

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

АФИНОГЕЕВА АЛИСА АНДРЕЕВНА

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО PR В
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

автореферат бакалаврской работы

направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
юридического факультета

Саратов – 2025

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций Саратовского государственного университета

Научный руководитель – доцент, к. экономич. н. Д. Ш. Смирнова

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

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

В настоящее время сфера дополнительного образования активно трансформируется: растет конкуренция между учреждениями, повышаются требования родителей к качественному и безопасному детскому досугу. Дополнительное образование перестает восприниматься как второстепенная сфера, становясь важнейшим ресурсом развития личности ребенка. На первый план выходит необходимость формирования доверительных отношений между учреждениями, детьми и их родителями, а также создание устойчивого имиджа организации. Именно здесь ключевую роль играет психологическая составляющая PR-коммуникаций.

Цель выпускной квалификационной работы – разработка инструментов психологического PR, а также практических рекомендаций по их внедрению для повышения эффективности деятельности учреждения дополнительного образования на примере Центра детского творчества Ленинского района г. Саратова.

Для достижения цели необходимо было решить следующие задачи:

- проанализировать психологических основ PR-деятельности, включая ключевые категории (отношения, аттракция, взаимопонимание), принципов восприятия информации;
- рассмотреть основные приемы психологического воздействия на общественное мнение (убеждение, внушение, эмоциональное заражение) и их специфику;
- выявить особенности PR-деятельности в сфере дополнительного образования;
- провести анализ текущей коммуникационной практики Центра детского творчества и разработать конкретные психологические инструменты PR для улучшения его имиджа и взаимодействия с аудиторией;
- сформировать комплекс практических инструментов психологического PR для Центра детского творчества;

– составить рекомендации по применению психологических инструментов PR.

Объект – деятельность муниципального учреждения дополнительного образования «Центр детского творчества» Ленинского района г. Саратова.

Предмет – психологические PR-инструменты, применяемые для формирования положительного имиджа и доверительных отношений с целевой аудиторией.

Структура работы состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Первая глава посвящена психологическим основам PR-деятельности и их специфическому применению в сфере дополнительного образования.

В первом параграфе автор рассматривает психологический аспект Public Relations, определяя PR не только как управление общественным мнением, но и как искусство достижения взаимопонимания и формирования положительных отношений. Ключевыми категориями выступают «отношения» (движущая сила личности, определяющая характер восприятия и поведения), «аттракция» (положительная социальная установка, насыщенная симпатией) и «взаимопонимание». Сформулированы психологические правила PR: создание положительного отношения на основе позитивного взаимодействия, учет сходства и частоты контактов, формирование благоприятного первого впечатления, достижение взаимопонимания через эффективное общение. Также проанализированы принципы организации контента с учетом психологии восприятия (принципы сегментации, модальности, сигнализации, пространственной и временной смежности) и когнитивные искажения (эффекты подтверждения, якоря, фрейминга, сверхуверенности и др.), знание которых позволяет выстраивать более убедительные коммуникационные стратегии.

Во втором параграфе рассмотрены приемы психологического воздействия на общественное мнение в PR. Убеждение рассматривается как процесс доказательства правильности определенной позиции, основанный на системе

логических и психологических аргументов, и включает анализ шести принципов убеждения Р. Чалдини (взаимность, последовательность, социальное доказательство, авторитет, симпатия, дефицит). Внушение (суггестия) характеризуется как воздействие, снижающее критичность восприятия информации, с опорой на верификационную концепцию А.М. Свядоща. Эмоциональное заражение описано как бессознательная передача психических состояний, имеющая нейробиологическую основу (зеркальные нейроны) и широко используемая в массовых коммуникациях для создания эмоциональной связи с аудиторией.

