

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ЕРМОЛЕНОК
Алина Александровна

**PR-КАМПАНИИ ОБЩЕСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ:
РАЗРАБОТКА, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Дипломная работа

Научный руководитель –
Е.В. Резанова,
кандидат социологических наук,
доцент

Допущена к защите

«_____» _____ 2022 г.

Зав. кафедрой

технологий коммуникации и связей с общественностью

_____ Ю.Н. Лукьянюк,

кандидат филологических наук, доцент

Минск, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ	3
ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	9
1.1 Особенности и функции PR-деятельности общественных организаций	9
1.2 Технологии и методы PR-деятельности общественных организаций	20
1.3 Характеристика и этапы PR-кампании общественной организации	28
ГЛАВА 2 PR-КАМПАНИЯ ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ «БЕЛОРУССКИЙ СОЮЗ ЖЕНЩИН»: РАЗРАБОТКА, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ	39
2.1 Анализ ключевых направлений PR-деятельности общественной организации «Белорусский союз женщин»	39
2.2 PR-кампания «Открытый финал» и оценка ее эффективности для общественного объединения «Белорусский союз женщин»	49
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	58
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	62
ПРИЛОЖЕНИЯ	66

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 72 страницы, 48 источников, 1 таблица, 7 приложений.

ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ, ОСОБЕННОСТИ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, БЕЛОРУССКИЙ СОЮЗ ЖЕНЩИН, ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ, РАЗРАБОТКА PR-КАМПАНИИ.

Объект исследования – PR-деятельность общественных организаций.

Предмет исследования – PR-кампания общественной организации на примере общественного объединения «Белорусский союз женщин».

Цель работы – разработать PR-кампанию и провести оценку ее эффективности на примере общественного объединения «Белорусский союз женщин».

Методы исследования: структурный и сравнительный анализ, синтез, контент-анализ, экспертное интервью.

Полученные результаты и их новизна: в результате исследования проанализированы и структурированы особенности, технологии и методы PR-деятельности организаций некоммерческого сектора; выделены ключевые направления деятельности ОО «Белорусский союз женщин»; на основе проведенных экспертных интервью и собственных рассуждений были проанализированы PR-технологии общественного объединения «Белорусский союз женщин», наиболее эффективными оказались специальные мероприятия, СМИ; разработана PR-кампания для ОО «Белорусского союза женщин», в основе которой лежит мотивация повысить уровень осознанности и ответственности подростков, побудить к мышлению вне рамок гендерных категорий; продемонстрированы возможности и потенциал развития в области некоммерческого сектора и получения уникального опыта коммуникации со множеством целевых аудиторий, которые не встречаются при работе с коммерческим и государственным секторами.

Результаты дипломного исследования имеют *практическую значимость* в области связей с общественностью общественных организаций, учебного процесса.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

Ермоленок А. А.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца змяшчае: 72 старонкі, 48 крыніц, 1 табліца, 7 дадаткаў.
ТАВАРЫСТВА, АСАБЛІВАСЦІ PR-ДЗЕЙНАСЦІ, БЕЛАРУСКІ САЮЗ
ЖАНЧЫН, ТЭХНАЛОГІІ ПАСОЎВАННЯ, РАЗРАБЛЕННЕ PR-КАМПАНІІ.

Аб'ект даследавання – PR-дзеінасць таварыстваў.

Прадмет даследавання – PR-кампанія таварыства на прыкладзе грамадскага аб'яднання «Беларускі звяз жанчын».

Мэта працы – распрацаваць PR-кампанію і правесці ацэнку яе эфектыўнасці на прыкладзе грамадскага аб'яднання «Беларускі саюз жанчын».

