

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

SOCIO-CULTURAL TECHNOLOGIES AS A TOOL FOR PROMOTION OF NON-PROFIT PROJECTS

V. Kavera
Ya. Grusman

Summary. The article examines the role and place of socio-cultural technologies in the promotion of non-profit socio-cultural projects, special attention is paid to the characteristics of the main functions and subfunctions of socio-cultural technologies as a tool for promoting non-profit projects, analysis of the most successful promotion practices in the non-profit sphere and consideration of the project activities of non-profit organizations as a factor in the development of civil initiatives. The conclusion presents key findings and recommendations from the study.

Keywords: socio-cultural technologies, socially oriented non-profit organizations, socio-cultural projects, promotion.

Кавера Виктория Анатольевна

кандидат педагогических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный институт культуры
kavera@list.ru

Грусман Янина Владимировна

кандидат социологических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный институт культуры,
yagrus82@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается роль и место социально-культурных технологий в продвижении некоммерческих социально-культурных проектов, особое место уделяется характеристикам основных функций и подфункций социально-культурных технологий, как инструмента продвижения некоммерческих проектов, анализу наиболее успешных практик продвижения в некоммерческой сфере и рассмотрению проектной деятельности некоммерческих организаций как фактора развития гражданских инициатив. В заключении представлены ключевые выводы и рекомендации по результатам исследования.

Ключевые слова: социально-культурные технологии, социально-ориентированные некоммерческие организации, социально-культурные проекты, продвижение.

Некоммерческий сектор является одним из важнейших, если не важнейшим мега-институтом гражданского общества и представляет собой публичный сектор постиндустриальной экономики (экономики знаний), включающий в себя различного рода некоммерческие структуры и общественные объединения, деятельность которых направлена на решение задач (проблем) и, в целом, поддержку таких социально-значимых сфер, как образование, здравоохранение, культура, социальная защита и т.п., с целью укрепления экономической, технологической и полисоциальной безопасности страны.

Актуальность темы исследования заключается в том, что в условиях современного общества повышается значимость продвижения некоммерческих организаций, расширения спектра специальных инструментов, призванных увеличить потенциальную аудиторию некоммерческих проектов. Именно поэтому вопросы продвижения некоммерческих проектов имеют высокую теоретическую и практическую значимость. Для достижения целей и задач некоммерческих проектов сегодня активно используются социально-культурные технологии.

Цель исследования направлена на изучение и обобщение современного опыта продвижения некоммерческих проектов в России, а также на выявление наиболее эффективных и востребованных социально-культурных

технологий. Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи исследования: анализ и систематизация социально-культурных технологий, как инструмента продвижения в некоммерческой сфере; изучение и обобщение успешных практик российских некоммерческих проектов; выявление основных тенденций в продвижении некоммерческих проектов.

Результаты данного исследования будут полезными для социально-культурных организаций, некоммерческих фондов и проектов, которые стремятся увеличить свою видимость и оказать значимое воздействие на социально-культурную сферу в России.

В силу ограниченности объема исследовательской работы приведем несколько показателей для характеристики современного состояния некоммерческого сектора. Так, согласно данным Росстат, в 2023 г. на территории Российской Федерации действовало 47 449 социально ориентированных некоммерческих организаций (далее — СОНКО) и это количество пропорционально увеличивается: в 2021 г. их было 127, 6 тыс., в 2022 г. — 129,9 тыс. [5].

