Rosatom.ru) – URL: <http://www.rosatom.ru/about-nuclear-industry/history/> (дата обращения 1.04.2017)
31. Кодекс этики Концерна Росэнергоатом. URL: [http://www.rosenergoatom.ru/resources/f3981e8049cbd1f09b569bac266abd69/Rea\\_eti\\_c\\_codecs\\_2015.pdf](http://www.rosenergoatom.ru/resources/f3981e8049cbd1f09b569bac266abd69/Rea_eti_c_codecs_2015.pdf)
32. Композитные материалы [Электронный ресурс] // [Rosatom.ru](http://Rosatom.ru) – URL: <http://www.rosatom.ru/production/kompozitnye-materialy/> (дата обращения 03.01.2017)
33. Конкурент «Росатома» начал процедуру банкротства [Электронный ресурс] // [Interfax.ru](http://Interfax.ru) – URL: <http://www.interfax.ru/business/555867> (дата обращения 01.04.2017)
34. Конкуренты Росатома: Франция [Электронный ресурс] // [Геоэнергетика.ru](http://Геоэнергетика.ru) – аналитический онлайн журнал – URL:

- <http://geoenergetics.ru/2016/09/26/konkurenty-rosatoma-franciya/> (дата обращения 01.04.2017)
35. Конкуренты Росатома. Westinghouse [Электронный ресурс] // Геоэнергетика.ru – аналитический онлайн журнал – URL: <http://geoenergetics.ru/2016/09/16/konkurenty-rosatoma-westinghouse/> (дата обращения 01.04.2017)
36. Корпоративная система обратной связи [Электронный ресурс] // [www.feedback.rosatom.ru](http://www.feedback.rosatom.ru) - URL: <https://feedback.rosatom.ru/> (дата обращения 15.04.2017 г.)
37. ЛАЭС [Электронный ресурс] // [www.facebook.com](http://www.facebook.com) – URL: <https://www.facebook.com/groups/LenAES/?fref=ts> (дата обращения 15.04.2017 г.)
38. ЛАЭС [Электронный ресурс] // [www.vk.com](http://www.vk.com) – URL: <https://vk.com/leningradaes> (дата обращения 15.04.2017 г.)
39. Ленинградская АЭС поддержала региональный этап конкурса «Энергия будущего-2015» [Электронный ресурс] // [www.lennpp.rosenergoatom.ru](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru) – URL: <http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/about/press-center/news/4871ef00479e05c8a64af65847e9f55f> (дата обращения 27.04.2017)
40. Ленинградская АЭС: подведены итоги конкурса «Раскрась градирни атомной станции» [Электронный ресурс] // [www.rosenergoatom.ru](http://www.rosenergoatom.ru) – URL: <http://www.rosenergoatom.ru/journalist/news/3b565180421fa7699599d5b32a194887> (дата обращения 27.04.2017)
41. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности»
42. О концерне [Электронный ресурс] // [www.rosenergoatom.ru](http://www.rosenergoatom.ru) – URL: <http://www.rosenergoatom.ru/about/> (дата обращения 15.04.2017 г.)

43. О нас [Электронный ресурс] // Rosatom.ru – URL: <http://www.rosatom.ru/about/> (дата обращения 03.01.2017)
44. Открыт прием работ старшеклассников на IV Всероссийский конкурс "Атомная наука и техника" [Электронный ресурс] // [www.atomic-energy.ru](http://www.atomic-energy.ru) – URL: <http://www.atomic-energy.ru/news/2015/05/06/16625> (дата обращения 27.04.2017)
45. Отношение к атомной энергетике в России: через 20 лет после Чернобыля [Электронный ресурс] // [corp.fom.ru](http://corp.fom.ru) – URL: <http://corp.fom.ru/uploads/socreal/post-116.pdf>
46. Первый раз в атомкласс [Электронный ресурс] // [www.laes.ru](http://www.laes.ru) – URL: [http://www.laes.ru/content/prensa/reliz/2013/17\\_10\\_13\\_2.htm](http://www.laes.ru/content/prensa/reliz/2013/17_10_13_2.htm) (дата обращения 27.04.2017)
47. Первый EPR [Электронный ресурс] // [tnenergy.livejournal.com](http://tnenergy.livejournal.com) – URL: <http://tnenergy.livejournal.com/21070.html> (дата обращения 01.04.2017)
48. Перспективы развития мировой атомной энергетике [Электронный ресурс] // [Gisee.ru](http://gisee.ru) – URL: <http://gisee.ru/articles/alternate/29447/> (дата обращения 10.12.2016)
49. Понятие общественности и общественного мнения [Электронный ресурс] // [www.free.megacampus.ru](http://www.free.megacampus.ru) – URL: [http://free.megacampus.ru/xbookM0023/index.html?go=part-011\\*page.htm](http://free.megacampus.ru/xbookM0023/index.html?go=part-011*page.htm) (дата обращения 22.01.2017)
50. Понятие общественности, типология групп общественности [Электронный ресурс] // [Pr-lecture.narod.ru](http://www.pr-lecture.narod.ru) – URL: <http://www.pr-lecture.narod.ru/prt5r1part1.html> (дата обращения 22.01.2017)
51. При поддержке Ленинградской АЭС завершился отборочный тур межрегионального чемпионата по дебатам "В зоне особого внимания!" [Электронный ресурс] // [www.lennpp.rosenergoatom.ru](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru) – URL: <http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/about/press-center/news/a2c43d804b20cf398c7f8c72ad5c19ed> (дата обращения 27.04.2017)

