Содержание

Введение.....3

Глава I. Теоретические основы использования PR-мероприятий в решении межнациональных проблем.....10

1.1. Понятие PR-технологий: сущность, виды, роль в решении социальных проблем.....10

1.2. Межнациональные проблемы в современной России.....21

1.3. Опыт решения межнациональных проблем средствами PR-мероприятий: история и современность.....28

Глава II. Проект PR-мероприятий, направленных на преодоление межнациональной напряженности в студенческой среде Сибирского Федерального Университета (СФУ).....43

2.1. Характеристика межнациональной напряженности в студенческой среде Сибирского Федерального Университета (СФУ).....43

2.2. Проект PR-мероприятия форум межнациональных отношений "Культурный диалог".....49

2.3. Анализ эффективности проекта PR-мероприятия форума межнациональных отношений "Культурный диалог".....59

Заключение.....63

Список литературы.....66

Приложение

Введение

В современном мире актуальной в теоретическом и практическом плане остается проблема «интегрированного многообразия» – гармонизации межнациональных отношений, интеграции различных этнических групп в полиэтническое сообщество при условии сохранения их культурной самобытности и поддержания внутренней целостности таких сообществ, изучения различных форм мирных взаимодействий этнических групп с целью решения стоящих перед обществом проблем.

Развитие коммуникаций и рост мобильности населения, совершенствование средств массовой информации – все это расширяет сферу взаимодействия этносов. Национальный вопрос в бывшем СССР был решен в нескольких аспектах: уничтожен национальный гнет и в определенной мере – национальное неравенство (экономическое и культурное), созданы условия для экономического, социального и культурного прогресса бывших национальных окраин. Вместе с тем были допущены и серьезные ошибки и нарушения в ходе проведения национальной политики. Противоречия и конфликтные ситуации порождались самим фактом совместного проживания в одном союзном государстве более 140 наций, народностей, национальных и этнических групп.

Национальные образования существенно различались по этносоциальным, этнокультурным, этно-демографическим характеристикам. Эти различия обусловили различие интересов и потребностей народов, что и порождало противоречия. Развал СССР вызвал многочисленные трения и конфликты на разных уровнях и в разных регионах одной шестой части планеты. На фоне усиления тенденции к национальному самоопределению, подъема национального самосознания проявились центробежные,

сепаратистские устремления этнополитических сил, ставящих свои амбиции выше жизненных интересов народов.

Определенный интерес вызывает предложенная М.Беннетом (в интерпретациях Н.К.Иконниковой) типологизация способов восприятия этнокультурных различий, в основе которых авторы, прежде всего, видят психологическую природу.

Автор справедливо отмечает, что в СССР осознавались, как отличительные, преимущественно, мусульманские культуры, а сама природа различий сводилась к категории субъективного и преходящего. Национальная политика советского периода, отрицавшая существование проблем в культурном взаимодействии, привела, в частности, к нехватке лексических средств, способных в корректной форме обозначить существующие межэтнические отличия. Отсюда – широкое бытование выражений типа «национальные меньшинства» («нацмены») или «лица кавказской национальности», употребление которых само по себе способно вызвать межэтническую напряженность.

Тема межнациональных проблемных ситуаций в настоящее время стала активно освещаться средствами массовой информации. Регулярно проводятся "круглые столы", симпозиумы, конференции, посвященные проблемам межнациональных разногласий[1].

Становится все более очевидным противоречие между общественной потребностью в формировании и поддержании благоприятного межэтнического климата в регионах, т.е. решение межнациональных проблем, с одной стороны, и недостатком действенных технологий, разработанных на основе современных научных представлений и с учетом

[1]Давитадзе М.Д. Причины возникновения и стадии развития межнациональных конфликтов // Стабилизация ситуации и мирное развитие на Северном Кавказе. 1–я Межд. науч. –практ. конф. М., Пробел, 1999, С 56.

имеющегося позитивного отечественного и зарубежного опыта, с другой стороны.

Более того, как показывает практика, в урегулировании межнациональных отношений большую роль необходимо отводить не только экономическим и социальным мерам, но и средствам информационного воздействия, а именно PR-технологиям. Абсолютно любая компания для динамичного и эффективного развития использует качественную рекламу и помощь PR-агентов, эти средства помогают вывести товар или услуги на высокий уровень и составить конкуренцию на рынке.

PR – это управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации. PR реализуется за счёт таких средств, как рекламные кампании, агитационная деятельность и маркетинг. PR-технология, как и любая социальная технология, всегда представляет собой определённый воспроизводящийся технологический цикл – конечную последовательность процедур и операций

Однако сложность заключается в том, что в настоящее время еще недостаточно исследован опыт применения PR-технологий в сфере связей с общественностью с целью гармонизации межнациональных отношений. Все это обусловливает актуальность нашего исследования.

Проблемы межэтнических и межнациональных отношений изучали как отечественные, так и зарубежные исследователи.

Категория «отношение» изучалась в трудах Аристотеля, С. Бейли, Б. В. Бирюкова, Н. Гартмана, Г. В. Ф. Гегеля, Т. Н. Горнштейна, И. Канта, Г. В. Лейбница, Д. Локка, Л. А. Маньковского, Д. С. Милля, Платона, А. Н.

Радищева, А. Я. Райбекаса, Б. Рассела, Г. Спенсера, А. И. Уёмова, Ю. А. Шрейдера, Р. Эйслера, Д. Юма [2].

Понятия «межнациональные отношения» и «нация» подвергались анализу в работах Н. М. Айдаевой, К. С. Аксакова, У. Альтерматта, Б. Андерсона, П. Е. Астафьева, С. Д. Баранова, О. Бауэра, В. Г. Белинского, Н. А. Бердяева, Т. Ю. Бурмистровой, Э. Геллнера, К. А. Гельвеция, Г. В. Ф. Гегеля, К. Г. Гусаевой, Д. Дидро, И.С. Малолетковой, Ю. В. Манько, и др[3].

Содержание понятия «межэтнические отношения» и «этнос» раскрывается в трудах Н. Аберкромби, Н. М. Айдаевой, У. Альтерматта, Б. Андерсона, Э. Балибара, Ф. Барта, М. Брауна, Ю. В. Бромлея, И. Валлерстайна.

Аклаев Л.Р. Этнополитическая конфликтология: Анализ и менеджмент. Горовиц Д.С. Теория межэтнического конфликта[4].

Особое внимание исследователей обращено на конфликт между республиками Ингушетия и Северная Осетия – Алания. В период после осетино-ингушского конфликта 1992г. межэтнические отношения в северо-кавказском регионе, куда входят Республика Ингушетия и Республика Северная Осетия – Алания, остаются достаточно напряжёнными. В работах М.Р. Деметрадзе, Э.И. Скакунова, Л.Л. Хопёрской рассматриваются как этнополитические процессы в современной России, так и пути выхода из кризиса. Анализу роли и места этнического фактора и этнических групп в процессе дестабилизации политической системы общества в северокавказских республиках, а также поиску путей урегулирования

[2] Дробижева Л.М. Этнические конфликты //Социальные конфликты в меняющемся российском обществе (детерминация, развитие, разрешение), С 102.

[3] Арутюнян Ю.В. О социальной структуре общества в постсоветской России, С 16-21.

[4] Дробижева Л.М. Этнические конфликты //Социальные конфликты в меняющемся российском обществе (детерминация, развитие, разрешение), С 24.

межнациональных отношений посвящены работы Г.С. Денисовой, О.В. Борисовой и др.

PR-технологии в системе этнонациональной политики – есть совокупность методов, подходов, механизмов и инструментария, необходимых для создания социально-политико-психологической среды, благоприятной для коэволюции и соразвития всех элементов этносистемы, достижения высокого уровня национальной терпимости и толерантности, а также поддержания межнационального мира и согласия в обществе посредством эффективного управления общественными отношениями.

В рамках конструктивистского подхода необходимо также признать актуальность применения комплексных PR-технологий долговременного характера для решения стратегически важных задач в сфере межэтнических отношений. Однако сложность заключается в том, что в рамках российской социологической и политической теории и практики практически отсутствуют исследования, раскрывающие смысл, принципы и методы применения технологий связей с общественностью в национальной политике.

При использовании технологий связи с общественностью в национальной политике кроме этнических, необходимо учитывать и другие особенности социальных групп – адресатов, на которых они направлены: конфессиональные, социокультурные, психологические и ментальные и др. Речь идет о принципе дифференцированного подхода и учете различий. Только тогда гибкие и универсальные PR-технологии будут содействовать установлению благоприятного социального фона для развития всех этнических групп.

Оценку роли и места России в глобальном информационном пространстве, а также анализ информационной политики и технологий

информационного воздействия дают в своих трудах С.Г. Кара-Мурза, А. В. Манойло, А.И. Петренко, И.Н. Панарин, Д.Б. Фролов[5].

Таким образом, решение проблем возникающих в межэтнических отношениях является очень актуальным для современного общества. Очень важно вырабатывать толерантное отношение к другим национальностям в молодежной и студенческой среде.

Цель работы заключается в том, чтобы комплексно исследовать зарубежный, отечественный и региональный опыт преодоления межнациональных проблем путем применения PR-технологий и на основе полученных знаний разработать PR-проект, направленный на преодоление межнациональной напряженности в студенческой среде Сибирского Федерального Университета.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

-рассмотреть сущность и вид современных PR-технологий, а также их роль в решении социальных проблем;

-проанализировать межнациональные проблемы в современной России;

-изучить опыт решения межнациональных проблем средствами PR-мероприятий;

-рассмотреть проблему межнациональной напряженности в студенческой среде Сибирского Федерального Университета (СФУ);

-разработать и апробировать проект PR-мероприятия форум межнациональных отношений "Культурный диалог";

-проанализировать эффективность проекта PR-мероприятий форум межнациональных отношений "Культурный диалог".

Объект работы: межнациональные проблемы.

[5] Лебедева Н.М. Этническая толерантность в регионах России: теория и практика, С 205.

Предмет работы: PR-технологии в решении межнациональных проблем.

Методы исследования: анализ, синтез и обобщение научной и методической литературы по проблеме исследования, анкетирования.

Научная новизна работы определяется как постановкой самой проблемы, так и полученными на теоретическом и эмпирическом уровнях результатами. Данная работа является социологическим исследованием, в которой дается анализ особенностей межэтнических отношений среди молодежи. Новизна работы заключается в следующем:

- Дана интерпретация понятий «PR-деятельность», «Межнациональные конфликты».
- Дано описание различных видов PR-деятельности.
- Эмпирическим путем выявлены межнациональные отношения студентов СФУ.

Практическая значимость исследования определяется актуальностью проблемы межэтнических отношений. Предлагаемые результаты исследования и мероприятия, направленные на снятие межнациональной напряженности, могут быть использованы при работе со студентами и молодежью. Кроме того, содержание работы может быть востребовано исследователями, работающими в смежных областях – политологами, психологами, культурологами и т.д.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, содержит приложения. Библиографический список составляет 68 наименований. Структура работы представлена в оглавлении, вышеуказанные задачи отражают поэтапный ход предпринятого исследования.

ГЛАВА I. Теоретические основы использования PR-мероприятий в решении межнациональных проблем.

1.1. Понятие PR-технологий: сущность, виды, роль в решении социальных проблем.

Связи с общественностью (далее PR) являются относительно новой сферой деятельности на отечественном рынке, поэтому основополагающие термины и определения данного вида деятельности взяты из работ зарубежных авторов (Р. Блэк, Э. Бернейз, и др.), но ряд отечественных специалистов (Э.А. Уткин, И.П. Артемникова и др.), полагаясь на общепризнанную экономическую литературу, тоже дают определение целям, задачам и функциям PR-деятельности [6].

Точное и исчерпывающее определение PR дать крайне сложно из-за широты целей и действий, охватываемых этим понятием. Поэтому до сих пор нет четкой общепринятой формулировки.

Например, Институт общественных отношений в Великобритании считает, что PR – это планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью, где под «общественностью» понимаются работники данной организации, ее партнеры и потребители ее продукции [7].

В Новом международном словаре Уэбстера PR определяется как «содействие установлению взаимопонимания и доброжелательности между личностью, организацией и другими людьми, группами людей или

[6] Давитадзе М.Д. Причины возникновения и стадии развития межнациональных конфликтов // Стабилизация ситуации и мирное развитие на Северном Кавказе. 1–я Межд. науч. –практ. конф. , С 90.

[7] Арутюнян Ю.В. О социальной структуре общества в постсоветской России. – М.: Дело, С 36-41.

обществом в целом посредством распространения разъяснительного материала, развития обмена информацией и оценки общественной реакции»[8].

Наиболее лаконичное определение PR, предложенное английским социологом Сэмом Блэком, гласит: «PR – искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности»[9].

В современной литературе сложилось два подхода, определяющих сущность PR: социальный и технологический. Первый подразумевает достижение социального согласия, обеспечение социального взаимодействия. PR-деятельность рассматривается как двусторонняя симметричная коммуникация между субъектами этой деятельности. Главной задачей является достижение взаимопонимания между социальными структурами, осуществляющими PR-деятельность, и их социальным окружением.

Второй подход связан с изучением технологий управления, методов воздействия на людей. Вся PR-деятельность сводится к односторонней коммуникации, направленной на создание благоприятного имиджа компании и общественного мнения. PR рассматривается как эффективный механизм формирования общественного мнения.