Как отмечается в докладе Минэкономразвития России, средняя численность работников, занятых в одной СОНКО, остается стабильных на протяжении последних 12 лет — от 4 до 7 человек. В 2016–2019 гг. имел место

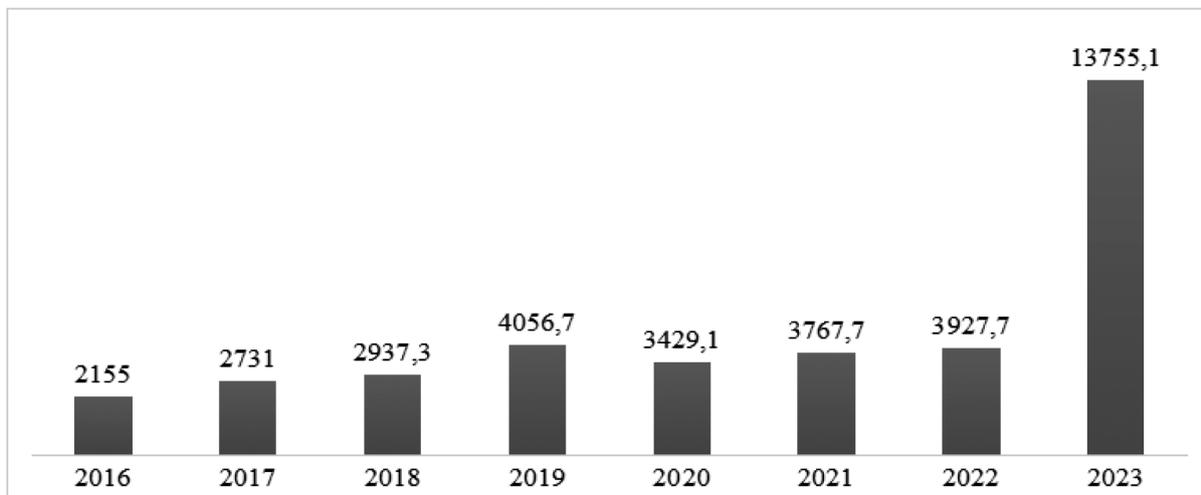


Рис. 1. Динамика среднесписочной численности добровольцев, участвующих в деятельности СОНКО

устойчивый рост среднесписочной численности добровольцев, участвующих в деятельности этих организаций (см. рисунок 1). В первый пандемийный год оно немного уменьшилось (3429,1 тыс. чел.), однако в последующем нормализовалось. Так, на август 2023 г. их количество составило 13,7 млн чел.; такой рост возможно объяснить высокой экономико-политической, а следовательно, социальной турбулентностью (ее последствиями) в нашей стране на протяжении последних нескольких лет. Общий вклад некоммерческого сектора в ВВП России, согласно данным на 2022 г. составляет 1,46 %.

Особый интерес для нас представляют результаты исследования некоммерческого сектора нашей страны (2023), проведенного НИУ ВШЭ при экспертной поддержке фонда «Нужна помощь» [4]. Предметом изучения было организационное развитие СОНКО (итоги 2023 г. в сравнении с итогами 2022 г.) по 12 показателям: «стратегия и планирование», «управление организацией», «организационная культура», «проекты и мероприятия», «волонтеры», «финансовая устойчивость», «внешние коммуникации», «адвокация», «работа с рисками», «открытость изменениям» и «оценка и мониторинг». Участниками стали некоммерческие организации (N = 355) из 65 регионов страны. По результатам исследования, авторы пришли к заключению о том, что сектора остается достаточно стабильным к изменениям внешней среды (показатель организационного развития равен 3,52 баллам из 5).

К сильным сторонам СОНКО были отнесены «организационная культура» (рост с 4,14 баллов), «проекты и мероприятия» (4,06 баллов) и «открытость изменениям» (3,85 балла). Практически все респонденты представлены следующими характеристиками: сотрудники некоммерческих организаций разделяют общие ценности и убеждения и являются близкими по духу людьми; у СОНКО есть бренд и логотип; проекты и мероприятия,

организуемые СОНКО связаны между собой и направлены на достижение целей, ради которых некоммерческая структура была создана; миссия СОНКО четко сформулирована и документально оформлена; в СОНКО преобладает дружелюбная и неформальная атмосфера.

