

Обасі Н. Нмере, Віктор О. Около, Джеймс О. Абуґу, Фелікс Чуквубузо Аліо, Джон С. Ането

## Дослідження впливу просвітницької PR-кампанії серед аудиторії ЗМІ та стратегій участі населення на управління відходами

Управління відходами несе багато загроз для людства і стійкості навколишнього середовища. Зокрема, у статті проаналізовано значний вплив просвітницької PR-кампанії серед аудиторії ЗМІ та участі населення на управління відходами. Вибірка дослідження складається з мешканців міста Енугу. Під час дослідження було використано метод опитування. Вибірку з 384 мешканців було визначено за допомогою методу Кокрена. Для визначення коефіцієнту надійності 0,980 було використано коефіцієнт надійності Кронбаха. За допомогою методу випадкової вибірки анкети було розповсюджено серед 384 мешканців, з яких 295 були належним чином заповнені і прийняті. Результати аналізу даних за допомогою простої лінійної регресії свідчать про значний вплив просвітницької PR-кампанії серед аудиторії ЗМІ ( $r = 0,933$ ;  $t = 76,736$ ;  $F = 5888,365$ ;  $p < 0,05$ ) та стратегії участі населення ( $r = 0,930$ ;  $t = 76,280$ ;  $F = 5667,029$ ;  $p < 0,05$ ) на управління відходами. Отже, існує потреба у вдосконаленні стратегії просвітницької PR-кампанії серед аудиторії ЗМІ для інформування та заохочення мешканців міста Енугу до активної участі в управлінні відходами. Як наслідок, мешканці будуть більш свідомими у ефективному управлінні відходами завдяки достатній інформації зі ЗМІ та участі у діяльності з управління відходами.

**Ключові слова:** відходи, зв'язки з громадськістю, утилізація відходів, ЗМІ, двосторонній симетричний, Агентство з питань управління відходами штату Енугу

**Класифікація JEL:** O15, D18, Q53



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

---

Обасі Н. Нмере, Віктор О. Около, Джеймс О. Абуґу, Фелікс Чуквубузо Аліо, Джон С. Ането

## Исследование влияния просветительской PR-кампании среди аудитории СМИ и стратегий участия населения на управление отходами

Управление отходами несет много угроз для человечества и устойчивости окружающей среды. В частности, в статье проанализировано значительное влияние просветительской PR-кампании среди аудитории СМИ и участия населения на управление отходами. Выборка исследования состоит из жителей города Энугу. Во время исследования был использован метод опроса. Выборка из 384 жителей была определена при помощи метода Кокрена. Для определения коэффициента надежности 0,980 был использован коэффициент надежности Кронбаха. При помощи метода случайной выборки анкеты были распространены среди 384 жителей, из которых 295 были надлежащим образом заполнены и приняты. Результаты анализа данных при помощи простой линейной регрессии свидетельствуют о значительном влиянии про просветительской PR-кампании среди аудитории СМИ ( $r = 0,933$ ;  $t = 76,736$ ;  $F = 5888,365$ ;  $p < 0,05$ ) и участия населения ( $r = 0,930$ ;  $t = 76,280$ ;  $F = 5667,029$ ;  $p < 0,05$ ) на управление отходами. Следовательно, существует потребность в совершенствовании стратегии просветительской PR-кампании среди аудитории СМИ для информирования и привлечения жителей города Энугу к активному участию в управлении отходами. Как следствие, жители будут более сознательными в эффективном управлении отходами благодаря достаточной информации из СМИ и участию в деятельности по управлению отходами.

**Ключевые слова:** отходы, связи с общественностью, утилизация отходов, двухсторонний симметричный, Агентство по вопросам управления отходами штата Энугу

**Классификация JEL:** O15, D18, Q53



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.