В специальной литературе PR нередко соотносится, а иногда и отождествляется с такими феноменами массовой коммуникации, как реклама и пропаганда. Взаимосвязь между ними, несомненно, существует, поскольку в их основе лежит коммуникация, включая все ее составляющие: коммуникатора, реципиента, докоммуникативные и посткоммуникативные эффекты, интеркоммуникативные влияния, кодирование и декодирование информации и т.д. Однако цели и способы трансляции информации не

[8] Костюков И.А. Управление межэтническими отношениями, С 166.

[9] Лазарев С.А. Менеджмент в проектной деятельности: Учебное пособие, С 89.

одинаковы. Поэтому некорректно отождествлять эти социальные феномены[10].

Джеймс Грюниг и Том Хант подразделяют все существующие виды PR-практики на четыре типа. Это четыре основных этапа развития PR. Каждая модель характеризуется определенным видом PR-деятельности:

1) PR-технологии как паблисити;

2) модель общественной информации;

3) двусторонняя асимметричная модель;

4) двусторонняя симметричная модель.

Эти модели имеют различные цели, встречаются в различных организационных структурах и, как правило, требуются различные способы оценки результатов их деятельности[11].

В первой модели PR-практика выполняет функцию пропаганды. PR-специалисты пытаются заставить нас поверить какой-либо организации часто с помощью неполной, искаженной и не совсем правдивой информации. Основной принцип данного подхода: «результат оправдывает средства».

Целью второй модели является распространение информации, не всегда с целью убеждения. PR-специалист выполняет роль журналиста, который должен донести публике объективную информацию о своей организации. Исходный тезис данного подхода: «Говорить правду, только правду и ничего кроме правды», даже в том случае, если она угрожает самому существованию той или иной организации. Сторонники данного подхода утверждают, что общественность состоит из разумных людей, которые в состоянии принять правильное решение, получив полную и точную информацию. PR-специалист выступает как своего рода адвокат,

[10] Лебедева Н.М. Этническая толерантность в регионах России: теория и практика, С 206.

[11] Лазарев С.А. Менеджмент в проектной деятельности: Учебное пособие, С 46.

представляющий интересы своего клиента в суде общественного мнения. В рамках данного подхода был создан метод раздачи пресс-релизов в широких масштабах.

В третьей, двусторонней асимметричной модели, PR-специалист занимается так называемым «научным убеждением». В своей работе он использует имеющиеся теоретические и практические знания о поведении и отношениях людей, для того чтобы убедить публику принять и поддержать точку зрения организации. Сторонники данного подхода считают, что PR-специалист должен найти в деятельности фирмы или компании аспекты, которые привлекают людей, а затем их усиленно освещать. Кроме того, он должен изучить ценности и установки публики и на основании этого предложить своей организации способы демонстрации этих ценностей и установок в своей деятельности.

Хотя PR-практики, использующие эту модель, заявляют, что они выражают интересы общественности на уровне взаимодействия с организацией, на самом деле они только знакомят администрацию компании с тем, что люди готовы принять. Они не говорят менеджерам, что нужно изменить в деятельности организации, чтобы удовлетворить общественность. Для того чтобы в полном объеме представить интересы публики внутри организации, необходимо использовать двустороннюю симметричную модель PR.

В четвертой модели PR-практик выступает в роли посредника между организацией и обществом. Его цель – установление взаимопонимания между ними. В этом случае чаще используется социологическая теория коммуникации, а не убеждения. Эту модель начали разрабатывать в 1960-е годы. И сегодня многие PR-специалисты только начинают применять ее на практике. Одна из основных идей – говорить правду, «потому что раньше или позже общественность все равно узнает ее, так или иначе. А если людям

не нравится то, что вы делаете, измените свою политику и приведите правду в соответствие с желаниями людей»[12].

Можно выделить минимум 10 наиболее популярных видов PR[13]:

Чёрный PR – это распространение негативной информации о конкуренте; в основе такого «негатива» лежат истинные факты (и совсем не обязательно – из «грязного белья» конкурента). В западной практике «чёрный» PR – не всегда моральные, но всегда законные действия. С развитием демократии закон постепенно «загнал» конкуренцию в цивилизованные рамки. Американцев можно уличить в лицемерии, но никто не рискнёт обвинить их в попрании закона. Поэтому будь ты хоть президентом, но если попался на несанкционированном подслушивании, результативный «чёрный» PR тебе обеспечен[14].

«Чёрный PR» появился в России практически одновременно с элементами маркетинговой коммуникации: рекламы, собственно public relations. Основной предпосылкой возникновения «черного PR» как сферы человеческой деятельности явилось рождение конкуренции, когда различные товары (в широком смысле этого слова) оказались зажатыми в одном узком информационном поле.

Жёлтый PR – использование, с целью привлечения внимания, оскорбительных для большинства населения данного государства элементов. Этот вид PR связан с использованием скандалов, раздуванием сенсаций, папарацци, эпатажем и прочей желтой журналистикой.

Серый PR – реклама (положительная или отрицательная), скрывающая свой источник. В отличие от «чёрного PR», не предполагает прямой лжи о

---

[12] Дробижева Л.М. Этнические конфликты //Социальные конфликты в меняющемся российском обществе (детерминация, развитие, разрешение), С 81.

[13] Лазарев С.А. Менеджмент в проектной деятельности: Учебное пособие, С 44.

[14] Давитадзе М.Д. Причины возникновения и стадии развития межнациональных конфликтов // Стабилизация ситуации и мирное развитие на Северном Кавказе. 1–я Межд. науч. –практ. конф.,С 119.

своем происхождении. Также под серым PR иногда понимают разновидность непрямого черного PR, не содержащую прямой лжи и направленную на подсознание реципиента.

Белый PR – устойчивая двусторонняя система прохождения информации от субъекта PR к общественности (внешней, внутренней) и наоборот на основе сотрудничества. Белый PR противопоставляется черному PR, если черный PR – это распространение негативной информации о ком-то, то белый PR имеет совсем противоположное определение.

PR-агентства представляющие того или иного кандидата в предвыборной гонке, чаще всего используют метод белого PR, таким образом характеризуя своего кандидата только с положительной стороны. Необходимо, чтобы о потенциальном кандидате заговорили все, поэтому необходимо привлечь к нему как можно больше внимания. Этого можно достичь распространяя информацию о нем в СМИ. Целью белого PR является завоевание доверия как можно большего количества людей, в конечном итоге завоевать прочный авторитет среди людей.

Self PR (самопиар) – «раскручивание» себя самого, нередко анонимное.

Коричневый PR – понятие, близкое к пропаганде фашисткой и неофашистской идеологии.

Зеленый PR – массированное, принимающее порой агрессивную форму воздействие на общество гринписовцев и членов других экологических организаций.

PR цвета хаки – нацелен на информационное воздействие на противника в ходе военных действий, текущую пропагандистскую работу с военными кадрами, СМИ и населением. PR цвета хаки используется для придания рекламному продукту окраски милитари. Яркий пример – использование в рекламном продукте военной формы, игр слов с военными командами: «отбой», «стоять», «отжаться», «огонь» и т.д.

Кровавый PR – это PR, нацеленный на летальный исход объекта или на принятие на себя ответственность за чужое громкое злодеяние. Определение вошло в обиход после 11 сентября 2001 г. и стало употребляться для характеристики информационной составляющей терроризма.

Вирусный PR – приближен к обыденному пониманию пиара, т.е., когда люди делятся друг с другом или попросту сплетничают. При этом информация может распространиться независимо сама по себе.

Помимо названных видов PR можно говорить еще о красном PR, розовом PR, золотом PR, социальном PR, конфликтном PR, судебном PR [15].

Основными единицами осуществления связи с общественностью, являются PR-мероприятия. PR-мероприятия – это общественно значимые, целевые, планируемые акции, проводимые рекламодателем или по его заказу в целях достижения PR-результата.

Базовое определение кампании по связям с общественностью принадлежит Е.А. Блажнову[16], согласно которому, PR-кампания – это «комплексное и многократное использование PR-средств, а также рекламных материалов в рамках единой концепции и общего плана воздействия на мнения и отношения людей в целях популяризации имиджа, поддержания репутации, создания паблисити». Иными словами, это довольно большое количество PR-мероприятий, проведенных в определенный промежуток времени с целью достижения конкретных результатов. Из этого определения следует, что не всякая деятельность в сфере связей с общественностью является PR-кампанией. Для того чтобы считаться таковой, она обязана включать в себя как минимум пять признаков.

Во-первых, в любой кампании по связям с общественностью должны преимущественно использоваться PR-средства. PR-кампания может

---

[15] Арутюнян Ю.В. О социальной структуре общества в постсоветской России, С 211-240.

[16] Лазарев С.А. Менеджмент в проектной деятельности: Учебное пособие, С 26.

использовать и рекламу в качестве одного из вспомогательных средств, но, ни в коем случае не должна ограничиваться ею, так как в этом случае она стала бы рекламной кампанией. Существует очень большое разнообразие средств по связям с общественностью. Все PR-средства могут быть разделены на две большие группы. В первую группу входят PR-средства передающие входящую информацию (исследования общественного мнения, «горячие линии», мониторинг радио- и телепередач, личные контакты, консультации и т.п.). Ко второй группе причисляют те средства, которые передают исходящую информацию (пресса, выставки, конференции, рассылки и т.п.).

Во-вторых, PR-кампания подразумевает общую концепцию и план действий. Именно этим она отличается от спонтанной или реактивной PR-деятельности, которая преобладает в современной России. Отсутствие тщательно обдуманного плана и концепции работы самым пагубным образом отражается на работе. П. Грин по этому поводу решительно заявляет: «Неструктурированная деятельность в области паблик рилейшнз никогда не будет столь эффективной как планируемая программа»[17].

В-третьих, любая PR-кампания рассчитана на определенный период времени и в зависимости от масштаба мероприятий рассчитывается на период от нескольких месяцев до нескольких лет. Типичная кампания по связям с общественностью имеет годовой цикл. Таким образом, по этому признаку кампании по связям с общественностью отличаются как от других, еще более краткосрочных мероприятий, так и не имеющих определенных временных границ PR-программ, которые «можно рассматривать как растянутые во времени, часто непрерывные усилия практиков по связям с общественностью, направленные на достижение долгосрочных целей»[18].

[17] Лебедева Н.М. Этническая толерантность в регионах России: теория и практика, С 288.

[18] Лазарев С.А. Менеджмент в проектной деятельности: Учебное пособие, С 63.

Программы по связям с общественностью представляют собой достаточно общий план действий и не имеют четко очерченных временных параметров.

В-четвертых, качественная PR-кампания должна носить комплексный характер и затрагивать почти все стороны деятельности фирмы (организации). Они включают в себя, как минимум, несколько мероприятий. Поэтому их осуществление и налаживание коммуникаций с целевыми аудиториями по самым разнообразным каналам требует вложения значительных материальных и финансовых ресурсов. С одной стороны, PR-кампании намного дешевле обычных рекламных кампаний, поскольку не требуется оплата за рекламные площади. С другой стороны, оплата специалистов, затраты на специальные мероприятия и технические расходы не позволяют отнести PR-кампании к малобюджетным и тем более бесплатным технологиям.

И, наконец, в-пятых, все PR-кампании имеют общую структуру. По замечанию Г.Г. Почепцова, «…в большинстве случаев кампания по паблик рилейшнз строится по одной модели, будь-то перед нами продвижение политика или товара на рынок»[19]. Об этом же пишет В.А. Моисеев: «… многообразие кампаний по паблик рилейшнз предполагает какие-то общие подходы, единые и достаточно универсальные методики, четкие рекомендации в каких-то базовых координатах, определенную повторяемость элементов и возможность тиражирования результатов. Без чего, в принципе, не может состояться никакая профессиональная деятельность, сколь бы творческой и поисковой она ни объявлялась».

По формам PR-мероприятия классифицируются следующим образом:

- брифинг – это акция одной новости, короткая встреча официальных лиц, представляющих государственные или коммерческие структуры с

[19] Давитадзе М.Д. Причины возникновения и стадии развития межнациональных конфликтов // Стабилизация ситуации и мирное развитие на Северном Кавказе. 1–я Межд. науч. –практ. конф. М., С 198.

представителями СМИ, на которой сообщается новость, излагается позиция по определенному вопросу. Брифинг удобен для сообщения запланированных сенсаций (т.е. новостей, рассчитанных на неожиданность, эмоциональное восприятие, на эффект. Способ, рассчитанный на то, что информация или идеологический тезис, упрятанный в эту информацию, будет воспринят аудиторией некритически в силу того, что эмоции подавят желание критически осмыслить сообщаемое.

