

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

Акчурин Рамиль Айсаевич

PR-СОПРОВОЖДЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

автореферат бакалаврской работы

направления 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью»
юридического факультета

Саратов 2017

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского.

Научный руководитель - к. ист. н., Артамонов д. С.

Выпускающая организация - юридический факультет ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

В последние годы увеличился интерес к работе с социальными проектами. Возросло количество людей концентрирующих свое внимание на проблемах общественности. Такие данные являются итогом влияния социума на различные информационные каналы. Реализация какого-либо социального проекта не имеет смысла в современном обществе без информационного поддержания. Особенность определенных социальных проектов проявляет значительное воздействие как на целевую направленность их информационного продвижения, так и на подбор той или иной технологии информационного сопровождения.

Объект исследования – применение PR технологий в осуществлении социального проекта как вида общественной деятельности. Предметом исследования является применяемые PR инструментов при осуществлении социального проекта.

Целью выпускной квалификационной работы является исследование возможностей осуществления PR-сопровождения социальных проектов в современных условиях и формирование социального проекта на основе теоретических данных и с учетом специфики осуществления PR-проектов.

Исходя из целей сформированы следующие задачи:

- изучить теорию социального проектирования, методику ведения с точки зрения теории;
- ознакомиться с видами PR-деятельности (спонсорство и благотворительность);
- рассмотреть PR-сопровождение и его инструменты;
- создание мероприятий для социального проекта «Дети дождя»;
- разработка PR сопровождения социального проекта «Дети дождя».

Процесс реализации социальных проектов сегодня принято называть фандрайзингом. Сущность фандрайзинга в деятельности некоммерческих организаций исследовали зарубежные авторы: Байби Х. (Bybee H.), Келли К. (Kelly K.), Карбон Р. (Carbon R.), Линдаль В. (Lindahl W.), Миндак М. (Mindak M.), Соржент А. (Sargeant A.), Холл П. (Hall P.) и др. Фандрайзинг в российской

социальной сфере стал предметом внимания таких авторов, как Арзамасцев А.А., Артемьева Т.В., Бадыевич Л.В. и др.

Развитие отечественной благотворительности и благотворительных организаций исследовали: Алексеева О.П., Афанасьев В.Г., Васильева О.Ю., Воронова Е.А., Ильинский В., Ларионова Т.П., Максимов Е.Д., Матвеева Н.Л., Мерсиянова И.В., Соколов А.Р., Ульянова Г.Н., Фомин Э.А., Щапов Я.Н. и др.

Исследованию общественного сектора, сферы социальных услуг и некоммерческого хозяйствования посвятили научные труды: Рожков И.Л., Ситников А.П., Синяева И.М., Прокшина Т.П., Марков Д.В., Гаврилова Н.М.

Несмотря на значительный опыт в области фандрайзинга и существующие концептуальные подходы, экспертами отмечается дефицит единого теоретического основания, необходимого для подготовки квалифицированных специалистов некоммерческих организаций. Работы отечественных авторов отражают процесс осмысления значимости фандрайзинга в социальной сфере и необходимых для его внедрения организационно-управленческих процедур. Фандрайзинг рассматривается в некоммерческих организациях сферы культуры, искусства, науки и образования, социального обеспечения как технология социального партнерства и инструмент коммуникации с потенциальными донорами. Вместе с тем, экономико-организационному аспекту фандрайзинга в благотворительных организациях и разработке его теоретических положений уделяется недостаточное внимание. Это обусловило выбор темы выпускного квалификационного исследования, а также определило структуру и логику работы.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Глава 1 «Теоретические аспекты социального проекта как инструмента фандрайзинга» посвящена описанию новейшей методики поиска источников финансирования и ресурсов для обеспечения социальной деятельности.

Фандрайзинг – это процесс привлечения внешних, сторонних для компании ресурсов, необходимых для реализации какой-либо задачи, выполнения проекта или с целью деятельности в целом. Понятие фандрайзинга пришло к нам из США, где он употребляется в секторе негосударственных некоммерческих организаций.

Понятие фандрайзинга может характеризоваться как совокупность мероприятий, нацеленных на убеждение социальной общественности или спонсоров в необходимости объединить разрозненные ресурсы и обеспечить ими поддержку уже существующему проекту, который имеет социально-экономическое значение и формирует более позитивные условия для социального и экономического развития общества. В практике фандрайзинга, в первую очередь, применяются PR – технологии. С их помощью можно эффективно добиться поставленной цели и принести большую выгоду, как в коммерческую организацию, так и в благотворительную. Основной целью фандрайзинга является привлечение спонсорских средств и формирование благоприятного имиджа организаций, а так же создание различных мероприятий для освещения в СМИ той или иной проблемы, с которой может столкнуться общество.

В главе 2 «Теоретические аспекты PR-сопровождения социальных проектов» рассматривается вопрос о необходимых инструментах связей с общественностью при реализации социальных проектов.

PR-сопровождение общественной или коммерческой деятельности – это то, над чем работает специалист по связям с общественностью, как в коллективе фирмы, так и составе PR-агентства.

Но многие специалисты в сфере PR по-разному трактуют это понятие. PR-сопровождение способно содержать множество разных направлений. Чаще всего руководители принимают это как размещение рекламы в печатных изданиях, но PR-сопровождение способно иметь колоссальное количество направлений – начиная от консультирования по развитию бизнеса, создание взаимоотношений с органами власти и лоббирование тех или иных интересов фирмы и завершая

созданием деловой репутации руководителя, продвижение нужной информации в бизнес и политической элите и увеличению эффективности рекламных компаний фирмы.

