



ДЕПАРТАМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ
ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ



БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ
«РЕСУРСНЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ»

**СБОРНИК РЕКОМЕНДАЦИЙ
ПО РАЗРАБОТКЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ,
ПРОВЕДЕНИЮ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ТЕМЕ
«НАСИЛИЕ В ОТНОШЕНИИ ЖЕНЩИН И ДЕТЕЙ» И
ПРОФИЛАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ С ГРАЖДАНАМИ,
СОВЕРШАЮЩИМИ НАСИЛИЕ В ОТНОШЕНИИ
ЖЕНЩИН И ДЕТЕЙ**

Сургут
Бюджетное учреждение Ханты-Мансийского автономного округа – Югры
«Ресурсный центр развития социального обслуживания»
2021

УДК XXX.XX (XXX.XXX) (XXX)
ББК XX.XX (XXxx-XXxx)xXX
П XX

Под общей редакцией

Э. К. Иосифовой, канд. мед. наук, директора бюджетного учреждения Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Ресурсный центр развития социального обслуживания»;

М. Э. Беспаловой, заместителя директора бюджетного учреждения Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Ресурсный центр развития социального обслуживания».

Составители:

Г. Х. Батынова, методист информационно-аналитического отдела бюджетного учреждения Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Ресурсный центр развития социального обслуживания».

П XX Сборник рекомендаций по разработке информационных материалов, проведению мероприятий по теме «Насилие в отношении женщин и детей» и профилактической работы с гражданами, совершающими насилие в отношении женщин и детей. / сост. Г. Х. Батынова. – Сургут: Изд-во бюджетного учреждения Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Ресурсный центр развития социального обслуживания» 2021. – 51 с.

В издание вошли рекомендации по разработке памяток, проведению акций, созданию видеороликов, ведению прямой трансляции в сети интернет по теме «Насилие в отношении женщин и детей», проведению профилактической работы с гражданами, совершающими насилие в отношении женщин и детей.

Издание адресовано руководителям и специалистам органов и учреждений системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних, руководителям общественных объединений, социально ориентированных некоммерческих организаций и всем заинтересованным лицам, осуществляющим организацию мероприятий, направленных на работу с гражданами, подвергающимися насилию, и гражданами, совершающими насилие в отношении женщин и детей.

УДК XXX.XX (XXX.XXX) (XXX)
ББК XX.XX (XXxx-XXxx)xXX

© Бюджетное учреждение Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Ресурсный центр развития социального обслуживания», 2021

СОДЕРЖАНИЕ

	ПРЕДИСЛОВИЕ.....	4
	СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ.....	9
1.	Рекомендации по разработке информационных материалов и проведению мероприятий по теме «Насилие в отношении женщин и детей».....	10
1.1.	Рекомендации по разработке памяток по теме «Насилие в отношении женщин и детей».....	12
1.2.	Рекомендации по проведению акции по теме «Насилие в отношении женщин и детей».....	17
1.3.	Рекомендации по разработке и созданию видеороликов по теме «Насилие в отношении женщин и детей».....	25
1.4.	Рекомендации по проведению прямой трансляции в сети интернет по теме «Насилие в отношении женщин и детей».....	32
2.	Рекомендации по проведению профилактической работы с гражданами, систематически совершающими насилие в отношении женщин и детей.....	38
	Список литературы.....	49

ПРЕДИСЛОВИЕ

Насилие является одной из наиболее острых социальных проблем, поскольку оно не только отражается непосредственно на самих жертвах, но и дестабилизирует общество в целом, несет угрозу социальному порядку. Распространенной формой насилия выступает бытовое (домашнее) насилие в отношении женщин и детей, которое деструктивно влияет на институт семьи и нравственное состояние общества [1].

Статистика фиксирует положительную динамику этого страшного явления. По данным Росстата, число потерпевших от преступлений, сопряженных с насильственными действиями в отношении члена семьи, в 2018 году составило 33 235 потерпевших, из них 23 518 женщин [2].

По данным Центра социальной и судебной психиатрии им. Сербского, на деле подвергаются избиениям со стороны непосредственно родителей порядка 2,5 млн детей до 14 лет, около 50 тысяч из них убегают из дома, чтобы избежать очередного нападения. Кроме того, около 30-40 % преступлений происходят внутри семьи, 50 % из них затрагивают детей (дети становятся жертвами или свидетелями преступлений) [3].

В Ханты-Мансийском автономном округе – Югре по состоянию на 01.01.2021:

состояли на профилактическом учете – 1 409 родителей, отрицательно влияющих на воспитание детей и 1 462 несовершеннолетних;

составлены 4 036 административных материалов в отношении родителей (законных представителей) за неисполнение обязанностей по содержанию и воспитанию детей (ст.5.35 КоАП РФ);

выявлены 6 фактов жестокого обращения с детьми, по которым окончены производством уголовные дела по ст. 156 УК РФ;

поступили 2 133 сообщения в органы опеки и попечительства автономного округа о нарушении прав и законных интересов 3 383 детей, в отношении 66 % сообщений отсутствовали основания для организации

индивидуальной профилактической работы с несовершеннолетними и их семьями;

выявлены 10 детей с признаками применения в их отношении жестокого обращения в замещающих семьях и 9 детей, имеющих признаки суицидального поведения, по результатам тестирования несовершеннолетних на комфортность пребывания в семьях опекунов, попечителей, приемных родителей, утвержденного приказом Депсоцразвития Югры от 21.08.2018 № 780-р «Об организации проведения ежегодного тестирования несовершеннолетних».

Также Уполномоченным по правам ребенка в 2020 году продолжена работа по решению таких проблем, как деструктивные подростковые группы в социальных сетях, криминализация подростков и опасный контент в информационном пространстве, буллинг, кибербуллинг, преступления сексуального характера, в том числе с использованием сети Интернет, высокое количество преступлений и правонарушений в отношении несовершеннолетних [4].

На сегодняшний день в Российской Федерации только формируются эффективные механизмы защиты прав женщин и преодоления их социального неблагополучия. Необходим хорошо продуманный и взвешенный подход к решению обозначенной проблемы. Так, большую роль при разрешении указанной проблемы может сыграть правовое просвещение женщин о принадлежащих им правах и способах их реализации. Для защиты прав женщин, пострадавших от домашнего насилия или находящихся в тяжелой социальной ситуации, с положительной стороны зарекомендовала себя национальная система кризисных центров, действующая на территории нашей страны [5].

Следует отметить, что в Национальной стратегии действий в интересах женщин на 2017-2022 гг. обозначен комплекс мер по профилактике и предупреждению социального неблагополучия женщин и насилия в отношении их, который предполагает решение следующих задач:

совершенствование законодательства в сфере профилактики семейно-бытового насилия; расширение практики проведения информационно-образовательных мероприятий по вопросам профилактики насилия в отношении женщин, в том числе для сотрудников правоохранительных органов, судей, сотрудников организаций здравоохранения, психологов и социальных работников, оказывающих помощь женщинам в кризисных ситуациях; мониторинг эффективности мер по профилактике насилия; формирование моделей профилактики насилия в отношении детей и женщин; формирование информационного пространства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» [6].

В Ханты-Мансийском автономном округе – Югре для оказания комплексной социальной помощи гражданам, находящимся в трудной жизненной ситуации, в кризисном и опасном для физического и психического здоровья состоянии, подвергшимся психофизическому насилию, действуют кризисные отделения помощи гражданам.

На официальных сайтах учреждений, подведомственных Депсоцразвития Югры, размещена информация о телефонах доверия для граждан, пострадавших от насилия и нуждающихся в психологической помощи и поддержке; перечне учреждений социального обслуживания и негосударственных организаций, имеющих кризисные отделения для помощи гражданам, в том числе женщинам и их несовершеннолетним детям, находящимся в трудной жизненной ситуации, а также предоставляющих услуги гражданам в форме сертификатов.

С помощью сертификата гражданин может получить временное жилое помещение, комплекс социальных услуг, психологическую помощь и поддержку, в том числе по вопросам внутрисемейных отношений, оказание помощи в трудоустройстве, защите прав и законных интересов.

Женщины и дети получают круглосуточную социально-психологическую помощь и социально-правовые услуги, помощь в

поддержании психического здоровья, разрешении семейных конфликтов и юридических вопросов.

За 2020 год социальную реабилитацию в государственных кризисных отделениях прошли 132 гражданина, в негосударственных – 49 граждан.

Кроме того, в учреждениях социального обслуживания в работе с семьями и детьми применяются технологии по предупреждению противоправного поведения несовершеннолетних, профилактике безнадзорности, выявлению родителей несовершеннолетних (законных представителей), не исполняющих свои обязанности по воспитанию, обучению и содержанию несовершеннолетних.

Участие в выявлении семей, находящихся в социально опасном положении, осуществляется службами «Экстренная детская помощь» (ЭДП) и «Социальная работа по участковому принципу».

