

УДК 34

Социальная реклама как способ популяризации детской медиации в России

Бодрова Елена Андреевна

Аспирант кафедры финансового права,
Российский государственный гуманитарный университет,
125993, Российская Федерация, Москва, Миусская пл., 6;
e-mail: Bodrovaelena@yahoo.com

Аннотация

Залогом успеха оперативного распространения информации среди населения о сравнительно молодом и перспективно развивающемся институте медиации является социальная реклама. В статье вносятся предложения о целесообразности создания широкой системы социальной рекламы в адвокатских и нотариальных конторах, юридических консультациях, и в муниципалитетах, отделах полиции, органах опеки и попечительства, центрах реабилитации, различных социальных и медицинских службах, а с учетом развития школьных примирительных советов – в каждой образовательной организации страны.

Для цитирования в научных исследованиях

Бодрова Е.А. Социальная реклама как способ популяризации детской медиации в России // Вопросы российского и международного права. – 2014. – № 6-7. – С. 62-73.

Ключевые слова

Медиация, широкая система социальной рекламы, распространение информации среди населения.

Введение

Как известно, социальная реклама – это форма некоммерческой рекламы, которая направлена на привлечение внимания общества к социальным проблемам и способам их разрешения. С помощью социальной рекламы можно не только обозначить насущные проблемы современности, но и продемонстрировать различные способы их решения¹.

Одной из актуальных проблем российского общества является перманентная социальная напряженность, возникающая вследствие межличностных, межгрупповых, межконфессиональных, межэтнических, а так же конфликтов глобального характера. Для снятия социальной напряженности различного вида применяются специальные методы, направленные на выявление сути конфликта и определения наиболее эффективного способа его решения.

Урегулирование споров в России

В настоящее время самым известным и распространенным методом урегулирования споров в российском обществе является судебное разбирательство. Популярность судебного метода урегулирования споров обуславливается ростом правосознания у населения и договорным правом, регламентирующим обращение граждан в суд, в случае невозможности распределения ответственности между конфликтующими сторонами путем переговоров. Однако, как свидетельствует зарубежная практика, переговоры зачастую являются залогом нахождения компромисса, устраивающего каждую сторону конфликта.

В странах Европы и США успешно практикуется использование медиации как одного из альтернативных способов урегулирования споров. Стоит отметить, что популярность медиации среди населения Европы и США, значительно выше, чем судебное разрешение конфликтов. Выбор зарубежным со-

1 Социальная реклама. Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью». Серия «Азбука рекламы» / под ред. Дмитриевой Л.М. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 271 с.

обществом медиации, как способа разрешения споров, объясняется в первую очередь ее большей материальной доступностью, чем у процедуры судебного разбирательства. Затраты на ведение дела в суде, оплата госпошлины и услуг представителя, превосходят издержки, возникающие при медиативном способе решения спора. Кроме материальной стороны, определяющей выбор метода урегулирования споров, не последнюю роль в этом вопросе играет временной фактор. В связи с тем, что медиация предполагает активное участие сторон конфликта в поиске компромисса, оперативность урегулирования спора во многом зависит непосредственно от включенности клиентов в процесс медиации. Данная особенность медиации способствует как эффективности и качеству разрешения споров, так и сохранению межличностных отношений сторон конфликта в дальнейшем².

Перечисленные факторы, несомненно, оказывают все большее влияние на популярность внесудебного урегулирования конфликтов не только за рубежом, но и в России. Открывающиеся в различных регионах нашей страны центры медиации свидетельствуют о нарастающем интересе к данному виду урегулирования споров в российском обществе. Однако по сравнению с медиативным опытом Европы и США, процедура отечественной медиации представляет собой сравнительно молодой, но имеющий определенные перспективы развития социально-правовой институт³.

По мнению специалистов, основная причина, по которой российское население отдает предпочтение разбирательству спора в суде, а не у медиатора является недостаточная информированность граждан о сути медиации, ее методах и преимуществах перед иными способами урегулирования споров. Осведомленность наших граждан о значительных цифрах успешных итогов медиативных процедур и предлагаемых способах соблюдения договоренно-

2 Шамликашвили Ц.А. Медиация как альтернативная процедура урегулирования споров. – М.: МЦУПК, 2010. – 159 с.

