

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЮРИДИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра теории и методики социальной работы

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой



подпись инициалы, фамилия

« 4 » июля 20 17 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

39.03.02 – Социальная работа

Проблемы и возможности взаимодействия средств массовой информации с учреждениями социальной сферы и некоммерческими организациями в решении социальных проблем

Руководитель

 3.06.17

Подпись

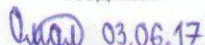
доцент, канд. филос. н.

должность, ученая степень

В. И. Рузанов

инициалы, фамилия

Выпускник

 03.06.17

Подпись

А. С. Омолоев

инициалы, фамилия

СОДЕРЖАНИЕ

Реферат	2
Введение.....	3
1 Основные субъекты решения социальных проблем в РФ.....	6
1.1 Учреждения социальной сферы как субъекты решения социальных проблем.....	6
1.2 Некоммерческие организации как субъекты решения социальных проблем.....	9
1.3 Средства массовой информации как субъекты решения социальных проблем.....	13
2 Характеристика взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со СМИ в решении социальных проблем.....	17
2.1 Основные направления и организационные механизмы взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со СМИ.....	17
2.2 Российский и зарубежный опыт взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со СМИ в решении социальных проблем.....	21
3 Практика взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со СМИ в решении социальных проблем и возможности его совершенствования.....	27
3.1 Возможности СМИ в освещении и решении социальных проблем на примере г. Красноярска	27
3.2 Особенности взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со СМИ в решении социальных проблем на примере г. Красноярска.....	30
3.3 Рекомендации по совершенствованию взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со средствами массовой информации в решении социальных проблем.....	35
Заключение.....	40
Список использованных источников.....	41
Приложения А-Б.....	45

ВВЕДЕНИЕ

Социальное партнерство, то есть взаимодействие различных субъектов и институтов в области решения тех или иных проблем, является одним из основных механизмов развития современного общества. В связи с массовым распространением информационных и коммуникационных технологий перспективным субъектом социального партнерства становятся средства массовой информации. В соответствии с результатами исследования Левада-Центра, россияне считают обращение в СМИ более эффективным способом решения социальных проблем, чем обращение в правоохранительные органы, правозащитные организации, органы власти и иные организации [1]. Следовательно, средства массовой информации рассматриваются как влиятельный субъект воздействия на социальную среду. Данное обстоятельство детерминирует необходимость сотрудничества учреждений социальной сферы и НКО со СМИ для максимально эффективного решения проблем современного российского общества. Вместе с этим, подобное взаимодействие является инновационным, что вызывает потребность проанализировать его особенности, проблемы и перспективы развития.

Объект выпускной квалификационной работы – деятельность учреждений социальной сферы, некоммерческих организаций и средств массовой информации в решении социальных проблем.

Предмет – взаимодействие учреждений социальной сферы и НКО со СМИ в решении социальных проблем.

Цель – разработать рекомендации по совершенствованию взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со СМИ в решении проблем общества.

Задачи:

- рассмотреть субъекты решения социальных проблем в РФ;
- проанализировать основные направления и механизмы взаимодействия учреждений социальной сферы и некоммерческих организаций со СМИ в решении социальных проблем в России и за рубежом;

- исследовать опыт данного взаимодействия в решении социальных проблем г. Красноярска;

- разработать рекомендации по улучшению данного взаимодействия в решении общественных проблем.

Используемые методы:

- анализ документов;

- наблюдение;

- сравнение;

- интервью.

Основные положения данной выпускной квалификационной работы изложены в докладе «Взаимодействие средств массовой информации и учреждений социальной сферы: российский и зарубежный опыт» и апробированы на международной научной конференции «Перспектив Свободный-2017» (секция «Актуальные вопросы теории и методики социальной работы»), который был отмечен дипломом 3 степени [2]. Кроме того, положения данной работы апробированы в статье «Взаимодействие учреждений социальной сферы и средств массовой информации в решении проблем молодежи» на Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Актуальные проблемы современного социального знания».

1 Основные субъекты решения социальных проблем в РФ

1.1 Учреждения социальной сферы как субъекты решения социальных проблем

Многообразие и сложность общественных отношений обуславливают существование социальных проблем, которые характеризуются разветвленной структурой. В частности, на это указывает Т. М. Симонова, согласно которой социальная проблема состоит из объективной составляющей, то есть реально существующих обстоятельств или ситуаций, разрушающих жизнь общества, и субъективной составляющей, которая представляет собой осознание определенными индивидами того, что данное условие угрожает значимым для них ценностям [3, с. 104]. Исходя из этого, можно сделать вывод, что для выявления и решения социальных проблем необходимо не только корректировать социальную реальность, но и воздействовать на общественное сознание. Следовательно, минимизация общественных проблем является предметом деятельности разных социальных субъектов.

Регулирование социальной сферы, в том числе решение общественных проблем в России традиционно выступало областью ответственности государства. Однако переход РФ к рыночной экономике и, как следствие, отказ от патерналистской политики детерминировал появление новых субъектов социальной работы. Современный порядок функционирования учреждений социальной сферы закрепил принятый в 2013 г. Федеральный закон № 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в РФ».

В частности, он утвердил обновленную систему социального обслуживания, в которую вошли как государственные и негосударственные организации, так и некоммерческие организации, предоставляющие социальные услуги [4]. Исходя из данной информации, можно сделать вывод, что НКО признаются субъектом, равнозначным иным учреждениям, которые

действуют в социальной сфере. Тем самым, представляется актуальным проанализировать правовой статус учреждений социальной сферы и НКО, решаемые ими социальные проблемы и трудности в их деятельности.

Общественные проблемы, регулированием которых занимаются социальные учреждения, сформулированы в Федеральном законе № 442-ФЗ как обстоятельства, которые ухудшают или могут ухудшить условия жизнедеятельности. В соответствии со статьей 15, в их перечень входят наличие внутрисемейного конфликта, отсутствие работы, средств к существованию, определенного места жительства, возможности обеспечения ухода за инвалидами или детьми, трудности в социальной адаптации у детей и др [4]. Одновременно с этим, опрос Фонда «Общественное мнение» показал, что самыми острыми социальными проблемами россиян выступили:

- рост цен (62%);
- ситуация в сфере ЖКХ (51%);
- низкий уровень зарплаты (46%) [5].

Основываясь на данном материале, можно заключить, что деятельность учреждений социальной сферы лишь частично соответствует релевантным общественным проблемам. Вследствие этого законодательно закрепленный список проблем, которые обязаны регулировать социальные учреждения, представляется недостаточно адаптивным для изменяющихся потребностей населения. Данный фактор актуализирует необходимость более гибкого мониторинга проблем общества посредством взаимодействия социальных учреждений с информационными ресурсами.

В свою очередь, возможности учреждений социальной сферы по решению вышеуказанных проблем обозначены в виде социальных услуг, которые они могут предоставлять. К ним, согласно Федеральному закону № 442-ФЗ, относятся такие виды услуг, как социально-бытовые, социально-медицинские, социально-психологические, социально-педагогические, социально-трудовые, социально-правовые, услуги в целях повышения коммуникативного потенциала получателей социальных услуг, которые имеют

ограничения жизнедеятельности, а также срочные социальные услуги [4]. Представленная информация позволяет утверждать, что учреждения социальной сферы не реализуют информационно-просветительское направление. Следовательно, они не корректируют субъективный компонент социальных проблем и тем самым не могут обеспечить их комплексное решение. Это обстоятельство также обуславливает востребованность взаимодействия социальных учреждений с иными субъектами.

Анализ направлений и методов решения социальных проблем учреждениями социальной сферы показал, что их деятельность сопряжена с рядом трудностей. Помимо приведенных выше, к ним, по мнению отечественной исследовательницы О. А. Пикулёвой, также относятся:

- невысокий уровень информационно-коммуникационных технологий;
- межведомственная информационная разобщенность;
- слабое взаимодействие с общественными организациями в сфере социального обслуживания населения [6, с. 13].

Таким образом, можно сделать вывод, что сложности в функционировании учреждений социальной сферы в области решения социальных проблем имеют информационный характер. В связи с этим взаимодействие социальных учреждений со средствами массовой информации может выступать как способ решения данных трудностей, так и механизмом синергетического влияния на минимизацию проблем общества.

На недостаточную эффективность работы учреждений социальной сферы в информационном направлении также указывают данные мониторинга, проведенного Министерством труда и социальной защиты. По сведениям Минтруда, значительное число граждан при независимой оценке качества социальных услуг обращает внимание на необходимость поддержания на сайтах учреждений социальной сферы актуальной информации и обратной связи с потребителями услуг, размещения материалов по разъяснению действующего законодательства, а также новостной информации (информации о проводимых совещаниях, семинарах, конкурсах, выставках, приеме делегаций

или выездах сотрудников по обмену опытом) и другие недостатки [7]. На основе вышеизложенного можно сделать вывод, что в деятельности учреждений социальной сферы сохраняется информационная закрытость, которая выступает для данных субъектов непосредственным источником трудностей при решении общественных проблем.