52. При поддержке Ленинградской АЭС продолжится школьный проект "Знает каждый первоклассник: мирный атом – это классно!" [Электронный ресурс] // [www.lennpp.rosenergoatom.ru](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru) – URL: <http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/about/press-center/news/e4fd41004b0b9719bd64bfb983fdfe03> (дата обращения 27.04.2017)
53. Росатом [Электронный ресурс] // [rosatom.ru](http://www.rosatom.ru) – URL: <http://www.rosatom.ru/> (дата обращения 01.04.2017)
54. «Росатом» корректирует бизнес-модель [Электронный ресурс] // [Gazeta.ru](https://www.gazeta.ru) – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2015/06/04/6745406.shtml> (дата обращения 10.12.2016)
55. Сайт Ленинградской АЭС [Электронный ресурс] // [www.lennpp.rosenergoatom.ru](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru) – URL: <http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/> (дата обращения 15.04.2017 г.)
56. Связь с населением в случае ядерной или радиологической аварийной ситуации [Электронный ресурс] // [Www-pub.iaea.org](http://www-pub.iaea.org) – URL: [http://www-pub.iaea.org/MTCD/Publications/PDF/EPR-PublicComm2012\\_R\\_web.pdf](http://www-pub.iaea.org/MTCD/Publications/PDF/EPR-PublicComm2012_R_web.pdf) (дата обращения 29.12.2016)
57. Социальные проекты [Электронный ресурс] // [www.lennpp.rosenergoatom.ru](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru) – URL: [http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/about/social/soc\\_proekti\\_laes/](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/about/social/soc_proekti_laes/) (дата обращения 27.04.2017)
58. Строящиеся АЭС [Электронный ресурс] // [Rosatom.ru](http://www.rosatom.ru) – URL: <http://www.rosatom.ru/production/design/stroyashchiesya-aes/> (дата обращения 1.04.2017)
59. Федеральный закон «О Государственной корпорации по атомной энергии «Росатом» от 01.12.2007 N 317-ФЗ
60. Школа Росатома [Электронный ресурс] // [rosatomschool.ru](http://rosatomschool.ru) – URL: <http://rosatomschool.ru/> (дата обращения 27.04.2017)

61. Экологическая политика ЛАЭС. URL:  
[http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/resources/243b8000475f9a73927f9f358967157a/Ecologic\\_politic.pdf](http://www.lennpp.rosenergoatom.ru/resources/243b8000475f9a73927f9f358967157a/Ecologic_politic.pdf)
62. Энергоэффективность и энергосбережение. Гибкие решения в современной ядерной энергетике [Электронный ресурс] // Hse.ru – URL:  
[https://www.hse.ru/data/2015/08/12/1087749163/Trendletter11%20\(17\).pdf](https://www.hse.ru/data/2015/08/12/1087749163/Trendletter11%20(17).pdf)  
(дата обращения 20.11.2016)
63. Ядерная безопасность [Электронный ресурс] // Rosatom.ru – URL:  
<http://www.rosatom.ru/production/safety/> (дата обращения 03.01.2017)
64. Ядерная медицина [Электронный ресурс] // Rosatom.ru – URL:  
<http://www.rosatom.ru/production/medicine/> (дата обращения 03.01.2017)
65. Ядерная энергетика – залог геополитического влияния России [Электронный ресурс] // politrussia.com – URL:  
<http://politrussia.com/ekonomika/mirnyu-atom-v-726/> (дата обращения 01.04.2017)
66. Ядерный энергетический комплекс [Электронный ресурс] // Rosatom.ru – URL: <http://www.rosatom.ru/production/nuclear-weapons-complex/> (дата обращения 03.01.2017)
67. A brighter future, technically speaking [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/careers/early-careers/trainee-programmes/technical-foundation-training-scheme> (дата обращения 29.12.2016)
68. Alumni [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/careers/alumni> (дата обращения 29.12.2016)
69. Business electricity and gas for SMEs [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/sme-business> (дата обращения 30.12.2016)
70. Chris Chavez [Электронный ресурс] // Facebook.com – URL: <https://www.facebook.com/WestinghouseNuclear/photos/a.1015027274096>