- пресс-конференция – организованная встреча журналистов с представителями учреждений, компаний, организаций или отдельными персонами. Цели пресс-конференции: предоставление СМИ информации и комментариев по различным аспектам, из первых рук, проверка сведений и уточнение версий с помощью вопросов и ответов;

- пресс-тур – экскурсия, организованная для журналистов с целью привлечения внимания к региону, проекту, предприятию. Пресс-тур может выступать самостоятельным информационным поводом;

- презентация – официальное представление нового предприятия, фирмы, объединения, проекта, товара кругу приглашенных лиц. Обычно презентация проводится с рекламно-коммерческими целями обретения покупателей демонстрируемых товаров, которым раздаются образцы продукции;

- выставка – показ достижений в области экономики, науки, техники, культуры, искусства и других областях общественной жизни;

- конференция – совещание представителей организаций, ученых, специалистов разных сфер деятельности по заранее определенной тематике;

- шоу-маркетинг, т.е. специальные программы продвижения товаров и услуг в рамках рекламных шоу. Цели: создание известности и популярности PR-объекту в форме сценического зрелища, концерта, действия с участием известных актеров, спортсменов, политиков и т.д.;

- размещение продукции в кино и телефильмах (product placement) с целью «интеграции бренда», когда создается впечатление, что данная продукция является обязательным элементом определенного образа жизни и т.п.;

- спонсорство – осуществление вклада (в виде денежного взноса, предоставления имущества, результатов интеллектуальной деятельности, оказания услуг, проведения работ) юридическим или физическим лицом в деятельность другого юридического или физического лица (спонсируемого) на условиях распространения спонсируемым рекламы о спонсоре, его товарах. Спонсорский вклад признается платой за рекламу, а спонсор и спонсируемый – соответственно рекламодателем и распространителем рекламы.

- «горячая линия» (hot line) – эффективное средство двусторонней доверительной связи с общественностью. Сообщение о введении «горячей линии» дается в газетах и / или на телевидении. Оно позволяет предоставлять информацию, а также получать сведения об общественном мнении. Пресс-центр, «горячая линия» и т.п. могут быть доступны 24 часа в сутки, фиксировать содержание звонков для того, чтобы знать, какие темы наиболее актуальны;

- промо-акция (promotion) – стимулирующее мероприятие по продвижению бизнес-продукта на рынке, рассчитанное на формирование интереса к товару, личности, организации или направлению деятельности[20].

1.2. Межнациональные проблемы в современной России

[20] Давитадзе М.Д. Причины возникновения и стадии развития межнациональных конфликтов // Стабилизация ситуации и мирное развитие на Северном Кавказе. 1–я Межд. науч. –практ. конф. М., С 201.

Обострение межнациональных проблем во всем мире усилило внимание к методологическим и концептуальным поискам в сфере межнациональных конфликтов.

«Межнациональные конфликты как социальное явление есть столкновение интересов разного уровня и содержания, и представляет собой проявление сложных глубинных процессов в отношениях между отдельными этническими общностями, группами людей, протекающих под влиянием множества социально-экономических, политических, исторических, психологических, территориальных, сепаратистских, языково-культурных, религиозных и иных факторов», – считает М.Д. Давитадзе[21].

Это означает существование национальных противоречий и проблем, вызывающих межнациональные конфликты, что, в свою очередь, порождает необходимость изучения причин их возникновения.

Авторы труда «Социология межнациональных отношений в цифрах» выделяют следующие факторы, оказывающие влияние на межнациональные конфликты:

1. Национальный состав региона конфликта (выше его вероятность в смешанных регионах);

2. Тип поселения (вероятность выше в большом городе);

3. Возраст (крайние полюсы: «старшие-молодые» дают более высокую вероятность конфликта);

4. Социальное положение (выше вероятность конфликта при наличии маргиналов);

5. Уровень образования (корни конфликта гнездятся в массе невысокого уровня образования, однако, следует помнить, что идеологами его всегда выступают отдельные представители интеллигенции);

6. Политические взгляды (конфликты значительно выше у радикалов).

---

[21] Арутюнян Ю.В. О социальной структуре общества в постсоветской России, С 318.

Какими бы причинами ни вызывались межнациональные конфликты, они приводят к массовому нарушению законов и прав граждан. Объективными причинами обострения межнациональной напряженности могут быть:

- во-первых, последствия серьезных деформаций национальной политики, накопившаяся за долгие десятилетия неудовлетворенность, выплеснувшаяся наружу в условиях гласности и демократизации;

- во-вторых, результат серьезного ухудшения экономического положения в стране, которое также порождает недовольство и вражду у различных слоев населения, причем эти негативные настроения катализируются, прежде всего, в сфере межнациональных отношений;

- в-третьих, следствие закостеневшей структуры государственного устройства, ослабления тех основ, на которых создавалась свободная федерация советских народов[22].

Межнациональные конфликты по причине и характеру происхождения могут быть:

а) социально – экономическими (безработица, задержки и невыплаты зарплаты, социальных пособий, не позволяющие большинству граждан удовлетворять необходимые потребности, монополия представителей одного из этносов в какой-либо сфере услуг или отраслей народного хозяйства);

б) культурно – языковыми (связанными с защитой, возрождением и развитием родного языка, национальной культуры и гарантированных прав национальных меньшинств);

в) этнодемографическими (сравнительно быстрое изменение соотношения численности населения;

[22] Лазарев С.А. Менеджмент в проектной деятельности: Учебное пособие, С 76-79.

г) этнотерриториально – статусными (несовпадение государственных или административных границ с границами расселения народов, требование малых народов о расширении или приобретении нового статуса);

д) историческими (взаимоотношения в прошлом – войны, былые отношения политики «господство – подчинение», депортации и связанные с ними негативные аспекты исторической памяти, и т. д.);

е) межрелигиозными и межконфессиональными (включая различия в уровне современного религиозного населения);

ж) сепаратистскими (требование создать собственную независимую государственность или же воссоединение с соседним «материнским» или родственным с культурно – исторической точки зрения государством).

Конфликты по поводу национальных ценностей, важнейших жизненных установок в сфере межнациональных отношений входят в число наиболее сложно разрешаемых, именно здесь наиболее остро может стоять проблема обеспечения и защиты гражданских, социально – культурных прав индивидов, представителей тех или иных этнических групп.

По мнению А.Г. Здравомыслова, источником конфликта является мера и форма распределения властных полномочий и позиций, имеющихся в иерархии властных и управленческих структур. Собственно, это политологический подход, в котором первоочередное внимание уделяется трактовке роли национальной элиты в мобилизации чувств в процессе межнациональной напряженности и ее эскалации до уровня открытого конфликта. Именно вопросы власти, роли местных национальных элит, стремящихся к ее обладанию, связи властных органов и процессов распределения правомочий, экономических ресурсов, материальных благ, обладание определенными привилегиями – являются исходной основой для понимания причин роста межнациональной напряженности и, как ее

следствие, конфликтов, ущемления прав личности, интересов конфликтующих сторон[23].

В зависимости от мотивов (причин), особенностей субъективного состава, межнациональные конфликты могут быть представлены следующим образом:

1. Национально-территориальные конфликты. Во многих случаях данные конфликты содержат попытки решения проблем «исторической родины» (исконные территории проживания или воссоединения разных этнических общностей);

2. Конфликты, связанные со стремлением национальных меньшинств реализовать право на самоопределение;

3. Конфликты, источником которых является стремление депортированных народов восстановить свои права;

4. Конфликты, основанные на столкновении правящих национальных элит в экономической и политической сферах;

5. Конфликты, связанные с дискриминацией какой-либо нации, этноса, нарушением ее прав либо прав, свобод и законных интересов ее представителей;

6. Конфликты, обусловленные принадлежностью (по национальному признаку) к разным религиозным общинам, течениям, т. е. на конфессиональной почве;

7. Конфликты, имеющие в своей основе расхождения и столкновения национальных ценностей (правовых, лингвистических, культурных и др.)[24].

За проявлениями межнациональных противоречий во многих случаях реально стоят экономические проблемы. Например, в Карачаево-Черкессии

[23] Давитадзе М.Д. Причины возникновения и стадии развития межнациональных конфликтов // Стабилизация ситуации и мирное развитие на Северном Кавказе. 1–я Межд. науч. –практ. конф. М., С 230.

[24] Дробижева Л.М. Этнические конфликты //Социальные конфликты в меняющемся российском обществе (детерминация, развитие, разрешение), С 106.

не созданы элементарные механизмы рыночных отношений. Не решив экономические проблемы, вряд ли удастся решить межнациональные противоречия.

На характере межнациональных отношений может сказываться и так называемая модернизация страны (а в действительности – ее разрушение), все более явное неравномерное социально-экономическое развитие территорий.

Различия по заработной плате между регионами достигают сегодня 9 – 10 раз, по прожиточному минимуму – 9 раз, по уровню зарегистрированной безработицы – 20 раз. Эти диспропорции на фоне социально-экономической нестабильности могут провоцировать глубокие социальные конфликты, которые в полиэтничных регионах обретают этнополитическую окраску.

По данным исследований, проведенных Центром социологии межнациональных отношений Института социально-политических исследований РАН, существует совокупность факторов, детерминирующих напряженность в межнациональных отношениях. Причем представления об этом отличаются в различных этнических группах. На первое место выходят такие признаки, как неуважение к языку, обычаям, культуре людей других национальностей, ошибки в национальной политике. Поэтому остается актуальной задача разработки и реализации более эффективной национальной политики.

Региональные особенности Красноярского края – сложный, многоуровневый состав проживающего населения. Несмотря на объединение края с северными автономными округами, тема национальных автономий еще долго будет оставаться в зоне общественных спекуляций; география размещения – большая протяженность территории, огромная площадь территории и низкая плотность населения; специфика демографических и миграционных процессов – снижение численности населения с 1992 по 2011 гг. на 262 тыс. человек или 8%.

Особенности этнического состава населения края − 137 национальностей общей численностью 320 тысяч человек или 10,5% от общего числа жителей (по итогам переписи населения 2002 г.), не считая трудовых мигрантов. Народы Красноярского края можно условно поделить на 4 большие группы: русские, автохтонное население, национальные меньшинства, иммигранты.

Русский этнос − общая численность 2,45 млн. человек или 87,5%. Это системообразующий этнос. От его социального, общественного и психологического самочувствия зависит стабильность межнациональных отношений в регионе. Характерные особенности имеют такие субэтнические группы русского населения, как казаки, старожилы-ангарцы, старообрядцы-беспоповцы.

Автохтонное население. Это этносы, отнесенные к категории «коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока». В настоящее время таковых восемь: долганы, кеты, нганасаны, ненцы, селькупы, чулымцы, эвенки, энцы. Возможно, к ним добавятся ессейские якуты. Общая численность 16,6 тыс. человек, из них в зоне традиционного природопользования – 12 тыс. человек. Основные проблемы: вопросы физического выживания, развитие традиционных форм природопользования, занятость, алкоголизация.

Национальные меньшинства − это более 110 этносов общей численностью 300 тыс. человек, или 10%. Основные проблемы: сохранение национального языка, культуры, традиций. Для отдельных национальностей характерна образовательная и научная деятельность, развитие связей с исторической родиной (в т.ч. экономических), культурно-просветительская работа, информационно-юридические услуги (для соотечественников-мигрантов).

Иммигранты представляют свыше 30 национальностей. Общая численность − более 120 тыс. чел. Находятся на территории края как гости,

туристы, учащиеся вузов, но основная масса − в качестве иностранной рабочей силы. Основные проблемы: регулирование миграционных потоков и сферы их трудового использования, необходимость легализации «серой» миграции и информационное и юридическое просвещение, защита прав. Языковая и социальная адаптация, в отношении желающих получить российское гражданство – социальная интеграция, языковая адаптация учащихся-инофонов.

На сегодня в крае действует 70 национально-культурных организаций, с филиалами – почти 200 объединений по 48 национальностям. Существует много переговорных площадок: общественные палаты национальностей и КМНС Гражданской ассамблеи Красноярского края, Совет молодежных национальных объединений края, Межнациональный культурный центр при Дворце Труда и Согласия, Совет мусульман края и т.д. Руководители ряда национальных объединений входят в состав различных ведомственных и межведомственных координационных общественных советов и комиссий.

В крае зарегистрировано 293 религиозных организаций двух с половиной десятков конфессий и деноминаций. Помимо этого на правах религиозных групп действует свыше одной тысячи общин, объединений, групп по 40 различным религиозным направлениям. Из числа зарегистрированных религиозных организаций на долю православных конфессий приходится 40%, на долю различных протестантских течений − 42%. В крае сильны позиции этнических мусульман, численность которых за счет трудовых мигрантов из Средней Азии и Кавказа неуклонно растет. На юге края находится российский центр Церкви Последнего завета − самого крупного отечественного неокульта.

Стабильность и незыблемость межнациональных отношений в Красноярском крае, а также их миграционной составляющей – миф. Уровень этнотолерантности в Красноярье на современном этапе вызывает серьезные опасения. 57% опрошенных старшеклассников г. Красноярска и г.

Дивногорска испытывают недружеские чувства к тому или иному народу, группе национальностей. В первую очередь к народам Кавказа (суммарно 50% ответов), Средней Азии (20%) и выходцев из Китая (26%) – социальные опросы 2011-2012 гг. Нетерпимость по этническому признаку дополняется религиозной ксенофобией и, прежде всего, к мусульманскому миру. О своем негативном отношении к исламу заявило 44% старшеклассников, положительно отозвалось об этой мировой религии только 4%. Уровень мигрантофобии доходит до 71%[25].

1.3. Опыт решения межнациональных проблем средствами PR – мероприятий: история и современность.

Решение межнациональных проблем средствами PR-мероприятий, в полиэтническом социуме представляет собой актуальную как в теоретическом, так и в практическом плане проблему. Так как основной задачей использования PR-мероприятий будет преодоление межнациональной напряженности, то рассмотрим подробнее основные принципы данного направления.