В отношении 2 078 семей, обследованных и выявленных службой ЭДП, специалистами системы профилактики разработаны межведомственные планы индивидуальной работы, включающие мероприятия по проведению реабилитационной работы с родителями, ненадлежащим образом исполняющими обязанности по воспитанию и содержанию несовершеннолетних, в части лечения законных представителей от алкогольной зависимости, их трудоустройству, оказанию социально-правовых, социально-педагогических и психологических услуг.

Кроме того, при поддержке Фонда поддержки детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, для оказания круглосуточной психологической помощи гражданам, в том числе несовершеннолетним, в автономном округе действуют служба экстренной психологической помощи с единым общероссийским номером «Детский телефон доверия». В 2020 году на «Детский телефон доверия» поступили 12 324 обращения. В каждом случае специалисты устанавливают доверительный контакт с абонентом, снижают уровень эмоционального напряжения, оказывают поддержку, помогают клиенту проанализировать ситуацию и найти

возможные варианты решения, дают информацию о службах, которые могут помочь в разрешении конкретной ситуации. Для разрешения конфликтных и иных ситуаций, угрожающих семейным отношениям во всех учреждениях автономного округа, предоставляющих социальные услуги семьям и детям, с 2017 года внедрена технология «Медиация». В 2020 году услугами Службы воспользовались 100 семей, из них 90 % подписали соглашения об участии в программе, а в 50 % случаев – внутрисемейный конфликт разрешен [4].

Созданы и функционируют официальные группы в социальной сети «ВКонтакте» и «Instagram», в которых размещаются информационные материалы по вопросам противоправного поведения несовершеннолетних [4].

В целях организации работы по привлечению внимания к проблеме насилия в отношении детей, женщин; предупреждения и выявления фактов жестокого обращения с ними; обеспечения защиты и прав; публичного неодобрения абьюзера [7] разработан сборник, включающий методические рекомендации по разработке памяток (буклетов, лифлетов, листовок, брошюр); организации и проведению акций; созданию и трансляции видеороликов (социальных реклам, информационных сообщений); организации стриминга в сети интернет, а также проведению профилактической работы с гражданами, совершающими насилие в отношении женщин и детей.

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

МВД – Министерство внутренних дел.

РФ – Российская Федерация.

СМИ – средства массовой информации.

УУП – участковый уполномоченный полиции.

ФЗ – Федеральный закон.

ХМАО – Югра – Ханты-Мансийский автономный округ – Югра.

ЭДП – экстренная детская помощь.

1. РЕКОМЕНДАЦИИ

ПО РАЗРАБОТКЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ

И ПРОВЕДЕНИЮ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ТЕМЕ

«НАСИЛИЕ В ОТНОШЕНИИ ЖЕНЩИН И ДЕТЕЙ»

Насилие в отношении женщин и детей является не «частным делом», а общественной и политической проблемой. Для эффективного решения проблемы необходимо не только воздействие на официальном уровне, но и активная вовлеченность граждан, формирование у населения нетерпимости к проявлениям насилия, создание культурной продукции, пропагандирующей мирное сосуществование граждан и гармоничные, ненасильственные отношения в семье, обществе. В целом, необходима целенаправленная работа социальных институтов всех уровней: политических, законодательных, образовательных, культурно-досуговых, информационных – по формированию устойчивого общественного мнения, основанного на нетерпимости к агрессии и противодействию насилию.

Превентивная работа должна быть направлена на повышение качества профилактики семейного насилия и включать в себя целый комплекс действенных мер, как-то: проведение правовой разъяснительной работы среди несовершеннолетних по предупреждению правонарушений; общественное порицание семейного насилия; пропаганда семейных ценностей и традиций; оказание социальной помощи семьям, находящимся в трудной жизненной ситуации; обучение «мирным» способам разрешения конфликта; своевременное выявление случаев жестокого обращения с детьми и женщинами.

Самыми эффективными формами воздействия на аудиторию и инструментами решения социальных проблем являются информирование посредством печатных материалов, наглядная агитация с помощью социальной рекламы, привлечение внимания общественности на существующих социальных проблемах, побуждения ее к активному участию

в преодолении данных негативных факторов путем организации социальных акций.

С целью наибольшего охвата целевой аудитории различными профилактическими, информационными, творческими мероприятиями в издание включены рекомендации по разработке памяток, организации и проведению акций, созданию видеороликов, ведению стримов (блогов) в сети интернет по теме «Насилие в отношении женщин и детей».

Опыт проведения таких мероприятий показывает, что это один из наиболее действенных способов активизации профилактической и мотивационной работы, направленной на пропаганду принципов ненасилия, повышение уровня правосознания и правовой культуры общественности.

1.1. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ ПАМЯТОК ПО ТЕМЕ «НАСИЛИЕ В ОТНОШЕНИИ ЖЕНЩИН И ДЕТЕЙ»

Слово «**памятка**» в словарях русского языка определяется как «книжечка, содержащая короткие наставления о чем-нибудь, руководство к чему-нибудь» [8].

В современном понятии **памятка** – это средство вербальной и/или визуальной передачи информации, краткое изложение какого-либо вопроса или проблемы, а также самые важные сведения, которыми надо руководствоваться в определенных жизненных ситуациях или при выполнении определенной деятельности.

Памятка относится к особому речевому жанру, не только информационному, но и оказывающему воздействие на эмоции и эстетические чувства людей.

Используются памятки в ситуациях, когда нет непосредственного общения с аудиторией, и / или как дополнение к общению.

По характеру содержания можно выделить следующие виды памяток:

1) **памятка-алгоритм**, в которой все предлагаемые действия довольно жестко фиксированы, их последовательность обязательна (например, определение последовательных действий для привлечения агрессора к ответственности);

2) **памятка-инструкция**, в которой даются вполне конкретные указания о выполнении конкретных действий, шагов (например, определение безопасного и защищенного места, куда можно уйти в случае опасности и др.);

3) **памятка-совет (памятка-рекомендация)**, в которой целевая группа получает рекомендации о том, при каких условиях то или иное действие (деятельность) осуществляется успешно (например, покинуть помещение необходимо незаметно и без уведомления агрессора и др.);

4) **памятка-разъяснение**, в которой опровергаются устоявшиеся мнения и стереотипы и утверждаются другие, основанные на более современных взглядах на жизнь и научных исследованиях;

5) **памятка-стимул**, целью которой является стимулирование, мотивация человека, раскрытие перспектив его деятельности и т.п. (например, сопоставление жизни с насильником и без него);

6) **памятка «вопрос – ответ»**.

Деление это условно, поскольку в каждом виде памяток есть общее: информация, представленная с помощью выразительных средств. Выбор той или иной модели содержательной части и художественного оформления во многом зависит от цели, тематики, характера целевой аудитории, представлений и вкусов создателя памятки.

ТРЕБОВАНИЯ К СОСТАВЛЕНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ ПАМЯТКИ:

1. **Идея.** Разрабатывая памятку, всегда задавайте себе вопросы [7].

Чего я хочу добиться?

Что люди должны понять в результате?

Какие действия они должны предпринять?

2. **Цель.** Четко следуйте цели. Не включайте в памятку материал, не относящийся к теме: он только отвлекает от основной идеи вашего сообщения. Следует помнить, что небольшой объем информации не позволяет в тексте одной памятки затрагивать слишком много аспектов проблемы. Целесообразнее выделить лишь один из них и именно ему посвятить содержание памятки.

3. **Текст.** Особое внимание уделяйте правильно составленному и рационально размещенному тексту. Текст памятки должен быть написан живым, ясным, доступным неспециалисту языком; предложения – краткими, набранными небольшими блоками; шрифт – простым, легко читаемым. Крупный шрифт облегчает прочтение материала людьми пожилого возраста. Ни в коем случае нельзя набирать текст декоративным, трудно различимым

шрифтом. Иллюстрации, ключевые слова, тематические строки информационного сообщения должны быть простыми и ясными. Все незнакомые термины лучше объяснять. Текст лучше представить на проверку нескольким читателям, чтобы убедиться, что он не содержит двусмысленных фраз.

4. Цветовая гамма. Очень важно выбрать ту цветовую гамму, на фоне которой текст будет восприниматься наилучшим образом. Для облегчения восприятия материала используйте не слишком сложное оформление. Цвет может служить для выделения наиболее важной информации. Выбирайте его осторожно, поскольку разные цвета вызывают разные эмоции, могут ассоциироваться с определенными идеями, образами.

5. Грамотность. Проверяйте грамотность текста будущей памятки, т.к. грамматическая ошибка или стилистическая неточность могут вызвать недоверие к материалу.

6. Иллюстрация. Иллюстрация в памятке всегда привлекает внимание. Могут использоваться фотографии, рисунки, диаграммы и т.д. Используемые зрительные образы должны обладать определенной силой воздействия.

7. Структура. Структурно текст памятки обычно представляет следующие блоки:

заголовок (должен быть точным, кратким, набираться большими буквами; его цель – привлечь внимание); здесь же может быть указание, кому предназначена памятка (для населения, для подростков, для родителей, для специалистов и т.д.);

ведущий абзац – заставляет читать дальше, интригует;

средний абзац – развивает понимание и оценку предмета, отвечает на все вопросы;

заключительный абзац – дает понять, какое действие от читателя желательно.