Представленная в данном параграфе информация позволяет заключить, что учреждения социальной сферы действуют преимущественно в таком формате, как социальное обслуживание. Вследствие этого их деятельность по решению проблем общества регламентируется соответствующим федеральным законом, который не предполагает работу учреждений по корректировке субъективного восприятия социальных проблем. Кроме того, данный закон ограничивает адаптивность социальных учреждений к изменениям социальной реальности. В совокупности с другими проблемами работы в информационном пространстве это обуславливает необходимость взаимодействия учреждений социальной сферы со СМИ.

1.2 Некоммерческие организации как субъекты решения социальных проблем

Как уже было отмечено ранее, в настоящее время некоммерческий сектор выступает в качестве одного из основных субъектов регулирования социальной сферы. Правовой статус НКО, которые действуют в данной области, установлен Федеральным законом № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях».

В статье 2 данного закона указано, что некоммерческие организации, осуществляющие деятельность, направленную на решение социальных проблем, развитие гражданского общества в РФ признаются социально ориентированными. Согласно статье 31.1, деятельность по данным направлениям включает в себя социальное обслуживание, социальную поддержку и защиту, благотворительную деятельность, профилактику социально опасных форм поведения и т. д [8]. Исходя из этого, можно сделать

вывод, что действующее законодательство делегирует НКО полномочия по решению широкого диапазона общественных проблем. Более того, НКО, действующие в данном направлении наделяются особым правовым статусом, вследствие чего приобретают поддержку со стороны государства для более эффективного регулирования социальной сферы.

Значительный вклад НКО в общественное развитие России также подчеркивает тот факт, что по данным Министерства юстиции количество некоммерческих организаций в России в 2017 г. составляет 223,6 тыс [9]. В свою очередь, социально ориентированными признаны 140 тыс. НКО, наиболее распространенными видами деятельности которых выступают:

- деятельность в области образования, просвещения, науки (42,8%);
- деятельность в области улучшения морально-психологического состояния граждан и духовного развития личности (35,7%);
- деятельность в области культуры и искусства (34,2%) [10].

Таким образом, можно утверждать, что большинство некоммерческих организаций в России на данный момент действует в сфере решения общественных проблем, в результате чего данные НКО были признаны социально ориентированными. Тем самым, некоммерческий сектор активно использует имеющиеся нормативные механизмы в своей деятельности, что способствует его развитию в качестве одного из основных субъектов реализации социальной политики РФ.

Помимо статуса социально ориентированных НКО могут приобрести статус исполнителей общественно полезных услуг. В соответствии с Постановлением Правительства РФ № 1096 «Об утверждении перечня общественно полезных услуг и критериев оценки качества их оказания», для приобретения данного статуса некоммерческие организации должны оказывать следующие услуги:

- оказание содействия молодежи в вопросах трудоустройства, трудовой адаптации, социальной реабилитации;
- реабилитация и социальная адаптация инвалидов;

- участие в деятельности по профилактике безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних и т. д [11].

Представленная информация позволяет заключить, что НКО-исполнители общественно полезных услуг действуют по более конкретным направлениям, чем СО НКО. Следует отметить, что приоритеты, закрепленные в вышеуказанных нормативно-правовых актах, не ориентируют НКО на активность в информационном пространстве, что снижает их возможности по регулированию проблем, которые формулирует общественность.

Данное обстоятельство подтверждается, в частности, результатами исследования эффективности некоммерческих организаций, которое было проведено специалистами ВШЭ. Они демонстрируют, что негативные оценки вклада некоммерческих организаций в решение социальных задач преобладают как среди населения (30% оценивают вклад НКО как плохой, 32% – как удовлетворительный), так и среди представителей законодательной и исполнительной власти (55% оценивают вклад НКО как плохой) [12, с. 15]. Следовательно, можно утверждать, что некоммерческие организации концентрируются на устранении объективной части социальных проблем и не решают их на субъективном уровне. Это выступает причиной их негативного имиджа и вызывает у НКО потребность в применении информационных механизмов для регулирования социальной сферы.

На существенные трудности НКО как субъекта решения социальных проблем также указывают результаты опроса, проведенного «Левада-Центром». В соответствии с ними, лишь около 2% россиян непосредственно обращаются в некоммерческие организации для защиты своих прав. Кроме того, опрос показал, что только 16% респондентов имеют ясное представление о некоммерческих организациях [1]. Основываясь на данном материале, можно утверждать, что в настоящее время НКО оказывают поддержку минимальной части социально уязвимых групп населения. Данный факт может быть вызван именно низкой осведомленностью граждан о деятельности некоммерческих организаций, что актуализирует повышение их информационной открытости и

активности в информационно-коммуникационном пространстве.

О низкой информированности граждан о НКО также свидетельствуют данные опроса, который был проведен Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ совместно с Фондом «Общественное мнение». Исследователи выяснили, что 24% россиян не знает и не слышало ни о каких некоммерческих организациях. В свою очередь, среди населения, которому о них известно, 21% не доверяет никаким НКО [13]. Таким образом, помимо дефицита общественного внимания, деятельность НКО осложняется имиджевыми трудностями. Для их минимизации и развития субъектности НКО в сфере решения социальных проблем представляется необходимым взаимодействие НКО с ресурсами публичного дискурса.

Это подтверждается выводами исследователей «Левада-Центра», согласно которым общественное мнение в отношении НКО находится в сильной зависимости от той установки, которую будут занимать по отношению к общественному сектору российские средства массовой информации [1]. Подобной позиции также придерживается Ирина Мерсиянова, директор Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ, по словам которой уровень доверия к НКО часто зависит от того, что СМИ рассказывают о них и как те представлены в повестке дня [14]. Исходя из этого, можно сделать вывод, что степень интеграции НКО в публичный дискурс выступает в качестве индикатора эффективности их деятельности. Таким образом, сотрудничество с информационными и коммуникационными ресурсами становится первоочередной задачей для некоммерческих организаций, решение которой позволит им привести свои действия в соответствие с актуальными проблемами общества, обеспечить его информированность о своей работе.

На основе данных, изложенных в параграфе, можно заключить, что, несмотря на позиционирование НКО как одного из ключевых субъектов регулирования социальной сферы, их деятельность в данном направлении сопряжена с рядом сложностей. В частности, она расходится с современными

проблемами российского общества. Данное несоответствие в совокупности с трудностями информационного и имиджевого характера у НКО обуславливает минимальные показатели обращений граждан в некоммерческие организации и делает необходимым взаимодействие со средствами массовой информации для адаптации к современным реалиям и, как следствие, наиболее эффективного корректирования проблем общества.

1.3 Средства массовой информации как субъекты решения социальных проблем

Современный период общественного развития характеризуется широким распространением информационных технологий и усилением роли социальных медиа и средств массовой информации. В связи с этим СМИ как социальный институт приобретают новые функциональные возможности. В частности, согласно И. М. Дзялошинскому, средства массовой информации не только отображают действительность, информируя аудиторию о происходящих событиях и давая возможность обменяться мнениями по различным поводам, но и особым образом участвуют в регулировании отношений между людьми и социальными общностями, стремясь позитивно повлиять как на сами эти отношения, так и на социальные структуры, управляющие различными сферами общественной жизни [15, с. 26]. Основываясь на данном материале, можно утверждать, что современные СМИ способны регулировать общественные отношения, выступать источником позитивных социальных изменений. Следовательно, представляется актуальным рассмотреть возможности средств массовой информации в решении социальных проблем.

Способность СМИ стабилизировать общественные отношения в России в настоящее время официально признана государством. На это указывает перечень социально значимых средств массовой информации, составленный Министерством связи и массовых коммуникаций РФ. В него вошли 545 периодических печатных изданий, освещающих проблемы людей с

ограниченными возможностями, вопросы национальной и религиозной толерантности и борьбы с экстремизмом, и направленных на патриотическое воспитание, укрепление института семьи и духовно-нравственных традиций семейных отношений, пропаганду здорового образа жизни [16, 17]. Следовательно, разветвленная система федеральных и региональных средств массовой информации рассматривается как самостоятельный субъект решения разнонаправленных социальных проблем.

Об этом также свидетельствует Е. И. Холостова, которая в «Энциклопедии социальной работы» рассматривает СМИ в качестве субъектов превентивной социальной работы, деятельность которых подразумевает проведение социальной рекламы и информационных кампаний [18, с. 792-793]. Исходя из данной информации, можно сделать вывод, что автор подчеркивает возможность долгосрочного, системного воздействия СМИ в области социальной профилактики. Более того, средства массовой информации признаются правомочным элементом системы социальной работы, который стабилизирует общественную ситуацию через изменение поведения аудитории.

