

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

На правах рукописи

КИЧАЕВА ЕЛЕНА ВАСИЛЬЕВНА

**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

автореферат магистерской работы

направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
юридического факультета

Саратов, 2021 год

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций Саратовского государственного университета

Научный руководитель – д. соц. н., профессор Голуб О.Ю.

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

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность работы. Значение социально ориентированных некоммерческих организаций для государства как надежных партнеров в создании благоприятных условий жизни для граждан, в становлении России как социального государства сегодня многократно возрастает. Между тем существует проблема функционирования общественных объединений, связанная с недоверием многих российских граждан к их деятельности. Успех деятельности общественных объединений в настоящее время определяется сформированным к себе позитивным отношением общества, поэтому систематическая, хорошо организованная PR-деятельность является важным стратегическим ресурсом общественных объединений.

Следует подчеркнуть, что в Российской Федерации использование PR-технологий в коммуникационной деятельности общественных объединений пока недостаточно. Так, публичные акции, семинары, конференции, круглые столы и другие формы реализации PR-технологий применяются лишь как исключения из правил. Особенно остро проблема внедрения PR-технологий в коммуникационную деятельность общественных объединений стоит в регионах. Это во многом объясняется тем, что общественные организации не имеют финансовых или кадровых возможностей для проведения соответствующих кампаний. Таким образом, применение PR-технологий в коммуникационной деятельности общественных объединений позволяет в значительной степени улучшить репутацию организации, привлечь новых партнеров и потребителей услуг, а также проинформировать общество о социально значимых проектах.

Данные обстоятельства предопределили цель данного исследования: анализ PR-продвижения общественных организаций современной России. Для достижения указанной цели сформулированы следующие задачи:

- определить сущность и социальное содержание PR;

- раскрыть актуальные задачи PR-деятельности общественных организаций;
- рассмотреть классификацию PR-кампаний;
- проанализировать традиционные PR-инструменты в продвижении общественных организаций;
- исследовать онлайн-инструменты PR-продвижения общественных организаций;
- разработать проект PR-стратегии современной общественной организации.

Объект исследования — PR-деятельность современных общественных организаций.

Предмет исследования — инструменты PR-продвижения общественных организаций.

Сочетание теоретико-методологического уровня исследования с решением задач прикладного характера обусловило выбор методов исследования: изучение литературных источников, мониторинг СМИ; анализ контента РОО «Ассоциация приемных родителей» Саратовской области в социальных сетях; метод проектирования.

Магистерское исследование обладает научной новизной. В научном дискурсе, изучение стратегий продвижения общественных организаций в условиях кризисных явлений и экономической турбулентности, несмотря на наличие эмпирических исследований, явно недостаточно, и определяется, прежде всего, разработкой рекомендаций по оптимизации PR-деятельности современной общественной организации.

Структура исследования predetermined сформулированными выше целью и задачами, включает в себя введение, три главы, заключение и список использованной литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе «PR-деятельность общественных организаций: современные форматы и тренды» раскрывается содержание понятия «публик рилейшнз», структурируются наиболее распространенные технологии и инструменты продвижения, используемые в деятельности современных отечественных общественных организаций.

Ключевая цель осуществления PR-деятельности организацией – это создание такой внутренней и внешней социально-политической и психологической среды, которая была бы благоприятна для успеха организации, обеспечения желательного поведения внешних и внутренних групп общественности по отношению к фирме. Коммуникационная деятельность общественных организаций направлена на продвижение лучших моделей поведения, моральных принципов, призванных изменить общество, избавить его от равнодушия и привить потребность в соучастии у большего количества людей. Автор предпринимает попытку систематизации комплекса наиболее часто используемых технологий продвижения общественных организаций.

Один из главных выводов, к которому приходит автор, заключается в том, что для достижения поставленных целей деятельности общественным организациям нужны развитые отношения с обществом в целом, поэтому важно грамотное использование современных PR-технологий.

