

Особенности коммуникативных мероприятий благотворительного фонда "Вера"

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Габов Марк Александрович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: akinfeev.mark@mail.ru

Актуальность настоящего исследования заключается в том, что в настоящее время скорость информационного потока существенно увеличилась и благотворительным организациям все труднее находить контакт со своими потенциальными партнерами и спонсорами, поскольку конкуренция за внимание человека стремительно растет, а ведь для благотворительного объединения важно не только донести свою информацию до потенциального клиента, но и побудить его к активным действиям: перечислить деньги, взять собаку из приюта, обратиться за помощью и так далее.

Кроме того, важно отметить, что в современной российской благотворительной деятельности отсутствует системный подход к коммуникациям и даже крупные фонды далеко не всегда имеют стратегию, как выраженный документ, который регулировал бы коммуникационную деятельность организации. При таком положении вещей говорить об оценке эффективности этих стратегий говорить не приходится.

Основной деятельностью благотворительных организаций в России являются коммуникационные мероприятия в рамках которых они пытаются достичь поставленных целей, под которыми чаще всего подразумевается сбор денег. Грамотная организация мероприятий подобного рода также имеет большое значение, поскольку они сегодня зачастую являются ключевым источником средств к существованию организаций.

Также следует отметить, что благотворительные организации нуждаются в выстраивании надежных коммуникаций с различными государственными структурами, которые, во многом именно в зависимости от этих самых коммуникаций, могут или оказать серьезную поддержку, или по-настоящему навредить благотворительным структурам в их практической деятельности.

В связи со всем перечисленным выше, исследование данной тематики на сегодняшний день особенно актуально.

Степень изученности данного вопроса не может быть оценена однозначно. С одной стороны, существует множество исследований отечественных и зарубежных авторов, в которых изучаются особенности эффективного коммуникационного менеджмента в том числе и для некоммерческих организаций.

В этом отношении следует выделить в первую очередь выделить С.Алябьева, М.Барышников, В.Веснина, М.Вебера и ряд других авторов.

С другой стороны, современный бизнес не стоит на месте. Ежегодно публикуются сотни исследований, посвященных особенностям построения коммуникаций между различными элементами общества и некоммерческими организациями.

Такое положение вещей требует от исследователей данного вопроса постоянной актуализации своих научных подходов в соответствии с требованиями времени, а научных работ, которые были бы актуальными на 2021 год, по теме настоящего исследования, на сегодняшний день явно недостаточно.

Целью настоящего исследования является изучение коммуникационных мероприятий некоммерческих организаций на примере благотворительного фонда «Вера».

Для того, чтобы достигнуть поставленной цели, были выполнены следующие задачи:

- изучить научные работы отечественных и зарубежных авторов по теме исследования и смежным тематикам;
- проанализировать виды коммуникационных мероприятий;
- изучить особенности коммуникаций с внешней средой некоммерческих организаций;
- исследовать особенности организации коммуникационных мероприятий в избранных благотворительных организациях;
- провести исследование коммуникативных практик в благотворительном фонде «Вера»;
- разработать пакет предложений по повышению эффективности коммуникативных мероприятий благотворительного фонда «Вера».