Относительно слабых сторон, то эксперты выделили «финансовую устойчивость» (3,07 баллов), «сотрудники» (3,30 балла) и «работа с рисками» (2,94 балла). В отчете поясняется, что даже если не рассматривать системный (хронический) недостаток финансирования и отсутствие как такового финансового резерва у некоммерческих структур как критический фактор, то нехватка и ограниченные возможности развития человеческого ресурса, а также слабый риск-менеджмент являются наиболее острыми проблемами, которые могут оказать значительное, естественно негативное, воздействие на весь сектор НКО. Только (в среднем) 15 % респондентов представлены следующими характеристиками: расходы на фандрайзинг включены в бюджет СОНКО, фандрайзинговый план детален и регулярно пересматривается; имеются письменные инструкции по реагированию на негативную информацию (в том числе, в Интернет-пространстве); оказывается влияние на происходящее в некоммерческом секторе или в социальной, общественной сфере на федеральном уровне; наличие числа сотрудников (штатных и внештатных), достаточного для достижения целей, ради которых создана СОНКО.

Из всех показателей нам более интересен показатель «проекты и мероприятия», поскольку они являются одним из важнейших активов продвижения СОНКО, его идей и т.п., однако, прежде чем дать его детальное описание по материалам исследования обратимся к теоретическим основам.

В этой связи, обратимся социально-культурному проектированию, как процессуальной функции комплекса

менеджмента. Продуктом социокультурного проектирования является проект, результатом которого является самостоятельный комплекс услуг, оказываемых социальной некоммерческой организацией своим благополучателям и обществу в целом, продвигающих культурный продукт, как совокупность ценностей, традиций, идей, норм и проч. в сфере деятельности этой организации, с использованием заданной комбинации методов — от социального предпринимательства до социальной инженерии, и согласованных с ними социально-культурных технологий [3, с. 104].

Согласно мнению одного из крупнейших в Европе бизнес-консультантов Фила Бэджюли, проект представляет собой «последовательность взаимосвязанных событий, которые происходят в течение установленного ограниченного времени направлены на достижение неповторимого, но в тоже время определенного результата» [1, с. 107]. Ценность данной трактовки заключается в задействовании в ней именно признаков неповторимости и определенности, которые и отличают некоммерческие проекты от проектов, инициируемых бизнес-сектором, поскольку, как отмечает Л.Ф. Шаламова, «создавая некоторую идеальную модель решения только или иной проблемы, проект НКО материализуется в различных формах социальной жизнедеятельности» [6, с. 135]. Более того, продолжает автор, «ориентируясь на общественные интересы, некоммерческие организации обладают определенным преимуществом перед официальными властными структурами, потому что они свободны в определении приложения своих усилий и самостоятельно могут находить точку приложения своих действий».

Исходя из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что социально-культурный проект представляет собой систему последовательных действий и событий, осуществляемых посредством организации и реализации конструктивно-творческой и ресурсно-консолидированной деятельности. Целью данных действий и событий является решение одной или нескольких смежных социальных задач или проблем. Проект реализуется в течение определенного периода времени и направлен на достижение конкретного и неповторимого результата. Данный результат проявляется в создании блага, способного удовлетворить социально-культурные запросы. Эффективность конкретного социально-культурного проекта оценивается не только по его функциональному вкладу в решение социальных проблем. Важным фактором является также его способность предложить решение, которое будет отвечать социальным и культурным потребностям. Предлагаемый проект должен быть оригинальным и вызвать интерес со стороны общества. Такой проект может привести к положительным изменениям в социально-культурной среде и способствовать развитию общества в целом.