Во второй главе «Направления деятельности современной общественной организации в сфере общественных коммуникаций (на примере РОО «Ассоциация приемных родителей» Саратовской области)» проанализированы некоторые аспекты эффективности использования традиционных и электронных PR-технологий в деятельности региональной общественной организации. Анализ показал, что содержательная палитра материалов об «Ассоциации приемных родителей» Саратовской области» в СМИ однообразна, событийность в основе информационных поводов свидетельствует о непрочном статусе темы в информационном пространстве, о том, что Ассоциация

находиться на первом этап медиатранзита, основной задачей которого является легитимизация проблемы. Автором делается вывод о том, что «Ассоциации приемных семей Саратовской области» не занимается продуманным продвижением опекунов и приемных семей; информационный обмен между ней, СМИ и обществом организован слабо. PR-стратегия Ассоциации разрабатывается стихийно, на интуитивном уровне. Определенная тактика действий выбирается, исходя из потребностей организации в конкретный период времени. Были выявлены следующие проблемы:

- отсутствие официального сайта Ассоциации, как информационного инструмента связи со СМИ и общественностью;
- эффективность использования социальных сетей как канала трансляции миссии и целей Ассоциации, а также продвижения позитивного образа приемного родительства;
- взаимодействие Ассоциации и СМИ происходит стихийно. В поле зрения СМИ деятельность Ассоциации попадает только в фокусе деятельности других федеральных и региональных общественных организаций, а также в связи со всплеском интереса к проблеме устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей.

В третьей главе «Проектирование PR-стратегии современной общественной организации (на примере «Ассоциации приемных семей Саратовской области)» представлен разработанный автором комплекс мероприятий по повышению эффективности PR-коммуникаций. К основным разделам плана PR-продвижения общественной организации «Ассоциация приемных семей Саратовской области» отнесены следующие.

Во-первых, очень активным и эффективным PR-инструментом общественных организаций является официальный сайт. Цель создания сайта – помощь в хранении, систематизации и распространении информации о деятельности РОО «Ассоциация приемных семей» Саратовской области. При проектировании сайта акцент ставится внимание на его ценной

информационной составляющей, что должно способствовать увеличению охвата аудитории, возрастанию количества постоянных посетителей сайта и формированию такого нематериального актива как положительная репутация Ассоциации. Сайт будет представлять интерес для следующих аудиторий: потенциальных приемных родителей, замещающим семьям, людям столкнувшимся с деятельностью Ассоциации впервые, волонтерам, коммерческим структурам, представителям СМИ (в случае необходимости написания информационной справки о фонде для какого-либо тематического материала).

Во-вторых, в профилях Ассоциации в соцсетях отсутствуют разделы «обсуждения», «статьи», «видео». Новостные материалы появляются в сообществах время от времени. В профиле не используются хэштеги, что не позволяет найти материалы, относящиеся к определенной рубрике. Соответственно, необходима также оптимизация контента профилей Ассоциации в социальных медиа. Основной блок контента соцсетей составит функциональный блок, интегрированный с блоком «О нас» сайта. Познавательный блок предполагается интегрировать разделами сайта «Будущим родителям», «Приемным родителям». Краткие выжимки из статей, публикуемых в его подразделах, будут не только выполнять свои познавательные функции, но и ссылаться на полные версии материалов, размещённые на сайте Ассоциации. Эталонный пост для соцсетей Ассоциации состоит из нескольких составляющих: текстового описания, помогающее аудитории войти в курс дела, а также аннотации к размещаемом фотоматериалу; хэштегов; изображений.

Особенностью контент стратегий в социальных сетях является включение не только функционального, но и развлекательного и интерактивного контента. Наиболее оптимальным является включение в контент Ассоциации:

– тематических музыкальных видео на тему семьи, детства, в исполнении детей, воспитывающихся в приемных семьях, поскольку

пользователи соцсетей предпочитают более «личный» и персонифицированный контент, Подобные видео должны подталкивать пользователей репостить (делиться) им на своих страницах, расширяя охват аудитории.

– тематические поздравления с традиционными праздниками, праздниками, тематически связанными с темами семьи и детства, персонализированными праздниками.

Ассоциации в рамках проекта «ОПОРА» обратная связь с подписчиками из числа приемных родителей крайне необходима, поскольку позволит выявить круг вопросов и проблем, с которыми наиболее часто сталкиваются приемные родители, т.е. выполняет главную цель проекта. Представляется актуальным в рамках проекта «ОПОРА» в профилях соцсетей включить следующий интерактивный контент: открытые вопросы; опросы и голосования.