Помимо предотвращения социальных проблем СМИ также обладают потенциалом в сфере их непосредственного корректирования. На это указывает один из наиболее авторитетных отечественных исследователей в сфере социальной работы П. Д. Павленок, согласно которому средства массовой информации выполняют утилитарную функцию, т.е. способствуют решению реципиентом каких-либо практических, конкретных вопросов быта, организации досуга, самолечения и т. д. В частности, СМИ в определенной степени могут заменять непосредственный межличностный контакт и таким образом решать проблемы тех, кто страдает от дефицита общения [19, с. 178]. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что СМИ могут оказывать разнонаправленную адресную поддержку. Кроме того, автором отмечается способность средств массовой информации минимизировать социальную изоляцию уязвимых групп населения, то есть действовать в области структурной социальной работы.

В свою очередь, в статье А. А. Александрова приводится мнение Эдварда Броули о том, что включение СМИ в социальную работу позволяет решать гораздо более широкий спектр задач. Так, в соответствии с Э. Броули, средства массовой информации в контексте социальной работы способны:

- предоставлять данные о социальном и психическом развитии детей, подростков, родителей, престарелых и др. и о способах помощи им;
- сообщать необходимые сведения уязвимым группам населения;
- разъяснять общественности, общественным организациям потребности уязвимых групп населения;
- сообщать данные, полезные для групп само- и взаимопомощи и поощрять их создание [20, с. 169-170].

Представленная информация позволяет заключить, что в данном случае обозначается социально-диагностическая роль СМИ, т.е. их способность выявлять наиболее актуальные общественные проблемы и, как следствие, координировать действия других субъектов по их решению. Кроме того, отмечается организационный потенциал СМИ, которые могут содействовать объединению граждан с целью взаимопомощи и посредством этого обеспечивать регулирование их проблем.

Роль СМИ как катализатора самоорганизации граждан и совместной деятельности различных социальных институтов в решении проблем общества также подчеркивает вышеупомянутый И. М. Дзялошинский. В своей работе «Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям» он описывает следующие каналы их социального участия:

- организация совещательных городских форумов по тем или иным общественным проблемам;
- вовлечение граждан в деятельность по разрешению тех или иных социальных проблем или развитию социальных инициатив (как в индивидуальной, так и в групповой форме);
- объединение граждан в социальные движения с целью изучения того или иного вопроса или осуществления проекта [21, с. 31].

Данная информация позволяет заключить, что СМИ способны не только выступать в качестве самостоятельного субъекта решения социальных проблем, но и содействовать повышению общественной активности граждан, а также развитию социального партнерства. Следовательно, представляется актуальным рассмотреть направления и механизмы взаимодействия средств массовой информации с иными социальными субъектами.

Таким образом, в данном параграфе были проанализированы основные способы участия средств массовой информации в решении социальных проблем. В результате анализа было выявлено, что СМИ могут осуществлять превентивную и структурную социальную работу, а также диагностировать появление новых общественных проблем. Кроме того, было установлено, что средства массовой информации способны как поддерживать самоорганизацию граждан, так и координировать действия различных социальных субъектов. В связи с этим следует рассмотреть основные направления и механизмы взаимодействия СМИ с другими субъектами решения социальных проблем.

На основе информации, представленной в данной главе, можно заключить, что деятельность таких субъектов решения социальных проблем, как учреждения социальной сферы и некоммерческие организации, в настоящее время сопряжена с рядом сложностей. Эти трудности имеют информационный характер: указанные субъекты не решают проблемы общества на субъективном уровне, слабо адаптированы к изменениям социальных проблем, обладают низким уровнем доверия со стороны граждан и характеризуются информационной закрытостью. Одновременно с этим, отмечается возрастающая роль средств массовой информации в регулировании общественных проблем – СМИ выступают субъектами их диагностики, профилактики и решения. Кроме того, они способны согласовывать действия других субъектов и могут минимизировать информационные трудности учреждений социальной сферы и НКО, что детерминирует необходимость анализа перспектив взаимодействия данных субъектов в решении социальных проблем.

2 Характеристика взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со СМИ в решении социальных проблем

2.1 Основные направления и организационные механизмы взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со СМИ

Помимо вышеуказанных объективных предпосылок о необходимости партнерства учреждений социальной сферы со СМИ также свидетельствует Приказ Минтруда РФ № 571н. Он, в частности, установил взаимодействие со средствами массовой информации, как научного, так и общественно-популярного плана, для привлечения внимания общественности к социальным проблемам как одно из необходимых умений для специалиста по социальной работе [22]. В свою очередь, партнерство СМИ и НКО определяется Федеральным законом «О некоммерческих организациях», в статье 31.1 которого указана необходимость информационной поддержки СО НКО со стороны СМИ [8]. В связи с тем, что данные правовые нормы вступили в силу соответственно в 2013 и 2016 гг., сотрудничество учреждений социальной сферы и некоммерческих организаций со СМИ в настоящее время является инновационной формой социальной работы в России. Следовательно, представляется необходимым проанализировать существующие направления и механизмы взаимодействия данных субъектов.

Роль средств массовой информации как социального института заключается в установлении информационной повестки дня. Широкий спектр их возможностей в данной области создает условия для разнонаправленного институционального взаимодействия с социальной работой. Согласно отечественной исследовательнице Р. Г. Иванян, к направлениям данного сотрудничества относятся:

- освещение социальных процессов и ситуаций;
- формирование общественного мнения и гражданских инициатив;

- социальный контроль деятельности организаций социального профиля;
- патронаж решения проблем граждан;
- актуализация социальных проблем в сознании аудитории;
- инициирование акций по оказанию помощи нуждающимся;
- профилактика негативных социальных явлений [23, с. 4-5].

Основываясь на данном материале, можно сделать вывод, что средства массовой информации и субъекты социальной работы способны как совместно решать социальные проблемы, так и предотвращать их возникновение и контролировать их регулирование. Тем самым, в зависимости от стадии, на которой будет осуществляться партнерство средств массовой информации и субъектов социальной работы, будут изменяться технологии и механизмы, применяемые ими в процессе деятельности.

В дополнение к вышеуказанным направлениям совместной деятельности средств массовой информации, социальных учреждений и НКО А. А. Александров также выделяет такие направления, как:

- популяризация социально-психологических знаний;
- профилактика социально неодобряемого поведения и социально значимых заболеваний;
- расширение сети контактов и фандрайзинг;
- создание и распространение через СМИ социальной рекламы, образовательных программ [24, с. 11].

Тем самым, автор отмечает перспективы взаимодействия данных субъектов по решению социально-психологических и социально-медицинских проблем. Кроме того, подтверждается потенциал их сотрудничества в области социальной профилактики негативных общественных явлений.

В качестве же конкретных способов взаимодействия СМИ и учреждений социальной сферы Р. Г. Иванян рассматривает работу общественных советов, проведение акций, конференций, исследований, теле- и радиомарафонов, семинаров, тренингов, мастер-классов [23, с. 18]. Представленная информация позволяет утверждать, что посредством разных форматов сотрудничества СМИ

вовлекают социальные учреждения в научный и публичный дискурс. Вследствие этого, данные субъекты концентрируют свою деятельность и общественное внимание на критичных, но мало освещенных проблемах, которые требуют оперативного решения. Кроме того, автор указывает способы взаимодействия социальных учреждений и некоммерческих организаций со СМИ, которые могут использоваться для регулирования выявленных проблем различных социальных групп – совместные акции и проекты.

Иные механизмы сотрудничества средств массовой информации, некоммерческих организаций и учреждений социальной сферы приводит в своем исследовании Ю. Р. Вишнеvский. В соответствии с результатами опроса специалистов по социальной работе и сотрудников СМИ, деятельность вышеуказанных институтов может координироваться на основе использования форумов по темам социальной проблематики, которые поднимают горожане на информационных ресурсах для общения [25, с. 76]. Исходя из этого, можно утверждать, что партнерство социальных учреждений, некоммерческих организаций и СМИ также предполагает обеспечение социального посредничества между ними и представителями гражданского общества.

В свою очередь, механизмы сотрудничества некоммерческих организаций со СМИ, согласно методическим материалам «Агентства социальной информации», представляют собой:

- реализацию кампаний по социальной профилактике;
- совместное решение конкретных проблем и проведение благотворительных акций;
- информационное партнерство, проведение конференций на актуальные социальные темы [26, с. 15-18].

Директор фонда «Адреса милосердия» А. В. Белокрыльцева также относит к ним организацию социально ориентированными НКО фестивалей и конкурсов по социальной тематике для СМИ, клубов социально ориентированных журналистов [27, с. 22]. Следовательно, методы взаимодействия НКО со СМИ практически идентичны тем механизмам,

которые применяются при аналогичном партнерстве учреждениями социальной сферы. Тем не менее, возможность интеграции некоммерческих организаций и СМИ в единую платформу, которая, в частности, реализуется вышеуказанными организациями «Агентство социальной информации» и «Адреса милосердия», детерминирует большую гибкость и перспективность развития способов взаимодействия данных субъектов.