Преодоление межнациональной напряженности представляет собой цель не только для России, но и всего мирового сообщества, обеспокоенного этой проблемой. Как отмечает Л.М. Дробижева, межнациональные отношения всегда изучались с целью их гармонизации, предотвращения дискриминации и регулирования напряженности и конфликтов[26].

Один из основных аспектов в преодолении межнациональной напряженности, в полиэтническом обществе − сохранение равновесия,

[25] Костюков И.А. Управление межэтническими отношениями, С 120-125.

[26] Дробижева Л.М. Этнические конфликты //Социальные конфликты в меняющемся российском обществе (детерминация, развитие, разрешение), С 92-99.

стабильности социальной системы − заключается в самой возможности достижения гармонии в отношениях между межнациональными группами.

Современная политика по преодолению межнациональной напряженности должна быть в первую очередь гражданской, то есть должна способствовать формированию гражданской нации – россиян, а также развитию межнационального согласия и гармонии. Речь идет, прежде всего, о формировании на государственном уровне новой надэтнической (общегражданской) идентичности.

Одним из самых эффективных принципов управления конфликтами являются принципы дипломатического (информационного) воздействия. При правильном их использовании они, как силовое воздействие, способны привести к результатам, отвечающим поставленным целям. Существенным преимуществом данного вида воздействия является его большее соответствие современным стандартам защиты прав человека. Вследствие чего, актуальным представляется использование PR-технологий[27].

Проведенное исследование показывает, что на данный момент существует только одно определение PR-технологий по преодолению межнациональной напряженности. По мнению кандидата политических наук Л.В. Савинова, PR-технологии гармонизации межнациональных отношений – есть совокупность методов, подходов, механизмов и инструментов, необходимых для создания среды, благоприятной для развития этнических общностей, путем достижения высокого уровня этнической толерантности, посредством эффективного управления общественными отношениями[28].

Использование тех или иных PR-технологий определяется, прежде всего, моделью политики преодоления межнациональной напряженности, Изучение мирового опыта преодоления межнациональной напряженности,

---

[27] Костюков И.А. Управление межэтническими отношениями, С 164.

[28] Лазарев С.А. Менеджмент в проектной деятельности: Учебное пособие, С 106-111.

показывает, что в теории и практике существует множество моделей межнациональной политики.

По мнению Дробижевой Л.М., существуют по сути две основополагающие модели этнической политики − ассимиляторская и мультикультурная.

Классической моделью мультикультурализма считается Канадская модель национальной политики, которая часто используется в качестве эталонной. В частности, комиссия ЮНЕСКО по культуре и развитию в 1997г. поддержала канадскую модель мультикультурализма в качестве примера для других стран.

В Канаде каждый индивидуум имеет возможность использовать собственную этническую культуру, культуру другой группы или смешивать разные культуры, имеет право и отказаться от использования любой из них, при этом индивидуум руководствуется только своими личными предпочтениями. Это обеспечивается за счет предоставления равных прав представителям всех этнических групп, все они признаны в равной степени и имеют равные возможности. Достигается это посредством государственных субсидий и грантов, а также деятельности специальных органов, отвечающих за развитие толерантности и андискриминационное развитие.

Следует отметить, что успешному ведению политики мультикультурализма способствует профессиональная программная деятельность PR-департаментов правительства и специальных культурных центров десяти провинций Канады, направленная на гармонизацию межнациональных отношений. Данная деятельность включает в себя три основных этапа:

1. Программная деятельность по развитию гражданского общества и гражданской идентичности (надэтнического сознания);

2. Проведение исследований в области межнациональных отношений и регулярный мониторинг ситуации;

3. Просветительская деятельность, направленная на продвижение идей толерантности в общество.

В рамках программной деятельности применяются различные PR-мероприятия. Одной из наиболее популярных и эффективных является технология социального проектирования. Социальное проектирование – это PR-мероприятия конструирования системы социальных действий, направленных на преодоление существующих социальных проблем, на позитивные изменения, на развитие социальной ситуации.

Наиболее развитыми в Канаде считаются PR-проекты по поддержке полиэтничного населения путем организации и проведения языковых тренингов, оказания помощи в трудоустройстве. Большое внимание уделяется работе в молодежной среде. К примеру, The Centre for Northern Families (Центр поддержки жителей северных территорий Канады), расположенный в Йеллоунайфе, занимается разработкой различных проектов, направленных на преодоление межнациональной напряженности, одним из которых стал the Mosaic Anti-Racism Youth Project (Мультикультурный антирасистский молодежный проект), цель которого заключалась в том, чтобы помочь детям и подросткам продвигать идеи этнокультурного разнообразия и бороться с проявлением расизма. В ходе реализации проекта было проведено несколько круглых столов и семинаров на тему проблемы расизма, ксенофобии, этнической дискриминации и стереотипной оценки представителей различных этносов. Событие было приурочено к Международному дню борьбы с расовой дискриминацией (21 марта)[29].

К следующему виду PR-мероприятий можно отнести информационно-просветительские технологии профилактики межнациональных отношений. Информационно-просветительские

[29] Костюков И.А. Управление межэтническими отношениями, С 44-47.

мероприятия преодоления межнациональной напряженности − это система действий, средств и методов, соединенных определенной целесообразной логикой их использования в конкретных условиях, которая позволяет добиваться достижения запланированных результатов в пропаганде идей толерантности. Продвижение идей толерантности может происходить путем социальной рекламы, организации специальных мероприятий, проведения PR-акций.

Ежегодно в феврале проводится Black History Month. Это уникальная возможность ознакомиться с достижениями афроканадцев в развитии страны. Аналогичное мероприятие, Asian History Month организуется в мае. В период проведения данных мероприятий в городах Канады проводятся различные выставки, экспозиции в музеях, показываются фильмы о достижениях данных этносов и др. Организуется ежегодный конкурс «March 21 Racism. Stop It! National Video Competition» («21 мая, День борьбы с расизмом. Останови его! Национальный конкурс видеосюжетов»). В данном конкурсе принимают участие подростки от 12 до 18 лет. Для участия в конкурсе необходимо создать собственный видеоролик, отображающий их размышления на тему расизма. В 2011 году в конкурсе приняло участие 1250 подростков, снявших 328 видеосюжетов.

Также ведется кампания социальной рекламы на постерах со слоганом "Racial discrimination begins in childhood become a racist". Таким образом, данные мероприятия способствуют вовлечению молодежи в процесс гармонизации межнациональных отношений, повышают их осведомленность о проблемах межэтнического взаимодействия, существующих в современном обществе и способах их решения.

Политика США признается рядом исследователей как мультикультуралистская. Среди наиболее часто применяемых и эффективных PR-технологий США хотелось бы выделить три: систему

этнологического мониторинга, Disruption (технология слома стереотипа), проектный фандрайзинг в образовании.

Этнологический мониторинг – это совокупность методов и инструментов, позволяющая оценивать социально-культурную и политическую ситуацию в многоэтничных странах, регионах и местных сообществах. Настоящая система этнологического мониторинга успешно развивается в рамках проекта Global Event Data System – GEDS (Глобальные данные). Предметом мониторинга, который сначала назвали этнологическим, а затем – этноконфессиональным, являются прежде всего, не «отношения» и даже не состояние культур (этносов), а то, что можно определить как «климат» или как состояние общественной среды, в которую включены разнообразные параметры – от жестких реалий экологии и демографии – до тематики общественных дебатов и дискуссий по вопросам интерпретации прошлого и сегодняшних проблем. То есть речь идет о всех социально значимых событиях и общественных реакциях на них. Именно такой широкий подход к состоянию общества, в котором проживают и взаимодействуют люди одной гражданской принадлежности и одной национальной (российской, если речь идет о Российской Федерации) культуры, но с выраженными интересами и приверженностями партикулярным культурным традициям (этническим, религиозным), представляется более адекватным, если мы задаемся целью заблаговременного рас познавания конфликтов.

Технология Disruption (Технология слома стереотипов), активно используемая американскими PR-структурами с целью изменения общественных установок (стереотипов) по поводу различных этносов, пришла из сферы бизнеса, применяемая там как технология обновления бренда. Disruption – (от англ. «разрыв»), название, данное этой креативной PR-технологии французским рекламистом Жаном-Мари Дрю. Изначально, будучи творческой технологией мировой рекламной сети TBWA, технология

Disruption теперь успешно помогает гармонизировать межнациональные отношения в США.

Главный концепт технологии − триединство «стереотип, разрыв и видение». На первом этапе идет поиск стереотипов, которые можно использовать для слома, на втором – способов разрыва этих стереотипов, а на третьем – нового видения. Обнаружив стереотип, следует: узнать его источник; понять, является ли он непреложным; оценить его разрывной потенциал. Разрыв – ключевой элемент PR-технологии, как и следует из ее названия. Это – цель всех действий. Поиск стереотипов – предпосылка Disruption, видение – следствие. Инструментом реализации данной технология является социальная реклама.

Ярким примером подобной социальной рекламы является постер, описывающий стереотипное отношение американцев к мексиканцам. Мексиканец, обладающий довольно привлекательной внешностью (новое видение), держит в руках рисунок, изображающий представителей его этноса в комичном виде, перегруженном атрибутами национального костюма (стереотипное видение). Постер сопровождается слоганом «We’re a culture, not a custume. This is not who I am and this is Not OKAY.» («Мы – культура, а не костюм! И это (изображенный на рисунке человек) не суть то, кем я являюсь. И это (изображать его таким) не есть хорошо!») (разрыв). На данном примере отчетливо прослеживаются все три этапа вышеописанной PR-технологии.

Следующими PR-мероприятиями является проектный фандрайзинг. Под «фандрайзингом» понимается деятельность, которая направлена на привлечение и аккумулирование средств из различных источников. Фанрдрайзинг представляет собой специально организованный процесс сбора пожертвований для благотворительных организаций или для обеспечения социальных программ[30].

[30] Лазарев С.А. Менеджмент в проектной деятельности: Учебное пособие, С 76-79.

Современные способы сбора пожертвований, так называемый электронный фандрайзинг, включают разнообразные виртуальные каналы: благотворительные СМС-сообщения, электронные кошельки, пожертвования через платежные терминалы, банкоматы, интернет-банки и пр.. Активное использование современных средств связи и платежей вызвано ростом эффективности электронного фандрайзинга, обусловленное ростом числа интернет-пользователей и сокращением расходов на организацию сбора частных пожертвований.

Сбор средств на сайте организации благотворительной программы. Позволяет использовать практически любой способ электронного фандрайзинга. В качестве примера достаточно посетить сайт одной из Программ Архангельского Центра социальных технологий «Гарант». Можно воспользоваться программой Благо.ру. Сайт программы http://www.blago.ru - мостик, соединяющий потенциального жертвователя и благотворительную организацию, независимо от того, в каком городе России находятся те и другие.

Программа организована и управляется филиалом Благотворительного фонда «Чаритиз Эйд Фаундейшн» — CAF Россия. CAF Россия гарантирует, что переведенные средства обязательно достигнут своего адресата, а их расходование будет целевым. Согласно Положению о Программе принять участие в «Благо.ру» может зарегистрированная в качестве юридического лица на территории РФ российская некоммерческая организация, которая занимается благотворительной или иной социально значимой деятельностью, имеет расчетный счет в банке и собственный сайт (страницу) в Интернете.

В западной практике функцию фандрайзеров на волонтерской основе зачастую выполняют управляющий и попечительский советы некоммерческой организации. В России такая практика существует в

попечительских советах фондов целевых капиталов, а также в некоторых благотворительных фондах. НКО может обратиться за помощью к консультанту по фандрайзингу, в мире существует около 500 фандрайзинговых консалтинговых агентств, в России также стали появляться подобные сервисы.

Идеальным случаем является организация, в которой вся команда сотрудников в той или иной мере вовлечена в фандрайзинг. Например, от работы программного менеджера с донором во многом может зависеть продолжение программы, ее развитие. А значит, ее дальнейшее финансирование. Примером таких саморазвивающихся организаций, в которых программные менеджеры включены в фандрайзинг, может быть CAF Россия, МОФ СЦПОИ, Фонд развития некоммерческих организаций «Школа НКО».

В рамках нашего исследования необходимо также рассмотреть PR-опыт России в преодолении межнациональной напряженности. Современная государственная конструкция России – это во многом наследие советского опыта государственного строительства. Кратко характеризуя этот опыт, можно сказать: рожденный в условиях политической борьбы и противоречий ленинского и сталинского видения государства и национального вопроса, Советский Союз имел ряд противоречивых особенностей.

С точки зрения межнациональных отношений, недостаток советской системы государственного устройства заключался в излишнем акцентировании внимания на национальности и политизации этнической сферы. Однако после распада СССР серьезному удару подверглась еще и общая политическая мифология страны. Политическая мифология – есть набор символов и представлений о тех или иных исторических событиях. Как отмечает Дж. Шнайдер, «в социальной сфере факты никогда не есть нечто само собой разумеющееся. Фактам нужна интерпретация, и еще их нужно наделить неким моральным значением». Любое государство создает систему

символов событий и стремится внедрить их в сознание граждан с целью обеспечения их лояльности и сплочения общества.