3 Шамликашвили Ц.А. Почему медиация, получив правовую основу, до сих пор не имеет широкого распространения и не стала предпочтительным способом разрешения коммерческих и гражданских споров в России? // Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/ia/opinion/shamlikashvili/455979/>

стей, к которым приходят клиенты в процессе медиативного разбирательства, несомненно, привлечет большее количество сторонников данного вида разрешения споров⁴.

Урегулирование споров за рубежом

В станах англосаксонского права ведущим источником распространения информации о медиации являются судьи. При необходимости, судьи могут назначить прохождение процедуры медиации даже в период ведения судебного разбирательства⁵. Российские специалисты по медиации выражают озабоченность тем, что отечественные юристы не имеют достаточных знаний и практического опыта для разъяснения преимуществ медиации, и следовательно – не рекомендуют ее, как альтернативный способ разрешения споров. Говоря о юристах, медиаторы подразумевают практикующих специалистов по праву, способных провести квалифицированную юридическую консультацию граждан – адвокатов, нотариусов, судей и т.д.

В случае, когда по объективным причинам квалифицированная юридическая помощь не может быть оказана в полном объеме, важно, чтобы клиенты не уходили в неизвестность, оставшись без реальной помощи, один на один с нерешенным спором. В таком случае, специалист, который вынужден прекратить ведение дела, должен рекомендовать клиентам альтернативный способ разрешения проблемы. Это положение предполагает корпоративную ответственность перед клиентом в реализации его права на полноценную юридическую помощь – в данном случае разрешение спора. Под альтернативным способом подразумевается обращение к медиатору, который владеет необходимыми навыками работы с законодательной базой и судебной практикой, а так же компетентен в организации психологического сопровождения ведения переговоров между конфликтующими сторонами.

4 Медиация – искусство разрешать конфликты / сост. Г. Мета, Г. Похмелкина. – М.: VERTE, 2004. – 320 с.

5 Пель М. Приглашение к медиации. – М.: МЦУПК, 2009. – 400 с.

Заключение

В связи с этим крайне важно создать широкую систему социальной рекламы, которая позволила бы институту медиации не только юридически, но и фактически войти в жизнь российского общества. Для воплощения этой идеи представляется целесообразным использовать имеющуюся практику информирования населения о действующих нотариусах или адвокатах.

Подобные списки медиаторов и развернутая справка о медиации, как альтернативной и успешной форме разрешения споров, должны быть представлены не только в адвокатских и нотариальных конторах, юридических консультациях, но и в муниципалитетах, отделах полиции, органах опеки и попечительства, центрах реабилитации, различных социальных и медицинских службах, а с учетом развития школьных примирительных советов – в каждой образовательной организации страны.

Такое информирование широкого круга заинтересованных лиц позволит довести информацию о медиации, не только как о действенном способе разрешения споров, имеющем материальное и временное преимущества перед судебным разбирательством, но и позволит вывести за рамки судебных разбирательств большой процент конфликтов, имеющих досудебную форму разрешения.

Библиография

1. Медиация – искусство разрешать конфликты / сост. Г. Мета, Г. Похмелкина. – М.: VERTE, 2004. – 320 с.
2. Пель М. Приглашение к медиации. – М.: МЦУПК, 2009. – 400 с.
3. Социальная реклама. Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью». Серия «Азбука рекламы» / под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 271 с.
4. Шамликашвили Ц.А. Медиация как альтернативная процедура урегулирования споров. – М.: МЦУПК, 2010. – 159 с.

5. Шамликашвили Ц.А. Почему медиация, получив правовую основу, до сих пор не имеет широкого распространения и не стала предпочтительным способом разрешения коммерческих и гражданских споров в России? // Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/ia/opinion/shamlikashvili/455979/>

UDC 34

Social advertising as a way of popularization of child mediation in Russia

Elena A. Bodrova

Postgraduate student
of the financial law department,
Russian State University of the Humanities,
P.O. Box 125993, Miusskaya ave., No. 6, Moscow, Russian Federation;
e-mail: Bodrovaelena@yahoo.com

Abstract

The base of success in awareness developing about mediation among people is social advertising. In research text are given ideas about creating broad system of social advertising in Russian legal aid agencies, notarial offices, legal consultation offices, municipalities, police offices, guardianship authorities, rehabilitation centers, different social and medical services and in every educational establishment.