- 9750.372896.169074414749/10154847752304750/?type=3&theater (дата обращения 12.12.2016)
71. Corporate Citizenship Report 2014 [Электронный ресурс] // Westinghousenuclear.com – URL:<http://www.westinghousenuclear.com/Portals/0/about/community/Corporate%20Citizenship%20Report%202014.pdf> (дата обращения 29.12.2016)
72. Diversity & Inclusion [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL:<https://www.edfenergy.com/diversity> (дата обращения 29.12.2016)
73. EDF careers [Электронный ресурс] // Twitter.com – URL:<https://twitter.com/edfecareers> (дата обращения 12.12.2016)
74. EDF Energy [Электронный ресурс] // Facebook.com – URL:<https://www.facebook.com/edfenergy> (дата обращения 12.12.2016)
75. EDF Energy [Электронный ресурс] // Twitter.com – URL:<https://twitter.com/edfenergy> (дата обращения 12.12.2016)
76. EDF Energy Pretty Curious film (extended cut) [Электронный ресурс] // Youtube.com – URL:[https://www.youtube.com/watch?v=IBNVcRx5rR8&list=PLXeIrBe86r\\_IT2ya4ZieukXJRlGrKoPDX](https://www.youtube.com/watch?v=IBNVcRx5rR8&list=PLXeIrBe86r_IT2ya4ZieukXJRlGrKoPDX) (дата обращения 12.12.2016)
77. EDF Energy Show Me Your Bill Advert 2016 - featuring Zingy & Trisha [Электронный ресурс] // Youtube.com – URL:<https://www.youtube.com/watch?v=zQklw-PySVE> (дата обращения 12.12.2016)
78. EDF Hinkleyc [Электронный ресурс] // Twitter.com – URL:<https://twitter.com/edfehinkleyc> (дата обращения 12.12.2016);
79. EDF Innovation [Электронный ресурс] // Twitter.com – URL:<https://twitter.com/edfeinnovation> (дата обращения 12.12.2016)
80. EDF New energy [Электронный ресурс] // Twitter.com – URL:<https://twitter.com/edfrenewenergy> (дата обращения 12.12.2016)

81. EDF Sizewellc [Электронный ресурс] // Twitter.com – URL: <https://twitter.com/edfesizewellc> (дата обращения 12.12.2016)
82. IAEA Safety Glossary [Электронный ресурс] // Wwww-ns.iaea.org – URL: <https://www-ns.iaea.org/downloads/standards/glossary/iaea-safety-glossary-draft-2016.pdf> (дата обращения 20.11.2016)
83. Internships [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/careers/early-careers/internships> (дата обращения 29.12.2016)
84. Kris Vervaeet explique pourquoi l'accompagnement d'EDF est fondamental pour le B2B [Электронный ресурс] // Youtube.com – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=XHYocRCOHa8> (дата обращения 12.12.2016)
85. Making History at London 2012 [Электронный ресурс] // Youtube.com – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GX67FuQWfps&list=PL1782714372C3E18F> (дата обращения 12.12.2016)
86. Meet the nuclear generation [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/virtual-tours> (дата обращения 29.12.2016)
87. More for your power [Электронный ресурс] // Youtube.com – URL: [https://www.youtube.com/watch?v=T0YP7Z44RnU&list=PLXeIrBe86r\\_LB4\\_pIvwbh8bYOoYAUQ9II](https://www.youtube.com/watch?v=T0YP7Z44RnU&list=PLXeIrBe86r_LB4_pIvwbh8bYOoYAUQ9II) (дата обращения 12.12.2016)
88. MyCampus [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <http://campus.edfenergy.com/campus/mycampus> (дата обращения 29.12.2016)
89. Nuclear Power Generation [Электронный ресурс] // Jointhepod.org – URL: <http://jointhepod.org/resources/resource/421> (дата обращения 29.12.2016)