Согласно отчету НИУ ВШЭ, практически по всем аспектам показателя «проекты и мероприятия», СОНКО-респонденты демонстрируют высокий уровень. По итогам года они оказали адресную помощь (произвели благо) более 1 млн физических лиц и более 9,5 тыс. юридических лиц. Более 5 млн человек стали участниками социокультурных проектов и мероприятий. Также позитивным трендом можно считать, что подавляющее большинство (88 %) организаций имеют логическую связанность и подчиненность социокультурных проектов, четко измеряемые цели и календарный план (81 %), а для запуска таких проектов оцениваются потребности благополучателей (84 %). К сожалению, значительно меньше СОНКО проводят систематический мониторинг и оценку результативности своих проектов и мероприятий, причем каждая четвертая организация не проводит его вообще.

Социально-культурные технологии являются одним из инструментов некоммерческого проектного управления, направленного на продвижение социокультурных проектов. Проведенное исследование позволяет утверждать, что основной целью социокультурного проекта является поддержка исполнения запросов общества или отдельных его сегментов на определенные блага. Данную функцию составляет совокупность подфункций, реализация которых осуществляется посредством или через социально-культурные технологии, локомотивной среди которых является подфункция организации взаимодействия СОНКО и других ключевых заинтересованных лиц (доноров, фандрайзеров, волонтеров, партнеров и проч.) с обществом и обобщенным субъектом отраслевых институций социокультурного профиля.

Социально-культурные технологии выступают средством взаимодействия благотворительной организации, например, Advita («Ради жизни»), с заинтересованными в ее деятельности субъектами-участниками и конкретной категорией людей. Также взаимодействие происходит с институтами, оказывающими непосредственную государственную, частно-государственную или частную помощь и поддержку, такими как Росздравнадзор, региональные Комитеты по здравоохранению, линии горячей помощи, центры образования и развития, организующие культурно-просветительские мероприятия [2, с. 235].

Если исходить из того, что социально-культурная деятельность является полинаучной деятельностью, Одним из показателей, определяющих эффективность выполнения социальной роли субъекта (НКО), производящего социальное благо, является актуализация и поддержание стабильных коммуникативных актов с обобщенным субъектом. Это означает, что в рамках реализации своей социальной роли через поликультурные программы, проекты, акции и другие мероприятия, направленные

на поддержку тех или иных инициатив, субъект должен эффективно взаимодействовать и поддерживать связь с благополучателями. Другим показателем является предметная рефлексия такого взаимодействия, направленная на нормализацию и стабилизацию оптимального социально-психологического климата. Это означает, что субъект (НКО) должен постоянно осознавать и анализировать свою роль и влияние на социальное окружение, стремиться к созданию атмосферы, способствующей благополучию и психологической стабильности. Эти показатели являются важными для оценки эффективности выполнения социальной роли СОНКО, производящей социальное благо.

Указанная подфункция социально-культурных технологий предполагает выделение ее двух родовых «начал». Первое начало — формулировка продуктивного спектра таких технологий, который позволит задействовать максимальное количество возможных участников коммуникативного пространства. Например, Фонд «Прокультуру» для осуществления своей деятельности в сфере поддержки просветительских и образовательных проектов (частных инициатив) в сфере культуры и искусства использует поли-комплекс социально-культурных технологий. Так, для анонсирования выставки Фонд создал анимационный ролик на основе произведений художников по теме: «Авангард на службе Революции и передвижных выставках нового искусства в начале 1920-х годов в Вятской Губернии». Ролик был подготовлен анимационной Студией «Да» (Санкт-Петербург) — благотворительным проектом по творческой адаптации и социализации детей и подростков.

Второе начало — регуляция социальных контактов в подсистеме «СОНКО — благополучатель — обобщенный субъект», предполагающей паритет разноплановых социальных запросов (интересов) в рамках этой подсистемы, достижение целей СОНКО, обусловленных стремлением к конструктивному решению социальных задач. Из практики того же Фонда, можно привести такой пример: в 2023 г., при его финансовой и ресурсной поддержке, был создан интерактивный спектакль «Лишний» на тему травли на рабочем месте, подготовленный волонтерской труппой сотрудников Центра толерантности Европейского музея по технологии форум-театра. Его автор — режиссер Юлия Шевелева, создатель и руководитель Центра «Подвал», одной из старейших российских некоммерческих организаций. Спектакль стал совместным проектом Фонда и Центра толерантности Европейского музея, направленным на продвижение идей социальной солидарности и непосредственно привлечения общества к проблеме моббинга, и одновременно социально-культурной технологией, которая была использована Центром «Подвал» для своего продвижения.