The main idea of the article based on offerings of widely spread social advertisement system creation. That would give the mediation institute an opportunity of implementation in real life of Russian society. For achieving this goal, it is logical to follow the informing practice through notary officers and attorneys.

Information about mediation and mediators should be present in law firms, notary offices, legal consultation offices, municipal governments, police offices, Child Protection Services, rehabilitation centers, different social and medical services, as well as respective development of school conciliatory bodies in every Russian educational establishment. Information awareness of citizens provides lowering the percent of legal proceedings.

For citation

Bodrova, E.A. (2014), "Social advertising as a way of popularization of child mediation in Russia" ["Sotsial'naya reklama kak sposob populyarizatsii detskoj mediatsii v Rossii"], *Voprosy rossiiskogo i mezhdunarodnogo prava (Matters of Russian and International Law)*, No. 6-7, pp. 62-73.

Keywords

Mediation, broad system of social advertising, development of awareness about mediation.

Introduction

As you know, the social advertising – is a form of non-profit advertising, which is aimed to society attention drawing to both social problems and methods of their solutions. By means of social advertising it is possible not only specify the pressing problems of up-to-dateness, but also we can demonstrate the different ways of their solution¹.

The permanent social tension, arising as a result of interpersonal, intergroup, inter-confessional, inter-ethnic, and the conflicts of global character, is one of the immediate problems of Russian society. The special methods, aimed at both identifying of the conflict essence and determination of the most effective way to resolve it are applied to dissipate the social tension of different kind.

Dispute settlement in Russia

At present time, the judicial examination is the most famous and widely used method of adjustment of disputes in the Russian society. The popularity of judicial method of disputes adjustment is stipulated by the growth of legal awareness among the population and by the contract law, regulating the judicial recourse of citizens, in case of impossibility of distribution of responsibilities between conflicting parties

¹ Dmitrieva, L.M. (2009), *Social advertising. Study guide* [Sotsial'naya reklama. Uchebnoe posobie], YuNITI-DANA, Moscow, 271 p.

through negotiations. However, taking into account the foreign practice, frequently the negotiations are the key to find a compromise that is acceptable for each party of the conflict.

In Europe and the United States of America the usage of mediation as one of the alternative ways of adjustment of disputes is practiced successfully. It is worthwhile noting that the popularity of mediation among the population of Europe and the United States of America is much higher than judicial conflicts resolution. The choice of the mediation by the foreign community, as a method of disputes resolution, is explained in the first instance by its greater material affordability than the court proceedings have. Costs, related to compearance, payment of state duty and services of representative, exceed the expenses, arising from a mediative method of dispute resolution. In addition to the substantive side, which determines the choice of method of disputes adjustment, the time factor plays also important role in this matter. Due to the fact that mediation supposes the active participation of the parties of conflict in quest for a compromise solution, the efficiency of dispute adjustment in many respects depends directly on the involvement of customers in the process of mediation. This mediation feature promotes both efficiency and quality of disputes resolution, as well as the preservation of interpersonal relations of the conflict parties at a later stage².

The listed factors undoubtedly have more significant impact on popularity of out-of-court adjustment of conflicts, not only abroad, but also in Russia. Opening in various regions of our country mediation centers testifies as to the growing interest to this type of disputes adjustment in Russian society. However, in comparison with mediative experience of Europe and the United States of America, the domestic mediation procedure is a relatively young social-legal institution, but which has some perspectives of developments³.

2 Shamlikashvili, Ts.A. (2010), *Mediation as an alternative dispute resolution procedure* [*Mediatsiya kak al'ternativnaya protsedura uregulirovaniya sporov*], MTsUPK, Moscow, 159 p.