В-третьих, использование коллаборативных проектов общественных организаций и лидеров блогерского сообщества является перспективным направлением. Проекты развлекательного характера в большей степени заинтересуют блогерское сообщество по следующим причинам:

– Блогеры стараются строго придерживаются выбранного изначально виртуального образа, а основная масса региональных активных блогов направлены на развлекательную тематику с качественным визуальным контентом;

– Совместные проекты, поднимающие социальную проблематику, зачастую игнорируются блогерами, поскольку требуют «погружение» в проблему, расширения объема знаний.

В-четвёртых, сейчас в СМИ информация о деятельности Ассоциации очень мала. Для освещения событий и привлечения внимания СМИ к мероприятиям Ассоциации, необходимо анонсы, рассылаемые на электронные адреса редакций, проводить регулярное освещение события на сайте организации и в социальных сетях. Видео с мероприятий Ассоциации, будут

доступны не только на сайте Ассоциации и ее аккаунтах в соцсетях, но и рассылаться по базе СМИ.

Основываясь на практическом опыте взаимодействия пресс-служб общественных организаций со СМИ, наиболее удобным инструментом при подготовке имиджевых материалов можно назвать контент-план. Контент план представляет собой предположительный список тем для публикации в СМИ, рассчитанный на определенный промежуток времени. Главная задача контент-планирования — побудить СМИ к целевым действиям (публикации нужного организации контента)

Создание контент-плана дает Ассоциации следующие возможности: планирование публикации материалов в СМИ, чтобы не возникло путаницы; правильное планирование перелинковки – отсылки с одних материалов на другие в пределах одного СМИ; структурирование подачи разнообразного контента для создания единой концепции, а не разрозненных отрывков чего-то непонятного; хранение, а также отбор идей для статей и иных публикаций на будущее.

Предложенный авторский комплекс PR-мероприятий включает в себя следующие мероприятия: создание Интернет-сайта Ассоциации (с описанием общего концепта, технической модернизации, подготовленным контентом); оптимизация онлайн-коммуникаций в социальных медиа, включающий интеграцию различных типов контента (информационного, научно-популярного, рекламного, развлекательного и коммуникативного; созданный контент-план публикаций для СМИ призваны обеспечить продвижение семейных форм устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, в семьи, путём достижения синергетического эффекта в оказываемом влиянии.

Коммуникации с различными целевыми группами с использованием онлайн-коммуникаций и СМИ придаст PR коммуникации РОО «Ассоциация приемных родителей» Саратовской области синергетический эффект.

Основные результаты изучения заявленной проблематики автором докладывались на шести конференциях. В их числе:

Международная научно-практическая конференция «Современная коммуникативистика в исследовательских стратегиях социально-гуманитарного знания» Саратов, СГУ имени Н.Г. Чернышевского. 03.04.2019 г. Тема доклада «PR-деятельность в системе коммуникаций общественной организации»;

XII Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы правового, социального и политического развития России» Саратов, СГУ имени Н.Г. Чернышевского. 25.04.2019 г. Тема доклада «Применение PR-средств для продвижения общественной организации»;

XI Международный Конституционный Форум, посвященный 110-летию СГУ «Система конституционного права современной России: ценности, принципы, институты и нормы» Саратов, СГУ имени Н.Г. Чернышевского. 10.12.2019г. Тема доклада «Эффективность деятельности общественных организаций в системе российского конституционализма»;

Восьмая Международная научно-практическая конференция «Стратегические коммуникации в современном мире: от теоретических знаний к практическим навыкам» Саратов, СГУ имени Н.Г. Чернышевского. 30.10.2019г. Тема доклада «Реализация социальных проектов некоммерческими организациями»;

Девятая Международная научно-практическая конференция «Стратегические коммуникации в современном мире: от теоретических знаний к практическим навыкам» Саратов, СГУ имени Н.Г. Чернышевского. 22.10.2020 г. Тема доклада «Ораторское искусство и эффективность коммуникации»;

XII Международный Конституционный Форум «Стабильность и динамизм Российской Конституции» Саратов, СГУ имени Н.Г. Чернышевского. 16-18 декабря 2020г. Тема доклада «Общественные организации как фактор социальной солидарности в современной России».