8. Содержание. Убедительность материалов памятки зависит не от длинного перечня правил, советов, запретов и рекомендаций, не от сухой назидательности, а от того, насколько интересен, несложен и полезен текст. Идейное содержание памятки не должно вызывать у людей страха или отрицательных эмоций. При составлении памяток для детско-подростковой аудитории крайне важным является принцип преимущественного позитива в изложении информации. Например, надо показать ребенку не то, как надо дать «сдачу» обидчику, а как хорошо решать вопросы без драки.

9. Целевая аудитория. Материал памятки подбирается с расчетом на конкретную аудиторию. Внимание к той или иной информации зависит от того, насколько значимые сведения она содержит для определенной группы людей.

Памятки рекомендуется разработать для:

родителей с указанием информации об организациях с их телефонами, куда можно обратиться за помощью; советами по обучению детей безопасному поведению и как преодолеть трудности в общении с ребенком, или сообщить о нарушении прав детей и подростков, «Как предотвратить жестокое обращение с ребенком» и другой информации профилактического характера;

женщин с указанием информации о телефонах доверия для граждан, пострадавших от насилия и нуждающихся в психологической помощи и поддержке; об организациях с их телефонами, куда можно обратиться за помощью; алгоритма действий, как поступать в зависимости от ситуаций;

детей с указанием информации о телефонах доверия для граждан, пострадавших от насилия и нуждающихся в психологической помощи и поддержке, в том числе «Детский телефон доверия»; об организациях с их телефонами, куда можно обратиться за помощью; алгоритма действий в случае оказания любого вида насилия по отношению к вашей личности;

специалистов с определением основных направлений работы с лицами, подвергшимися насилию; советами «Как поступить в случае подозрений на жестокое обращение с ребенком»;

граждан, совершающих насильственные действия в отношении женщин и детей, с информацией, например «Что грозит за насилие в семье».

По такому же принципу разрабатываются буклеты, лифлеты, листовки, брошюры небольшого объема.

1.2. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ АКЦИИ ПО ТЕМЕ «НАСИЛИЕ В ОТНОШЕНИИ ЖЕНЩИН И ДЕТЕЙ»

Как привлечь внимание общественности к такой теме как «насилие»: об этом говорят и пишут в средствах массовой информации (СМИ), показывают передачи по телевидению. И каждый думает, что это их не коснется или же не хотят видеть и слышать, что происходит в соседних квартире или дворе. Серьезность этой проблемы поможет осветить и распространить проведение такого мероприятия как акция.

Акция – это:

действие, направленное на достижение какой-либо цели, поступок, замысел (лат. actio) [9];

вовлечение (движение, действие), умение создать событие для достижения поставленной цели;

яркое комплексное мероприятие, вовлекающее большое количество людей, как правило, имеющее большую социальную значимость;

мероприятие, продолжительность которого зависит от поставленных задач, но чаще – это разовое мероприятие, направленное на достижение конкретных целей. Его отличительная особенность состоит в единстве времени, а также направлении действия на все группы населения, независимо от их отличий.

Искусство привлекать – в целом именно в этом состоит суть любой акции. Искусство создавать акцию – это искусство создавать событие, используя определенный ресурс и информацию, используя опыт и внутреннее чутье, четко осознавая ответственность за тот результат, который будет получен.

Акции являются одной из форм просветительской работы и представляют собой эффективный инструмент внешней миссии. Проведение акции является делом, в котором для успешной реализации должны быть учтены множество элементов и факторов [10].

В современном мире массовые акции стали одной из важнейших форм, как выражения общественного мнения, так и активного формирования его, актуализации важных вопросов и проблем, стоящих перед обществом.

Акция не решает проблемы, она создает условия благоприятные для их решения. И это очень важно понимать.

Цель организации акции – привлечение внимания общественности для решения проблем насилия, предупреждения его зарождения и развития.

Акция направлена на профилактику правонарушений, совершаемых в сфере семейно-бытовых отношений, путем вовлечения широких слоев населения в оказание помощи и содействия государственным органам в решении проблем бытового насилия и семейного неблагополучия.

Успех проведения акции зависит от ее грамотной организации и подготовки. Умение создавать акции заключается в умении сочетать форму и содержание.

Эффективным средством повышения осведомленности о проблеме семейного (домашнего), соседского, уличного, в том числе подросткового, насилия являются рекламно-информационные акции.

Акции позволяют продвигать информацию о том, как действовать в сложившейся ситуации, куда можно обратиться за помощью.

Преимущество таких мероприятий – в массовости, быстроте и красочности, также к проведению мероприятия могут быть привлечены заинтересованные субъекты профилактики правонарушений и общественные организации по установлению и локализации факторов, угрожающих благополучию семьи.

Смысл любой акции – это возможность и умение донести свое видение проблемы через сюжет и (или) действие, используя определенные формы, механизмы, последовательность действий. Чтобы придать важность акции, получить от нее не только общественный резонанс, но, прежде всего, эффективный результат, необходимо четко продумать цели, содержание и организацию мероприятий, проводимых в рамках акции.

Для проведения акции необходимо:

понимать, каким должен быть результат (четкая цель – четкий результат);

согласовать сценарий (программу) с задачей каждого участника и кульминационным событием в ходе акции;

найти яркий формат (удачное название, лозунг, необычную атрибутику, захватывающее действие и пр.);

привлечь партнеров на взаимовыгодной основе;

продумать и организовать рекламу мероприятий, информационную поддержку СМИ;

применить принцип состязательности (конкурсы, турниры);

использовать современные средства общения (интернет, мобильная связь и т. п.);

поощрить участников акции и проанализировать итоги.

ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ АКЦИИ

Шаг № 1. Определение информационного повода.

Повод для акции может быть любой:

значимая календарная дата (например: «25 ноября – Международный день борьбы за ликвидацию насилия в отношении женщин», «1 июня – Международный день защиты детей»);

значимое событие в стране, мире;

проблема, затрагивающая интересы общества во всем мире (насилие в семье, жестокое обращение с ребенком, буллинг, кибербуллинг и др.);

проблема, волнующая отдельные категории населения: родителей, педагогов, работников социальных служб (правовое просвещение детей, молодежи, населения и др.);

проблема одной семьи – проблема общества;

реализация программы, проекта (реклама по реализации социального проекта, направленного на профилактику насилия).

Иногда информационный повод находится на поверхности – освещается во всех СМИ, активно обсуждается, тревожит общество.

Иногда приходится изучать состояние проблем для определения приоритетного направления.

Шаг № 2. Определение целевой аудитории.

Очень важно определение главных участников акции (для кого будет проведена та или иная акция). Чем конкретнее участники акции, тем нагляднее и эффективнее будет результат. Группы участников могут быть совершенно разные:

взрослые;

молодежь (студенчество, работающая молодежь, старшеклассники);

дети (дошкольники, школьники различного возраста, дети с девиантным поведением, дети с ограниченными возможностями);

родители (законные представители).

Шаг № 3. Определение ключевых моментов акции и составление плана.

Определение ключевых моментов планируемой акции: что есть, что планируется, какие есть ресурсы, кто участники, на кого рассчитана акция, какие ожидаются результаты и т.п. Все эти моменты очень важны и должны быть конкретны.

Составление плана включает:

определение темы акции;

определение цели и задач акции;

выбор названия, девиза;

определение даты (место, время) проведения;

разработка положения о проведении акции (при необходимости, на усмотрение организаторов);

распределение и закрепление ответственных лиц за акцию;

составление списков организаторов, участников, приглашенных гостей;

составление сметы акции;

рассылка пресс-релизов, привлечение СМИ;
подготовка атрибутов акции;
подготовка и тиражирование печатной (рекламной) продукции (плакаты, памятки, буклеты и пр.).

Кроме того, на этапе подготовки особое внимание следует уделить развитию и использованию партнерских взаимоотношений. Также, в первую очередь, нужно заручиться поддержкой властей Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, например, Департамента социального развития, Департамента общественных и внешних связей, Департамента физической культуры и спорта, Департамента образования, Департамента культуры, Департамента труда и занятости населения, Департамента здравоохранения, Комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав при Правительстве ХМАО – Югры совместно с Уполномоченным по правам ребенка в ХМАО – Югре, которые могут стать важными стратегическими партнерами, способными оказать как административную и организационную, так и финансовую или материальную поддержку.

Проведение любого мероприятия является хорошим поводом расширить и обновить спонсорскую базу организации. Учреждениям социального обслуживания может понадобиться организационный партнер – организация, предоставляющая площадку для проведения мероприятия (кинотеатр, клуб, парк, городской культурный центр и т. п.). Для привлечения внимания к планируемому мероприятию лучше всего заручиться поддержкой информационного партнера (СМИ). Проработанный план выпуска публикаций, заметок, новостей о мероприятии должен быть согласован с информационным партнером.