В дополнение к рассмотренным формам кооперации НКО и СМИ также выделяются технологии освещения деятельности некоммерческого сектора, рекомендуемые СМИ. К их числу, среди прочего, относятся вовлеченное освещение, реализация совместных социальных проектов, сбор фактов в социальной среде, которая формируется вокруг НКО (сторонники, добровольцы, жертвователи и др.) и ситуативный подход [28, с. 17-18]. Из представленной информации следует, что взаимодействие рассматриваемых сторон базируется не только на применении социальных технологий в деятельности СМИ, но и на включении медиаресурсов в работу некоммерческих организаций. Данное обстоятельство также демонстрирует значительный потенциал НКО и средств массовой информации в области совместного выявления и регулирования социальных проблем.

Представленная в данном параграфе информация позволяет заключить, что основные направления взаимодействия учреждений социальной сферы и некоммерческих организаций со СМИ предусматривают совместные действия данных субъектов в течение всего цикла решения той или социальной проблемы. В результате же анализа механизмов их сотрудничества было выявлено, что они основаны на реализации базовых социальных технологий, таких как социальная профилактика, социальная диагностика, социальный маркетинг, социальное посредничество и т.п. Для более эффективного решения общественных проблем они совмещаются с медиатехнологиями, что наиболее отчетливо просматривается в партнерстве некоммерческих организаций и СМИ, которое может достигать полной интеграции.

2.2 Российский и зарубежный опыт взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со СМИ в решении социальных проблем

Анализируя практику применения приведенных выше форм взаимодействия учреждений социальной сферы, НКО и СМИ в сфере решения социальных проблем, следует рассмотреть опыт их сотрудничества в Великобритании. Данный выбор обусловлен тем, что партнерство указанных субъектов развивается в Великобритании в течение более продолжительного периода времени, чем в России.

Об этом, в частности, свидетельствует английский исследователь П. Эйр, который проанализировал взаимосвязь СМИ и учреждений социальной сферы по решению социальных проблем в Великобритании за последние 36 лет [29]. Одновременно с этим, вышеупомянутый А. А. Александров указывает на фрагментарный и косвенный характер освещения данной темы в отечественной научной литературе [24, с. 4]. Следовательно, представляется актуальным в первую очередь рассмотреть именно зарубежный опыт.

В настоящее время в качестве одного из наиболее распространенных и проработанных механизмов взаимодействия социальных учреждений, НКО и СМИ в Великобритании выступает информационный портал Community Care Inform Adults. Согласно указанным на нем сведениям, данный ресурс применяется в работе учреждений социальной сферы и НКО в 40 административных округах Англии и Уэльса. Портал предоставляет платный доступ к разборам законодательства и судебных прецедентов, которые обозначают правовой статус социально уязвимых групп, а также к справочным руководствам по вопросам работы с педагогически несамостоятельными родителями, жертвами домашнего и сексуального насилия и т.д. [30]. Основываясь на данном материале, можно сделать вывод, что указанный сайт ориентирован на профессиональное консультирование сообщества социальных работников и сотрудников некоммерческих организаций в сфере регулирования социальных проблем. Тем не менее, платная модель данного сотрудничества

существенно ограничивает возможности профилактического и маркетингового воздействия партнеров Community Care Inform Adults на широкую общественность. В связи с этим, данный опыт представляется слабо применимым в российских реалиях.

Примером более разностороннего взаимодействия учреждений социальной сферы и СМИ в решении проблем общества является сотрудничество социальной службы г. Донкастера с изданием The Guardian. Учреждение и медиа совместно работают над рубрикой Children's services, в которой авторами выступают как специалисты по социальной работе, так и социально ориентированные журналисты.

Посредством публикаций в данной рубрике авторы вводят в информационную повестку Великобритании и других англоязычных стран проблемы социального и сексуального поведения молодежи, стигматизации социально уязвимых детей и подростков, финансирования работы с молодежью и т.п. Кроме того, журналисты и специалисты по социальной работе обсуждают изменения социальной политики государства по отношению к молодежи и вносят собственные предложения по ее развитию [31]. Исходя из данной информации, можно утверждать о том, что социальная служба г. Донкастера и The Guardian выявляют проблемы молодых жителей Великобритании, привлекают к ним общественное внимание и контролируют их регулирование. Тем самым, их деятельность в отношении молодежи направлена на осуществление структурных социальных изменений. Вместе с этим, данные субъекты не используют механизмы практического корректирования социальных проблем молодежи, что вызывает незавершенность и, как следствие, меньшую эффективность их действий.

Ориентированность на непосредственное решение общественных проблем характерна для другого крупного масс-медиа Великобритании – BBC, которое взаимодействует с социальными учреждениями и НКО в рамках проекта Children in Need. Он реализуется изданием с 1980 г. и предполагает проведение ежегодного благотворительного телемарафона, а также

благотворительных аукционов, в которых участвуют в т.ч. публичные персоны. Результатом вышеуказанных мероприятий, согласно данным BBC, выступает финансирование 2400 социальных проектов, которые направлены на оказание помощи детям и молодым людям с ограниченными возможностями, жертвам домашнего и сексуального насилия, малоимущей молодежи и т.д. [32]. На основе вышеизложенного можно заключить, что сотрудничество BBC с учреждениями социальной сферы и НКО позволяет существенно повысить эффективность фандрайзинга и содействовать минимизации конкретных социальных проблем в регионах Великобритании.

Одновременно с этим, данное взаимодействие характеризуется пассивной ролью социальных учреждений и некоммерческих организаций, а также непрозрачностью расходования собранных средств. Стороны не действуют в сфере патронажа, социального контроля решения проблем общества и, как следствие, не способны оценить и продемонстрировать результативность собственных действий. Данное обстоятельство обозначает необходимость разработки критериев, в соответствии с которыми можно будет определять продуктивность и дальнейшую целесообразность взаимодействия учреждений социальной сферы, некоммерческих организаций и средств массовой информации. Подобные критерии представляются востребованными как в Великобритании, так и в России.

В дополнение к примеру BBC следует рассмотреть успешный опыт взаимодействия британских некоммерческих организаций с интернет-изданием Media Trust. Данное медиа совместно с НКО оказывает нуждающимся жителям Лондона, Бирмингема и Манчестера услуги по профессиональной подготовке. Кроме того, данный портал в партнерстве с НКО Trust for London реализует программу поддержки молодых мигрантов MyLondon, направленную на минимизацию безработицы среди указанной группы и информационное освещение данной проблемы [33]. Также MediaTrust регулярно проводит тренинги для сотрудников НКО в сфере использования медиа и коммуникационных ресурсов для улучшения их деятельности [34].

Таким образом, можно утверждать, что партнерство между НКО и СМИ в Великобритании проявляется как в совместном решении социальных проблем, так и в проведении информационных кампаний, которые способствуют распространению позитивного социального опыта и привлечению общественного внимания к латентным проблемам. Также следует отметить, что курсы по развитию медиаграмотности являются инновационной формой взаимодействия НКО и СМИ и свидетельствуют об актуальности и перспективности их дальнейшего сотрудничества.

В свою очередь, взаимодействие учреждений социальной сферы и НКО со СМИ в решении общественных проблем в России, как уже было упомянуто ранее, находится на начальной стадии развития. Тем не менее, существуют свидетельства того, что такое сотрудничество имело место уже в 2001-2002 гг.

На это указывает И. М. Дзялошинский, согласно которому в этот период АНО «Интерньюс» и Агентство «Социальные Инвестиции» реализовали проекты по созданию социального партнерства между региональными телекомпаниями, НКО, бизнесом и органами власти. Данные проекты были направлены на решение конкретных проблем, а итогом лучших из них стало создание молодежного бизнес-инкубатора в г. Рязани и восстановление дома молодежи в г. Мценске, организация работы мировых судей в Ярославской области и т.д [21, с. 39]. Таким образом, данная практика демонстрирует, что социальные учреждения, НКО и СМИ способны совместно регулировать специфические проблемы жителей регионов РФ вплоть до создания необходимых организаций. Вместе с этим, в рассмотренном случае их партнерство имело проектный характер, то есть не было направлено на системное, продолжительное взаимодействие. Тем самым, событийность сотрудничества данных субъектов является существенным препятствием для максимально эффективного решения ими социальных проблем.

Данный барьер во взаимодействии учреждений социальной сферы и СМИ присутствует и в настоящее время. Наиболее отчетливо его наличие просматривается в деятельности интернет-издания «Медуза». Так, в связи с

широким общественным резонансом, который возник вокруг подростковых «групп смерти» в социальных сетях, издание совместно с возрастными психологами опубликовало инструкцию для родителей несовершеннолетних по профилактике суицидального поведения подростков [35]. Подобный материал также был опубликован после гибели подростков в поселке Красные Струги: статья была разработана корреспондентами «Медузы» вместе с сотрудниками кризисных центров и была ориентирована на консультирование родителей и ближайшего окружения подростков по коммуникации с ними в случае возникновения суицидальных рисков [36]. Следовательно, можно заключить, что совместная деятельность учреждений социальной сферы и СМИ в области социальной профилактики обуславливается наличием или отсутствием информационных поводов. В результате этого профилактика оказывается фрагментарной и, как следствие, недостаточно продуктивной.