90. Our Better Energy Ambitions [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/about/ambitions> (дата обращения 12.12.2016)
91. Our community programmes [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/careers/life-at-edf-energy/csr> (дата обращения 29.12.2016)
92. Pretty Curious [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/prettycurious#statsources> (дата обращения 29.12.2016)
93. Public Relations Cases, 5th Edition, Wadsworth Pub Co, 2000, Jerry A. Hendrix
94. Westinghouse Europe/Middle East/Africa [Электронный ресурс] // Westinghousenuclear.com – URL: <http://www.westinghousenuclear.com/About/Regional-Operations/EMEA> (дата обращения 12.12.2016)
95. Westinghouse Nuclear [Электронный ресурс] // Facebook.com – URL: <https://www.facebook.com/WestinghouseNuclear> (дата обращения 12.12.2016)
96. Westinghouse Nuclear [Электронный ресурс] // Youtube.com – URL: <https://www.youtube.com/user/WestinghouseNuclear/videos> (дата обращения 12.12.2016)
97. Women In Nuclear [Электронный ресурс] // Westinghousenuclear.com – URL: <http://www.westinghousenuclear.com/About/Community-and-Education/Westinghouse-Women-In-Nuclear> (дата обращения 20.12.2016)
98. Work Insight Programme [Электронный ресурс] // Edfenergy.com – URL: <https://www.edfenergy.com/careers/early-careers/wip> (дата обращения 29.12.2016)

## Приложения

### Приложение 1. Таблица строительства АЭС по всему миру

Страна	Реактор Имя	Предлагаемы й поставщик	Начальная дата запуска	Последние Похожие Строительст во Старт	Последний запуск Дата
<b>МАГАТЭ Категория: В стадии строительства</b>					
<b>Беларусь</b>	Островец	Росатом	2019/20		2019/20
<b>ОАЭ</b>	Barakah	КЕРСО	2017/18/19/20		2017/18/19/20
<b>МАГАТЭ Категория: Подписан контракт или Advanced Development</b>					
<b>Бангладеш</b>	Rooppur	Росатом	2018	2016	
<b>Литва</b>	Visegrade	Hitachi	2020	подвешенный	
<b>Турция</b>	Аккую	Росатом	2015		2022
	Синоп	Mitsubishi / Areva		2017	
	Ingeada	SNPTC / Westinghouse		2019	
<b>Вьетнам</b>	Нинь Туан	Росатом	2020	подвешенный	
<b>Египет</b>		Росатом	2019		
<b>Иордания</b>		Росатом		2019	
<b>Польша</b>				2020	
<b>МАГАТЭ Категория: хорошо проработанные планы</b>					
<b>Чили</b>			2024	подвешенный	
<b>Индонезия</b>		Росатом		зброшенный	
<b>Казахстан</b>		Росатом или Westinghouse		?	
<b>Таиланд</b>			2020-28	?	2036
<b>Саудовская Аравия</b>			2020	?	2040

## Приложение 2. Контент-анализ СМИ

Источник	Название	Дата	Объём	Тип	Тема	Коннотация	Примечание
ИА Regnum	Две трети жителей Ленинградской области и Санкт-Петербурга одобряют использование атомной энергии	07.04.10	Большой	Статья	Использование атомной электроэнергии	Положительная («благожелательное отношение», «бесперебойная работа»)	63% жителей Соснового Бора одобряют деятельность ЛАЭС (исследование ЦИРКОН)
Сайт КПРФ	Ленинградская область: 1 мая в городе Сосновый Бор состоялась праздничная демонстрация и митинг 1 мая в городе	01.05.11	Небольшой	Пресс-релиз	Референдум о негативном воздействии на окружающую среду	Негативная («власть-наёмные работники «Росатома», «риск проживания»)	Политическая спекуляция против единокорсов
Baltinfo	Сосновый Бор хочет свалку за свалку	11.05.11	Большой	Статья	Строительство хранилища радиоактивных отходов	Нагтивная («объекты, жить рядом с которыми тревожно»)	6 тысяч жителей города против строительства
ИА Regnum	"Росатом" и Сосновый Бор разрабатывают рекомендации по соцзащите городов-спутников атомной энергетики	08.07.11	Небольшой	Статья	Бедственное положение городов присутствия атомных станций	Положительная	Постановление № 763 от 15.10.1992 г., предусматривающее социальную поддержку граждан, проживающих на территориях, входящих в зону наблюдения Ленинградской атомной электростанции
Официальный сайт партии Единая Россия	Журова: Вопросы децентрализации власти являются актуальной задачей для государства	01.12.11	Небольшой	Пост-релиз Единой России	Вопросы социальной политики, эвакуационные пути, изменения законодательства	Положительная («обеспечение безопасности», «от ЛАЭС поступили предложения»)	Встреча с сотрудниками электростанции Журовой
Кто строит .ру	Хранилище радиоактивных отходов в Ленинградской области просят не строить	27.02.13	Небольшой	Инф. заметка	Строительство пункта захоронения радиоактивных отходов в промышленной зоне Сосновоборского городского округа	Отрицательная	Актеры: законодательное собрание СПб, председатель Госдумы, министр энергетики, руководитель ГК «Росатом»