Следующая подфункция социально-культурных технологий — адаптация общества к условиям реализации СОНКО своей деятельности (проектированию). Согласно Н. В. Шарковской, в данном случае следует говорить о [7, с. 110]: персонификации норм-правил, упорядочивающих выбор форм и методов этой деятельности с учетом специфики интересов благополучателей и обобщенного субъекта, как участников проектов СОНКО; соразмерности процессам социальной аккультурации, т.е. приобретения субъектами общества и обобщенного объекта знаний о малораспространенных сферах реализации социально-культурной деятельности. В качестве примера можно привести СОНКО «Спасем китов»; это международная организация с присутствием в 30 странах. Миссия организации — привлечение внимания общества к проблемам выживания китов.

Однако, НКО занимается не только просветительской (организация конференций, форумов, семинаров с привлечением экспертов-спикеров), но и образовательной (разрабатывают школьные просветительские программы, проводят интерактивные уроки, конкурсы, викторины для детей) и информационной деятельностью (широко освещают практику экологических и эко-охранных компаний и ассоциаций, волонтерских программ, которые занимаются аналогичной деятельностью). Для решения социальных задач СОНКО осуществляет проекты «Береговой волонтер» (организует акции, продажу мерча, сбор средств, очистку пляжных зон), «Волонтер корабля» (организация научных и спасательных экспедиций в составе экипажа корабля) и другие. Как видно, СОНКО использует достаточно широкий спектр социально-культурных технологий для решения достаточно специфической социальной проблемы, социальной цели, во исполнение которой НКО создана.

Близкой с рассмотренной является подфункция информационного ориентирования о направлениях социально-культурной деятельности СОНКО. Ее реализация через использование социально-культурных технологий предполагает широкое информирование общественности и (или) благополучателей, обобщенного субъекта и других стейкхолдеров для целей получения ими глубинного рецептивного опыта и формирования определенных ценностных ориентаций в отношении культуры деятельности НКО (формирования определенной социальной нормы), проблемы, на решение которой она направлена и осознания продуктивности избранного решения (условно «участвовать — не участвовать»). Средства информирования могут быть различными: СМИ, Интернет, социальная или коммерческая реклама, цифровые или печатные экспонаты и проч. В данном случае интересен пример фондов, оказывающих поддержку бездомным животным. Так, московская СОНКО «Рэй» взаимодействует в более, чем 40 приютами Москвы и Московской области. Фонд закупает для них

корм, медикаменты, стройматериалы, помогает с лечением и стерилизацией животных, а также в поисках постоянных хозяев. В качестве актуальных социально-культурных технологий, используемых Фондом, можно назвать фестивали, благотворительные программы и ярмарки, посвященные бережному и ответственному обращению с животными, образовательные конкурсы для детей и подростков (например, «Лапа дружбы»).

Созданный при поддержке Администрации Адмиралтейского района Санкт-Петербурга фонд «Я свободен», осуществляет подобную деятельность. Основные направления деятельности фонда направлены на помощь муниципальным и частным приютам Московского региона, Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Интересно отметить, что в рамках проекта «Догурок» так же активно применялись социально-культурные технологии, нашедшие свое отражение в проведенных просветительских мероприятиях для детей, и в занятиях с пациентами хосписов, социально-реабилитационных центров и интернатов. Целью этих мероприятий было обучение детей и пациентов навыкам заботы о животных и развитие гуманного отношения к живой природе. Такую же цель преследовала, созданная под эгидой фонда, «Школа волонтеров», где проводилось обучение зоозащитников.