В свою очередь, партнерство некоммерческих организаций и средств массовой информации в России направлено преимущественно на сбор денежных средств для решения социальных проблем. В частности, Русфонд, крупнейший благотворительный фонд в России, работает по модели адресного журналистского фандрайзинга, т.е. публикует просьбы о помощи в 174 региональных и федеральных СМИ. Однако его деятельность направлена на финансирование медицинских операций в отношении детей и подростков и не охватывает иные социальные группы [37]. Основываясь на данном материале, можно утверждать, что, несмотря на широкие возможности сотрудничества НКО и СМИ, в данном случае они используют ограниченный спектр механизмов для совместной деятельности. Это обстоятельство снижает синергетический эффект решения социальных проблем данными субъектами.

Более инновационный подход в сфере социального партнерства НКО и СМИ применяется в деятельности другого российского благотворительного фонда, «Нужна помощь». В 2015 г. фонд запустил собственное интернет-издание «Такие дела», которое регулярно разрабатывает документальные спецпроекты о проблемах россиян: партнерском насилии («Ты – моя»),

социальном сиротстве («Не один»), социальной изоляции людей с особыми потребностями («Лед и Космос») и т.д [38]. Портал также выступает в качестве площадки для сбора средств на их решение. Кроме того, нуждающиеся граждане могут обратиться через сайт издания в правозащитную организацию «Патронус» для получения правовых услуг [39]. На основе вышеизложенного можно сделать вывод, что интеграция ресурсов НКО и СМИ в рамках одного проекта является уникальным опытом в области взаимодействия данных субъектов в России. Помимо этого, следует отметить разнонаправленность действий фонда и портала в решении социальных проблем и прозрачность их деятельности – отчеты с финансовыми сметами публикуются на страницах проектов, на которые собираются денежные средства. В совокупности указанные факторы вызывают потребность использовать опыт работы фонда «Нужна помощь» и портала «Такие дела» для создания аналогичных социально журналистских проектов на основе деятельности НКО.

Таким образом, в данном параграфе была проанализирована специфика взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со СМИ в решении социальных проблем в России и в Великобритании. В результате этого было установлено, что это сотрудничество осложняется событийностью, отсутствием критериев эффективности, применением ограниченного диапазона механизмов взаимодействия. Одновременно с этим, отмечается, что партнерство социальных учреждений, НКО и СМИ обладает значительными перспективами по созданию совместных проектов в сфере социальной журналистики.

Исходя из информации, изложенной в данной главе, можно заключить, что взаимодействие социальных учреждений и НКО со СМИ направлено как на решение социальных проблем, так и на их предупреждение и контроль их регулирования другими субъектами. Для этого используются такие механизмы, как информационные кампании, фандрайзинг, совместные социальные акции и проекты и др. Анализ опыта их применения в России и в Великобритании показал, что, несмотря на фрагментарность и ограниченность, взаимодействие указанных субъектов имеет перспективы развития и интеграции.

3 Практика взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со СМИ в решении социальных проблем и возможности его совершенствования

3.1 Возможности СМИ в освещении и решении социальных проблем на примере г. Красноярска

Опыт России и Великобритании демонстрирует, что взаимодействие учреждений социальной сферы и НКО со СМИ в решении проблем граждан может осуществляться как на общесоциальном уровне, так и на уровне регионов и муниципалитетов. Вместе с этим, в приведенных ранее примерах партнерами региональных социальных учреждений и некоммерческих организаций выступали масс-медиа преимущественно национального или мирового масштаба. В связи с этим представляется необходимым исследовать особенности взаимодействия региональных учреждений социальной сферы, НКО и СМИ в решении социальных проблем субъектов РФ.

С данной целью автором был проведен анализ социального партнерства вышеуказанных субъектов на примере деятельности муниципальной газеты г. Красноярска «Городские новости». Выбор данного издания обусловлен тем, что газета входит в ранее упомянутый перечень социально значимых СМИ, установленный Министерством связи и массовых коммуникаций РФ [16]. Кроме того, на выбор повлиял тот факт, что в структуру редакции «Городских новостей» входит отдел социальных проблем, деятельность которого направлена на определение и решение проблем различных социальных групп.

В результате прохождения производственной практики в качестве корреспондента и редактора данного отдела автором было установлено, что взаимодействие газеты с учреждениями социальной сферы и НКО г. Красноярска базируется на информировании жителей города о способах избежания проблем и их минимизации. На это направлены такие рубрики

газеты, как «Юридическая помощь», «Мы – вместе!», «Призвание». В частности, в рамках последней, согласно наблюдениям автора, газета совместно с социально-реабилитационными центрами («Радуга», «Росток» и др.) и благотворительными фондами («Особый ребенок» и др.) публикует инструкции и рекомендации по решению тех или иных социальных проблем.

В свою очередь, практический опыт автора продемонстрировал, что «Городские новости» также взаимодействуют с социальными учреждениями и НКО в распространении социальных ценностей. Так, автором были подготовлены статьи о творческих мастер-классах для несовершеннолетних и о благотворительном фестивале «Добрый Красноярск». Данные мероприятия проводились волонтерским центром «Доброе дело» в целях помощи нуждающимся подросткам и профилактики деструктивного поведения в детско-подростковой среде. Тем самым, составленные по ним материалы газеты способствовали как популяризации активных форм досуга среди молодежи, так и развитию имиджа волонтерских учреждений. С этой же целью автором освещалась социальная акция в честь Дня семьи, любви и верности, а также конкурсы социальной рекламы «Белый кадр» и «Скажи жизни «ДА!».

Кроме того, издание размещает материалы, которые разрабатывают внештатные авторы из числа людей с особыми потребностями. Автор данной работы занимался изучением их проблем и обеспечивал их взаимодействие с сотрудниками редакции. Посредством этого преодолевается социальная изоляция конкретных представителей данной группы, а также публично позиционируются их проблемы. Вместе с этим, опыт автора позволяет заключить, что специалисты социальных учреждений и НКО не участвуют в адресных контактах их клиентов со СМИ.

Также следует отметить, что материалы, которые разрабатываются на основе сотрудничества «Городских новостей» с учреждениями социальной сферы и НКО, не развиваются ими в полноценные информационные кампании и не предполагают вовлеченного освещения. Следовательно, данные субъекты игнорируют одни из наиболее действенных механизмов информационного

партнерства в регулировании социальных проблем.

Таким образом, основываясь на опыте деятельности в издании «Городские новости», можно заключить, что взаимодействие СМИ, НКО и социальных учреждений г. Красноярска в решении социальных проблем основывается на реализации таких технологий социальной работы, как:

- социальная диагностика, т.е. выявление конкретных проблем несовершеннолетних, молодых людей с особыми потребностями и т.д.;

- социальная профилактика, которая заключается в ознакомлении общества с особенностями соответствующих учреждений и НКО;

- социальный маркетинг, т.е. освещение деятельности социальных учреждений и социальных акций и, как следствие, повышение имиджа субъектов социальной работы среди аудитории СМИ.

Вместе с этим, сотрудничество данных субъектов в решении социальных проблем сопряжено с рядом сложностей. Помимо вышеуказанных к их числу можно отнести тот факт, что издание практически не выступает в качестве посредника между субъектами социальной работы и органами власти г. Красноярска, несмотря на наличие соответствующих возможностей. Кроме того, социальное партнерство «Городских новостей», социальных учреждений и НКО г. Красноярска не предполагает применение фандрайзинга, поддержки групп самопомощи и реализации совместных социальных проектов, что также можно рассматривать в качестве недостатков в их совместной деятельности.

Представленная в данном параграфе информация позволяет заключить, что сотрудничество СМИ, социальных учреждений и НКО в решении общественных проблем г. Красноярска основано на реализации социальных технологий. На это указывает опыт деятельности автора в издании «Городские новости», в ходе которой были проанализированы диагностическое, профилактическое и маркетинговое направления партнерства данных субъектов. Одновременно с этим, были отмечены факторы, затрудняющие их взаимодействие – отсутствие социального контроля проблем общества, применения фандрайзинга и иных механизмов для их решения.

3.2 Особенности взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со СМИ в решении социальных проблем на примере г. Красноярск

Для того чтобы более подробно охарактеризовать взаимодействие учреждений социальной сферы и некоммерческих организаций со средствами массовой информации г. Красноярск в решении проблем общества автором данной работы было проведено интервью с экспертом в данной области (Приложение А). В качестве него выступил руководитель отдела социальных проблем издания «Городские новости», что связано со значительным опытом работы данного эксперта в муниципальном медиа, непосредственно ориентированном на регулирование общественных проблем.

Одним из определяющих этапов интервью выступил вопрос о том, являются ли, по мнению эксперта, средства массовой информации субъектом решения социальных проблем. В результате ответа было выявлено, что эксперт позиционирует СМИ в первую очередь в качестве посредника между различными социальными институтами при решении проблем общества. Тем не менее, по словам эксперта, собственный потенциал средств массовой информации в данной сфере возрастает, и они могут регулировать социальные отношения при наличии определенных ресурсов.