					Ленинградской области и о переносе этого объекта в другой субъект РФ.		
47news.ru	Ваше атомное кредо? - Всегда	12.12.13	Большой	Статья	Проведение исследования о политических пристрастиях сотрудников	Отрицательная для всего Росатома («Хочется сказать руководству, что если оно хочет усилить и без того сильную коммунистическую составляющую Соснового Бора, пусть продолжают в том же духе» Лев Лурье)	Актеры: Лев Лурье, историк, руководство ЛАЭС,
РИА Новости	Почему Сосновый Бор опередил Ленобласть по сторонникам атомной отрасли	25.02.14	Небольшой	Статья	Популярность идеи развития атомной энергетики в Ленобласти	Положительная («эффективная реализация социальных программ», «историческая причина – город спутник»)	
Эксперт С-3	Для строителей ЛАЭС могут построить жилой микрорайон	27.02.14	Небольшой	Инф. заметка	Необходимость обустройства инфраструктуры для рабочих, задействованных в строительстве АЭС	Отрицательная (бездействие ЛАЭС по отношению к проблеме возросшей миграции и угрозы местному населению)	Актеры: Уполномоченный по правам человека в Ленинградской области Сергей Шабанов, ГК «Росатом», Минэнерго РФ, Губернатор Лен. области, законодательное собрание
Bellona	РЕПОРТАЖ: На ЛАЭС обсудили итоги прошедшего года	12.03.14	Большой	Статья	Экологические аспекты, проблема радиационной безопасности на рабочих местах	Отрицательная (много экологических вопросов, плохо представлена информация о социальных действиях ЛАЭС)	Представители Bellona и ЛАЭС
BaltInfo	ЛАЭС объявила конкурс на разработку экспозиции своего музея	28.08.14	Небольшой	Инф. заметка	Музей ЛАЭС	Положительная («редкие экспонаты», «вход бесплатный»)	Вклад в музей внесли и жители Соснового Бора
Online47	Ленинградская АЭС является одной из лучших организаций России,	26.09.14	Небольшой	Пост-релиз ЛАЭС	Второе место ЛАЭС во Всероссийском конкурсе «Российская организация	Положительная	Актеры: министр труда и социальной защиты РФ, ЛАЭС,

	развивающих кадровый потенциал				высокой социальной эффективности» в 2013 году.		
Online47	ЛАЭС устроила праздник творчества для жителей города Сосновый Бор	17.12.14	Небольшой	Инф. заметка	Творческий фестиваль в Сосновом Бору	Положительная	Эвенты: Фестиваль «Таланты атомграда» при поддержке профсоюзной организации ЛАЭС, хоровой фестиваль «Энергия музыки» и открытое первенство ЛАЭС по бальным танцам «Танцуйте с нами»
47news	На ЛАЭС изучают социальные настроения коллектива	27.01.15	Небольшой	Инф. заметка	Исследование степени вовлеченности персонала	Положительная	
Сайт Лен. области	Новая дорога может появиться в Сосновом Бору	11.03.15	Небольшой	Пресс-релиз пресс-службы Лен. обл	Строительство автодороги, нового комплекса игровых видов спорта, где будет выступать областной волейбольный клуб «Динамо», и создание в Сосновом Бору компанией «Росатом» культурно-выставочного комплекса с залом на 1500 мест	Положительная	Актеры: глава 47 региона – Александр Дрозденко, директор ЛАЭС – Владимир Перегуда
Телерадио компания «ТЕРА-студия»	<b>Сосновый Бор: перспектива — наукоград</b>	20.11.15	Большой	Пост-релиз пресс-службы администрации	Заседание координационного совещания по обсуждению плана мероприятий по присвоению Сосновоборскому городскому округу статуса «наукоград»	Положительная	
Absolut TV	Авария на Ленинградской атомной станции.	20.12.15	Небольшой	Статья	ЧП на ЛАЭС	Отрицательная (очереди за йодом)	Несмотря на официальные заявления властей, руководство ЛАЭС, зелёных

