

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Особенности работы пресс-служб некоммерческих организаций на  
примере Фонда президентских грантов»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 521 группы

направления 42.03.02 «Журналистика»

Института филологии и журналистики

Алампиевой Алены Алексеевны

Научный руководитель

д. филол. н., профессор

\_\_\_\_\_

подпись, дата

К.М. Захаров

Зав. кафедрой

д. филол. н., профессор

\_\_\_\_\_

В.В. Прозоров

Саратов  
2023

## Введение

В последние десятилетия активно развивается некоммерческий сектор гражданского общества, который позволяет людям из различных социальных групп получать необходимую помощь преимущественно на безвозмездной основе.

На сегодняшний день НКО охватывают различные социальные группы и занимаются не только предоставлением материальной помощи, но и оказывают необходимые для уязвимых групп населения услуги в сфере здравоохранения, науки, культуры, спорта, права и т.д. Столь разнообразная деятельность может быть эффективной только в условиях существования сообщества, в рамках которого происходит обмен опытом и актуальной информацией о деятельности некоммерческого сектора. В современном мире этот процесс невозможен без использования информационного пространства, частью которого НКО может стать с помощью организации собственной пресс-службы. Это идеальная модель информационной открытости, но зачастую только крупные НКО, занимающиеся развитием сектора, имеют возможность обеспечивать пресс-службу необходимыми ресурсами. Одна из таких некоммерческих организаций – Фонд президентских грантов. Фонд является неофициальным институтом развития НКО в РФ, который в своей работе придерживается принципов информационной открытости. Многие некоммерческие организации ориентируются на Фонд президентских грантов, поскольку он обладает высоким уровнем доверия общественности. Фонд оказывает значительное влияние на информационную открытость НКО, более 12 тысяч организаций по всей России становились победителями грантовых конкурсов, качество реализованных ими проектов оценивается в том числе и по критерию информационной открытости, что стимулирует НКО публиковать информацию о своей работе, финансовых отчетах и планируемых проектах. Оценка работы пресс-службы фонда поможет выявить отличительные черты, присущие пресс-службам всего сектора, т.к.

фонд является организацией, которая задает тренды в сфере информационного сопровождения.

**Объект исследования** – специфика работы некоммерческих организаций в информационном пространстве.

**Предметом исследования** является деятельность пресс-службы Фонда президентских грантов – единого грантового оператора государственной поддержки некоммерческих неправительственных организаций в Российской Федерации.

**Цель** данной работы – выявить особенности работы пресс-служб некоммерческих организаций на примере Фонда президентских грантов. Для достижения цели необходимо было изучить историю становления пресс-служб и познакомиться с их особенностями и их местом в современной журналистике. Следующим шагом в исследовании стала работа с публикациями фонда в Интернет-пространстве, изучение структуры его пресс-службы и внутренних процессов. Для выявления характерных черт, присущих именно пресс-службам НКО, был проведен сравнительный анализ работы пресс-службы Фонда президентских грантов и пресс-служб коммерческих организаций и органов власти.

Научная значимость поставленной проблемы состоит в том, что к изучению публикаций Фонда президентских грантов исследователи ещё не обращались. Изучение этих публикаций и деятельности пресс-службы фонда позволит глубже и более предметно рассматривать состояние некоммерческого сектора на информационном рынке, даст возможность подробнее изучить место пресс-служб НКО в современной журналистике и их роль в формировании современного российского информационного пространства.

Дипломная работа содержит **введение**, определяющее предмет изучения. **В первой главе** рассматривается понятие «пресс-служба», его история и роль в современной журналистике, классификация, структура и задачи современных пресс-служб организаций разных правовых форм. **Вторая глава** посвящена пресс-службе Фонда президентских грантов –

исследованию публикуемых материалов на Интернет-платформах и изучению внутренних рабочих процессов пресс-службы. **В третьей главе** проведен сравнительный анализ, который позволяет определить сходства и различия в работе пресс-служб НКО, коммерческих организаций и властных структур. **В заключении** приведены итоги исследования, сформулированы выводы по указанной теме.