В связи с этим эксперту был задан данный вопрос: «В какой форме средства массовой информации следует участвовать в решении социальных проблем?». Согласно ответу эксперта, для СМИ наиболее целесообразно использовать такие механизмы решения проблем общества, как консультирование граждан по тем или иным вопросам и социальная реклама. Кроме того, эксперт отметил значимость благотворительных и иных общественных акций, однако, по его словам, для реализации подобных мероприятий недостаточно самостоятельных усилий СМИ.

Исходя из этого, автором был задан вопрос о том, существует ли у «Городских новостей» потребность во взаимодействии с социальными учреждениями и НКО при рассмотрении общественных проблем. Эксперт

подчеркнул наличие такой необходимости, а также отметил, что в «Городских новостях» организована постоянная взаимосвязь с учреждениями социальной сферы в рамках приложения «Призвание». Вместе с этим, он выделил тот факт, что сотрудничество издания с НКО развито в гораздо меньшей степени.

Следующим этапом интервью стал вопрос о том, с какими социальными учреждениями и некоммерческими организациями чаще всего взаимодействуют «Городские новости». Согласно информации, полученной от эксперта, издание систематически взаимодействует с органом, ответственным за регулирование социальной сферы города, – главным управлением социальной защиты населения администрации г. Красноярска, а также с социально-реабилитационным центром для несовершеннолетних «Росток». При этом эксперт не смог выделить значимых партнеров издания из числа НКО. Данное обстоятельство свидетельствует о том, что «Городские новости», несмотря на муниципальный статус и сотрудничество с органами власти, взаимодействуют с весьма ограниченным количеством социальных субъектов.

После этого эксперту был задан следующий вопрос: «На что направлено взаимодействие «Городских новостей» с учреждениями социальной сферы и некоммерческими организациями?». В соответствии с данными, полученными от эксперта, можно утверждать, что партнерство данных субъектов основано на информировании населения о социальных услугах и мерах социальной поддержки, консультировании граждан по юридическим и иным вопросам, а также совместное проведение социальных акций.

В свою очередь, к проблемам, возникающим в процессе подобного взаимодействия, эксперт отнес потерю контакта с обращающимися за помощью гражданами и отсутствие независимых экспертов, способных оценить реальную степень нуждаемости таких людей в поддержке. Исходя из этого, можно утверждать, что взаимосвязь между средствами массовой информации, социальными учреждениями и некоммерческими организациями г. Красноярска характеризуется низкой способностью данных субъектов контролировать решение социальных проблем.

Заключительными вопросами интервью стали вопросы об эффективности взаимодействия «Городских новостей» с учреждениями социальной сферы и НКО и о главном условии эффективного взаимодействия СМИ с учреждениями социальной сферы и НКО. Отвечая на данные вопросы, эксперт отметил успех отдельных совместных акций «Городских новостей», социальных учреждений и НКО, таких как «Добрая varejka» или акция поддержки мигрантов. Однако общая ситуация в области партнерства средств массовой информации с некоммерческими организациями и учреждениями социальной сферы характеризуется, по его мнению, слабой организованностью и непоследовательностью, отсутствием понимания у данных субъектов возможных эффектов в случае сотрудничества.

Для того чтобы более объективно и всесторонне рассмотреть проблемы и перспективы взаимодействия социальных учреждений и НКО со СМИ автором выпускной квалификационной работы также было проведено интервью с представителем одной из некоммерческих организаций г. Красноярска (Приложение Б). В данном случае в качестве эксперта выступил пресс-секретарь благотворительного фонда «Счастливые дети» Галина Катеринич. Выбор эксперта детерминирован наличием у него знаний о работе как некоммерческого сектора, так и средств массовой информации, так как эксперт ранее работал на двух телеканалах г. Красноярска.

В интервью с экспертом из некоммерческой организации были использованы вопросы, аналогичные интервью с экспертом из СМИ. Посредством этого были минимизированы различия в структуре полученной информации, которые могли бы затруднить последующий сравнительный анализ. Тем самым, первым вопросом интервью выступил следующий вопрос: «Необходимо ли, по Вашему мнению, некоммерческим организациям взаимодействовать со СМИ в решении социальных проблем?». Эксперт выразил твердую уверенность в том, что подобное взаимодействие востребованно, в особенности для НКО. В процессе интервью эксперт также подтвердил существование такой потребности и у фонда «Счастливые дети».

В ответе на вопрос о перспективных формах партнерства НКО со СМИ эксперт указал на необходимость некоммерческим организациям проявлять инициативу и самостоятельно предлагать представителям средств массовой информации форматы сотрудничества, в т.ч. вовлеченное освещение и совместные социальные проекты. Следовательно, данная информация подтверждает отмеченную ранее ограниченность механизмов, используемых в практике взаимодействия НКО и СМИ, а также согласуется с позицией эксперта из СМИ, указавшего на недостаточность усилий средств массовой информации для организации конструктивного взаимодействия.

Следующим этапом интервью стал вопрос о том, с каким СМИ наиболее часто взаимодействует фонд «Счастливые дети». Согласно ответу эксперта, партнерами фонда преимущественно выступают телеканалы, такие как «Енисей», «7 канал» и «Афонтово», а также социальные медиа «Наш город Красноярск», «Узнавай в Красноярске» и другие. Следует отметить, что, несмотря на отмеченное экспертом активное участие телеканалов в решении социальных проблем, в России отсутствует перечень социально значимых телевизионных СМИ. Данное обстоятельство осложняет более полное использование их потенциала. Кроме того, в РФ не регулируется сотрудничество некоммерческих организаций и социальных учреждений со средствами массовой информации в социальных сетях, перспективность которого также была подчеркнута экспертом.

После этого был задан данный вопрос о направлениях взаимодействия фонда «Счастливые дети» со СМИ. В соответствии с информацией, полученной от эксперта, партнерство фонда со СМИ в основном предусматривает освещение проблемы социального сиротства, а не ее решение. По свидетельству эксперта, в качестве механизмов регулирования проблем детей-сирот использовался краудфандинг и публикация инструкции по установлению опеки или попечительства над детьми-сиротами, которые фонд реализовал совместно с интернет-порталом «newslab.ru». Таким образом, эксперт подтвердил существенную ограниченность направлений и способов

взаимодействия некоммерческих организаций и СМИ, которая выделяется исследователями в качестве одной из основных проблем в данной области.

В связи с этим эксперту был задан вопрос о том, возникают ли у фонда «Счастливые дети» проблемы в процессе взаимодействия со СМИ. Эксперт отметил, что фонд не испытывал подобных трудностей благодаря совместному со СМИ активному поиску наиболее продуктивных форм сотрудничества.

Поэтому в ответе на следующий вопрос интервью эксперт признал эффективным взаимодействие фонда «Счастливые дети» со средствами массовой информации, подчеркнув значительную роль средств массовой информации в привлечении новой аудитории к мероприятиям и акциям, которые проводит фонд.

Завершающей частью интервью стал следующий вопрос: «Что, по-Вашему, выступает главным условием эффективного сотрудничества некоммерческих организаций и СМИ?». По мнению эксперта, ключевым фактором продуктивного партнерства НКО и СМИ выступает доверие и поддержка с той и другой стороны. Кроме того, эксперт обозначил необходимость информационной открытости некоммерческих организаций и готовность обеих сторон к системному взаимодействию вне зависимости от наличия или отсутствия информационных поводов. Тем самым, эта информация соответствует ранее изложенным данным о событийности сотрудничества социальных учреждений и НКО со СМИ и информационной закрытости НКО.

Таким образом, в данном параграфе были изложены материалы интервью с экспертами в сфере СМИ и НКО, посредством которых анализировалось актуальное состояние взаимодействия учреждений социальной сферы, НКО и СМИ в решении социальных проблем в г. Красноярске. Результаты интервью продемонстрировали, что готовность данных субъектов к сотрудничеству и отдельные успехи их партнерства нивелируются организационными сложностями и ограничиваются узким спектром применяемых механизмов. В связи с этим представляется необходимым разработать предложения по повышению эффективности подобного взаимодействия.

3.3 Рекомендации по совершенствованию взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со средствами массовой информации в решении социальных проблем

В результате исследования зарубежного и отечественного опыта взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со средствами массовой информации в решении социальных проблем были выявлены препятствия, которые значительно осложняют данную деятельность. К ним относятся:

- отсутствие критериев эффективности;
- отсутствие совместного контроля над решением социальных проблем;
- низкая медийная грамотность сотрудников социальных учреждений и некоммерческих организаций;
- низкая распространенность механизмов непосредственного регулирования проблем (фандрайзинга, совместных социальных проектов, благотворительных акций и марафонов и т.п.);
- несоответствие направлений сотрудничества данных субъектов актуальным потребностям общества;
- событийность взаимодействия и т.д.

Исходя из этого, представляется необходимым предложить следующие рекомендации по их минимизации.

Для согласования деятельности НКО, учреждений социальной сферы и СМИ в решении социальных проблем с фактической ситуацией в социальной среде следует обеспечить кооперацию СМИ с информационно-аналитическими изданиями, которые издаются органами социальной защиты. В г. Красноярске подобное сотрудничество может быть установлено между городскими СМИ и изданиями Министерства социальной политики Красноярского края «Социальное развитие: Регион 24» и комиссии по делам несовершеннолетних города Красноярска «Дети и город. Горячие точки». СМИ и данные издания могут совместно создавать спецпроекты о текущем положении социально уязвимых групп в г. Красноярске и Красноярском крае – в данном случае

журналисты будут ответственны за создание репортажей, интервью, хроник, инфографики и иных жанровых материалов в печатном формате и в формате видео, которые не способны самостоятельно подготовить сотрудники профильных изданий. Они, в свою очередь, будут обеспечивать журналистов актуальной статистикой и иной информацией в сфере социальной работы, что позволит более достоверно отражать существующие общественные проблемы. Конечным результатом данного взаимодействия выступят публикации, которые будут в доступной и точной форме позиционировать наиболее актуальные проблемы жителей региона, разъяснять способы их избежания, условия и порядок получения социальных услуг и иных форм помощи при возникновении обстоятельств, ухудшающих жизнедеятельность. .

С целью формирования у сотрудников социальных учреждений и НКО компетенций эффективного сотрудничества со СМИ необходимо разработать для их специалистов правила связей с общественностью. В качестве основы для подобных норм могут выступить положения политики Британской Ассоциации социальных работников в сфере социальных медиа. Среди прочего, они предусматривают использование социальных сетей, блогов и иных средств массовой коммуникации и информации для оказания помощи нуждающимся, а также обучение их безопасному поведению в медиaprостранстве [40]. В частности, с учетом британских разработок автором данной выпускной квалификационной работы предлагаются следующие правила:

- специалистам по социальной работе и сотрудникам НКО следует писать пресс-релизы и иные материалы для публикации в СМИ в информационном стиле – избавляться от абстракций или подкреплять их полезными и понятными для получателей социальных услуг фактами и чувственным опытом, писать текст на основе практики, статистики или реальных случаев, разделять текст на структурные элементы, отделять выводы в конце текста посредством особого дизайна, кратко, но полно разбирать в тексте потенциальные трудности;

- специалистам по социальной работе и сотрудникам НКО следует разъяснять несовершеннолетним и иным пользователям социальных сетей из

числа социально уязвимых групп особенности размещения информации на данных ресурсах, а также основы бесконфликтного общения, чтобы предупредить ситуации кибербуллинга и иных форм насильственного или оскорбительного поведения;

- специалистам по социальной работе и сотрудникам НКО следует по возможности организовывать групповые обсуждения тех или иных социальных проблем, создавать группы взаимопомощи в социальных сетях, предупреждать конфликтные ситуации в подобных группах и предлагать их участникам доступные в социальных медиа ресурсы для собственного развития в проблемных областях.

Кроме того, является актуальным совместное обучение как студентов соответствующих специальностей, так и действующих специалистов в рамках элективных курсов по социальной журналистике и PR-технологиям. Это подтверждается такими зарубежными авторами, как У. Штрауб, который описывает успешный опыт проведения PR-курсов для специалистов по социальной работе и журналистов в Германии, и Д. Стэнфилд, который анализирует возможность создания в результате такого обучения социальных и журналистских проектов для решения проблем общества [41, с. 83; 42, с. 44].

Для обеспечения социального и финансового участия массовой аудитории в решении социальных проблем представляется целесообразной совместная реализация учреждениями социальной сферы, НКО и средствами массовой информации программ нетворкинга и краудфандинга. Средства массовой информации в данном случае могут выступить в качестве интерактивной площадки для сбора финансовых средств, контроля их расходования, привлечения новой аудитории через социальные сети. Посредством информативного, лаконичного и структурированного описания проектов социальных учреждений и НКО и организации их активного обсуждения СМИ способны выполнять данные функции эффективнее, чем их партнеры. В свою очередь, учреждения социальной сферы и некоммерческие организации будут предоставлять СМИ информацию о достигнутых результатах и содействовать

включению благополучателей проектов и привлеченной аудитории в дальнейшие мероприятия и программы, поощрять наиболее активных спонсоров, создавать новые организационные структуры из их числа. Кроме того, чтобы реализовать подобные программы, сторонам следует пользоваться потенциалом таких инфокоммуникационных ресурсов, как специализированные сайты для сбора денежных средств (Planeta.ru, Boomstarter).

Чтобы определить релевантные проблем россиян и наиболее востребованные способы их решения необходимо сформировать социальный заказ. Под этим подразумевается создание четырехсторонней комиссии, которая будет включать в себя представителей общественности и всех указанных субъектов работы с ней. Это позволит выявить субъективные потребности граждан, утвердить их проблемный статус в публичном дискурсе и включить их в деятельность по решению собственных проблем. Помимо этого, в число участников данной комиссии могут входить представители органов государственной власти, которые работают в сфере социальной политики.

Максимально комплексным и универсальным механизмом взаимодействия учреждений социальной сферы, НКО и средств массовой информации в решении социальных проблем представляется интеграция их деятельности в рамках проектов по социальной журналистике. Подобные проекты могут существовать в форме полноценных интернет-изданий, ориентированных на привлечение общественного внимания к проблемам посредством долгосрочных информационных кампаний, сбор финансовых средств для их решения, публикацию финансовой и иной организационной отчетности в данной сфере и вовлечение в регулирование социальных проблем иных субъектов вроде социально ответственного бизнеса. Таким образом, данные информационные порталы могут выступать в качестве обобщения всех вышеуказанных рекомендаций в рамках единого проекта.

Таким образом, в данном параграфе были изложены основные рекомендации по улучшению взаимодействия между учреждениями социальной сферы, некоммерческими организациями и средствами массовой информации.

К ним, в частности, относятся кооперация СМИ с информационно-аналитическими изданиями органов социальной защиты, создание правил по связям с общественностью для сотрудников социальных учреждений и НКО, совместное обучение журналистов и специалистов по социальной работе, создание социально журналистских проектов.

На основе информации, представленной в данной главе, можно сделать вывод, что, несмотря на наличие прецедентов успешного взаимодействия социальных учреждений, СМИ и НКО в решении социальных проблем в г. Красноярске, общее состояние данного сотрудничества характеризуется рядом существенных трудностей. Основными из них выступают отсутствие системности и последовательности в деятельности данных субъектов по регулированию социальной сферы. В связи с этим представляется необходимым реализовать ряд мер по улучшению данного взаимодействия – провести совместные кампании по нетворкингу и краудфандингу, организовать курсы по социальной журналистике, кооперировать деятельность СМИ с деятельностью информационно-аналитических изданий, издаваемых органами социальной защиты, создавать проекты по социальной журналистике.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в данной выпускной квалификационной работе были рассмотрены особенности взаимодействия учреждений социальной сферы и НКО со СМИ в решении социальных проблем. Выбор данной темы обусловлен существенным влиянием средств массовой информации на современных россиян и, как следствие, целесообразностью взаимодействия социальных учреждений и НКО со СМИ.

В первой главе были проанализированы учреждения социальной сферы и некоммерческие организации как субъекты решения социальных проблем – их правовой статус, направления деятельности и проблемы функционирования. Кроме того, была рассмотрена роль средств массовой информации в регулировании проблем общества. В результате этого было установлено, что СМИ широко признаются в научном сообществе как субъекты диагностики, профилактики и решения социальных проблем.

Во второй главе был рассмотрен опыт взаимодействия учреждений социальной сферы, НКО и СМИ в решении социальных проблем в России и в Великобритании. На основе данного опыта были выявлены проблемы сотрудничества указанных субъектов, в число которых входят отсутствие критериев оценки эффективности, низкая медийная грамотность сотрудников социальных учреждений и НКО и т.д.

В третьей главе был исследован опыт взаимодействия данных субъектов в решении социальных проблем г. Красноярска, а также трудности их взаимодействия в данной среде. Итогом исследования стала разработка рекомендаций по совершенствованию сотрудничества учреждений социальной сферы, НКО и СМИ в решении социальных проблем. Автором работы, в частности, предложены совместная реализация данными субъектами программ краудфандинга и нетворкинга, кооперация СМИ с информационно-аналитическими изданиями органов социальной защиты, развитие социальной журналистики на основе интеграции СМИ и НКО.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Потенциал гражданского участия в решении социальных проблем [Электронный ресурс] : Левада-центр. – Режим доступа : <http://www.levada.ru/>

2 Омолоев, А. С. Взаимодействие средств массовой информации и учреждений социальной сферы: российский и зарубежный опыт / А. С. Омолоев, А. А. Малько // Проспект Свободный-2017: Актуальные вопросы теории и практики социальной работы. – 2017.

3 Симонова, Т. М. Структура социальной проблемы и ее анализ / Т. М. Симонова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 18. – С. 103-107.