	Остановлен 2-й энергоблок, паника у населения						НКО о безопасности
Общественный контроль	ЛАЭС - дамоклов меч над городом?	29.01.16	Большой	Статья	Небезопасность ЛАЭС-2, экологическая экспертиза НКО; осуждение общественных слушаний	Отрицательная	Актеры: инженер-физик Олег Бодров, являющийся председателем Совета ОБЭО "Зеленый мир"; Андрей Ожаровский, инженер-физик, эксперт программы по ядерной и радиационной безопасности Международного социально-экологического союза; главный инженер строящихся блоков ЛАЭС Олег Иванов
Сайт администрации Соснового Бора	Ленинградская атомная станция в 2016 году направит на благотворительность 15 миллионов рублей	21.02.16	Небольшой	Пресс-релиз пресслужбы администрации	Увеличение средств на благотворительность	Положительная	«Несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, концерн «Росэнергоатом» принял решение даже увеличить размер благотворительных средств на этот год на 3 миллиона, - рассказал директор ЛАЭС Владимир Перегуда, - для нас очень важно сохранить уровень поддержки организаций города, чья работа направлена на социальное развитие сосновоборцев»
47news	На лаэс чествовали новых молодых работников	04.03.16	Небольшой	Пост-релиз МО ЛАЭС	Ежегодный конкурс на звание «Лучшего молодого работника» и «Лучшего молодого специалиста»	Положительная	
"Мой Сосновый Бор"	Ликвидаторов аварии в Чернобыле вспомнили поименно	27.04.16	Небольшой	Пост-релиз	День памяти подвига ликвидаторов в чп на Чернобыльской АЭС	Положительная	



Питер online	«Зеленый крест» признал Ленинградс кую ЛАЭС безопасной	11.05.16	Небольшой	Инф. заметка	Безопасност ь ЛАЭС-2	Положительная	Актеры: президент российского «Зеленого Креста» Сергей Барановский
-----------------	---	----------	-----------	-----------------	-------------------------	---------------	--

### **Приложение 3. Экспертное интервью с Татьяной Корнышевой, заместителем руководителя – начальником отдела внешних коммуникаций Управления информации и общественных связей ЛАЭС**

**- Какой политики придерживается компания во взаимодействии с местным сообществом?**

- Достаточно давно в компании существует регламентированная социальная политика, направленная в первую очередь на жителей города Сосновый Бор, то есть на сотрудников ЛАЭС соответственно, которые достаточно лояльны по отношению к ЛАЭС. Основной стратегической задачей ЛАЭС сейчас является выход на регион и выстраивание коммуникаций с местным сообществом Лен. области и Санкт-Петербурга.

**- Какие существуют основные направления деятельности в отношении местного сообщества?**

- В первую очередь, реализация социальной политики, работа в отношении экологических вопросов, разъяснение отсутствия угрозы чп, благотворительность.

**- ЛАЭС осуществляет работу со всеми группами общественности местного сообщества или какие-то остаются не охвачены?**

- Мы ведем активную работу с профессиональным сообществом, с властью разумеется (наш директор сейчас баллотируется в Законодательное собрание Лен. области), много проектов направлено на взаимодействия со школьниками (они носят профориентационный характер). Наименее охвачена группа старшего населения – людей за 50 лет, среди них коммуникация поддерживается в основном только с ветеранами ЛАЭС.

**- Существует ли стратегическая программа, направленная на поддержание взаимоотношений и улучшение жизни местного населения?**

- Существуют программы в рамках реализации социальной и экологической политики.

**- Какие маркетинговые и PR-инструменты используются для коммуникации с местным сообществом?**

- Задействованы почти все инструменты: PR, в частности media relations, различные проекты в рамках реализации социальной политики («День энергетика», «Знает каждый первоклассник – мирный атом - это классно»,

«Мы – дети атомграда», «Совет директоров города»); специальные мероприятия: общественные слушания, экскурсии.