Метады даследавання: структурны і параўнальны аналіз, сінтэз, кантэнт-аналіз, экспертнае інтэрв'ю.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: у выніку даследавання прааналізаваны і структураваны асаблівасці, тэхналогіі і метады PR-дзеінасці арганізацый некамерцыйнага сектара; вылучаны ключавыя кірункі дзейнасці ГА «Беларускі саюз жанчын»; на грунце праведзеных экспертных інтэрв'ю і ўласных разваг былі прааналізаваны PR-тэхналогіі грамадскага аб'яднання «Беларускі саюз жанчын», найболей эфектыўнымі апынуліся спецыяльныя мерапрыемствы, СМІ; распрацавана PR-кампанія доўжачы ГА «Беларускага саюза жанчын», у грунце якой ляжыць матывацыя павялічыцьровень усвядомленасці і адказнасці падлеткаў, заахваціць да мыслення па-за рамкамі гендарных катэгорый; прадэманстраваны магчымасці і патэнцыял развіцця ў вобласці некамерцыйнага сектара і атрыманні ўнікальнай практыкі камунікацыі са мноствам мэтавых аўдыторый, якія не сустракаюцца пры працы з камерцыйным і дзяржаўным сектарамі.

Вынікі дыпломнага даследавання маюць *практычную значнасць* у вобласці сувязяў з грамадскасць таварыстваў, навучальнага працэсу.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

Ермалёнак А. А.

ABSTRACT

Thesis contains: 72 pages, 48 sources, 1 tables, 7 appendices.

PUBLIC ORGANIZATION, FEATURES OF PR ACTIVITIES, BELARUSIAN UNION OF WOMEN, PROMOTION TECHNOLOGIES, DEVELOPMENT OF A PR CAMPAIGN.

The object of the study is the PR activity of public organizations.

The subject of the study is a PR campaign of a public organization on the example of the public association «Belarusian Union of Women».

The purpose of the work is to develop a PR campaign and evaluate its effectiveness using the example of a public association «Belarusian Union of Women».

Research methods: structural and comparative analysis, synthesis, content analysis, expert interview.

The results obtained and their novelty: as a result of the study, the features, technologies and methods of PR activities of non-profit organizations were analyzed and structured; the key areas of activity of the PA «Belarusian Union of Women» were highlighted; on the basis of expert interviews and their own reasoning, the PR technologies of the public association «Belarusian Union of Women» were analyzed, the most effective were special events, mass media; a PR campaign has been developed for the PA «Belarusian Union of Women», which is based on the motivation to increase the level of awareness and responsibility of adolescents, to encourage thinking outside the framework of gender categories; the possibilities and potential of development in the field of the non-profit sector and obtaining a unique experience of communication with a variety of target audiences that are not found when working with the commercial and public sectors are demonstrated.

The results of the diploma research have *practical significance* in the field of public relations of public organizations, the educational process.

The author of the work confirms the reliability of the materials and results of the thesis as well as the independence of its implementation.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время происходит стремительное увеличение и развитие организаций в некоммерческом секторе, деятельность которых касается самых разных направлений, социальных проблем и сфер в целом: культура, наука, искусство, политика, здравоохранение, образование и т.п. Вместе с тем довольно трудно самостоятельно, без поиска в интернете насчитать хотя бы 10 белорусских общественных организаций из одной конкретной сферы, в то время как официальные данные транслируют следующую информацию: «В Республике Беларусь на 1 января 2021 года зарегистрировано 3021 общественное объединение и 25 профсоюзов» [36] – соотношение количества созданных на данный момент объединений и уровня осведомленности населения отражает неразвитость связей с общественностью в белорусском некоммерческом секторе.

Деятельность некоммерческих организаций, преследующих социально значимые цели, способна помочь большому пласту уязвимых, незащищенных граждан, которые не могут получить поддержку, как ментальную, так и финансовую в повседневной жизни. Однако недостаточная информированность общественности не способствует тому, чтобы нуждающиеся в помощи граждане могли своевременно ее получить или же узнать, к куда за ней следует обращаться.

Общественные объединения, ко всему прочему, являются основой формирования гражданского общества в государстве. Они представляют и защищают права и интересы различных слоев населения, помогают в интеллектуальном, физическом развитии, способствуют сплочению групп граждан с помощью приверженности одной цели, как, например, общественное объединение «Белорусский союз женщин», PR-деятельность которой мы будем анализировать в исследовании. Несмотря на возрастающую благодаря интернету осведомленность и, соответственно, толерантность общественности в странах СНГ, тема гендерного равенства, женских прав и интересов остается до сих пор малообсуждаемой, отчасти табуированной. «Белорусский союз женщин» объединяет женские организации по территориальному и профессиональному признакам [37].