С распадом СССР пионерия, комсомол как общегосударственные интегрирующие организации перестали существовать. СМИ, обретя независимость, из канала трансляции интегрирующего поля превратились в субъект управления межнациональными отношениями. Их деятельность для межнациональной сферы зачастую стала носить характер более отрицательный, нежели положительный.

Напомним, что тогда на вопрос: «Считаете ли Вы необходимым сохранение Союза Советских Социалистических Республик как обновлённой федерации равноправных суверенных республик, в которой будут в полной мере гарантироваться права и свободы человека любой национальности?» – из 185,6 миллиона граждан СССР с правом голоса ответили 148,5 миллиона (79,5%); из них 113,5 миллиона (76,43% голосовавших, или 60,7% граждан) ответили «Да».

Важную роль в преодолении межнациональной напряженности, играет программная PR-деятельность. Здесь интересно ознакомиться с опытом Москвы. В последние четырнадцать лет ведется активная разработка целевых программ. Еще в декабре 1998 года Правительство Москвы подписало с комиссией РФ по делам ЮНЕСКО Соглашение о сотрудничестве в реализации проекта «Культура мира в России – год 2000». Визит генерального директора ООН по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) Федерико Майора ознаменовал развитие новой парадигмы − принципов Культуры Мира и, соответственно, толерантности. Основным шагом в этом направлении явилась разработка и реализация Комплексной городской программы «Москва на пути к культуре мира»[31].

[31] Костюков И.А. Управление межэтническими отношениями, С 81- 88.

Основными задачами программы было использовать опыт и возможности международных организаций для налаживания в городе Москве комплексной работы по воспитанию населения в духе мира, прав человека, демократии, а также в интересах укрепления согласия и взаимопонимания в сфере межэтнических и межконфессиональных отношений, создания поликультурного московского сообщества, развития межрегиональных связей Москвы в гуманитарной сфере.

Особенности реализации Программы ЮНЕСКО "На пути к культуре мира" в России обусловлены положением страны, которая переживает сложный, во многом болезненный, период переустройства и обновления экономических основ, демократизации всех институтов и сторон жизни, утверждения новых отношений между государством и гражданским обществом. Базовые составляющие культуры мира, будучи восприняты и органично включены в духовные ценности реформируемого общества, сыграют роль основного стимула прогрессивного развития, определят облик России в XXI веке.

Следует признать, что в настоящее время также активно развивается технология этнологического мониторинга. Уже более 10 лет в России и в большинстве других бывших советских республиках действует мониторинг академического образца, именуемый «Сеть этнологического мониторинга и раннего предупреждения конфликтов» (англоязычное наименование EAWARN – Early Warning).

Сеть имеет достойную историю и хорошую репутацию среди российских и зарубежных экспертов и политиков. Бюллетень Сети, ее ежегодные обзорные доклады, серия моделей этнологического мониторинга на основе специально разработанных индикаторов, и многие другие публикации активно используются работниками федеральных и региональных органов власти России, политиками и специалистами других государств СНГ и стран Балтии. Сеть регулярно публикует и распространяет

через Интернет собственные аналитические оценки конфликтности регионов и стран.

Следующей PR-технологией, применяемой в Российской Федерации, является технология этнической кооптации при проведении круглых столов. По мнению И.В. Савченко, технология этнической кооптации заключается в привлечении к сотрудничеству лидеров этнических групп с помощью широкого диапазона стимулов. Ведение открытой коммуникации с общественностью позволяет расположить к себе ключевые аудитории, тем самым изменять сложившиеся в обществе этнические стереотипы. Подобные круглые столы уже проведены в Самаре, Нижнем Новгороде, Москве, Санкт-Петербурге.

Например, в декабре 2014 года в Нарьян-Маре прошел круглый стол по вопросам снятия межэтнической напряженности и этноконфликтности, искоренению проявлений экстремизма и национальной розни.

На заседание собрались представители различных государственных структур, общественных организаций, окружных СМИ и, что немаловажно, первых лиц национальных диаспор региона. Было отмечено, что Ненецкий округ является одной из самых спокойных территорий России, где отсутствуют межэтнические конфликты. Хотя в НАО на сегодняшний день проживает более 40 различных народов, включая коренных жителей Заполярья: от ненцев, коми и русских до граждан стран ближнего и дальнего зарубежья. В регионе действуют более 20 землячеств, большая часть которых объединяет жителей округа, но есть и украинское, азербайджанское, армянское, татарское и башкирское землячества.

Так же, как и на западе, широко применяются информационно-просветительские PR-мероприятия. С просветительской целью Министерством регионального развития РФ выпущено уже два издания Атласа культур и религий народов России, их DVD-версии, изданы

специальные карты народностей и религий для учебных заведений, специальное учебное пособие «Толерантность и культура межнационального общения». Все это, по мнению В. Басаргина, должно использоваться в школьном и вузовском образовании, и может стать действенным средством «профилактики ксенофобии» в молодежной среде.

С 2009 года Минрегионом РФ реализуется комплексная информационная компания «Народов много – страна одна» по содействию формированию общероссийской идентичности граждан и гармонизации межнациональных отношений. Миллионы россиян видели по федеральным и региональным телесетям подготовленные в рамках компании телевизионные ролики, где известные в стране люди говорят о том, что нас объединяет.

Как отдельные PR-мероприятия можно обозначить организацию и проведение конкурсов. Учитывая роль и значимость СМИ в современном обществе, с 2008 года Минрегионразвития РФ вместе с Гильдией российской журналистики ежегодно проводит конкурс на лучшее освещение темы межэтнического взаимодействия, вручая премию «СМИротворец». В рамках конкурса Министерство проводит для журналистов и обучающие семинары. Вручение премии в прошлом году транслировалось по телевидению в День народного единства – 4 ноября. Благодаря конкурсу удалось сформировать некие стимулы для позитивного освещения журналистами темы межнациональных отношений. За два года проведения конкурса практически вдвое увеличилось количество положительных публикаций по межэтнической тематике.

Таким образом, зарубежный и отечественный PR-опыт преодоления межнациональной напряженности показывает, что применение PR-технологий становится все более востребованным способом решения проблем межнациональных взаимодействий, где силовые методы воздействия уступают информационным. При этом эффективность

применения PR-технологий прямо пропорционально зависит от степени развития гражданского общества.

В ходе рассмотрения поставленных задач, в первой главе нашей работы мы выяснили, что в современной литературе сложилось два подхода, определяющих сущность PR: социальный и технологический. Первый подразумевает достижение социального согласия, обеспечение социального взаимодействия. PR-деятельность рассматривается как двусторонняя симметричная коммуникация между субъектами этой деятельности.

Второй подход связан с изучением технологий управления, методов воздействия на людей. Вся PR-деятельность сводится к односторонней коммуникации, направленной на создание благоприятного имиджа компании и общественного мнения. PR рассматривается как эффективный механизм формирования общественного мнения. Можно выделить минимум 10 наиболее популярных видов PR[32]:

Обострение межнациональных проблем во всем мире усилило внимание к методологическим и концептуальным поискам в сфере межнациональных конфликтов. Конфликты по поводу национальных ценностей, важнейших жизненных установок в сфере межнациональных отношений входят в число наиболее сложно разрешаемых.

[32] Лазарев С.А. Менеджмент в проектной деятельности: Учебное пособие, С 126.

Глава II. Проект PR-мероприятий, направленных на преодоление межнациональной напряженности в студенческой среде Сибирского Федерального Университета (СФУ)

2.1.Характеристика межнациональной напряженности в студенческой среде Сибирского Федерального Университета (СФУ)

Изучив вопрос PR-технологий, рассмотрев межнациональные проблемы в современной России и опыт решения межнациональных проблем

средствами PR-мероприятий необходимо перейти к практической части работы.

Было проведено исследование характера межнациональной напряженности в среде студентов Сибирского Федерального Университета (СФУ) города Красноярска.

Выбор целевой аудитории был сделан не случайно, так как СФУ один из крупнейших университетов, который объединил в себе 20 институтов, 36 000 студентов и 3 300 преподавателей.

В СФУ большое внимание уделяется расширению международных связей и интеграции университета в международное научно-образовательное пространство. Управление международных связей осуществляет поддержку и сопровождение международных студентов, поступающих и обучающихся в университете, координирует осуществление международных проектов и контактов, представляет университет на международном уровне и организует прием международных официальных делегаций.

В настоящее время университет имеет тесные контакты с институтами и университетами таких стран, как Великобритания, Германия, Испания, Франция, Чехия, Словения, Италия, Япония, США, КНР, Вьетнам, Узбекистан, Турция, Сингапур, Монголия и Республика Корея. При поддержке партнерских вузов проводится выездная приемная кампания в странах ШОС. Планируется создание представительств СФУ в КНР, Кыргызской Республике, Монголии. Все это позволит развивать международную научно-исследовательскую деятельность, академические обмены студентами, преподавателями, исследователями.

В университете созданы и работают совместные учебно-научные подразделения:

- региональный научный центр геодинамической службы совместно с геонаучным центром г. Потсдама (Германия) и фирмой La Societe Collecte Localisation Satellites (Франция);
- научно-образовательный российско-германский центр и международный информационный центр «Восток-Запад» совместно с научным центром «Восток-Запад» при Кассельском университете;
- кафедра ЮНЕСКО «Новые материалы и технологии» в целях подготовки элитных специалистов: магистров, аспирантов и докторантов.

В СФУ обучается более 300 иностранных студентов, работают иностранные преподаватели из КНР, Японии, Турции, Италии и других стран (всего из 14 стран мира).

Таким образом, очень актуальным для СФУ является изучение межнациональной напряженности в студенческой среде. С этой целью было проведено анкетирование 50 студентов СФУ, которым были заданы следующие вопросы:

1. Ваш пол.

2. Ваш возраст.

3. Хорошо ли вы знакомы со своей национальной культурой?

4. Считаете ли себя верующим человеком?

5. Соблюдаете ли вы религиозные обряды?

6. Нужно ли сохранять национальную культуру народов?

7. Хорошо ли вы знакомы с культурой других национальностей, живущих в нашем регионе?

8. Как вы относитесь к представителям других национальностей?

9. Охотно ли вы общаетесь с представителями других народов?

10. Учитываете ли вы национальные обычаи людей во время общения с ними?

11. Имеет ли для вас значение национальность человека?

12. Как вы относитесь к межнациональным бракам?

13. Как вы оцениваете межнациональные отношения в ВУЗе?

14. Ощущаете ли вы на себе дискриминацию по национальному признаку?

15. Как вы считаете, какие меры следует принять для улучшения межнациональных отношений в студенческой среде?

В результате проведения анкетирования, мы получили следующие данные:

1. В анкетировании приняли участие 17 юношей и 23 девушки.

2. Мы выяснили возраст респондентов:

- 28% человек 18-19 лет;

- 24% человек 20-21 год;

- 48% человек 22-23 года.

3.«Хорошо ли вы знакомы со своей национальной культурой?»:

- Да − 30% человек;

- Нет − 32% человек;

- Не очень – 38% человек.

4. На вопрос «Считаете ли Вы себя верующим человеком?», получили следующие результаты:

- Да – 28% человек;

- Нет – 64% человека;

- Не знаю –8% человека.

5. Соблюдают ли респонденты религиозные обряды:

- Да – 22% человек;

- Нет – 48% человека;

- Редко –30% человек.

6. Нужно ли сохранять национальную культуру народов?

- Да – 36% человек;

- Нет – 8% человека;

- Не знаю – 56% человек.

7. Хорошо ли вы знакомы с культурой других национальностей, живущих в нашем крае?

- Да – 18% человек;

- Не очень хорошо – 26% человек;

- Нет – 40% человек;

- Не стремлюсь к этому – 16% человек.

8. На вопрос «Как вы относитесь к представителям других национальностей?», респонденты ответили:

- Хорошо –32% человек;

- Терпимо – 44% человека;

- С недоверием –4% человек;

- Стараюсь не общаться – 20% человек.

9.Охотно ли вы общаетесь с представителями других народов?

- Да – 66% человека;

- Нет – 30% человек;

- Не вижу разницы – 4% человека.

10.Учитываете ли вы национальные обычаи людей во время общения с ними?

- Да – 32% человек;

- Не всегда – 16% человек;

- Не думаю об этом – 52% человек.

11.Имеет ли для вас значение национальность человека?

- Да – 26% человек;

- Нет – 36% человек;

- Зависит от человека – 38% человек.

12. Как вы относитесь к межнациональным бракам?

- Положительно – 10% человек;

- Отрицательно – 24% человек;

- В нашей семье это не приветствуется – 8% человека;

- Мне все равно – 56% человек.

13. Как вы оцениваете межнациональные отношения в ВУЗе?

- Хорошие – 50% человек;

- Нормальные – 16% человек;

- Хотелось бы лучше – 24% человек.

14. Ощущаете ли вы на себе дискриминацию по национальному признаку?

- Нет, никогда – 52% человек;

- Очень редко – 46% человек;

- Да, постоянно – 2% человек.

15. Как вы считаете, какие меры следует принять для улучшения межнациональных отношений в студенческой среде?

- Рассказывать о культуре и обычаях других народов – 54% человек;

- Это забота государства – 20% человек;

- Быть добрее друг к другу – 26% человека.

Таким образом, в результате анкетирования, мы увидели:

- 40% студентов плохо знакомы с культурой других национальностей и только 10% учитывают особенности культуры при общении с другими людьми;

- 15% студентов считают важным национальность человека;

- 24% студентов не принимают межнациональные браки;

- 48% студентов не соблюдают религиозные обряды;

- хорошими межнациональные отношения в ВУЗе считают 50% студентов;

- 48% испытывают на себе дискриминацию со стороны других студентов.

Из данного опроса можно сделать вывод, о том, что межнациональная напряженность присутствует среди студентов СФУ. Следовательно, есть необходимость в проведении мероприятий, которые были бы направлены на знакомство с культурой других национальностей и более толерантному отношению к ним.

2.2. Проект PR-мероприятия – форум межнациональных отношений "Культурный диалог"

Поскольку я являюсь сотрудником Единого духовного управления мусульман Красноярского края (ЕДУМ КК), особенно важной составляющей в подготовке PR-мероприятия для меня была его практическая направленность а исследования, сделанные на основе проведенного мероприятия, могли использоваться в последующей деятельности организации.

На базе ЕДУМ КК было организовано множество PR-мероприятий, с целью устранения межнациональной напряженности. К ним можно отнести следующие:

- Всероссийская научно-практическая конференция на тему: «Ислам в современной России: «срединный» путь развития»;
- Проект «Лабиринт мировых религий» для школьников и д.р.

Особое место уделяется работе со школьниками и студентами, так как воспитание толерантности у подростков и молодежи является одним из ключевых направлений организации. В ходе анкетирования было выявлено, что для студентов СФУ является актуальным знакомство с культурой других национальностей, студентам интересно познакомится с традициями других народов, познакомиться с разными религиями.

На сегодняшний день нам необходимы культурно-массовые мероприятия, направленные на развитие межнационального общения, снятие межнациональной напряженности. Для этого необходимо с одной стороны – приобщение молодого поколения к истокам своего народа (культуре, истории, религии, языку, литературе и др.), с другой стороны – мероприятия, направленные на создание благоприятной среды для знакомства и общения молодежи разных национальностей.

Для того чтобы познакомить студентов СФУ с традициями других национальностей, было разработано мероприятие, которое направлено на улучшение межнациональных отношений среди молодежи.

Мероприятием, которое объединило в себе молодежь разных национальностей, стал форум межнациональных отношений «Культурный диалог».

«Культурный диалог» – молодежный межнациональный проект, в рамках которого участники будут знакомиться с культурой и традициями народов, проживающих на территории Красноярского края.

Главная задача форума – стать универсальной площадкой для встречи и совместной работы межнациональной молодежи.

Девиз форума межнациональных отношений «Культурный диалог» – Вместе мы Россия!

Учредитель и организатор форума: Региональная татарская молодежная общественная организация «Кызыл Яр».

Форум проводится при поддержке:

- Администрации города Красноярска;
- Управления общественных связей Губернатора Красноярского края;
- Татарской национальной автономии «ЯР»;
- Красноярской региональной молодежной общественной организации «ФИЛИН»;
- Производственно-коммерческого предприятия «Стройбыт», в лице Мансурова З.К.;
- ООО «СУ КрасПромХимСтрой», в лице Гайфулина Ш.Н.;
- ООО «Золотой город», в лице Сибгатулиной А.Х.

Цели и задачи мероприятия:

- пропаганда и популяризация среди молодежи культур, традиций, обычаев народов, проживающих на территории Красноярского края;
- укрепление культурных и деловых связей между национальными организациями города;

- обмен культурами разных народностей посредством мастер-классов и проведение отчетного концерта;

- организация площадки для общей деятельности разных национальностей.

На предварительном этапе форума был проведен рабочий выездной семинар совместно со студентами СФУ, на котором были разработаны: концепция форума межнациональных отношений "Культурный диалог", логотип форума, положение о форуме для иногородних и местных делегатов (см. Приложение 1).

Так же, в поддержку форума, были объявлены конкурс видеоклипов.

Состав жюри:

- Галямова Надежда Михайловна – художник, педагог, участница городских, региональных, краевых, международных и всесоюзных выставок. Выпускница художественного училища им. В.И.Сурикова.
- Ганеева Гузаль Ривнировна – студентка Красноярского Государственного Художественного Института, неоднократный победитель международных выставок, выпускница художественного училища им. В.И.Сурикова.

Также было проведено голосование на приз зрительских симпатий в социальной сети «Вконтакте». Организаторами были введены номинации: актуальность, выразительность и т.д. По итогу конкурса членами жюри были подведены итоги. На отчетном концерте форума победителей (три первых места и лучшие работы по номинациям) и участников наградили памятными призами. Конкурс видеоклипа проводился на отчетном концерте форума. В конкурсе приняли участие:

- Хакасская молодежная организация г. Красноярска "Хада" (Вместе).
- Красноярская региональная общественная организация молодежи Республики Саха (Якутия) «ААРТЫК» («Исток»).

- Региональная татарская молодежная общественная организация «Кызыл ЯР».
- Красноярская бурятская национально-культурная автономия «Алтан Гэрэл».

Жюри конкурса видеоклипа:

- Гайфуллин Дамир Раисович – корреспондент, ведущий новостей 7 канала.
- Колтунова Наталья Михайловна – ведущая передачи «Утро на Енисее» телеканала Енисей Регион.
- Егоров Артем Михайлович – журналист, автор видеоблога «В ГЛАЗА».
- Савицкий Глеб Владиславович – телеоператор новостей 7 канала.

По итогу конкурса места распределились следующим образом:

1-место: Региональная татарская молодежная общественная организация «Кызыл ЯР»;

2-место: Красноярская региональная общественная организация молодежи Республики Саха (Якутия) «ААРТЫК» («Исток»);

3-место: Красноярская бурятская национально-культурная автономия «Алтан Гэрэл»;

4-место: Хакасская молодежная организация в г.Красноярск «Хада» (Вместе).

Команды были объявлены на итоговом мероприятии форума.

На начальном этапе проекта, на собрании в совете межнациональных отношений среди молодежных организаций совместно с Цокаевым Рамзаном Дадишевичем – консультантом управления общественных связей Губернатора Красноярского края была проведена презентация форума. По итогу презентации в проекте приняло участие несколько национальных организаций:

- Красноярская региональная общественная организация молодежи Республики Саха (Якутия) «ААРТЫК» («Исток»);

- Немецкий молодежный клуб «Югенд Цукунфт»;
- Красноярская бурятская национально-культурная автономия «Алтан гэрэл»
- Красноярская региональная общественная организация молодежи Республики Тыва «ЭНЕСАЙ» «Енисей»;
- Хакасская молодежная организация в г.Красноярск «Хада» (Вместе);
- Региональная татарская молодежная общественная организация «Кызыл ЯР» (Красный ЯР).

Студенты СФУ помогли обработать заявки делегатов от местных национальных общественных организаций. После обработки заявок, было установлено расписание работы хореографических мастерских под руководством следующих преподавателей:

-музыкальная мастерская – Цветков Евгений Петрович (артист филармонии);

-танцевальная мастерская – Савельев Дмитрий Юрьевич (артист балета Красноярского государственного академического ансамбля танца Сибири им. М.Годенко) и театральная мастерская – Кайдаракова Светлана Георгиевна (студентка Красноярского государственного института искусств);

Молодежная организация "Кызыл Яр" в рамках проведения форума, провела презентацию особенностей культуры татарской народа, которая была названа "Слет татарской молодежи "Истоки". Помощь в организации и проведения Слета оказали студенты СФУ, участвовавшие в анкетировании.

Слет татарской молодежи стал очень актуальным мероприятием, так как в Красноярском крае среди разных народов по численности татары занимают 3 место. На данный момент в крае насчитывается около 45 татарских населенных пунктов. Общая численность татар, проживающих на территории Красноярского края, 35 тысяч, из них 50% молодежи.

К сожалению, прослеживается тенденция вымирания исконно-татарских населенных пунктов на территории Красноярского края (например, д.

Долгово, д. Плитное и т.д.). На сегодняшний день остро ощущается проблема потери культурных, национальных традиций. Татарская молодежь, съезжаясь в центральные города края, теряется среди других культур, постепенно забывая свои истинные корни, свои истоки.

Слет татарской молодежи Красноярского края «Истоки», направлен на объединение молодежи не только города Красноярска, но и края. Для молодежи татарской национальности это возможность приобщиться к своей культуре и языку, а для участников других национальностей активизировать интерес к другим культурам и в целом расширить свой досуг.

Смета предполагаемых поступлений и планируемых расходов, ее обоснование на организацию Слета татарской молодежи:

- Общая сумма расходов 170 731,00 (рублей):
- Запрашиваемый размер субсидии 118 981,00 (рублей):
- Предполагаемая сумма софинансирования 51 750,00 (рублей) (см. Приложение 2).

В результате проведения Слета татарской молодежи "Истоки", можем отметить следующее:

В предварительном этапе рабочей группой проекта была разработана программа мероприятия. Осуществлялась подготовка макета раздаточных материалов: листовки, визитки.

Подготовлено положение о проведении татарского слета молодежи Красноярского края «ИСТОК» в г. Красноярск (см. Приложение 3).

В течение недели положение было распространено среди населенных пунктов Красноярского края (д. Отношка, г. Лесосибирск, п. Большая Мурта, д. Верх-Казанка и т.д. В слете приняло участие 50 человек, включая молодежь города Красноярска, а также студентов СФУ.

Для украшения входа были подготовлены информационные стенды о татарской культуре, а именно о празднике Сабантуй и татарском национальном ансамбле «Йолдыз» (см. Приложение 4а).

Студенты СФУ помогали в оформлении стендов, вместе искали и систематизировали информацию, подбирали фотографии. Всех гостей встречали юноша и девушка в национальных костюмах, звучала национальная музыка.

Для участников Слета были проведены мастер-классы, направленные на знакомство с татарской культурой. Межнациональное общение направлено на формирование толерантного отношения к традициям и обычаям других народов. Благодаря общению и знакомству посредством упражнений, совместным экскурсиям в мечеть и мастер-классам, удалось достичь одну из целей проекта, а именно, установление тесных контактов среди татарской молодежи Красноярского края и студентов СФУ.

Первая часть нашей совместной встречи заключалась в том, что все делегаты могли познакомиться с деятельностью татарской молодежной организации «Кызыл Яр», а также всем участникам были выданы диски с записанными презентациями и видео роликами деятельности молодежной татарской организации « Кызыл яр».

После погружения в деятельность татарской организации была проведена экскурсия по Сибирскому федеральному университету. Участники Слета смогли познакомиться с условиями поступления в ВУЗ, подумать о возможностях развития своих талантов. Огромный интерес вызвали масштабы ВУЗа и его возможности и перспективы. Интересным для делегатов было общение непосредственно со студентами СФУ, которые сопровождали их. Студенты рассказали о своих традициях, мероприятиях которые проводят в стенах ВУЗа, ответили на все вопросы гостей (см. Приложение 4б).

Следующим этапом мероприятия стало проведения встречи в виде экскурсии в Соборную мечеть города Красноярска. Посещение мечети стало огромным событием для участников Слета, многие ни разу не видели мечеть, а тем более и не общались с Имамом (см. Приложение 4в).

Главный Имам-Хатыб Соборной мечети г. Красноярска Фаткуллин Гаяз Талгатович провел 2-х часовую встречу с участниками Слета, рассказал об основах ислама, о его культурных и религиозных основах, и много других интересных фактов (см. Приложение 4г).

Еще одним из важных моментов встречи стал мастер-класс татарской народной хореографии. Хореограф народного татарского ансамбля «Йолдыз», вместе с участниками ансамбля провел мастер-класс для участников Слета. В течение двух часов с делегатами была проведена тренировка, где основной упор делался на разбор татарских движений и постановку творческого номера (см. Приложение 4д).

Участники Слета получили массу впечатлений и много новой информации об особенностях татарской культуры. Интересным мероприятие оказалось и для студентов СФУ, которые окунулись в культуру татарского народа. Студенты СФУ, которые принимали участие и в организации Слета и в мастер-классах, получили представление о культуре татарского народа, об обычаях и особенностях вероисповедания. Им так же было предложено стать участниками хореографического ансамбля и ближе познакомиться с традиционными танцами татар.

Все участники Слета высказали мнение, что такие встречи необходимо сделать ежегодными и познакомиться с другими национальностями.

По итогам встречи состоялся круглый стол среди участников форума и студентов СФУ, в ходе которого выступил Рафиков Рашит Гиззатович, заместитель начальника управления общественных связей Губернатора Красноярского края, с докладом на тему межнациональных отношений в Красноярском крае.

Следующим масштабным мероприятием форума стала работа творческих мастерских, а именно: танцевальная, театральная и инструментальная. Мастерские стали площадкой для совместной деятельности всех делегатов (татары, буряты, тувинцы, немцы, хакасы, якуты и студенты СФУ).

Деятельность в мастерских строилась по принципу обмена культурами**.** Каждая мастерская была ориентирована на 32 часа репетиций, в которую входили: изучение культуры других народов, постановка номера. В танцевальной мастерской участвовали 6 пар. На русскую музыкальную мелодию была составлена танцевальная композиция с лексикой каждой народности участвующей в форуме: татарская, немецкая, бурятская, тувинская, якутская, хакасская (см. Приложение 5).

В музыкальной мастерской руководителем была прописана партитура, включающая мелодии всех народностей проекта. Относительно тех инструментов, которыми владели ребята, прописывались ноты: флейта, баян, гитара, контрабас, хомус, барабан, домбра. Демонстрация итогов работы мастерских проходила на отчетном концерте форума.

Основная проблема в деятельности по мастерским заключалась в пунктуальности посещаемости, так как в будние дни достаточно трудно добраться в вечернее время вовремя на репетиции. При этом составить расписание удобное для всех участников достаточно трудно и главное так чтобы оно не накладывалось на репетиции своих ансамблей, и в связи с этим не всем удавалось быть на всех репетициях в полном составе. Для того чтобы решить данную проблему в дальнейшем при реализации форума планируется создание мастерских совместно уже с творческими национальными коллективами, это позволит расширить рамки мастерских и сформировать расписание под все коллективы.

Перед отчетным концертом форума проходила мини-площадка для гостей форума. Данная площадка представляла собой пространство для

общения и проведения межнациональных конкурсов. На площадке работал ведущий, фотосалон, салон по нанесению национального орнамента. В фотосалоне все гости праздника могли сфотографироваться в любом национальном костюме (тувинский, бурятский, немецкий и т.д.) (см. Приложение 5)

Отчетный концерт форума явился заключительным этапом проекта «Культурный диалог». Он состоялся на территории Сибирского федерального университета, на площадке № 14. Концерт состоял из трех частей: проведение конкурса видеоклипов, награждение конкурса детского рисунка и демонстрация продуктов совместной деятельности разных культур творческих мастерских (см. Приложение 6).

Гостями концерта были следующие коллективы: Якутский национальный танцевальный ансамбль «Айхал», танцевальный хакасский коллектив «Алтын Чон» и т.д.

Задача концерта - продемонстрировать за счет национальных номеров их культуру, а также посредством мастерских единство всех народов согласно девизу форума «Вместе мы – Россия». Вход гостей осуществлялся посредством бесплатных пригласительных билетов, примерное количество гостей 300 человек. Всем делегатам форума были вручены благодарственные письма.

Согласно поставленным целям заявки проекта нам удалось привлечь около 50 – 70 человек с разных территорий края, около 60 делегатов и 300 гостей из г.Красноярск. Привлеченные партнеры проекта:

- Администрация города Красноярска;
- Управление общественных связей Губернатора Красноярского края;
- Первичная профсоюзная организация студентов СФУ;
- Типография «Ситалл»;
- Рекламная мастерская «Омега»;
- Агентство «Торжество»;

- Агентство специальных проектов «Gold City»;
- Агентство праздников «S-event»;
- Татарская национальная автономия «ЯР»;
- Сибирский федеральный университет.

На первом этапе реализации проекта было заявлено четыре мастерских: танцевальная, музыкальная, театральная и спортивная (национальная борьба). В ходе непосредственной реализации от мастерской борьбы пришлось отказаться, так как возникли трудности с организацией делегатов, постоянные командировки не позволили создать единую команду.

Пути дальнейшей реализации данного мероприятия:

- Увеличение количества национальных автономий.
- Увеличение количества творческих мастерских и интересных площадок на мини-сцене.
- Привлечение СМИ.
- Развитие форума «Культурный диалог на колесах».

Таким образом, данный проект способствовал активизации национальной культурной жизни на территории Красноярского края. В перспективе форума рассматривается ежегодная площадка взаимодействия молодежи разных культур.

2.3. Анализ эффективности PR-мероприятия форум межнациональных отношений "Культурный диалог"

На последнем этапе работы, был проведен анализ эффективности проведенного PR-мероприятия посредством повторного анкетирования студентов, которые участвовали в форуме.

В результате обработки повторной анкеты был проведен сравнительный анализ входящего и итогового анкетирования и получили следующие результаты:

1. Нужно ли сохранять национальную культуру народов?

- Да – 66% человек;

- Нет – 4% человека;

- Не знаю – 30% человек.

2. Хорошо ли вы знакомы с культурой других национальностей, живущих в нашем крае?

- Да – 46% человек;

- Не очень хорошо – 41% человек;

- Нет – 3% человек;

- Не стремлюсь к этому – 10% человек.

3. На вопрос «Как вы относитесь к представителям других национальностей?», респонденты ответили:

- Хорошо – 48% человек;

- Терпимо – 49% человека;

- С недоверием – 3% человек;

- Стараюсь не общаться – 0% человек.

4.Охотно ли вы общаетесь с представителями других народов?

- Да – 70% человека;

- Нет – 10% человек;

- Не вижу разницы – 20% человека.

5.Учитываете ли вы национальные обычаи людей во время общения с ними?

- Да – 44% человек;

- Не всегда – 46% человек;

- Не думаю об этом – 10% человек.

6.Имеет ли для вас значение национальность человека?

- Да – 48% человек;

- Нет – 12% человек;

- Зависит от человека – 40% человек.

7. Как вы относитесь к межнациональным бракам?

- Положительно – 40% человек;
- Отрицательно – 14% человек;
- В нашей семье это не приветствуется – 8% человека;
- Мне все равно – 38% человек.

8. Как вы оцениваете межнациональные отношения в ВУЗе?

- Хорошие – 50% человек;
- Нормальные – 36% человек;
- Хотелось бы лучше – 14% человек.

9. Как вы считаете, какие меры следует принять для улучшения межнациональных отношений в студенческой среде?

- Рассказывать о культуре и обычаях других народов – 84% человек;
- Это забота государства – 0% человек;
- Быть добрее друг к другу – 16% человека.

Таким образом, в результате повторного анкетирования мы выяснили, что студенты, которые приняли участие в PR-мероприятии изменили свое отношение в межнациональных вопросах, стали более толерантными, что говорит об эффективности такой формы работы в решении вопросов межнационального напряжения.

Во второй главе было проведено исследование характера межнациональной напряженности студентов Сибирского Федерального Университета (СФУ), как наиболее большого университета краевого центра.

С этой целью, проведено анкетирование 50 студентов СФУ. Таким образом, мы выяснили, что существует необходимость в проведении мероприятий, которые были бы направлены на знакомство с культурой других национальностей, на поддержание обычаев.

Одним из таких мероприятий стал форум межнациональных отношений "Культурный диалог", который позволит объединить молодежь не только города Красноярска, но и края, сформировать у них интерес к культуре других народов, активизировать работу по участию в общественной жизни города и в целом расширить досуг молодёжи.

На последнем этапе работы, был проведен анализ эффективности проведенного PR-мероприятия посредством повторного анкетирования студентов, которые принимали участие в форуме. Изучив ответы, мы выявили, что студенты, которые приняли участие в PR-мероприятии, изменили свое отношение в межнациональных вопросах. Тем самым можно судить об эффективности такой формы работы в решении вопросов межнационального напряжения.

Заключение

Выпускная квалификационная работа была направлена на комплексное исследование зарубежного, отечественного и регионального опыта преодоления межнациональных проблем путем применения PR-технологий.

В процессе исследования было описано применение PR-технологий в решении межэтнической напряженности и на основе полученных знаний разработано PR-мероприятие, направленное на преодоление межнациональной напряженности в студенческой среде Сибирского Федерального Университета.

Для достижения поставленной цели мы решили следующие **задачи**:

-рассмотрели сущность и вид современных PR-технологий, а также их роль в решении социальных проблем;

- проанализировали межнациональные проблемы в современной России;

-изучили опыт решения межнациональных проблем средствами PR-мероприятий;

-рассмотрели проблему межнациональной напряженности в студенческой среде Сибирского Федерального Университета (СФУ);

-разработали и апробировали PR-мероприятие форум межнациональных отношений "Культурный диалог";

-проанализировали эффективность PR-мероприятия.

Исходя из поставленных задач, можно сделать следующие выводы:

1. Мы выяснили, что в современной литературе сложилось два подхода, определяющих сущность PR: социальный и технологический. Первый подразумевает достижение социального согласия, обеспечение социального взаимодействия. PR-деятельность рассматривается как двусторонняя симметричная коммуникация между субъектами этой деятельности.

Второй подход связан с изучением технологий управления, методов воздействия на людей. Вся PR-деятельность сводится к односторонней коммуникации, направленной на создание благоприятного имиджа компании и общественного мнения. PR рассматривается как эффективный механизм

формирования общественного мнения. Можно выделить минимум 10 наиболее популярных видов PR[33]:

2. Обострение межнациональных проблем во всем мире усилило внимание к методологическим и концептуальным поискам в сфере межнациональных конфликтов. Конфликты по поводу национальных ценностей, важнейших жизненных установок в сфере межнациональных отношений входят в число наиболее сложно разрешаемых.

3. Зарубежный и отечественный PR-опыт преодоления межнациональной напряженности показывает, что применение PR-технологий становится все более востребованным способом решения проблем межнациональных взаимодействий, где силовые методы воздействия уступают информационным. При этом эффективность применения PR-технологий прямо пропорционально зависит от степени развития гражданского общества.

4. Было проведено исследование характера межнациональной напряженности студентов Сибирского Федерального Университета (СФУ), как наиболее большого университета краевого центра.

С этой целью, проведено анкетирование 50 студентов СФУ. Из данного опроса сделали вывод, о том, что межнациональная напряженность присутствует среди студентов СФУ. Следовательно, была необходимость в проведении мероприятий, которые были бы направлены на знакомство с культурой других национальностей и более толерантному отношению к ним.

5. Был разработан проект PR - мероприятия - форум межнациональных отношений "Культурный диалог", который позволил объединить молодежь не только города Красноярска, но и края. Главной целью форума предполагалось сформировать у многонационального состава студентов СФУ интерес к культуре других народов, тем самым уменьшить

[33] Лазарев С.А. Менеджмент в проектной деятельности: Учебное пособие, С 126.

межнациональную напряженность в их среде. А также активизировать работу по участию в общественной жизни города и в целом расширить досуг молодёжи.

6. Последним этапом работы стало проведение анализа эффективности проведенного PR-мероприятия посредством повторного анкетирования студентов, которые принимали участие в форуме. Из полученных результатов, было выявлено, что студенты, которые приняли участие в PR-мероприятии, изменили свое отношение в межнациональных вопросах, что говорит об эффективности такой формы работы в решении вопросов межнационального напряжения. А полученные положительные отзывы, после проведения форума, от различных автономий г. Красноярска, говорят о заинтересованности молодежи в данных мероприятиях.

Перечисленные выводы являются положениями, выносимыми на защиту.

Стоит отметить, что наше исследование доказало - проведение PR-мероприятий, направленных на преодоление межнационального напряжения эффективны и могут существенно помочь в решении межнациональных проблем и снижении межнациональной напряженности.

Список литературы

1. Абдулатипов Р.Г. О состоянии и перспективах государственной национальной политики. − М.: Слав, диалог. 2001. – 646 с.

2. Авксентьев В.А., Шаповалов В.А. Современная этнополитическая конфликтология: от простоты к сложности // Политическая конфликтология перед новыми вызовами. – Воронеж, 2001

3. Аитов В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. – М.: Изд-во МГУ, 2010. – 178 с.

4. Альтерматт, У. Этнонационализм в Европе/У. Альтерматт. – М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2000. – 366 с. Андерсон, Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма /Б. Андерсон. – М.: Канон-Пресс-Ц, 2001. – 288 с.

5. Амелин В. В. Межнациональные конфликты на рубеже 80-90-х годов. – М.: 1993.

6. Арбенина, В. Л. Этничность как предмет социологического анализа /В.Л. Арбенина // Методология, теория и практика социологического анализа современного общества. – Харьков, Харьковский нац. ун-т, 2001. – С. 150-157.

7. Арутюнян Ю.В. О социальной структуре общества в постсоветской России. – М.: Дело, 2009. **–** 348 с.

8. Арутюнян Ю.В., Дробижева Л.М., Сусоколов А.А. Этносоциология: Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 560 с.

9. Баранов Н.А. Политические отношения и политический процесс в современной России: Курс лекций. В 3-х ч. – СПб.: БГТУ, 2004, – С.106

10. Бромлей, Ю.В. Очерки теории этноса/Ю.В. Бромлей. – М.: Наука, 1983. – 412 с.

11. Бурдье, П. Социология политики /П. Бурдье. – М., 1993. – 336 с.

12. Вальденфельс, Б. Своя культура и чужая культура. Парадокс науки о «чужом» /Б. Вальденфельс // Логос. 1995. - № 6. – С.77-94.

13. Вебер, М. Основные социологические понятия / Избранные произведе-ния/М.Вебер. – М.: Прогресс, 1990. – 804 с.

14. Волков Ф.М. Дембель против конторы: Роман. – М.:, 1998. – 256 с.

15. Герасимов С.В. Предотвращение региональных этнических конфликтов в Российской Федерации. – М.: Рефл–Бук, 2003. – 114 с.

16. Гришина Н.В. Психология этнических конфликтов. – М.: Дело, 2011. – 538 с.

17. Губогло М. Языки этнической мобилизации. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2003. – 234 с.

18. Гудков Л.Д. Русский неотрадиционализм и сопротивление переменам// Мультикультурализм и трансформация постсоветских обществ/ Под ред. В.С. – М.: Дело, 2009. – 186 с.

19. Давитадзе М.Д. Причины возникновения и стадии развития межнациональных конфликтов // Стабилизация ситуации и мирное развитие на Северном Кавказе. 1–я Межд. науч. –практ. конф. – М., Пробел, 1999.