3 Shamlikashvili, Ts.A. (2013), "Why mediation, having acquired a legal basis, is still not widespread and has not become a preferred method of resolving commercial and civil disputes in Russia?" ["Pochemu mediatsiya, poluchiv pravovuyu osnovu, do sikh por ne imeet shirokogo rasprostraneniya i ne stala predpochtitel'nym sposobom razresheniya kommercheskikh i

In the opinion of experts, the main reason that the Russian population prefers the consideration of a dispute in court, instead of mediator services is insufficient awareness among citizens about the mediation essence and its methods and the advantages over other methods disputes adjustment. Actual knowledge of our citizens as to the significant figures of successful results of mediation procedures and suggested ways to observe the agreements, to which the customers can come during a mediation proceedings, will without question attract a greater number of supporters of this type of dispute resolution⁴.

Dispute settlement abroad

In common law countries, the key source of information dissemination on mediation the judges are. As necessary, the judges may appoint the mediation procedure undergoing even during litigating⁵. Russian mediations specialists express concern as to the fact that domestic legal experts do not have sufficient knowledge and experience to explain the mediation benefits, and consequently – they do not recommend it as dispute resolution alternative method. While on the subject of legal experts, the mediators mean the following practicing lawyers: attorneys, notaries, judges, etc., who may hold qualified legal consultation of citizens.

When, for objective reasons, the qualified legal assistance cannot be provided in full, it is important that customers were not in the dark, without real assistance, face to face with unresolved dispute. In this case, the specialist, who is forced to close conducting of case, must recommend customers an alternative way to solve this problem. This position supposes the corporate responsibility to the customer in the implementation of its right to full aid and advice in legal matters – in this case it concerns the dispute resolution. The alternative method means an appeal to the mediator, who has the necessary skills to work with legal framework and the judicial

grazhdanskikh sporov v Rossii?"]], *Legal Information Portal GARANT.RU*, available at: <http://www.garant.ru/ia/opinion/shamlikashvili/455979/>

4 Meta, G., Pokhmelkina, G. (2004), *Mediation – the art of resolving conflicts* [*Mediatsiya – iskusstvo razreshat' konflikty*], VERTE, Moscow, 320 p.

5 Pel, M. (2009), *Referral to mediation* [*Priglasenie k mediatsii*], MTsUPK, Moscow, 400 p.

practice, as well as he is competent in organization of psychological support of negotiating between the conflicting parties.

Conclusion

In connection with this, it is critically important to create the wide system of social advertising, which would allow entering of mediation institution not only legally, but actually into the Russian society life. To implement this idea, we think it is advisably to use the existing practice of population informing as to the active notaries or lawyers.

Similar lists of mediators and expanded certificate of mediation as an alternative and successful form of disputes resolution shall be submitted not only in legal and notarial offices, legal consultation offices, but also in the municipalities, police departments, tutorship and guardianship authorities, rehabilitation centers, in different social and health services, and with taking into account the development of school conciliatory councils – in each educational organization of the country.

Such giving notices of extensive sweep of interested persons will allow give information about mediation, not only as an valid way to resolve disputes that has financial and time advantages over proceedings, but it will allow taking out of framework of the proceedings a large percentage of conflicts that have pre-judicial resolution way.

References

1. Dmitrieva, L.M. (2009), *Social advertising. Study guide* [Sotsial'naya reklama. Uchebnoe posobie], YuNITI-DANA, Moscow, 271 p.
2. Meta, G., Pokhmelkina, G. (2004), *Mediation – the art of resolving conflicts* [Mediatsiya – iskusstvo razreshat' konflikty], VERTE, Moscow, 320 p.
3. Pel, M. (2009), *Referral to mediation* [Priglasenie k mediatsii], MTsUPK, Moscow, 400 p.
4. Shamlikashvili, Ts.A. (2010), *Mediation as an alternative dispute resolution procedure* [Mediatsiya kak al'ternativnaya protsedura uregulirovaniya sporov], MTsUPK, Moscow, 159 p.

5. Shamlikashvili, Ts.A. (2013), "Why mediation, having acquired a legal basis, is still not widespread and has not become a preferred method of resolving commercial and civil disputes in Russia?" ["Pochemu mediatsiya, poluchiv pravovuyu osnovu, do sikh por ne imeet shirokogo rasprostraneniya i ne stala predpochtitel'nym sposobom razresheniya kommercheskikh i grazhdanskikh sporov v Rossii?"], *Legal Information Portal GARANT.RU*, available at: <http://www.garant.ru/ia/opinion/shamlikashvili/455979/>