В 2020 году Фонд «Я свободен» реализовали проект «СовободаЦентр», который использует техники зоотерапии, включая работу с собаками, лошадьми и другими животными. Все эти инициативы и проекты направлены на развитие социальных навыков, формирование гуманного отношения к животным и природе, а также на поддержку бездомных животных. Они играют важную роль в формировании осознанного и ответственного отношения к социальным проблемам и принесению социального блага обществу.

Особый интерес представляет подфункция межкультурной коммуникации в гуманистически ориентированной среде отраслевых институций социально-куль-

турного профиля. В ее рамках социально-культурные технологии выступают инструментом активизации межкультурных контактов СОНКО, благополучателей, представителей институций, сферы деятельности которых смежные или пересекаются, для целей взаимобмена ценностными установками и результатами труда. Данная функция показательна на примере некоммерческих организаций, сотрудничающих с центрами культуры — театрами, музеями, арт-центрами, лекториями и проч. Так, Еврейский музей и центр толерантности, регулярно сотрудничает с СОНКО. В начале марта 2023 г. была открыта выставка об истории бухарских евреев, основной идеей которой стало сохранение собственной идентичности и культурного своеобразия в контексте культур других народов на протяжении всего исторического пути бухарских евреев. В масштабном проекте Еврейского музея и Музея истории евреев в России участвует фонд Silsila, помогающий женщинам — мигрантам, беженцам, представительницам восточных культур в России: он готовит проект, посвященный миграции. Ключевой акцент в данном случае делается на коллаборации двух и более институций для решения отдельных социальных задач, в результате которых используемые социально-культурные технологии в синтезе способствуют образованию единого межкультурного социального пространства.

Таким образом, социально-культурные технологии являются мощным инструментом продвижения проектов социально-ориентированных некоммерческих организаций, ценностей, идей, традиций и в целом, культурного продукта, на производство которого они нацелены, а следовательно инструментом социального маркетинга и связей с общественностью (PR), эффективность которых во много будет зависеть от комплекса избираемых СОНКО методов установления социального контакта с субъектами-реципиентами (общество, благополучателями и обобщенным субъектом), Для достижения этой цели в настоящее время используются различные коммуникативные средства, в первую очередь инструменты Интернет-продвижения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бэджили Ф. Управление проектом = Project management: [Орг. проекта. Планы для проекта. Проверка проекта. Разрешение проекта. Закрытие проекта: Пер. с англ.]. Москва: Гранд: Фаир пресс, 2002. 202 с.
2. Гребенкина Л.К., Копылова Н.А. Педагогическое волонтерство в нормативно-правовых документах об образовании и молодежной политике в Российской Федерации // Современные технологии в науке и образовании — СТНО-2022. Сборник трудов V Международного научно-технического форума. В 10-ти томах. Под общей редакцией О.В. Милонзорова. Рязань, 2022. С. 234–239
3. Кравец Е.О. Дефиниция понятий «управление проектами» и «проектное управление» // Вестник Института экономических исследований. 2021. №3 (23). С. 105–110.
4. Оценка уровня организационного развития НКО (2023). — Москва: НИУ ВШЭ, 2024. — URL: <https://pulsngo.ru/orgdevelopment23>.
5. Реестр СОНКО (2023) // Портал «Семья вместе». URL: https://semyavmeste.org/about/financial-reports/2022/Реестр%20СОКО%20НКО_10.02.2023.pdf.
6. Шаламова Л.Ф. Проектная деятельность некоммерческих организаций как фактор развития гражданского общества в России // Социально-гуманитарные знания. 2016. № 3. С. 132–138
7. Шарковская Н.В. Функции социально-культурных технологий в отраслевых институциях культурного профиля: деятельностный подход // Вестник МГУКИ. 2020. №6 (98). С. 106–113.

© Кавера Виктория Анатольевна (kavera@list.ru); Грусман Янина Владимировна (yagrus82@gmail.com)

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»