Акция также нуждается в наружной рекламе: афиши разного формата на улицах и на остановках, для учебных заведений, клубов, студенческих и профсоюзных организаций, реклама в транспорте; пригласительные листовки для раздачи в учреждениях; информационные сообщения, видео- и аудио-ролики и др.

При организации массового трудоемкого мероприятия в большинстве случаев не обойтись без активной команды поддержки – волонтеров. Они смогут оказать помощь на любом этапе подготовки: от поиска идеи (обычно молодые люди много знают о модных тенденциях и формах мероприятий, необычных местах их проведения и т. п.) до ее воплощения. Волонтеры выполняют очень важную работу: они разговаривают со своими сверстниками на обозначенные в рамках мероприятия темы, раздают полезные информационные материалы, вдохновляют своим примером других людей. Волонтеры могут стать неплохим информационным каналом, так называемым «сарафанным радио», когда нужно пригласить людей на акцию или мероприятие. Чем больше волонтеров задействовано, тем шире будет информационная волна.

Партнеров и участников акции следует упомянуть в печатной, рекламной продукции или во время проведения самого мероприятия. Также рекомендуется заранее подготовить документ о партнерстве, в котором будет подробно описано, что и в каком виде (объеме) предлагается со стороны учреждения взамен оказываемой поддержки.

Шаг № 4. Решение организационных вопросов.

После того, как уже определен информационный повод, выбрана целевая аудитория, осуществлена необходимая подготовка к проведению акции и установлена договоренность с партнерами, следует приступить к решению основных организационных вопросов, к которым относятся следующие:

определение составных частей акции: форма работы, площадки, ответственные, ресурсы;

распределение обязанностей и назначение ответственных за проведение акции;

составление общего сценария акции и отдельных ее частей;

предварительная работа с волонтерами, отдельными участниками акции.

Один из главных организационных моментов – написание сценария, в основе которого должно быть ключевое событие: театрализованное действие, красочное шествие, концерт, игра-шоу и т. п.

К наиболее известным формам мероприятий для проведения акций относятся:

праздники, презентации, экскурсии, шествия;
встречи с писателями, известными людьми;
дискуссии, конкурсы, фотоконкурсы, викторины;
опросы, анкетирования, тестирования;
игры, кукольные и другие театрализованные спектакли;
книжные выставки-просмотры и др. формы.

Шаг № 5. Проведение акции.

Для организованного проведения той или иной акции необходимо назначить координатора (модератора, ведущего, организатора) – того, кто сможет ответить на все текущие вопросы и станет ключевой фигурой мероприятия. Координатор должен уметь оперативно решать все возникшие вопросы в случае возникновения непредвиденных обстоятельств, например:

Что делать, если будет плохая погода?

Что делать, если участников будет меньше, чем планируется?

Что делать, если не хватит средств, призов?

Что делать, если не приедут СМИ и т.д.

От качества решения организационных вопросов, четкого следования плану проведения, рекламной кампании, степени включенности участников зависит результат проводимой акции.

Особое внимание координатор должен уделить форме проведения мероприятия. В последнее время в практике стали популярны флешмобы (англ. «быстрая толпа», «вспышка» толпы», «мгновенная толпа») – заранее спланированные массовые акции, в которых группа людей появляется в общественном месте и в течение нескольких минут выполняет заранее оговоренные действия (по сценарию), затем так же внезапно исчезает. Такая

форма мероприятия позволяет привлечь внимание общественности, а иногда и потенциальных участников конфликтной ситуации, а его эффективность на деле оказывается очень высокой.

Шаг № 6. Анализ проведенной акции.

По завершении акции обычно готовится итоговый отчет, включающий в себя характеристику следующих важных пунктов:

ход мероприятия в целом;

наиболее удачные моменты и недостатки, а также трудности, с которыми пришлось столкнуться при организации;

общая эффективность;

отклики в СМИ;

отзывы участников.

Такой анализ поможет сделать правильные выводы, выделить информацию, необходимую при составлении сценариев и планировании последующих мероприятий, но самое главное – выяснить, удалось ли донести ключевую мысль, идею акции до целевой аудитории.

1.3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ И СОЗДАНИЮ ВИДЕОРОЛИКОВ ПО ТЕМЕ «НАСИЛИЕ В ОТНОШЕНИИ ЖЕНЩИН И ДЕТЕЙ»

Социальный видеоролик – это разновидность видеопродукта, который ориентирован на привлечение внимания к жизненно важным проблемам общества и его нравственным ценностям.

Главное его достоинство – высокая эмоциональная убедительность. Всего за несколько секунд он может вызвать устойчивую эмоциональную реакцию, которая будет сохраняться длительное время.

Задачи социального видеоролика:

формирование общественного мнения;

привлечение внимания к актуальным проблемам общественной жизни;

изменение поведенческой модели общества.

Функции социального видеоролика:

Основная функция – **информационная**, кроме того, информирование может включать в себя предостережение. Например, «Жестокое обращение с ребенком карается законом»; «Умалчивание о насилии – это соучастие».

Следующая функция – **образовательная**. Она, в свою очередь, дает обществу знание о проблемах и методах их преодоления. Например, ребенка лишают еды, самых необходимых вещей или если ребенок проживает в антисанитарных условиях – все это можно считать жестоким обращением в соответствии со ст. 156 Уголовного кодекса РФ.

Так же отмечается **воспитательная** функция. Цель которой – воспитание в обществе определенного поведения и отношения к подрастающему поколению: забота о детях.

Рассмотрим **классификацию видеороликов** по их хронометражу, и возможности представления информации.

Блиц-ролик (15–20 секунд). Цель: начальное знакомство аудитории с предметом проблемы, эффективен в случае напоминания о уже известной информации.

Рекламно-демонстрационные ролики (5–10 минут). Как правило, большинство видеороликов, в особенности, когда они документального характера, рассчитаны в данном диапазоне времени. Данный видеоматериал, достаточно информативен. Но в то же время, чем длиннее ваше рекламное видео, тем больше информации не доходит до сознания целевой аудитории.

Следующий **вид классификации видеороликов** – по способу исполнения:

съёмочный информационный ролик;

съёмочный постановочный ролик;

анимационный (мультипликационный) ролик;

графический ролик (с использованием компьютерной графики).

На сегодняшний день стоит отметить, что все чаще при создании видеороликов применяются средства компьютерной графики и анимации. Использование данных технологий определяются в зависимости от поставленной задачи, особенностей сценария и ограничены бюджетом ролика. В то же время рекламные, социальные видеоролики можно условно разделить на **3 категории: постановочные, анимационные, информационные.**

Рассмотрим эти категории подробнее:

Постановочные (игровые). Основная особенность в том, что данные видеоролики достаточно длинные в реализации. Основные этапы производства – это подбор актеров, утверждение сценария для видеоролика, раскадровка, создание оригинального звукового сопровождения видеоролика, профессиональная операторская работа. При создании видеоролика возможно внедрение компьютерной графики, но главная роль в постановочном видеоролике отведена актерской работе.

Анимационные (2D и 3D графика). Считаются самыми долгими в создании видеороликами по причине применения компьютерной графики. Основные этапы реализации похожи, что и в постановочных: создание сценария, раскадровка, оригинальное звуковое сопровождение, а также

совмещение компьютерной графики с отснятым видеорядом ролика. Анимационные видеоролики разделяются на трехмерные (3D) и двухмерные (2D) работы. Двухмерные видеоролики, в свою очередь, могут быть двух видов: с классической рисованной анимацией и с генерированным с помощью компьютера плоской двухмерной графикой. Главная роль анимационного видеоролика отведена рисованным персонажам.

Информационные, самые быстрые в изготовлении видеоролики. В качестве исходного материала для информационных видеороликов используются готовые видео или фотоматериалы, предоставленные заказчиком или отснятые рекламными студиями, как правило без сценария [11].

Очень часто социальная реклама разрабатывается по принципу: «нужно рассказать о проблеме, чтобы люди задумались». Однако такой подход ведет к созданию неэффективной, а в худшем случае, негативно воздействующей рекламы.

Ошибки, в первую очередь, отражаются на восприятии людей и могут закладывать неверное отношение к поднятой теме.

Распространенные ошибки, которые необходимо избегать при создании рекламных материалов:

Первая ошибка. Использование атрибутов проблем, которые становятся рекламой (бутылка водки, ремень и др.), а не средством борьбы с ней.

Вторая ошибка. Использование отрицательных частиц в текстах. Психика человека способна успешно игнорировать все «не», встречающиеся в рекламе.

Третья ошибка. Черный цвет. Способен действовать угнетающе и отталкивать от основного сообщения.

Четвертая ошибка. Элементы шока. Шок провоцирует острую эмоциональную реакцию. Но если в рекламных материалах шок используется

ради самого эффекта, и не дает выбора или решения проблемы – шок способен усугублять проблему.

Пятая ошибка. Отсутствие контактных данных или ссылки на сайт. Социальная реклама ставит человека лицом к лицу с проблемой, но она же и должна дать ее решение. Поэтому любые рекламные материалы должны содержать контактные данные организации, которая отвечает за решение данной проблемы. В данном случае работает принцип «У социальной рекламы должен быть заказчик (хотя бы предполагаемый)».