### **Основная часть**

Одной из основных ценностей в современном мире является информация. Она влияет на развитие государств, политику, экономику, культуру и науку. С помощью информации продвигается бизнес, который составляет основу рыночной экономики, присущей большинству современных развитых государств, для развития информация используется и некоммерческими структурами. Сейчас сложно представить, что какая-либо организация может быть не представлена в информационном пространстве хотя бы на базовом уровне.

Помимо СМИ сегодня также актуальны пресс-службы организаций. Это подразделения, занимающиеся преимущественно взаимодействием со СМИ и освещением деятельности учреждения, частью которого они являются. В отличие от средств массовой информации, материалы, выпускаемые пресс-службами, напрямую зависят от направления деятельности организации и не существуют в отрыве от нее.

Пресс-службы являются важнейшим звеном, связующим органы власти, коммерческие предприятия и НКО со СМИ и общественностью. Наличие пресс-служб обуславливает взаимовыгодное положение организаций и прессы в условиях информационного рынка.

Говоря о предмете исследования – некоммерческих организациях, работающих в том числе со сложными социальными группами – важно отметить, что пресс-службы дают возможность делиться опытом внутри сектора НКО и выработать наиболее действенные стратегии по поддержке уязвимых слоев населения.

Одной из самых крупных НКО в России является Фонд президентских грантов – единый оператор государственной поддержки некоммерческих неправительственных организаций в Российской Федерации с 3 апреля 2017 года. Миссия фонда – «создание условий и возможностей для самореализации инициативных и неравнодушных людей в некоммерческом секторе»<sup>1</sup>. Выполняя эту миссию, фонд повышает уровень доверия в обществе, вовлекает людей в дела страны, создает разумную и полезную конкуренцию в социальной сфере, а также внедряет лучшие практики. Одним из важнейших принципов, которым руководствуется фонд в своей работе и который он активно распространяет среди других НКО, является принцип открытости. На сайте ФПГ можно найти данные о проектах, сведения обо всех органах фонда и конкурса президентских грантов, протоколы заседаний, отчеты об оценке проектов, годовые отчеты, бухгалтерскую отчетность и отчетность, представленную в Министерство юстиции Российской Федерации.

Очевидно, что принцип открытости не может быть в полной мере реализован без пресс-службы, которая публикует материалы о деятельности фонда на сайте и в социальных сетях и взаимодействует со СМИ. Работа пресс-службы Фонда президентских грантов дает представление о том, как происходит публикация материалов о деятельности и коммуникация в некоммерческом секторе, где основным приоритетом является забота о социальных и благотворительных целях.

В ходе анализа публикаций на сайте президентскиегранты.рф было выявлено, что публикации в большинстве своем посвящены деятельности фонда, деятельность других организаций на сайте не освещается. Большая часть материалов написана в жанре новостной заметки, редко добавляется дополнительная информация о событии и комментарии экспертов, регулярно используются статистические данные, относящиеся к деятельности фонда,

---

<sup>1</sup> О фонде [Электронный ресурс]. Официальный сайт Фонда президентских грантов [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--p1ai/public/home/about> (дата обращения 30.03.2023). Загл. с экрана. Яз. рус.

гиперссылки, ведущие на материалы по теме. Публикации сопровождаются визуальным контентом – фотографиями и реже видеозаписями, используется официально-деловой стиль речи, подпись автора отсутствует, у каждой заметки есть заголовок.

В результате исследования контента в социальных сетях были сформулированы отличительные черты публикаций, созданных пресс-службой Фонда президентских грантов. В отличие от сайта здесь преимущественно освещается деятельность НКО-грантополучателей, а не самого фонда, используется публицистический стиль речи, в текстах присутствует призывность и эмоциональность, часто встречается общественно-политическая лексика. В социальных сетях чаще обращаются к визуальным материалам, используется много фотографий, видеозаписей, статистические данные представляются в инфографике. Большая часть публикаций написана в жанре отчета и информационной заметки.