В третьем параграфе выявлены особенности PR-деятельности в сфере дополнительного образования. К ним отнесены: работа с разными целевыми аудиториями (дети, родители, педагоги); необходимость передачи отличительных характеристик учреждения (локализация, безопасность, квалификация педагогов); направленность на долгосрочные выгоды (формирование репутации, а не краткосрочный результат); активная работа со СМИ и проведение PR-мероприятий (презентации, выставки, семинары, корпоративные мероприятия); особое внимание работе с родителями как ключевой аудиторией, включая акцент на экономии времени, качестве и безопасности, предоставлении полезной информации.

Вторая глава «Инструменты психологического PR в Центре детского творчества: практическое применение» содержит анализ текущей деятельности учреждения и разработку конкретных психологических инструментов для повышения эффективности его коммуникационной политики.

В первом параграфе представлена общая информация о Центре детского творчества Ленинского района г. Саратова – крупнейшем многопрофильном учреждении дополнительного образования в Саратовской области, основанном в 1966 году. Центр объединяет 13 подростковых клубов, реализует программы художественной, физкультурно-спортивной, социально-гуманитарной, естественно-научной и технической направленности. В ходе анализа текущей практики выявлено, что PR-коммуникации учреждения носят преимущественно

событийный характер, недостаточно используются психологические инструменты для работы с родительской аудиторией и снижения тревожности.

Во втором параграфе представлена разработка инструментов психологического PR для Центра детского творчества. Предложено обновление визуального контента с использованием аббревиатуры «ЦДТ» для повышения узнаваемости и формирования «визуального якоря» в условиях цифровой среды. Внесены изменения в структуру публикуемых текстов – разбивка на абзацы и использование эмодзи для выделения ключевых мыслей, что соответствует принципам организации контента (сегментация, сигнализация). Разработана альтернативная система оценивания для объединения английского языка – игровая система «званий» (от «Путешественника» до «Властелина языка»), которая заменяет традиционную бальную оценку, снижает тревожность, повышает внутреннюю мотивацию и соответствует гуманистической миссии Центра. Также создан комплект шаблонов ответов для кризисных ситуаций (травма ребенка, конфликт между детьми, жалоба на педагога, внештатная ситуация, негативный отзыв в соцсетях), включающий универсальные фразы сожаления и готовности помочь.

В третьем параграфе сформулированы рекомендации по использованию инструментов психологического PR в деятельности Центра детского творчества. Рекомендовано: использовать пролистывающиеся посты в социальных сетях для повышения вовлеченности; внедрить комплекс возрастных диагностических методик («Карта интересов» А.И. Савенкова для 5–7 лет, «Лесенка увлечений» и тест П. Торренса для 7–10 лет, дифференциально-диагностический опросник Е.А. Климова для 11–14 лет) для выявления склонностей и персонализации обучения; создавать эмоциональные видеоролики, фиксирующие моменты победы и преодоления, для использования механизма эмоционального заражения; регулярно проводить анонимные опросы родителей и детей для получения обратной связи и повышения доверия; публиковать экспертно-просветительские материалы о творчестве как способе совладания со стрессом, подкрепляя их нейробиологическими фактами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволило выявить особенности и значимость психологической составляющей PR-деятельности в сфере дополнительного образования. На основе теоретического анализа и практического изучения деятельности Центра детского творчества г. Саратова были разработаны конкретные психологические PR-инструменты.

Ключевыми результатами работы стали: обновленная стратегия визуального контента с использованием аббревиатуры «ЦДТ»; рекомендации по структурированию текстов постов в социальных сетях; игровая система оценивания «званий», снижающая тревожность и повышающая мотивацию обучающихся; комплект шаблонов для антикризисных коммуникаций; рекомендации по использованию возрастных диагностических методик, эмоционального видеоконтента и регулярному сбору обратной связи.

Внедрение предложенных инструментов позволит Центру детского творчества повысить уровень доверия со стороны родителей и детей, укрепить репутацию учреждения, создать более комфортную и психологически безопасную образовательную среду, а также повысить вовлеченность целевых аудиторий в жизнь организации. Разработанные рекомендации могут быть использованы в других учреждениях дополнительного образования, что подчеркивает практическую значимость исследования.