Поэтому при создании любых материалов социальной рекламы необходимо ответить на ряд вопросов, которые позволят вам четко увидеть цели и спрогнозировать результат вашей работы:

1. Какова проблема и причины ее появления?
2. Какое решение проблемы вы можете предложить?
3. Какова целевая аудитория? Где и с помощью чего вы к ней хотите обратиться?
4. Какую реакцию вы ожидаете от выбранной аудитории? Что должно заставить их изменить свое поведение?
5. На какую психологическую «кнопку» нужно нажать, чтобы получить эту реакцию?

Сформулировав ответы на эти вопросы, можно перейти к созданию коммуникационного сообщения и воплощению рекламных материалов.

ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ СОЦИАЛЬНЫХ РОЛИКОВ

Шаг 1. Выберите тематику, отражающую суть проблем, связанных с ростом случаев домашнего насилия, высокой смертности среди детей в связи с жестоким обращением родителей (законных представителей) с детьми и др. Например, «Насилие в отношении женщин и детей», «Несчастье в семье – проблема общества» [11].

Шаг 2. Придумайте основную идею (с чем сравнить проблему, что написать). Сосредоточьтесь на одной идее, не мешайте в один ролик несколько.

Шаг 3. Создайте сценарий. Ролик – это история, сделанная для Зрителя, в краткой художественной форме с финальной точкой, подкрепляемой слоганом.

Подумайте о слогане. Не забудьте, что слоган – неотъемлемая часть идеи сценария, он должен быть кратким, емким, запоминающимся и образным. Убедительная немногословность, краткость и лаконичность. Часто начинающие клипмейкеры используют серию фраз, развивающих идею. Такой прием хорош при развитии одной мысли. В большинстве случаев немногословность убедительнее. Ролик может выглядеть как небольшой фильм с коротким слоганом в конце.

Шаг 4. Нарисуйте раскадровку видеоролика. Продумайте видеоряд по 3–4 основным кадрам. Остальные будут промежуточными. Часто начинающие клипмейкеры думают, что, если ролик длиннее, он будет выглядеть более профессионально. Не будет. Короткий видеоряд поможет избежать ошибок, повторений, плохих кадров. Так, видеоряд ролика-победителя сводится всего к 3–4 основным кадрам.

Шаг 5. Продумайте видеоэффекты, изобразительные средства, усиливающие восприятие идеи. Это могут быть: создание контраста (черное – белое), яркое – бледное, верх – низ, положительное – отрицательное; создание медленной трансформации; рисунок-перевертыш; неожиданное решение; штриховой код; рассыпанное изображение и др. Как правило, их диктует сама сценарная идея.

Шаг 6. Съемочный период. Съемки должны проходить с учетом особенностей идеи сценарных задач. Они могут проходить, как в интерьерах, так и на улице.

Шаг 8. Монтажный период. Как правило, сам сценарий подталкивает авторов к выбору музыкального и шумового оформления работы, на основе

раскадровки, и, опять-таки, идеи сценария. Именно музыкальное оформление социального ролика, как и любой другой видеоработы, является основной составляющей создаваемого клипмейкером настроения. Когда монтаж закончен, начинается шумовое оформление видео.

Звуковой ряд обычно монтируется после компоновки видеоряда, который, в свою очередь, корректируется при необходимости согласования временных позиций аудио и видеокomпонентов. Для монтажа видеоролика можно использовать простые программы: Киностудия Windows Movie Maker, Pinnacle Studio.

Шаг 9. Демонстрация готового видеоролика.

Стадия воплощения не менее важна, чем стадия разработки.

Тестирование. Этим пунктом зачастую пренебрегают не только начинающие, но и профессиональные рекламисты, в то время как тестирование вашего ролика на хотя бы нескольких представителях вашей целевой аудитории может внести серьезные корректировки в ваш первоначальный замысел, поскольку их реакция может существенно отличаться от той, которую вы себе представляете. По возможности, тестируйте идею как на этапе ее разработки (сценарий, скетч, макет, концепция), так и на этапе реализации (ролик, плакат и др.).

Требования, предъявляемые к роликам:

1. Недопустимо использование ролика без адаптации для аудитории.
2. Хронометраж: 10, 15, 20 сек. Рекомендуемый хронометраж 15–20 секунд. При хронометраже ролика 10 секунд применять не более 2-х кадров. В 15-ти секундном ролике – не более 3-х.
3. Желательно присутствие логотипа и контактной информации на протяжении всего ролика.
4. Контактная информация должна занимать не менее 25% площади кадра.
5. Нежелательно размещение нескольких номеров телефонов одновременно.

6. Информация должна быть изложена лаконично и точно. Текстовая информация должна быть максимально короткой.

7. Необходимо использовать крупный шрифт, так как информация, представленная мелким шрифтом – не читаема.

8. Значимые титры и картинки должны быть максимально большими по линейным размерам.

9. Желательно использование ярких и контрастных цветов.

10. Плавная смена кадров.

Аналогично разрабатываются социальные рекламы, информационные сообщения.

1.4. РЕКОМЕНДАЦИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРЯМОЙ ТРАНСЛЯЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ [12]

Прямая трансляция (стрим) – это непрерывная передача аудио- и видеоданных в режиме реального времени от провайдера (поставщик интернет-услуг) к пользователю. Более точно суть указанного процесса передает термин «прямая трансляция в сети интернет». Большая часть рынка стриминга относится к сегменту киберспорта, однако стримерами также называют авторов видеоблогов в жанре музыки, кулинарии, путешествий, истории, образовании и других направлениях .

Слово «**стрим**», которое прочно вошло в лексикон современной молодежи, имеет английские корни: stream в буквальном смысле означает поток. Человек, организующий и проводящий стрим, называется **стримером**.

Цели проведения стримов могут быть самыми разными: одни стримеры желают поделиться чем-то интересным со своими зрителями, другие ищут новые знакомства, третьи хотят обрести известность и, таким образом, заработать деньги. Также стримы используются для освещения крупных событий в мире для широкой публики, то есть для тех, кто не может присутствовать лично на каком-либо важном или интересном зрителью мероприятии.

Для зрителей же это целый вид развлечений: некоторым людям нравится получать новую полезную информацию, другие находят интересным наблюдать за личностью стримера (нравятся его комментарии, внешний вид, стиль мышления, шутки, образ). Благодаря своей харизме популярные стримеры все больше и больше завоевывают внимание молодежи, становятся **инфлюенсерами** (от англ. influence – влияние) – пользователями, имеющим обширную и лояльную аудиторию.

Стрим – это совершенно новый формат подачи информации, где востребованным может стать абсолютно любой человек. Зрителям при этом, чтобы посмотреть трансляцию на своем гаджете, не нужно скачивать дополнительные программы для стрима.

Условно стримы можно поделить на несколько подвидов: те, которые уже записаны, и те, которые транслируются в реальном времени. Подобный видеопродукт в своем большинстве не предполагает заранее заготовленного сценария, как это практикуется на телевидении. Очень часто он организован в развлекательной, интерактивной форме, где зрители задают свои вопросы в комментариях, а ведущий – на них отвечает.

Выбор тематики для стрима крайне важен: чем интереснее и актуальнее она будет, тем больше шансов на успех. Это могут быть компьютерные игры, обзоры книг и кино, образовательные вебинары и мастер-классы, обсуждение тем буллинга и кибербуллинга и др. Иными словами, все то, чем стример готов и способен поделиться с широкой аудиторией.

Главные *признаки* стрима [13]:

1. Протяженность во времени.
2. Периодичность, в идеале – систематичность.
3. Возможности диалога между стримером и его аудиторией.

Главные *качественные характеристики* стримов:

1. Популярность, выраженная в количественном значении зрителей и подписчиков канала.
2. Техническая составляющая, выраженная в качестве передаваемого сигнала на трансляции – плавность картинки, чистота звука, отсутствие сбоев.
3. Интерактивность, выраженная в количестве обратной связи, выдаваемой стримером для его зрителей.
4. Общий план эфира, включая рабочее место стримера, умение разговаривать и развлекать аудиторию, сценарный ход трансляции и особенные «фишки», создающие индивидуальность.

ТЕХНОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЯМОЙ ТРАНСЛЯЦИИ (СТРИМА) В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Шаг 1. Выбор платформы для стрима.

В последнее время заинтересованность в стриминге растет уверенными темпами. Увеличивается и число стриминговых платформ – так называемых площадок для трансляций, к наиболее популярным из которых можно отнести Youtube, Facebook, Vk, Одноклассники, Periscope и Twitch [14].

YouTube Live. Данная платформа в основном используется для видеообращения стримера к своим поклонникам, трансляции популярных блогеров и многого другого.

Facebook Live. Сервис запустился в 2016 году, с его помощью можно напрямую связываться с подписчиками. Согласно статистике, пользователи Facebook комментируют прямые трансляции в несколько раз чаще, чем обычные видео. Смотреть потоки в Facebook Live можно непосредственно в момент их записи или постфактум.

