

УДК 338.24+008

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ПРОЕКТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Равочкин Н.Н.,

кандидат философских наук, доцент, кафедра гуманитарно-правовых
дисциплин, ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный
сельскохозяйственный институт»
г. Кемерово

Современный этап развития человечества, социально-экономические катаклизмы в нашем обществе существенно изменили требования к человеку, к его развитию и становлению. Но вместе с тем встает вопрос: «Как обеспечить его гражданское социальное развитие, сформировать готовность и потребность приносить пользу другим людям, обществу?». Поэтому, в современных условиях развития общества, возросших требованиях к конкурентоспособности специалистов на рынке труда, проблема готовности к социальному предпринимательству приобретает особую актуальность [3].

Социальное предпринимательство принято характеризовать как деятельность, несущую инновационные преобразования в сферу социального обслуживания граждан. Подобные инициативы может осуществлять достаточно широкий круг лиц, являющихся социальными предпринимателями — в число которых могут входить как сотрудники общественных организаций и религиозных объединений, так и коммерческих корпораций, студенты высшей школы, а также другие социальные акторы [4].

При этом они вовсе не ограничены только теми направлениями, что представлены ниже и представляют собой успешный зарубежный опыт (см. табл. 1), но и зависят от социально-экономической ситуации конкретной территории, на которой социальный предприниматель осуществляет свою деятельность [1].

Таблица 1. Направления социального предпринимательства

Направление деятельности социального предприятия	Пример предприятия (предпринимателя)
создание новой продукции на основе переработки отходов и улучшение экологической обстановки	Conserve, Индия, переработка пластиковых отходов
противодействие криминализации общества	Emergence, Франция, спортивная организация молодежи
доступное высшее образование	Дж. Б. Шрамм, США
реабилитация людей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации	Jardins de Cocagne, Франция, сеть сельскохозяйственных предприятий для реабилитации длительно безработных
системы по предоставлению услуг для малоимущих слоев населения	America's Family, США
уход за больными	Ф. Натингейл, Англия
электрификация сельских районов	Ф. Роса, Бразилия
организации для микрокредитования мелких предпринимателей	глобальная Интернет-платформа Kiva.org, банк «Грамин»

В России на нынешнем этапе своего развития социальное предпринимательство имеет единичные примеры своего существования, при этом отечественными исследователями отмечается отсутствие сформировавшихся площадок для обсуждения теоретических проблем предпринимательства, а также пилотный характер большей части исследований. Направления социального предпринимательства разнообразны настолько же, насколько и проблемы общества (от помощи в реабилитации, до содействия занятости населения), при этом успешные примеры функционирования социальных предпринимателей существуют как в России, так и за рубежом.

Достижение максимального эффекта на предмет решения общественно важных проблем является главной целью социального предпринимательства в сфере культуры. Незначительное количество социальных предпринимателей в этой отрасли свидетельствует, главным образом, о размытости понимания сути этого феномена в сфере культуры.

В широком смысле, культура – способ бытия человека как агента того или иного социума, наделенного внегенетически наследуемым социальным

опытом, включающий материальную и нематериальную среду. Как сфера, культура включает в себя использование и сохранение культурно-исторического наследия, национальные традиции и праздники, различную творческую деятельность, а также деятельность, ее обеспечивающую [2].

Сегодня глобализационные процессы подрывают процесс создания социальных предприятий в сфере культуры ввиду затрудненного расчета и оценивания истинной открытости социальных предпринимателей, выполнению их общественных ролей, увеличения противоречивости информации, транслируемой через СМК, снижения общего климата доверия.

Исторические реалии нашей страны обуславливают восприятие культуры с полит(олог)ическим окрасом. Проще говоря, она играет средство идеологической обработки масс (тоталитарные государства, риторика протестных и агрессивных идеологий). Второе основное понимание культуры связывается с жалостью и убогостью и плюрализмом мнений по ее (не)прямому функционированию [5].

Финансирование социально-культурных проектов как формы деятельности, нацеленной на получение определенного конечного результата, достигается, в том числе и благодаря применению технологии фандрейзинга.

Привлекательность рассматриваемого проекта будет тем более заметна, если, помимо стандартных рекомендаций, в нем учтены:

- социальная значимость;
- финансово-экономическая составляющая;
- политическая привлекательность.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что проектный подход отвечает характеристикам современного управления в социальном предпринимательстве других сфер, позволяя урегулировать все заинтересованные стороны не делая акцент на их принадлежности и месте расположения; проект является универсальным документом, осуществляющим привлечение финансов и других средств с ориентиром на малое время и малые ресурсы.

Реализованные и реализуемые в настоящем и будущем проекты, несомненно, окажут положительное социальное влияние, что приведет к позитивному эффекту, который, по нашему мнению, отражается в:

- Формировании репутации, привлекательности имиджа и повышении узнаваемости государственных организаций с «ракурса» социально значимой деятельности;
- Преодолении цивилизационных стереотипов сознания и поведения;
- Увеличении значения воспитательной и образовательной функций;
- Наличии «банка идей» для новых стратегий развития культуры;
- Разнообразии жизни населения через участие в интеграционных процессах.

Список литературы:

1. Борштейн Б. Как изменить мир. Социальное предпринимательство и сила новых идей. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 496 с.
2. Каган М.С. Системность и целостность // Вопросы философии. – 1996. – № 12. – С. 13-18
3. Кант И. Лекции по этике. – М.: Республика, 2000. – 431 с.
4. