

**Материалы электронной научно-практической конференции
«Проблемы и перспективы развития некоммерческого сектора в
реализации непрямого государственного управления»: Казань -2015,
проводимой в рамках мероприятий поддержанного РГНФ научного
проекта №14-02-00119**

Комадорова Ирина Владимировна,
г. Набережные Челны, доктор философских наук,
профессор кафедры массовых коммуникаций
Набережночелнинский институт КФУ

**СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ И МЕТОДЫ ИНФОРМИРОВАНИЯ О
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОЦИАЛЬНО - ОРИЕНТИРОВАННЫХ
НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Информированность как основа прозрачности. В статье представлены результаты исследования о возможности использования социально – ориентированными некоммерческими организациями современных методов информирования о деятельности НКО всем секторам общества, всем заинтересованным лицам (власти, СМИ, населению в широком смысле, клиентам, донорам).

Ключевые слова: социально-ориентированные организации, некоммерческие организации, коммуникативные процессы, гражданское общество, связи с общественностью, работа СМИ, взаимодействие СМИ с некоммерческими организациями.

Komadorova Irina Vladimirovna,
Naberezhnye Chelny, Doctor of Philosophical Sciences,
Professor at the Department of Mass Communications
Naberezhnye Chelny Institute of KFU

**MODERN FORMS AND METHODS OF INFORMING ABOUT THE
ACTIVITIES OF SOCIALLY ORIENTED NON-PROFIT ORGANIZATIONS**

Awareness is as the basis of transparency. The article presents the results of a research that socially-oriented non-profit organizations can use modern methods of information in order to inform all sectors of society (authorities, media, the population in a broad sense, clients, donors) about the NGOs' activities.

Keywords: socially oriented organizations, non-profit organizations, communication processes, civil society, public relations, media, media interaction with non-profit organizations.

...Представьте себе комнату, в которой живет отдельно взятая организация. И в этой комнате есть шесть окон. Первое окно – это власть, второе окно – это бизнес, третье окно – это некоммерческие организации, ...четвертое окно – это

Размещено в авторской редакции.

**Материалы электронной научно-практической конференции
«Проблемы и перспективы развития некоммерческого сектора в
реализации непрямого государственного управления»: Казань -2015,
проводимой в рамках мероприятий поддержанного РГНФ научного
проекта №14-02-00119**

средства массовой информации, пятое окно – это доноры и шестое окно – это клиенты организации. Прозрачность – это двусторонняя чистота стекол, и каждая организация сама решает, какие стекла она моет лучше, а какие хуже.....

Чем дальше Российское общество вступает на постиндустриальный путь развития, тем больше его успешность зависит от информационно-коммуникативного фактора бытия. Интенсивный переход к новому типу социальной организации - «информационному обществу» - влечёт за собой радикальную перемену оценочных индикаторов повседневности. Ведущие вчера материальные атрибуты развития (уровень средств производства и объём предметов потребления) в настоящее время сдают свой прежний приоритет духовным аналогам (количеству и качеству производимой и используемой информации): «Информационная сфера, являясь системообразующим фактором жизни общества, активно влияет на состояние политической, экономической, оборонной и других составляющих безопасности Российской Федерации».

В сущности, на наших глазах совершается «коперниковский» переворот в социальном управлении: доминантные ранее экономические, силовые, политические, правовые ресурсы «господства – подчинения» начинают уступать по эффективности влияния на массовое сознание и поведение информационному ресурсу. Происходит кардинальная смена парадигм (методов) управления, где главным субъект-объектным Ноу-хау становится непрерывно тиражирующая социальную информацию массовая коммуникация, которая «рассматривается как способ связи любых объектов материального и духовного мира»[1, с. 26].

Все эти признаки и прямо, и косвенно знаменуют процесс становления и развития в обществе новой разновидности власти – информационной, или знаниевой (по Ф. Бэкону: «Знание – сила»): «Знание – самый демократичный источник власти... Сегодня в быстроменяющихся богатых странах, несмотря на несправедливое распределение доходов и благ, грядущая борьба за доминирование будет всё больше и больше превращаться в сражение за распределение и доступ к знаниям... Контроль над знаниями – вот суть будущей всемирной битвы за власть во всех институтах человечества» [2, с. 42].

В условиях постиндустриального общества существующая система социального (государственного) управления всё явственнее обнаруживает свою структурно-функциональную недостаточность: в этой связи она дополняется новым его типом – информационным управлением, так как «любая из разновидностей социальной информации в конечном итоге служит целям управления обществом или отдельными его частями» [3, с. 390].

Разумеется, прежней своей роли как основы принятия управленческих решений социальная информация не лишается и в современных условиях. Но
Размещено в авторской редакции.

**Материалы электронной научно-практической конференции
«Проблемы и перспективы развития некоммерческого сектора в
реализации непрямого государственного управления»: Казань -2015,
проводимой в рамках мероприятий поддержанного РГНФ научного
проекта №14-02-00119**

значительно возросшие количественные и качественные параметры её циркуляции в обществе позволяют утверждать, что синергия информационных процессов вышла на тот уровень, когда в её хаосе зарождается новый порядок самоорганизации, отмеченный появлением автономного вида управления – информационного – с именной структурно-функциональной и субъектно-объектной спецификой.

Переход общества из одной фазы развития – индустриальной в другую – постиндустриальную происходит, по мнению Э. Тоффлера, «не на основе форм собственности, а на основе степени овладения людьми особыми знаниями – компьютерно-информационными технологиями. Этот социальный слой он называет, в отличие от пролетариата, «когнитариатом», то есть людьми умственного труда, что вполне логично для обществ, чья технология построена на расширенном воспроизводстве знаний... Руководство обществами информационной цивилизации перейдёт в руки профессионалов, управляющих с помощью информационных и интеллектуальных технологий, или «датакратов» [4, с. 27].

Некоммерческие организации, а особенно социально-ориентированные, являются основой гражданского общества. На сегодняшний день в государстве создаются условия для развития социально-ориентированных организаций, но трудности еще есть.

Поднимая вопрос о формах и методах информирования о деятельности социально-ориентированных некоммерческих организациях, следует в первую очередь остановиться на ключевых проблемах данного аспекта.

Проблема 1 - низкий уровень информированности общества о деятельности НКО. В процессе подготовки к данному мероприятию, нами было проведено предварительное исследование о деятельности НКО. В частности, нами выявлено, что многие некоммерческие организации все еще не понимают необходимости последовательной и продуманной работы по созданию позитивного имиджа организации а так же PR-сопровождению их деятельности. В результате население плохо информировано о самой организации, а также и их деятельности. Жителям нашего города, как правило, известны всего несколько «раскрученных» общественных организаций, но они не идентифицируют их как НКО, не связывают с этим термином. Более того, многие люди не понимают чем отличаются бизнес-структуры от некоммерческой организации, тем более социально-ориентированной. Почему общество с радостью подхватило информацию о шпионской разведке и плохих НКО, вброшенную в СМИ? Дело в том, что информация идет о самых громких и голосистых организациях, которые, как правило, занимаются чистой воды политикой.

Размещено в авторской редакции.

**Материалы электронной научно-практической конференции
«Проблемы и перспективы развития некоммерческого сектора в
реализации непрямого государственного управления»: Казань -2015,
проводимой в рамках мероприятий поддержанного РГНФ научного
проекта №14-02-00119**

Проблема 2 - разобщенность НКО. Одной из основополагающих проблем на пути к повышению прозрачности деятельности НКО, является разобщенность самого сектора, отсутствие налаженных внутрисекторных контактов на уровне города, района, области и т.д. О деятельности ряда НКО, не знают даже коллеги – что же говорить о широком общественном резонансе!

Проблема 3 - непрофессионализм НКО. Следует отметить низкий уровень квалификации кадров НКО: нехватку профессиональных и специальных знаний в области менеджмента, делопроизводства, PR, недостаточная правовая грамотность НКО. Со стороны журналистов – прозвучали претензии в адрес НКО в их неподготовленности к работе со СМИ, незнании принципов подачи информации. В частности, журналисты обращают внимание на нерегулярность и неполноту предоставления информации СМИ со стороны НКО, им недостает конкретных данных о результатах проектов («как изменилась к лучшему жизнь целевой группы проекта»).

Проблема 4 - недоступность СМИ, незаинтересованность СМИ, непрофессионализм журналистов. В качестве одной из проблем повышения уровня информированности о деятельности НКО, следует называть и сложность в налаживании отношений с прессой, возникающую из-за незаинтересованности СМИ в освещении деятельности социально – ответственных некоммерческих организаций и низкой квалификации журналистов, освещающих их деятельность. Как выявлено, НКО не являются целевой аудиторией для СМИ, в отличие от бизнеса и власти, обладающих ресурсами.

Кроме того, следует обратить внимание на коммерциализацию СМИ. В принципе, материал на коммерческой всегда будет опубликован, а вот в новостные сюжеты или социальные, пробиться НКО практически невозможно. В ходе исследования выяснилось, что некоторые НКО сознательно избегают контактов с прессой из-за боязни искажения информации о своей деятельности.

Проблема 5 - ограниченные ресурсы НКО. Практически все руководители НКО отмечают нехватку ресурсов – человеческих, финансовых, технических. Это отражается, в первую очередь, на способности НКО предоставлять полные, наглядные отчеты для разных целевых аудиторий, регулярно рассылать их, издавать.

Исходя из выявленных проблем, коснемся вопроса возможности использования современных методов и форм информирования о деятельности СО НКО.

1. Взаимодействие со СМИ и использование СМИ. Полный перечень конкретных форм и средств такой работы содержит практически все возможные формы и средства работы со СМИ: личные контакты с журналистами; размещение в СМИ публикаций и сюжетов, разделов и тематических рубрик о Размещено в авторской редакции.

**Материалы электронной научно-практической конференции
«Проблемы и перспективы развития некоммерческого сектора в
реализации непрямого государственного управления»: Казань -2015,
проводимой в рамках мероприятий поддержанного РГНФ научного
проекта №14-02-00119**

деятельности НКО; проведение специальных мероприятий для журналистов и так далее. Особо следует выделить необходимость создания интересных информационных поводов для проведения мероприятий для журналистов, инициирования публикаций в СМИ.

Предлагается также вовлекать СМИ в совместную деятельность в рамках проектов НКО, информационных кампаний и социальных акций, приглашать в качестве информационных спонсоров. В частности: налаживать взаимодействие со СМИ через ассоциацию НКО; выстраивать отношения со СМИ через налаживание сотрудничества совещательного органа НКО (Круглого стола) с региональными печатными СМИ; создание собственных СМИ, особенно электронных.

Здесь огромную помощь могут оказать учебные заведения, поскольку в Набережночелнинском институте КФУ успешно развиваются специальности «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью». Поэтому необходимо использовать возможность прохождения студентами практики, стажировки, трудоустройства.

Кроме того, необходимо добиваться исполнения норм размещения социальной рекламы в СМИ, которые сейчас не соблюдаются. Социальная реклама - хорошая возможность для НКО распространять информацию о своей деятельности.

2. Продвижение деятельности и услуг НКО в широком смысле (PR). Работа со средствами массовой информацией – одна из форм PR-деятельности. Продвижение НКО в самых разнообразных целевых аудиториях (властных структурах, СМИ, среди населения всего региона, среди клиентов и т.п.) в форме PR-деятельности - один из важнейших методов повышения прозрачности.

Предлагаем следующие возможные методы и формы PR-деятельности: проведение публичных мероприятий; подготовка и издание информационной и презентационной продукции; создание информационных ресурсов; налаживание личных контактов с целевыми аудиториями (в том числе вовлечение граждан в деятельность НКО); создание и поддержание сайтов НКО.

При этом следует выделить такую важную составляющую, как разработку PR-стратегии каждой конкретной НКО. Кстати, разработать такую концепцию, опять-таки могут помочь высшие учебные заведения, где есть направления подготовки по рекламе и связям с общественностью.

3. Публичная отчетность. Регулярное представление отчетов самой широкой аудитории - один из основных методов повышения прозрачности и информированности о деятельности СО НКО. В большинстве случаев речь идет о годовых отчетах организаций, подробно отражающих содержательные и финансовые аспекты деятельности, адресованных всем секторам общества и Размещено в авторской редакции.

**Материалы электронной научно-практической конференции
«Проблемы и перспективы развития некоммерческого сектора в
реализации непрямого государственного управления»: Казань -2015,
проводимой в рамках мероприятий поддержанного РГНФ научного
проекта №14-02-00119**

заинтересованным сторонам. В некоторых случаях - о предоставлении добровольных отчетов только определенным целевым группам (клиентам, донорам).

Предлагаются самые разные формы предоставления отчетов: публикация в СМИ, на сайтах организаций и объединенных информационных ресурсах сектора; выпуск брошюр, сборников отчетов; презентации отчетов для местного сообщества, для власти, СМИ; корпоративные отчетные собрания, отчетные конференции, публичные обсуждения деятельности, открытые отчетные собрания; использовать различные информационные поводы для отчетности – юбилеи и дни рождения организаций, успехи и награждения членов организаций, успехи клиентов и проч.

4. Проведение семинаров для НКО (особенно регистрирующими и контрольными органами власти). Семинары могут быть посвящены следующим вопросам:

- по правилам предоставления отчетной документации;
- по порядку регистрации;
- круглый стол по результатам годовой отчетности СО НКО и др.

5. Повышение профессионализма НКО. Повышение профессионализма СО НКО, необходимо для взаимодействия с властью и СМИ, грамотного построения работы с клиентами и донорами, составления отчетов и ведения делопроизводства.

В частности наши предложения: проводить обучение лидеров и сотрудников СО НКО по вопросам PR, сотрудничества со СМИ, менеджмента, делопроизводства и др.; составить реестры услуг СО НКО; разработать на местном уровне стандарты оказания социальных услуг, что может способствовать подтверждению большей эффективности деятельности СО НКО по сравнению с деятельностью многих государственных учреждений; выработать систему показателей эффективности; развивать корпоративную культуру третьего сектора; составить базы данных потребностей целевых аудиторий местных СО НКО.

6. Создание объединенных информационных ресурсов СО НКО. Создание единых информационных ресурсов НКО, аккумулирующих информацию о составе, проектах, услугах СО НКО, еще один из методов информирования о деятельности СО НКО. Можно также составлять также тематические реестры организаций. Такой ресурс будет способствовать повышению уровня информированности населения о деятельности НКО, преодолению разобщенности внутри сектора, создаст условия для конструктивного сотрудничества с властью и повысит эффективность работы НКО. В качестве форм таких ресурсов чаще всего применяются интернет-сайты и порталы,

**Материалы электронной научно-практической конференции
«Проблемы и перспективы развития некоммерческого сектора в
реализации непрямого государственного управления»: Казань -2015,
проводимой в рамках мероприятий поддержанного РГНФ научного
проекта №14-02-00119**

открытые электронные базы данных, информационные листы рассылки, справочники.

Отметим, что представители власти, могут предложить свои информационные ресурсы для размещения баз данных СО НКО и информации об их деятельности.

8. Создание объединений СО НКО на уровне города. Создание объединений СО НКО на местном уровне – как в форме ассоциаций, координационных советов, так и в форме постоянно действующего совещательного органа. Одной из основных задач ассоциации будет формирование имиджа некоммерческих организаций как сообщества.

Основные формы деятельности (услуги) такой ассоциации: сбор информации о деятельности НКО и ее распространение; издание каталога НКО и объединенного отчета о деятельности членов ассоциации; привлечение средств и проведение презентаций деятельности (услуг) НКО; привлечение средств доноров и проведение исследований о состоянии сектора на местном уровне.

Кроме того, такая ассоциация может оказывать услуги самим НКО: проводить обучение для лидеров НКО, консультировать по правовым вопросам, содействовать ведению отчетности и бухгалтерского учета.

Таким образом, перечисленные формы и методы информирования о деятельности социально - ориентированных некоммерческих организаций могут способствовать повышению качества деятельности данных организаций и их успешному процветанию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. Основы теории коммуникации: Учебник /Под ред. проф. О-75 М.А. Васирика. — М.: Гардарики, 2003. — 615 с.
2. *Тоффлер Э.* Метаморфозы власти. М., 2004. – 449 с.
3. *Ладодо И.В.* Информация /Социологическая энциклопедия. В 2 т. - М., 2003. - Т.1.- 490 с.
4. Социология управления. Издание 2-е, доп, и перераб./ А. В. Тихонов. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2007. — 472 с.

Размещено в авторской редакции.

**Материалы электронной научно-практической конференции
«Проблемы и перспективы развития некоммерческого сектора в
реализации непрямого государственного управления»: Казань -2015,
проводимой в рамках мероприятий поддержанного РГНФ научного
проекта №14-02-00119**

5. Комадоров И.С. Принципы социального самоуправления: анализ опроса общественного мнения// Современные исследования социальных проблем. [Электронный журнал]. Красноярск: научно-инновационный центр, 2011. №4. Электрон. дан. URL: <http://www.sisp.nkras.ru/issues/2011/4/komadorov.pdf>