VK Live. Собственную платформу для трансляций предлагает также социальная сеть «ВКонтакте». Приложение VK Live позволяет пользователям общаться в чате трансляции, получать ответы на свои вопросы, что удобно тем, кто не хочет, чтоб его узнали, получать от зрителей подарки и платные сообщения и выбирать из числа рекомендованных потоков в ленте трансляций.

«Одноклассники». Трансляция стримов доступна также для пользователей «Одноклассников» и ОК Live. В 2017 году социальная сеть первой в России представила функцию стримов из браузера. Во время эфира стримеры могут общаться со зрителями в чате, получать «классы» и комментарии. Прямые трансляции попадают в ленты друзей и подписчиков и появляются на карте стримов, а самые популярные видео выходят в топ стримов ОК Live.

Шаг 2. Проведение стримингового вещания в сети интернет предполагается осуществлять в рамках указанной темы – «Насилие в отношении женщин и детей».

Шаг 3. Подготовка и настройка оборудования для стрима [15].

Для настройки стрима пользователю нужно подготовить оборудование: выбрать мощный компьютер, подобрать качественную камеру, микрофон, хромакей. Также стримеру понадобятся сервисы для записи видео, подписок и программы для чатов с оповещениями.

Шаг 4. Проведение стрима.

После выбора подходящей стриминговой платформы, подготовки темы для обсуждения и получения минимально необходимого оборудования для осуществления стримингового вещания, в дальнейшем следует приступить непосредственно к проведению самого стрима. Конкретно для каждой из упомянутых платформ это выглядит следующим образом:

1. **Общий пункт** – провести регистрацию на одном/нескольких вышеуказанных ресурсах.

2. Youtube Live.

- 2.1 Откройте YouTube.

- 2.2 В правом верхнем углу страницы нажмите «Создать», а затем – «Начать трансляцию».

- 2.3 Если вы еще не подтвердили свой канал, сделайте это, следуя инструкциям.

- 2.4 Если вы собираетесь провести трансляцию впервые, то сначала функцию нужно включить. Доступ к ней может появиться не сразу, поэтому лучше сделать это не позднее чем за 24 часа до выхода в эфир. Затем вы сможете проводить трансляции в любой момент.

3. Facebook Live.

- 3.1 Откройте Facebook и перейдите на страницу, на которой хотите вести прямой эфир. Здесь нажмите на «Инструменты публикации».

- 3.2 Выберите «Видео» на боковой панели и нажмите кнопку «Live».

3.3 В открывшемся всплывающем окне скопируйте «Ключ потока», затем нажмите «Далее». Убедитесь, что вы не делитесь ключом потока с кем-либо еще.

3.4 Ваша страница Facebook теперь готова принимать прямые трансляции с вашего компьютера.

4. Вконтакте.

4.1 Чтобы создать прямую трансляцию с компьютера, нужно открыть полную версию ВКонтакте и перейти в раздел «Видеозаписи» нужной страницы или сообщества.

4.2 После этого нужно нажать на кнопку «Трансляция» в правом верхнем углу страницы и далее следовать подсказкам на экране.

5. Одноклассники.

5.1 Для начала трансляции и настройки нужно зайти в раздел «Видео» → «Эфир» → «Веб-камера» или нажать на кнопку «Трансляция».

5.2 Выберите название и описание для стрима, загрузите обложку для видео, и можно начинать трансляцию.

Таймлайн предоставляет возможность разместить информацию по теме «Насилие в сети интернет» для проведения стрима в зависимости от времени (от 2-х до 30 минут) по следующей хронологии:

Почему борьба с кибербуллингом – это важно?

Что такое кибербуллинг (кибермоббинг), каким он бывает и как помочь жертве травли?

Как отличить конфликт от насилия?

Агрессор, жертва и наблюдатель: действующие лица кибербуллинга.

Способов сделать человеку больно – много: почему буллят в сети?

Неотвратимость наказания: можно ли привлечь к ответственности за кибербуллинг?

Где граница между дружеской шуткой и насильственным комментарием?

Как защититься от кибербуллинга? [16].

PS: Во всех социальных сетях есть функция блокировки нежелательных пользователей. Просто заблокируйте агрессора, тем самым закрыв ему доступ к дальнейшим негативным действиям.

2. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРОФИЛАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ С ГРАЖДАНАМИ, СИСТЕМАТИЧЕСКИ СОВЕРШАЮЩИМИ НАСИЛИЕ В ОТНОШЕНИИ ЖЕНЩИН И ДЕТЕЙ

Профилактическая работа с лицами, склонными к совершению насильственных действий, основана на Федеральном законе от 23.06.2016 № 182-ФЗ «Об основах системы профилактики правонарушений в Российской Федерации» [17].

Основные направления профилактики правонарушений (ст. 6):

предупреждение правонарушений;

развитие системы профилактического учета лиц, склонных к совершению правонарушений;

предупреждение безнадзорности, беспризорности, правонарушений и антиобщественных действий несовершеннолетних;

повышение уровня правовой грамотности и развитие правосознания граждан и др.

Реализация основных направлений профилактики правонарушений осуществляется посредством (ст. 6 ч. 2):

1) выявления, оценки и прогнозирования криминогенных факторов социального характера;

2) правового регулирования профилактики правонарушений;

3) разработки государственных и муниципальных программ в сфере профилактики правонарушений;

4) совершенствования механизмов эффективного взаимодействия субъектов профилактики правонарушений с лицами, участвующими в профилактике правонарушений, по вопросам профилактики правонарушений;

5) выявления и устранения причин и условий, способствующих антиобщественному поведению и совершению правонарушений, в том числе на почве социальной, расовой, национальной или религиозной розни;

- б) выявления лиц, склонных к совершению правонарушений;
- 7) выявления лиц, пострадавших от правонарушений или подверженных риску стать таковыми, и лиц, находящихся в трудной жизненной ситуации (в том числе лиц, страдающих заболеваниями наркоманией и алкоголизмом, лиц без определенного места жительства);
- 8) использования видов профилактики правонарушений и форм профилактического воздействия, установленных настоящим Федеральным законом (ФЗ);
- 9) применения в соответствии с законодательством Российской Федерации (РФ) специальных мер профилактики правонарушений административного, уголовного, уголовно-процессуального, уголовно-исполнительного и оперативно-разыскного характера в целях предупреждения правонарушений;
- 10) проведения мониторинга в сфере профилактики правонарушений;
- 11) применения иных мер, предусмотренных федеральными законами, законами субъектов РФ, муниципальными правовыми актами.

Виды профилактики правонарушений (ст. 15).

1. Общая профилактика правонарушений направлена на выявление и устранение причин, порождающих правонарушения, и условий, способствующих совершению правонарушений или облегчающих их совершение, а также на повышение уровня правовой грамотности и развитие правосознания граждан.

2. Индивидуальная профилактика правонарушений направлена на оказание воспитательного воздействия на лиц, устранение факторов, отрицательно влияющих на их поведение, а также на оказание помощи лицам, пострадавшим от правонарушений или подверженным риску стать таковыми. Индивидуальная профилактика правонарушений может осуществляться с применением специальных мер профилактики правонарушений.

Профилактику правонарушений в формах профилактического

воздействия, в пределах установленной компетенции вправе осуществлять должностные лица органов прокуратуры РФ, следственных органов Следственного комитета РФ, органов внутренних дел, органов федеральной службы безопасности, органов уголовно-исполнительной системы и иных государственных органов, если такое право им предоставлено законодательством РФ (ст. 17, ч.2).

Организация социального обслуживания – организация, осуществляющая социальное обслуживание (предоставление социально-бытовых, социально-медицинских, социально-психологических, социально-педагогических, социально-трудовых, социально-правовых и иных социальных услуг), выступает в качестве лица, участвующего в профилактике правонарушений.

К формам профилактического воздействия относятся (ст. 17):

профилактическая беседа;

объявление официального предостережения (предостережения) о недопустимости действий, создающих условия для совершения правонарушений, либо недопустимости продолжения антиобщественного поведения;

профилактический учет;

профилактический надзор;

иные меры, предусмотренные законодательными актами.

Профилактическая беседа состоит в разъяснении лицу, в отношении которого применяются меры индивидуальной профилактики правонарушений, его моральной и правовой ответственности перед обществом, государством, социальных и правовых последствий продолжения антиобщественного поведения (ст.19, ч. 1).

Порядок проведения профилактической беседы устанавливается нормативными правовыми актами субъектов профилактики правонарушений (ст.19, ч. 2).

Официальное предостережение (предостережение) о недопустимости

действий, создающих условия для совершения правонарушений, либо недопустимости продолжения антиобщественного поведения объявляется лицу, в отношении которого применяются меры индивидуальной профилактики правонарушений, при отсутствии оснований для привлечения его к уголовной или административной ответственности и содержит обязательное для исполнения требование о недопустимости таких действий либо недопустимости продолжения антиобщественного поведения (ст. 20, ч. 1).