Однако, как мы уже говорили выше, неосведомленность населения препятствует расширению тех возможностей, которые несет в себе деятельность некоммерческого сектора. На наш взгляд, проблема заключается, во-первых, в недостаточной инициативности общественных организаций в собственном продвижении – виной тому может быть стереотипное мышление в белорусском менталитете о том, что о добрых делах

не говорят, – и коммуникации с разными целевыми аудиториями, помимо «потребителей» их услуг; во-вторых, с социально-экономическими сложностями, с которыми сталкивается некоммерческий сектор в своей работе.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью развития и усовершенствования PR-деятельности общественных организаций для информирования населения о существовании и особенностях работы социально значимых проектов. Это в свою очередь в перспективе может привести к прогрессу гражданского общества, повышению качества жизни, достижению общественного блага и изменения социальных отношений. В сфере PR достаточно инструментов для эффективной коммуникации с различными целевыми группами, однако они используются в основном в коммерческом секторе, в то время как их качественная адаптация с PR-деятельностью некоммерческих. В нашем исследовании уклон будет на особенности адаптации и использования специалистами по связям с общественностью этих инструментов при продвижении общественных организаций.

Объект исследования – PR-деятельность общественных организаций.

Предмет исследования – PR-кампания общественной организации на примере общественного объединения «Белорусский союз женщин».

Цель исследования – разработать PR-кампанию и провести оценку ее эффективности для ОО «Белорусский союз женщин».

Исходя из цели исследования, перед нами стоят следующие *задачи*:

1. проанализировать особенности и функции PR-деятельности общественных организаций;
2. исследовать основные характеристики, виды и этапы PR-кампаний;
3. структурировать технологии и инструменты PR-деятельности общественных организаций;
4. провести анализ ключевых направлений PR-деятельности общественного объединения «Белорусский союз женщин»;
5. предложить программу продвижения и провести ее оценку эффективности для общественного объединения «Белорусский союз женщин».

Теоретической базой исследования послужили работы отечественных и зарубежных ученых: Сидорская И. В., Василик М. А., Тендит К.Н., Чумиков А.Н., Кривонос А. Д., Гнатюк О.Л., Гавра Д.П., Шишкин Д.П., Котлер Ф., Шарков Ф.И., Князева М.В. и т.п.

Эмпирической базой исследования стали экспертные интервью со специалистами ОО «Белорусский союз женщин», официальный сайт и социальные сети (Instagram, Telegram) общественного объединения,

опубликованные материалы других некоммерческих организаций Беларуси (Белорусский детский хоспис).

В соответствии с целью и задачами исследования были использованы следующие *методы исследования*: структурный и сравнительный анализ, синтез, контент-анализ, экспертное интервью.

Практическая и теоретическая значимость исследования заключается в структурировании особенностей, инструментов PR-деятельности организаций некоммерческого сектора – это может послужить подспорьем для дальнейших в этой области, модернизации технологий продвижения общественных организаций.

Вместе с тем данная работа может обратить внимание специалистов по связям с общественностью на нехватку профессионалов в некоммерческом секторе, на возможности развития в этой области и получения уникального опыта коммуникации со множеством целевых аудиторий, которые не встречаются при работе с коммерческим и государственным секторами.

Увеличение вовлеченности специалистов в некоммерческий PR с большой долей вероятности приведет в итоге к оптимизации концепций PR-деятельности, к совершенствованию коммуникации с общественностью – это в свою очередь станет причиной нарастания популярности общественных организаций и продвигаемых ими идей.

Также практическая ценность дипломной работы заключается в возможности использования разработанной программы продвижения на практике в деятельности ОО «Белорусский союз женщин».

Структура работы.

Дипломная работа состоит из введения, рефератов на русском, белорусском и английском языках, двух глав, состоящих из пяти разделов, списка из 48 источников и 7 приложений. Общий объем работы составляет 73 страницы.

В первой главе исследуются теоретические основы сущности и специфики деятельности общественных организаций, выделяются функции и особенности деятельности PR в некоммерческом секторе, проводится выделяются основные характеристики, виды и этапы PR-кампаний. Во второй главе анализируется PR-деятельность общественного объединения «Белорусский союз женщин» и для него же составляется программа PR-кампании.