Информационную поддержку некоммерческим организациям фонд оказывает на безвозмездной основе, поскольку одной из его целей является тиражирование опыта организаций среди представителей НКО и общественности для повышения эффективности работы некоммерческого сектора.

Развитие единого сообщества некоммерческого сектора не может в полной мере осуществляться без участия СМИ. Пресс-служба фонда сотрудничает с федеральными и региональными средствами массовой информации (ТВ, газетами, интернет-порталами). Несмотря на то, что пресс-служба фонда ведет активную информационную деятельность, в ее структуру не входят различные отделы и она не многочисленна. В фонде пресс-служба носит название «департамент коммуникаций». В этом департаменте работает три сотрудника, являющиеся выпускниками Института филологии и журналистики Саратовского государственного университета.

### **Заключение**

Деятельность пресс-службы Фонда президентских грантов как одной из крупнейших некоммерческих организаций в стране, несомненно,

значительно влияет на положение НКО в информационном пространстве. Фонд президентских грантов в своей работе выполняет одну из важнейших задач – стимулирует повышение информационной открытости некоммерческих организаций, что позволяет им стать активными участниками современного медиапространства. ФПГ на собственном примере демонстрирует высокий уровень открытости, публикуя в открытых источниках отчетные документы, освещая свою деятельность и деятельность грантополучателей на своих ресурсах и в СМИ, и этому примеру следуют многие современные НКО.

Изучение работы пресс-службы Фонда президентских грантов как одного из ориентиров современных НКО в сфере информационной политики позволяет нам сформулировать основные особенности работы пресс-служб некоммерческого сектора в целом:

1) Некоммерческие организации активны в социальных сетях. Социальные сети используются для информирования общества и взаимодействия с ним, поэтому пресс-службы НКО должны быть компетентны в работе с социальными медиа и уметь создавать контент для разных платформ;

2) Некоммерческие организации сотрудничают с журналистами и СМИ. НКО могут получить большую организационную и финансовую поддержку благодаря взаимодействию со СМИ, поэтому пресс-службы должны находиться в постоянном контакте с журналистами и экспертами;

3) Некоммерческие организации стремятся к прозрачности и открытости. НКО должны быть открыты для диалога с обществом, предоставлять информацию о своей деятельности, поэтому пресс-службы должны ориентироваться на принципы прозрачности и открытости;

4) Публикации, создаваемые пресс-службами НКО, отвечают потребностям целевой аудитории, они адаптированы под ее нужды и цели организации. Выбор визуального оформления, стиля речи, художественных приемов при создании текста обуславливается характеристиками целевой

аудитории – возрастом, социальным статусом, национальной и расовой принадлежностью и т.д.;

5) НКО сконцентрированы на социальном влиянии. Деятельность пресс-служб может быть направлена на тиражирование социального опыта, увеличение видимости организации, ее программ и мероприятий, распространение знаний об общественной проблеме и привлечение людей к активному участию в решении проблем.

Несмотря на положительные тенденции в развитии пресс-служб некоммерческих организаций их положение на современном российском информационном рынке можно охарактеризовать как неоднозначное. С одной стороны, некоторые НКО достаточно успешно используют современные информационные технологии для продвижения своих идей и привлечения внимания общественности к своей деятельности. С другой стороны, зачастую работа ведется в условиях ограниченных финансовых, людских и временных ресурсов, что делает ее более сложной. Так или иначе, пресс-службы НКО уже заняли свою нишу в информационном пространстве, важность их работы трудно преуменьшить. Они помогают распространять информацию о социально значимых проектах и вносят немалый вклад в развитие гражданского общества.