20. Давитадзе М.Д. Зарубежный опыт урегулирования межнациональных конфликтов. – М.: Центр, 2009. – 340 с.

21. Денисова Г.С., Радовель М.Р. Этносоциология: Учеб. пособие для студентов ун-тов и пед. вузов. – М.: Дело, 2007. – 426 с.

22. Доронченков А.И. Русские между прошлым и будущим // Русская ментальность как социально-философская проблема на рубеже XX–XXI веков. Материалы Междун. науч. – теорет. конф. 13–15 мая 1998. – Орел, ГТУ, 1998, – С.11.

23. Дробижева Л.М. Этнические конфликты //Социальные конфликты в меняющемся российском обществе (детерминация, развитие, разрешение) // Полис. –2000–№2. –С.109.

24. Дробижева, Л.М. Толерантность и рост этнического самосознания: пределы современности /Л.М. Дробижева // Толерантность и согласие. – М., 1997. – С.61-68.

25. Заринов, И. Ю. Время искать общий язык (проблемы интеграции различных этнических теорий и концепций)// Этнографическое обозрение. 2000. - № 2. – С. 16-22.

26. Здравомыслов А.Г. Социология конфликта. – М.: Аспект-Пресс, 2003. – 476 с.

27. Здравомыслов, А.Г. Межнациональные конфликты в постсоветском пространстве/ А.Г. Здравомыслов. – М.: Аспект- Пресс, 1997. – 286 с.

28. Здравомыслов, А.Г. Этнополитические процессы и динамика национального самосознания россиян /А.Г. Здравомыслов // Социологические исследования. 1996.-№ 12. – С.22-32.

29. Зинурова, Р.И. Особенности этнической социализации в современной Рос-сии/Р.И. Зинурова.-Казань: – Изд. КГТУ, 2006. – 260 с.

30. Зинурова, Р.И. Этническая социализация молодежи /Р.И. Зинурова. – Казань.: Изд-во КГУ, 2004. – 208 с.

31. Ильин, В. Теории социального неравенства (структуралистско-конструктивистская парадигма) /В. Ильин. – М.: Институт социологии РАН, 2000. – 280 с.

32. Исхаков, Р.Р. Этническая идентичность в полиэтничной среде: деятельностный подход: диссертация магистра социологии Электронный ресурс. – М., 2000. – Режим доступа: http://www.iskhakov.narod.ru/diss.htm, (дата обращения 12.11.2014).

33. Кокшаров, Н.В. Этничность. Этнос. Нация. Национализм Электронный ресурс./Н.В. Кокшаров //Кредо. 2002. - №4. - Режим доступа: ru-contra.nm.ru, (дата обращения 17.12.2014).

34. Колесов В.Н. Принципы этнологического мониторинга. – М.: Дело, 2007. – 156 с.

35. Колпаков Е.М. Этнос и этничность/Е.М. Колпаков // Этнографическое обозрение. 1995. - №5. – С. 13-23.

36. Конструирование этничности / Под. ред. В. Воронкова, И. Освальд. –

СПб: Дмитрий Буланин, 1998. – 304 с.

37. Костюков И.А. Управление межэтническими отношениями. – М.: Центр. 2010. – 188 с.

38. Кравченко, С.А. Социология: Парадигмы и темы/ С. А. Кравченко, М. О. Мнацаканян, Н. Е. Покровский. – М., Изд. МГИМО, 1997. – 404 с.

39. Краснов Б.Н. Конфликты в обществе // Социально-политический журнал, 1992. — № 6—7.

40. Кудрин А.В. Россия: социально-экономические и правовые проблемы трансформации современного общества. – Пермь: Лига–Пресс, 2008. – 408 с.

41. Культурология. XX век. Энциклопедия / Ред. С.Я. Левит. – СПб.: Университетская книга, 1998. – 447 с.

42. Лазарев С.А. Менеджмент в проектной деятельности: Учебное пособие. – СПб.: ГУАП, 2007. – 126 с.

43. Лебедев М. М. Политическое урегулирование конфликтов. – М.: Аспект Пресс, 2009. – С. 271

44. Лебедева Н.М. Этническая толерантность в регионах России: теория и практика. – М.: Центр, 2010. – 358 с.

45. Лурье, С.В. Историческая этнология /С.В. Лурье. – М.: Академический проект, 2004. – 622 с.

46. Макарова, Г.И. Некоторые этнические аспекты культурной политики Республики Татарстан/Г.И. Макарова //Журнал социологии и социальной антропологии. – СПб.:, 2001. - Т.4. - №2. – С.90-99.

47. Мамедова, Дж. Чужие ходят здесь. Толстяки, шпионы и иностранцы в детских советских книжках /Дж. Мамедова // Независимая газета. 1999. - 19 августа.

48. Маценов Д.Н. Западные политологи о межнациональных отношениях в СССР //– МЭиМО. -2011. - № 8. – С.101-112

49. Мусина, Р.Н. К проблеме этнической идентичности современных

татар / Р.Н. Мусина //Единство татарской нации. – Казань.:, 2002. - С. 169-179.

50. Мусина, Р.Н. Религиозность как фактор межэтнических отношений в Республике Татарстан / Р.Н. Мусина// Социальная и культурная дистанции. Опыт многонациональной России/ Под.ред. Л.М. Дробижевой. – М., 1998. - С.229-250.

51. Овчинников В.С. Политические конфликты в международных отношениях и пути их разрешения. – М.: 2009. – С.56

52. Политология: Учеб. / Отв. ред. В.Д. Перевалов. – М.: 2003. С. 210.

53. Расизм в языке социальных наук/ Под. ред. В. Воронкова и др.. – СПб.: Ала-тейя, 2002. – 224 с.

54. Ревуненкова, Е.М. Сергей Михайлович Широкогоров / Е.М. Ревуненкова, А.М. Решетов // Этнографическое обозрение. 2003. - №3. –

С. 100-119.

55. Романова, О.Л. Развитие этнической идентичности у детей и подростков: Ав-тореф. дис. . канд. психол. наук: 19.00.05Ю.Л. Романова. – М.: 1994. – 21 с.

56. Рыбаков, С.Е. Судьбы теории этноса. Памяти Ю.В. Бромлея/С.Е. Рыбаков // Этнографическое обозрение. 2001. - №1. – С.3-22.

57. Рыбаков, С.Е. Философия этноса /С.Е. Рыбаков. М., 2001. – 360 с.

58. Рябов, О.В. «Их нравы»: Американская семья в зеркале советской пропаганды «холодной войны»/О.В. Рябов // Семейные узы: Модели для сборки / Сост. и ред. С. Ушакин. М.: 2004. – С. 173-187.

59. Сагитова, Л.В. Этничность в современном Татарстане: воспроизводство этничности в татарстанском обществе на рубеже 1980-1990-х гг./Л.В. Сагитова. – Казань.:1998. – 184 с.

60. Садахин, А.П. Этнология / А.П. Садохин. – М.: Инфра-М, 2004. – 287 с.

61. Садохин А. П., Грушницкая Т. Г. Этнология – М.: Академия, 2000. –

С. 304

62. Скворцов, Н.Г. Этничность, раса, способ производства: неомарксистская концепция /Н.Г. Скворцов // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. №1. – С.53-71.

63. Скворцов, Н.Г. Этничность: социологическая перспектива / Н.Г. Скворцов // Социологические исследования. 1999. - №1. – С.21-31.

64. Солдатова, Г.У. Психология межэтнической напряженности /Г.У. Солдатова. – М.: Смысл, 1998. – 389 с.

65. Социальная и культурные дистанции. Опыт многонациональной России / Под ред. Л.М. Дробижевой. – М.: Изд-во ИС РАН, 1998. – 388 с.

66. Социология межэтнической толерантности/Отв. ред. JI.M. Дробижева. – М.: Изд-во Института социологии РАН, 2003. – 222 с.

67. Татарстана /Г.Ф. Габдрахманова //Социологические исследования. 2004. -№6. – С.62-68.

68. Этингер Я. Межнациональные конфликты в СНГ и международный опыт. – М.: Свободная мысль, 2003. – С.77

Приложение

Приложение 1



Приложение 2

Финансирование Слета татарской молодежи

№ п/п	Наименование расходов	Собственные средства	Запрашиваемые средства	Всего
1.	Услуги на проживание в гостинице для делегатов (1 сутки на 30 человек)	0	42 000,00 (30 чел.*1400 руб./сут.)	42 000,00
2.	Питание на 30 человек (Всего: 2 обеда, 2 ужина)	0	30 000,00 (обед – 300 руб./чел.; ужин – 200 руб./чел.)	30 000,00
3.	Трансфер: вокзал/ЖД вокзал - гостиница - вокзал/ЖД	10 000,00	0	10 000,00
4.	Трансфер на экскурсию в мечеть, посещение круглого стола и творческих мастерских (2 суток)	16 000,00	0	16 000,00
5.	Аренда помещений для проведения мастерских и круглого стола: танц.зал, вокал, спорт зал., конференц-зал. Всего 4 помещения (2500 руб. один зал * 4 пом.)	2 000,00	8 000,00	10 000,00
6.	Аренда проектора на 2 суток	2 500,00	0	2 500,00
7.	Печать сертификатов для	1 250,00	0	1 250,00

	делегатов			
8.	Печать раздаточного материала: бейджи, пакеты, блокноты, ручки для делегатов не менее 50 штук.	0	9 000,00	9 000,00
9.	Фото и видео съемка, монтаж видео ролика	9 500,00	0	9 500,00
10.	Заработная плата руководителя проекта, с налогами (27,1%)	0	6 355,00	6 355,00
11.	Заработная плата администратора проекта, с налогами (27,1%)	0	3 813,00	3 813,00
12.	Заработная плата менеджера проекта, с налогами (27,1 %)	0	3 813,00	3 813,00
13.	Услуги работы дизайнера	3 000,00	0	3 000,00
14.	Оплата услуг руководителей творческих мастерских (4 человека)	4 000,00	16 000,00	20 000,00
15.	Расходные материалы: бумага для принтера, тонер для принтера, маркер для досок, степлеры, ручки, бейджики	3 500,00	0	3 500,00

	организаторам и пр.			
Всего:		**51 750,00**	**118 981, 00**	**170 731,00**

Приложение 3

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении слёта татарской молодежи Красноярского края

«ИСТОКИ»

«Истоки» – молодежный проект, в рамках которого участники будут знакомиться с культурой и традициями родного народа.

Главная задача - организация единой площадки для объединения татарской молодежи за счет проведения слёта татарской молодежи Красноярского края «ИСТОКИ»

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящее положение определяет цели, задачи и порядок проведения слёта татарской молодежи Красноярского края «ИСТОКИ» (далее – слёт).

Учредитель и организатор слёта

Региональная татарская молодежная общественная организация «Кызыл Яр».

Слёт проводиться при поддержке

- Министерства культуры республики Татарстан;

- Татарской национальной автономии «ЯР»;

- ООО «СУ КрасПромХимСтрой», в лице Гайфулина Ш.Н.;

- ООО «Золотой город», в лице Сибгатулиной А.Х.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ СЛЁТА

1. Установление тесных контактов среди молодежи Красноярского края и дальнейшее развитие данного общения;
2. Знакомство участников слёта с деятельностью татарской молодежной организацией «Кызыл Яр»;
3. Совместно выработать общие программы и мероприятия, направленные на объединение и общение молодежи и развитие культуры;
4. Проведение мастер-классов по различным направлениям;
5. Организация экскурсии в Соборную мечеть города Красноярска.

3. ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ

Дата проведения: 29 ноября 2014 г.

4. УСЛОВИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ДЕЛЕГАТОВ

- В слете участвуют представители активной татарской молодежи – старшеклассники (11 класс) средне-образовательных учреждений Красноярского края;
- Квота для участия в слете – 2 человека и 1 руководитель делегации;
- Для участия необходимо представить анкету-заявку **ДО 15 НОЯБРЯ 2014 г.** (Приложение № 1).

5. ТРЕБОВАНИЯ К УЧАСТНИКАМ СЛЁТА

5.1. В слете могут принимать участие активные, творческие школьники 11 классов. Трансфер и питание за счет принимающей стороны. Проезд до места проведения и обратно за счет собственных средств.

5.2. При себе иметь соответствующую одежду для посещения мечети.

5.3. Сменную одежду для участия в мастер-классе по национальной хореографии.

6. Объем услуг для участников

6.1. Питание участников является трехразовым и осуществляется в пунктах общественного питания.

6.2. В объем услуг входит: комплект атрибутики, образовательная и досуговая программа, согласно общей программе (см. Приложение 2).

Председатель Совета

Татарской РМОО «Кызыл Яр» / Р.Ш. Гайфулин

Приложение 4а



Рисунок 1. Информационные стенды на входе, рассказывающие о празднике Сабантуй и татарском национальном ансамбле «Йолдыз»

Приложение 4б



Рис.2 Экскурсия по СФУ для участников Слета татарской молодежи «Истоки»

Приложение 4в





Рис.3 Посещение мечети участниками слета

Приложение 4д



Рисунок 4. Мастер-класс по татарской хореографии для участников Слета

Приложение 5



Рисунок 5. Деятельность мастерских по принципу обмена культурами



Рисунок 5а. Фотосалон для гостей форума в национальном костюме

Приложение 6





Рисунок 6. Отчетный концерт форума межнациональных отношений «Культурный диалог»