В PR-сопровождение способно включаться привлечение федеральных органов власти к тем или иным проблемам. С поддержкой PR-сопровождения возможно проявить значительное воздействие на общественное мнение с малыми расходами, если сравнивать с коммерческой или социальной рекламой. PR выполняет ряд функций:

- установление и поддержание связей с прессой. Размещение данных познавательного, информативного и событийного характера в СМИ с целью привлечения внимания к товарам, услугам и самой фирме;
- публицити к продуктам и услугам. Распространение, формирование популярности посредством воздействия, нацеленные на привлечение внимания потенциальных клиентов;
- корпоративные связи. Развитие коммуникативной политической деятельности фирмы в ключе расширения благоприятных отношений с партнерами, клиентами, аукционерами, инвесторами и др.;
- мероприятия с общественностью. Создание концепции взаимоотношений с социумом на разных уровнях (местном, региональном, национальном);
- лоббирование. Разные формы взаимной выгодного партнерства с представителями власти с целью влияния на процессы развития и согласования нормативных документов, воздействующих на функционирование отрасли, компании.

PR — одна из функций социального управления, которую осуществляют большое количество компаний, государственные органы, торговые и профессиональные ассоциации, некоммерческие организации, компании,

работающие в сфере туризма, образовательная система, профессиональные союзы, политики, спортивные организации и средства массовой информации. Важную роль в PR играет необходимость наличия двухсторонних отношений.

В главе 3 «PR-сопровождение социального проекта «Дети дождя» представлен авторский социальный проект и предложены инструменты его продвижения.

На сегодняшний день представленный проект является актуальным, проблема его значима для общества. В креативную концепцию входит формирование информационного посыла к обществу о необходимости активизации деятельности в части обеспечения условий доступности объектов социальной инфраструктуры для детей аутистов, устранить в массовом сознании негативное отношение, а также социальную разобщенность детей аутистов. Оказать положительное влияние на формирующееся детское сознание, поддержав и вдохновив детей-инвалидов положительными примерами, доносимыми в аудио и видео роликах, о широких возможностях самих детей с ограниченными возможностями и о желании окружающего мира устранять барьеры, не позволяющие им полноценно участвовать в жизни общества. Видоизменить ограниченное восприятие детьми-инвалидами возможностей мира детства, в том числе доступа к участию в играх, проведении досуга и отдыха, образования, физического и культурного развития. Помимо этого будет создана моральная поддержка и психологическая помощь родителям детей. Организация различных мероприятий (художественные выставки и театральная постановка с участием детей).

Было проведено социологическое исследование (анкетирование). С целью изучения потребностей детей с аутизмом и их родителей было проведено анкетирование родителей, в котором приняло участие 310 человек из Саратовской области. Почти все респонденты – члены общественных родительских организаций, то есть наиболее активная часть родителей детей с аутизмом. Среди жителей Ленинского района на школьных собраниях было проведено

анкетирование, на основе которого выявлено, что большинство детей приветствуют обучение детей с аутизмом в массовых школах. Мнения профессионалов и родителей детей с аутизмом о современном положении этой категории детей в России и путях развития системы помощи детям с аутизмом фактически полностью совпадают, что позволяет считать полученные данные достаточно объективными и учитывать их при разработке системы помощи детям с РАС в России.

В реализации данного проекта учитывается каждая деталь, начиная от психологического настроя участников заканчивая организацией мероприятий. Каждый задействованный играет свою роль и выполняет определенные функции. Главным является формирование у общества положительного мнения к данной проблеме. Грамотное использование PR- инструментов поможет привлечь внимание спонсоров к социальному проекту «Дети дождя». После успешной реализации проекта, планируется создание реабилитационного центра для детей, страдающих аутизмом. В этом центре будут использованы различные методики по работе с детьми и родителями, со стороны медицины будет проводиться лечение на профессиональном оборудовании с полной консультацией врача. Поддержка родителей и детей будет производиться специалистами в области психологии. Можно с уверенностью сказать, что благодаря плодотворной работе хороший результат обеспечен.

Выводы. В ходе исследования было выявлено, что PR-сопровождение социальных проектов важно в современном обществе, так как общество нуждается в адекватной информации о существующих проблемах, мыслях и формах их разрешения. Интенсивное и объективное освещение данной темы нужно и для того, чтобы благотворительность как социальное явление укоренилось в нашей жизни, приобрело свободное распространение. Отношение к благотворительности у жителей России неоднозначно. СМИ нередко трактуют благотворительность как некую забаву «власть имущих» с общественностью. По этой причине очень резка проблема роли СМИ в создании соответственного образа благотворительной деятельности в обществе. Обращая внимание на

конкретный социальный проект «Дети дождя» можно выделить проблему. В современном обществе, на сегодняшний день, одной из важнейших проблем является болезнь аутизм. Аутизм – расстройство, возникающее вследствие нарушения развития головного мозга и характеризующееся выраженным и всесторонним дефицитом социального взаимодействия и общения, а также ограниченными интересами и повторяющимися действиями. В работе проведено исследование с целью поддержки и помощи детям страдающим аутизмом на территории Саратовской области. Общество, в котором человек живет и развивается, в настоящее время, негативно относится к людям с таким недугом. Им необходима поддержка, для того чтобы жить, полностью реализуя свои возможности, справляться с непростыми для них социальными задачами. Они нуждаются в признании и принятии их особенностей так же, как и мы с вами, но многие из людей с аутизмом просто не смогут достойно жить без этой поддержки.

СМИ - это мощный инструмент напрямую и авторитетно воздействующий на общественность. СМИ играет важную роль в быстром и правильном донесении информации до каждого человека. Проблема аутизма не только будет актуальной, но и обсуждаемой среди населения.