**- Как измеряется эффективность этих инструментов?**

- У каждого сотрудника «информационного» отдела есть карта КПЭ – ключевые показатели эффективности, наши показатели все измеряются социологией, оцениваются следующие пункты: поддержка населением России атомной энергетики; конкретное отношение к атомной станции; уровень вовлеченности персонала. Также разумеется прямые коммуникации дают понять определённую эффективность. По всему этому раз в год проводится исследование не только по количественным показателям, но и по качественным с привлечением фокус-групп. И разумеется ежедневный мониторинг СМИ.

**- Отчитывается ли ЛАЭС о социально ориентированных действиях по отношению к местному сообществу? Кому и в какой форме?**

- Ежегодный годовой отчёт «Концерна Росэнергоатом»; ежегодный экологический отчёт перед населением и журналистами по экологическим аспектам деятельности ЛАЭС (его готовит отдел охраны окружающей среды). Наши внутренние отчёты мы во вне не даём, но еженедельно делаем социально-политический отчёт об обстановке в городе, также отчёты о проведенных совещаниях, всё это передается в главный офис Концерна.

**- Поддерживаются ли инициативы ЛАЭС относительно улучшения жизни местного сообщества местной администрацией и некоммерческими организациями?**

- Разумеется поддерживаются, зачастую власти сами приглашают ЛАЭС к сотрудничеству, как градообразующее предприятие. С экологами совместных проектов меньше, но они все-таки имеют место быть.

**- Приходилось ли ЛАЭС сталкиваться с открытым выражением недовольства местного населения к деятельности организации? Какие действия были предприняты для нивелирования ситуации?**

- Раньше мы сталкивались с разными митингами и пикетами, но сейчас в государстве появилась такая форма работы с общественностью, как общественные слушания. То есть любые вопросы населения, например, по стройке ЛАЭС-2 должны сопровождаться слушаниями. Люди могут прийти и выступить, сказать все свои претензии и мы всегда активно анонсируем это мероприятие, чтобы все желающие могли задать свои вопросы, в том числе и экологические организации. Помимо ЛАЭС в слушаниях принимают участие

представители органов власти. Последние слушания проходили с 17.00 вечера до 00.00.

**- Какие структурные подразделения ЛАЭС участвуют в реализации социально ориентированных программ и проектов?**

- Управление информацией и общественными связями; молодёжная организация ЛАЭС; отдел социального развития; отдел развития персонала; отдел общественных связей ЛАЭС-2.

**- Какие проблемы сейчас наиболее обострены в местном сообществе?**

- В первую очередь это стройка ЛАЭС-2, сроки запуска постоянно отодвигаются, что вызывает множество недовольств, сейчас на это наложился еще и финансовый кризис, что снова повлекло отсрочку. Недовольства по стройке вызваны еще работой градирен – это как раз то, против чего выступают экологи. Еще достаточно большие проблемы влечет строительство пункта захоронения радиоактивных отходов, которое никак не связано с ЛАЭС, однако аудитория воспринимает ПЗРО и ЛАЭС как нечто взаимосвязанное. Еще одна проблема – сокращение персонала, а также понижение заработной платы из-за изменения условий труда.

**- Существует ли план работы со СМИ в аварийных кризисных ситуациях?**

- Да, конечно, существует. На АЭС это называется регламент информирования населения в случае нештатной ситуации. Там прописаны все действия пресс-службы, периодичность выпуска релизов, работа горячей линии, взаимодействие с городскими и региональными СМИ и проч.

**- Есть ли на ЛАЭС система интранет и как она используется?**

- Интранет есть. Он содержит сайт с внутренними новостями, разделы с документами разных подразделений, фото и видео-архивы и т.д. Плюс есть внутренняя новостная сеть, где люди общаются между собой.

**- Каким образом распространяется газета «Вестник ЛАЭС»?**

- Вестник распространяется бесплатно по зданиям ЛАЭС, плюс некоторое количество выкладывается в городе - в здании администрации, в ДК, в спорткомплексе и выкладывается на крупных выездных мероприятиях. Плюс ставим элеткронную версию на сайт.