Порядок объявления официального предостережения (предостережения) о недопустимости действий, создающих условия для совершения правонарушений, либо недопустимости продолжения антиобщественного поведения, включая порядок его направления (вручения), форма официального предостережения (предостережения), а также перечни категорий должностных лиц, уполномоченных объявлять официальное предостережение (предостережение), устанавливаются нормативными правовыми актами субъектов профилактики правонарушений, которые указаны в ч. 2 ст. 17 настоящего ФЗ и которым законодательством РФ предоставлено право объявления официального предостережения (предостережения) (ст. 20, ч. 2).

В случае неисполнения требования, изложенного в официальном предостережении (предостережении) о недопустимости действий, создающих условия для совершения правонарушений, либо недопустимости продолжения антиобщественного поведения, лицо, которому оно было объявлено, может быть привлечено к ответственности в соответствии с законодательством РФ (ст. 20, ч. 3).

Профилактический учет предназначен для информационного обеспечения деятельности субъектов профилактики правонарушений (ст. 21, ч. 1).

Ведение профилактического учета (сбор, регистрация, обработка, хранение и предоставление информации), в том числе с использованием

автоматизированных информационных систем, осуществляется субъектами профилактики правонарушений в пределах их полномочий в соответствии с порядками и требованиями, установленными нормативными правовыми актами РФ, нормативными правовыми актами соответствующих федеральных органов исполнительной власти (ст. 21, ч. 2).

При ведении профилактического учета обеспечивается конфиденциальность персональных данных о лице, состоящем на профилактическом учете, в соответствии с законодательством РФ.

При ведении профилактического учета субъекты профилактики правонарушений осуществляют обмен информацией в соответствии с законодательством РФ посредством межведомственных запросов, в том числе в электронной форме с использованием единой системы межведомственного электронного взаимодействия (ст. 21, ч. 4).

Профилактический надзор состоит в наблюдении за поведением лица, состоящего на профилактическом учете, и соблюдением им ограничений, установленных в соответствии с законодательством РФ (ст. 23).

ПРОФИЛАКТИЧЕСКАЯ БЕСЕДА

Органы внутренних дел являются основным субъектом предупреждения домашнего насилия в разных странах, поскольку они первыми приезжают на вызов, общаются с жертвой домашнего насилия, в случае необходимости оказывают ей первую помощь и психологическую поддержку, применяют предусмотренные законодательством меры воздействия к агрессору, ведут профилактический учет таких лиц, применяют меры обеспечения по делам об административных правонарушениях или меры уголовно-процессуального обеспечения и т.д. Поэтому именно от органов внутренних дел и профессиональности их действий, а также наличия соответствующих полномочий, предусмотренных законодательством (например, вынесение защитного предписания в отношении агрессора), во многом зависит эффективность предупреждения

совершения актов домашнего насилия, а также реабилитация и социальная адаптация жертв домашнего насилия и корректировка поведения агрессоров [18].

Специалисты организаций социального обслуживания принимают участие в проведении профилактической работы с лицами, совершающими насильственные действия в отношении женщин и детей, посредством проведения профилактической беседы при поддержке представителей органов внутренних дел (ст. 17, ч.2), например, участковых уполномоченных полиции (УУП).

Профилактическая беседа в целях предупреждения противоправного поведения проводится с лицами, от которых можно ожидать совершения преступлений и административных правонарушений: состоящими на учете, а также с теми лицами, в отношении которых имеются сведения об антиобщественном поведении, задокументированные в установленном порядке [19].

Профилактическая беседа является одним из методов оказания предупредительного воздействия на профилактируемых лиц.

Профилактическая беседа – это устное разъяснение гражданину общественной опасности подготовки и совершения правонарушений, правовых последствий, наступающих в результате совершения правонарушений, а также убеждение гражданина в недопустимости их совершения.

При этом профилактическая беседа является средством получения информации о профилактируемом и одновременного контроля, ее главной задачей является оказание непосредственного воспитательного воздействия с целью изменения его противоправного поведения [19].

ТЕХНОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОФИЛАКТИЧЕСКОЙ БЕСЕДЫ

При подготовке к профилактической беседе, накануне определяются: план беседы; место – при выборе места беседы главное, чтобы не было посторонних лиц (никто не должен прерывать разговор, сколько бы он ни продолжался); время – желательно спланировать встречу в свободное время, с большим переменным потенциалом; цель мероприятия; вопросы, которые следует разрешить в процессе ее проведения: жизненные установки профилактируемого лица; ближайшее окружение; основные причины возникновения возможных конфликтов; возраст; образование; жизненный опыт; семейное положение лица; степень агрессивности и формы ее проявления.

В начале беседы специалист должен представиться профилактируемому и объяснить причину или повод ее проведения.

В ходе профилактической беседы специалист должен использовать тактические приемы, позволяющие расположить к себе.

Профилактическая беседа должна включать в себя следующие этапы:

Начальный этап – установление психологического контакта с профилактируемым, взаимоотношений «сопереживающего партнерства».

Следует уделить внимание личности профилактируемого и его проблемам, поинтересоваться его здоровьем, выяснить жилищно-бытовые условия проживания, расспросить о семье и отношениях с родственниками, проявить интерес к трудовой занятости и профессиональной деятельности, обратиться к положительным фактам биографии, его успехам в различных сферах жизнедеятельности. В результате вы будете восприниматься как человек чуткий, заслуживающий доверия.

Второй этап – установление контакта поможет выяснить последовательность событий, которые привели к кризису; правильно организовать индивидуальную профилактическую работу и позволит

получить информацию, которая будет содействовать дальнейшему исправлению профилактируемого.

Необходимо учитывать индивидуальные особенности профилактируемого лица: возраст, образование, уровень психоэмоционального развития, нравственно-ценностные ориентиры, мотивационную направленность личности, особенности взаимоотношений с окружающими, наличие планов и устремлений при определении направленности и содержания профилактической беседы, выработке стиля ее проведения.

Третий этап – совместная деятельность по преодолению кризисной ситуации. Беседу нельзя сводить к назиданиям и угрозам, но при этом не следует оставлять без принципиальной оценки последствия антиобщественного поведения.

Здесь используются: «планирование», то есть побуждение профилактируемого к словесному оформлению планов предстоящих поступков; «держание паузы» — целенаправленное молчание, чтобы дать ему возможность проявить инициативу. В процессе беседы важно сформировать у профилактируемого правильное критическое представление о своем поведении и направить его на правопослушный путь. При необходимости следует помочь ему советом в решении сложных жизненных проблем, способствующих противоправному поведению, проявив доброжелательность и одновременно требовательность к поведению профилактируемого.

Также, исходя из особенностей профилактируемого, на беседу можно пригласить тех лиц, которые в определенной степени могут повлиять на его поведение, например, родственников или друзей.

Завершающий этап – окончательное формулирование плана деятельности, активная психологическая поддержка собеседника.

Целью проведения профилактических бесед должно быть формирование у профилактируемого желания сознательно, на основе понимания общественной опасности противоправного поведения и его

морального осуждения отказаться от антисоциальных установок, а также убежденности в необходимости прикладывать возможные усилия для избавления от пагубных привычек и аморальных потребностей.

Рекомендуется предоставить профилактируемому информацию о существующих возможностях получения помощи в государственных и негосударственных некоммерческих организациях, при этом подчеркнув, что преодоление трудностей и разрешение разногласий с окружающими в большей степени зависят от его стремления изменить ситуацию посредством совершения последовательных действий, направленных на избавление от имеющихся вредных привычек и отказ от ранее усвоенных шаблонов поведения [19].

Следует учесть, что профилактическая беседа с профилактируемыми лицами не может быть однообразной по содержанию и форме.

Профилактическая беседа делится на предварительную и предупредительную.

Предварительная беседа проводится в индивидуальном порядке при постановке профилактируемого лица на учет. От ее содержания и результатов во многом зависит ход дальнейшей воспитательной работы. Психологическая атмосфера такой беседы, ее тон должны отражать общую линию профилактической работы: необходимо сочетание доброжелательности, заинтересованности в судьбе профилактируемого с требовательностью к нему и его поведению, чтобы беседа была эффективной и предметной, необходимо заранее собрать как можно больше информации о самом лице, его поведении, окружении, связях и т.д.

Предупредительная беседа проводится при наличии фактов антиобщественного поведения лица, взятого на профилактический учет, либо без каких-либо внешних поводов, т.е. в порядке повседневной работы, она также преследует цель контроля за поведением правонарушителя, кроме того используется для информационного обеспечения индивидуальной профилактики.

Воспитательная беседа по содержанию и способам воздействия близка к предупредительной беседе, но воспитательные беседы проводятся, как правило, в неофициальной обстановке, чаще по месту жительства, учебы или работы профилактируемого. Используя беседу как форму профилактической работы, следует помнить, что это должно осуществляться на систематической основе, а также при возникновении ситуации, требующей ее незамедлительного проведения.

Наблюдение за поведением лиц, состоящих на профилактическом учете, их образом жизни, кругом общения может осуществляться непосредственно УУП путем регулярного посещения его по месту жительства, также специалистами организаций социального обслуживания проводятся поквартирные обходы и социальные патронажи граждан, составляются акты обследования жилищно-бытовых условий граждан.