4 Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации : федер. закон Российской Федерации от 28 дек. 2013 г. № 442-ФЗ // Российская газета. – 2013. – 30 дек.

5 Главные проблемы регионов [Электронный ресурс] : ФОМ. – Режим доступа : <http://fom.ru/>

6 Пикулева, О. А. Приоритетные направления модернизации российской системы социальной защиты и New Public Management / О. А. Пикулева // Ученые записки РГСУ. – 2013. – № 2. – С. 11-19.

7 Доклад о функционировании системы независимой оценки качества работы организаций, оказывающих социальные услуги (июль 2016 года) [Электронный ресурс] : Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации. – Режим доступа : <http://www.rosmintrud.ru/>

8 О некоммерческих организациях : федер. закон Российской Федерации от 12 янв. 1996 г. № 7-ФЗ // Российская газета. – 1996. – 24 янв.

9 Информация о зарегистрированных некоммерческих организациях [Электронный ресурс] : Информационный портал Министерства юстиции Российской Федерации. – Режим доступа : <http://unro.minjust.ru/>

10 Итоги выборочного обследования социально ориентированных некоммерческих организаций за 2015 год на основе формы № 1-СОНКО

[Электронный ресурс] : Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа : <http://www.gks.ru/>

11 Об утверждении перечня общественно полезных услуг и критериев оценки качества их оказания : Постановление Правительства Российской Федерации от 27 окт. 2016 г. № 1096 // Российская газета. – 2016. – 7 нояб.

12 Мерсиянова, И. В. Сотрудничество государства и структур гражданского общества в решении социальных проблем / И. В. Мерсиянова, Л. И. Якобсон // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2011. – № 2. – С. 5-24.

13 Информационно-аналитический бюллетень о развитии гражданского общества и некоммерческого сектора в РФ [Электронный ресурс] : Высшая школа экономики. – Режим доступа : <https://www.hse.ru/>

14 Исследование: уровень доверия россиян к деятельности НКО и гражданских объединений вырос до 66% [Электронный ресурс] : Агентство социальной информации. – Режим доступа : <https://www.asi.org.ru/>

15 Дзялошинский И. М. Поле для профессионалов или поляна для дилетантов? / И. М. Дзялошинский // Социальная журналистика: профессия и позиция / Агентство социальной информации. – Москва, 2005. – С. 16-22.

16 Определен перечень социально значимых СМИ для проведения подписной кампании на первое полугодие 2016 года [Электронный ресурс] : Минкомсвязь России. – Режим доступа : <http://minsvyaz.ru/>

17. Утверждены критерии социально значимых СМИ [Электронный ресурс] : Минкомсвязь России. – Режим доступа : <http://minsvyaz.ru/>

18 Холостова, Е. И. Российская энциклопедия социальной работы / Е. И. Холостова. – Москва : «Дашков и К°», 2016. – 1032 с.

19 Павленок, П. Д. Основы социальной работы / П. Д. Павленок. – Москва : ИНФРА-М, 2009. – 560 с.

20 Александров, А. А. Роль средств массовой информации и PR в социальной работе / А. А. Александров // Вестник Балтийского федерального университета имени И. Канта. – 2011. – №11. – С. 169-173.

21 Дзялошинский, И. М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям / И. М. Дзялошинский – Москва : Престиж, 2006. – 104 с.

22 Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по социальной работе» : Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 22 окт. 2013 г. № 571н // Российская газета. – 2013. – 18 дек.

23 Иванян, Р. Г. Журналистика и социальная работа: природа и опыт институционального взаимодействия: Россия, конец XX – начало XXI веков : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 / Иванян Рузанна Гургеновна. – Санкт-Петербург, 2007. – 29 с.

24 Александров, А. А. Формирование профессиональной компетентности взаимодействия со средствами массовой информации у будущих специалистов по социальной работе : автореф. дис. канд. пед. наук : 13.00.08 / Александров Артем Анатольевич. – Калининград, 2012. – 24 с.

25 Вишневский, Ю. Р. Профессиональный имидж социальной работы и роль СМИ в повышении ее престижа / Ю. Р. Вишневский. – Екатеринбург : УГТУ–УПИ, 2009. – 100 с.

26 Методические материалы для СО НКО по взаимодействию со СМИ и органами власти / О. Г. Баркалова [и др.] – Москва, 2011. – 37 с.

27 Белокрыльцева, А. В. Почему о нас не пишут, или как НКО наладить взаимодействие со СМИ / А. В. Белокрыльцева. – Москва : Студио-Диалог, 2012. 90 с.

28 Информационные материалы для журналистов по освещению деятельности СО НКО / В. Г. Муравьева [и др.] – Москва, 2011. – 35 с.

29 Ayre, P. Child protection and the media: lessons from the last three decades / P. Ayre // British Journal of Social Work. – 2001. – №31(6). – PP. 887-901.

30 About us [Электронный ресурс] : Community Care Inform Adults. – Режим доступа : <http://adults.ccinform.co.uk/>

31 Children's services [Электронный ресурс] : The Guardian. – Режим доступа : <https://www.theguardian.com/>

32 What we do [Электронный ресурс] : BBC. – Режим доступа : <http://www.bbc.co.uk/>

33 MyLondon [Электронный ресурс] : MediaTrust. – Режим доступа : <http://www.mediatrust.org/>

34 Training [Электронный ресурс] : MediaTrust. – Режим доступа : <http://www.mediatrust.org/>

35 Что делать, если ваш ребенок рисует «синих китов»? Инструкция [Электронный ресурс] : Meduza. – Режим доступа : <https://meduza.io/>

36 Отключив ребенка от интернета, его не обезопасишь [Электронный ресурс] : Meduza. – Режим доступа : <https://meduza.io/>

37 Помогаем помогать [Электронный ресурс] : Русфонд. Благотворительное общество – Режим доступа : <https://www.rusfond.ru/>

38 Спецпроекты [Электронный ресурс] : Такие дела. – Режим доступа : <https://takiedela.ru/>

39 Помогаем [Электронный ресурс] : Такие дела. – Режим доступа : <https://takiedela.ru/>

40 Policy [Электронный ресурс] : BASW Social Media Policy. – Режим доступа : <http://cdn.basw.co.uk/>

41 Штрауб, У. Социальная работа и связи с общественностью в Германии / У. Штрауб // Журнал исследований социальной политики. – 2010. – № 5. – С. 75-86.

42 Stanfield, D. Social work and the media: a collaborative challenge / D. Stanfield // Aotearoa New Zealand Social Work. – 2013. – № 25. – PP. 41-51.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

1. Как Вы считаете, являются ли средства массовой информации субъектом решения социальных проблем?

2. В какой форме средствам массовой информации следует участвовать в решении социальных проблем?

3. Есть ли у издания, в котором Вы работаете, потребность во взаимодействии с социальными учреждениями и НКО при рассмотрении общественных проблем?

4. С какими социальными учреждениями и некоммерческими организациями чаще всего взаимодействует издание, в котором Вы работаете?

5. На что было направлено взаимодействие издания, в котором Вы работаете, с учреждениями социальной сферы и НКО?

6. Возникали ли проблемы в процессе взаимодействия с социальными учреждениями и некоммерческими организациями?

7. Считаете ли Вы эффективным взаимодействие издания, в котором Вы работаете, с учреждениями социальной сферы и НКО?

8. Что, по-Вашему, выступает главным условием эффективного взаимодействия СМИ с учреждениями социальной сферы и НКО?

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

1. Необходимо ли, по Вашему мнению, некоммерческим организациям взаимодействовать со СМИ в решении социальных проблем?

2. В какой форме некоммерческим организациям следует взаимодействовать со средствами массовой информации?

3. Есть ли у некоммерческой организации, которую Вы представляете, потребность во взаимодействии со средствами массовой информации при рассмотрении общественных проблем?

4. С каким СМИ наиболее часто взаимодействует некоммерческая организация, которую Вы представляете?

5. На что было направлено взаимодействие некоммерческой организации, которую Вы представляете, со СМИ?

6. Возникали ли у некоммерческой организации, которую Вы представляете, проблемы в процессе взаимодействия со СМИ?

7. Считаете ли Вы эффективным взаимодействие некоммерческой организации, которую Вы представляете, со средствами массовой информации?

8. Что, по-Вашему, выступает главным условием эффективного сотрудничества некоммерческих организаций и СМИ?

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЮРИДИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра теории и методики социальной работы

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 Н. И. Тимонина
подпись инициалы, фамилия

« 4 » июня 20 17 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

39.03.02 – Социальная работа

Проблемы и возможности взаимодействия средств массовой информации с учреждениями социальной сферы и некоммерческими организациями в решении социальных проблем


Руководитель

 3.06.17
Подпись

доцент, канд. филос. н.
должность, ученая степень

В. И. Рузанов
инициалы, фамилия

Выпускник

 03.06.17
Подпись

А. С. Омолоев
инициалы, фамилия

Красноярск 2017