**- Где кроме интернета транслируют “Станционный смотритель”? С какой периодичностью выходят новые выпуски?**

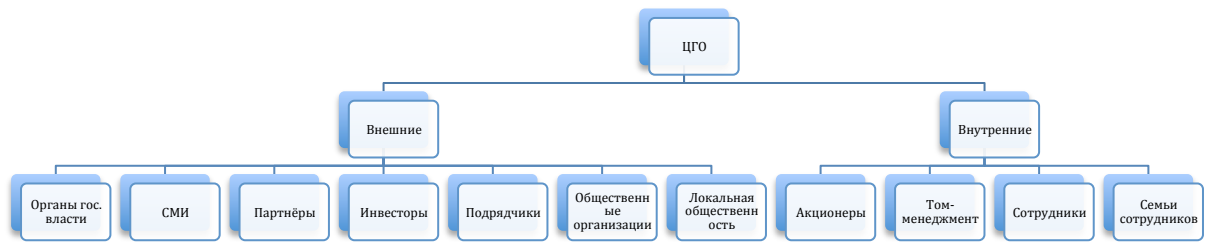
- Станционный смотритель в том виде, как он выходил сначала, уже не существует. Но под его упаковкой теперь выходят специальные программы на городском ТВ, сделанные по нашему заказу

**- Как ЛАЭС функционирует с бизнес-сообществом Соснового Бора?**

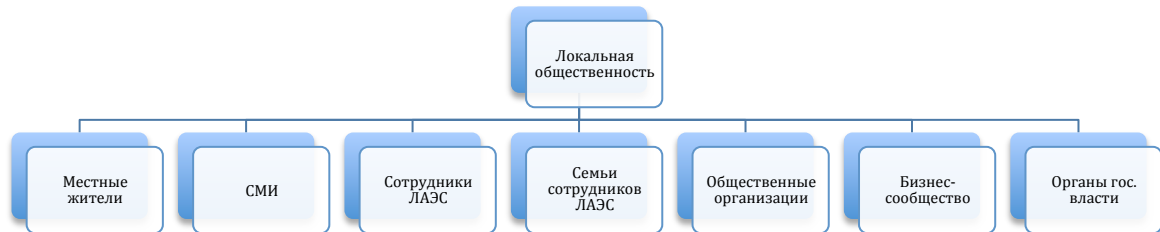
- ЛАЭС и бизнес. Если мы говорим об имиджевых вещах, то наш директор возглавляет Совет директоров крупных предприятий города. Они вместе решают городские проблемы, вкладываясь финансово и организационно. Как правило, это объекты инфраструктуры, благотворительность, помощь ветеранам и пр.

А вообще ЛАЭС связана практически со всеми более менее средними и крупными предприятиями, т.к. все они практически являются ее подрядчиками на действующих или на строящихся блоках.

## Приложение 4. Целевые группы общественности ЛАЭС



## Приложение 5. Локальная общественность как целевая группа общественности ЛАЭС



## **Приложение 6. Экспертное интервью с Евгенией Образцовой, инженером НИИ оптико-электронного приборостроения г. Сосновый Бор**

**- Расскажите о себе и своей профессиональной деятельности.**

- Я работаю инженером в НИИ оптико-электронного приборостроения, в научно-исследовательском отделе, занимаюсь технической документацией, работаю здесь 2,5 года. До этого 5 лет отработала в Спб в подобной сфере инженером и по совместительству патентоведом.

**- Как давно живете в Сосновом Бору?**

- В Сосновом Бору живу с года, это мой родной город, я его очень люблю

**- Среди ваших родственников и друзей много кто работает на ЛАЭС?**

- На ЛАЭС работает много знакомых и друзей, еще в детстве у каждого второго родители работали на ЛАЭС, а сейчас и мои ровесники, одноклассники и друзья, но никто из родственников

**- Хорошо ли вы осведомлены о деятельности ЛАЭС?**

- Не думаю что хорошо осведомлена, но кое-что, конечно, знаю. С удовольствием попала бы на экскурсию, но возможности не выдалось.

**- Каким образом получаете информацию о ЛАЭС?**

- Первым делом о ЛАЭС я узнаю из новостей, соц сетей и друзей.

**- Участвуете ли в мероприятиях или акциях, проводимых ЛАЭС на уровне города? Как часто? Можете привести пример?**

- В городских мероприятиях редко принимаю участие в силу того, что мой муж и СПб и я часто уезжаю туда в любое свободное время. Но я с детства пою в хоре и мы хором участвовали в мероприятиях, но конкретного не вспомню. А в прошлом году я была на ЛАЭС на семинаре с моими коллегами нас пригласили, мы прослушали интересную лекцию Ковальчука.

**- Как вы относитесь к ЛАЭС? Считаете ли, что живёте в небезопасном с экологической точки зрения городе?**

- К ЛАЭС отношусь положительно, это градообразующее предприятие и я горжусь, что живу в этом маленьком и очень красивом городе. С экологией у

нас все отлично, природа шикарная, воздух гораздо чище петербургского. Я считаю, что мы живем в безопасности, но никогда нельзя быть уверенным на 100%.