При этом обязательным требованием является уважение личности профилактируемого лица, разумное сохранение тайны личной жизни гражданина. Недопустимы оскорбления, насмешки, обвинительная позиция в общении.

Опрос родственников лиц, состоящих на профилактическом учете, их соседей и других лиц. Опрос представляет собой метод сбора профилактической информации в процессе непосредственного общения УУП с гражданами. При проведении опроса выясняется образ жизни, привычки, наклонности, особенности характера профилактируемого лица. Задаются вопросы о круге общения профилактируемого лица и степени влияния на его поведение, его роде занятий и т.д.

Применение мер административного принуждения к лицам, состоящим на профилактических учетах и нарушающим законодательство РФ, проводится во взаимодействии со специалистами субъектов профилактики, в частности, перечисленными в ст. 17, ч. 2 (см. выше).

Например, административное задержание. Также к таким мерам можно отнести следующие: административный штраф; установление

административного надзора; наложение и ужесточение установленных ограничений (для лиц, осужденных к мерам наказания, не связанным с лишением свободы, находящихся под административным надзором). При перемене места жительства (пребывания) лица, состоящего на профилактическом учете, УУП, по согласованию с начальником отдела УУП, направляется информация и все имеющиеся материалы в соответствующий территориальный орган МВД России по территориальности. Профилактическая работа проводится исходя из требований ФЗ [20].

PS: проведение профилактических бесед в период острой фазы конфликта чаще всего безрезультатно, так как его участники эмоционально возбуждены, что усложняет принятие конструктивных решений. После того, как участники конфликта успокоятся, можно с помощью вопросов прояснить ситуацию, что продемонстрирует внимательное отношение специалиста к возникшей проблеме. Далее следует помочь собеседнику посмотреть на ситуацию объективно, а затем выдвинуть свои аргументы и рекомендации. При этом необходимо обратить внимание сторон конфликта на негативные последствия противоправных действий на тот огромный ущерб, который семейные скандалы, драки наносят развитию детей, а также предупредить о юридической ответственности. Возможно совместное обсуждение конкретных путей разрешения конфликта всеми участниками.

Список использованной литературы:

1. Профилактика насилия как фактор безопасности семьи: российский и казахстанский опыт. – Режим доступа : https://mgimo.ru/upload/iblock/41a/Rostovskaya,%20Bezverbnyi_78_88.pdf. – Загл. с экрана.
2. Статистика домашнего насилия в России. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Статистика_домашнего_насилия_в_России. – Загл. с экрана.
3. Статистика насилия над детьми в России. – Режим доступа : <https://met365.ru/statistika-nasiliya-nad-detmi-v-rossii/>. – Загл. с экрана.
4. Доклад «О положении детей и семей, имеющих детей, в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре за 2020 год».
5. Выступление Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации. – Режим доступа : https://ombudsmanrf.org/news/v_mire/view/kruglyj_stol_acirclaquoprofilaktika_i_preduprezhdenie_socialnogo_neblagopoluchija_zhenshhin_i_nasiliya_v_otnoshenii_zhenshhin:_prichiny_i_puti_preodolenijaacircraquo. – Загл. с экрана.
6. Статья «Профилактика насилия как фактор безопасности семьи: Российский и казахстанский опыт». Журнал «Женщина в российском обществе». с. 78-88. – Режим доступа : https://mgimo.ru/upload/iblock/41a/Rostovskaya,%20Bezverbnyi_78_88.pdf. – Загл. с экрана.
7. Абьюзивные отношения. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Абьюзивные_отношения. – Загл. с экрана.
8. Методические рекомендации по составлению и оформлению памятки. – Режим доступа : <https://poisk-ru.ru/s21528t9.html>. – Загл. с экрана.
9. Методика подготовки и проведения библиотечной акции. – Режим доступа : https://studopedia.ru/21_53798_aktsiya--eto-yarkoe-kompleksnoe-meropriyatie-vovlekayushchee-bolshoe-kolichestvo-lyudey-kak-pravilo-imeyushchee-bolshuyu-sotsialnuyu-znachimost.html. – Загл. с экрана.

10. Искусство создавать акции : метод. рек. / Муницип. Учреждение «Южно-Сахалин. Централиз. Библ. Система», Центр. Гор. б-ка, метод.-библиогр. отд. ; сост. Я. Ю. Кузнецова. – Южно-Сахалинск, 2019. – 12 с. – (В помощь библиотекаря).

11. ВКР «Социальный видеоролик» по направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии профилю подготовки «Информационные технологии в медиаиндустрии».

12. Что такое стрим и кто такой стример? – Режим доступа : [Что такое стрим и кто такой стример?.. | Юрий Виноградов | Вконтакте \(vk.com\)](#). – Загл. с экрана.

13. Выпускная квалификационная работа на тему: «Продвижение стрима в сети Интернет посредством рекламы и PR». – Режим доступа : <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/10869/2/Rybak.pdf>. – Загл. с экрана.

14. Что такое стриминг платформы? – Режим доступа : [Что такое стриминг платформы? – Информация о гаджетах и программах \(massgame.ru\)](#). – Загл. с экрана.

15. Что нужно для стриминга: гайд для начинающих. – Режим доступа : [Что нужно для стриминга: гайд для начинающих | Пикабу \(pikabu.ru\)](#). – Загл. с экрана.

16. Кибербуллинг: что важно знать и как от него защититься? Подробнее на РБК: – Режим доступа : <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5faab6719a7947858256b569>. – Загл. с экрана.

17. Федеральный закон от 23.06.2016 № 182-ФЗ «Об основах системы профилактики правонарушений в Российской Федерации». – Режим доступа :

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_199976/7068fe3eb72b7bb0af-f26666c4b14a33ea976b45/. – Загл. с экрана.

18. Статья «Органы внутренних дел как основной субъект предупреждения домашнего насилия: сравнительно-правовой анализ. Ж.

Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского Юридические науки. – 2016. – Т. 2 (68). № 2.– С.17 –31: Режим доступа : <http://sn-law.cfuv.ru/wp-content/uploads/2017/06/17-31.pdf>. – Загл. с экрана.

19. Содержание и методика проведения профилактических бесед с лицами, состоящими на учете в органах внутренних дел. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-i-metodika-provedeniya-profilakticheskikh-besed-s-litsami-sostoyaschimi-na-uchete-v-organah-vnutrennih-del>. – Загл. с экрана.

20. Бачурин, А. Г., Щеглов, А. И. Порядок постановки и снятия с профилактического учета ОВД отдельных категорий граждан, проведение сотрудниками полиции профилактической работы с лицами, состоящими на профилактическом учете, в целях предупреждения совершения ими преступлений и административных правонарушений: учебно-методическое пособие/ А. Г. Бачурин, А. И. Щеглов. – Барнаул: Барнаульский юридический институт МВД России, 2016. – 48 с. – Режим доступа : https://бюи.мвд.рф/upload/site130/_foto/_nauka/Bachurin_Scheglov_annotatsiya.pdf. – Загл. с экрана.

Список рекомендуемой литературы:

1. Информационно_методический центр «АННА». СТАНДАРТЫ деятельности по предоставлению услуг пострадавшим от домашнего насилия и организации системы реагирования на случаи насилия. Пособие. – Москва, 2015. – 343 с.

2. Пособие по организации работы с пострадавшими от насилия в семье в условиях кризисного центра. Авт.-сост.: Ольга Горбунова (Республика Беларусь).

3. Предотвращение насилия в образовательных организациях. Информационно-методическое пособие для руководителей и педагогических работников образовательных организаций / 2-ое дополненное издание / Л. А.

Глазырина, М. А. Костенко, Е. В. Лопуга; под ред. Т. А. Епомяна – Барнаул, 2017. – XX с.

4. Сборник передовых практик и рекомендаций «Предупреждение жестокого обращения и сексуального насилия в отношении детей». – Режим доступа : <https://bice.org/images/pieces-jointes/PDFs/4.actualites/2.publications/Bonnes-pratiques-RU2.pdf>. – Загл. с экрана.



ДЕПАРТАМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ
ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ



БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ
«РЕСУРСНЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ»

Сборник рекомендаций
по разработке информационных материалов, проведению
мероприятий по теме «Насилие в отношении женщин и детей»
и профилактической работы с гражданами, совершающими
насилие в отношении женщин и детей

Под общей редакцией
Элевтерии Константиновны Иосифовой, кандидата медицинских наук;
Беспаловой Марины Эдуардовны

Составитель
Гульсылу Хатиповна Батынова

Формат 60x90x1/8. Бумага ВХИ. Гарнитура Times New Roman.
Печать цифровая. Усл. печ. л. 0,8. Тираж 1.
Издательство бюджетного учреждения
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры
«Ресурсный центр развития социального обслуживания»
628418, Тюменская обл., ХМАО – Югра, г. Сургут,
ул. Лермонтова, д. 3/1
т./ф. 8(3462) 55-05-58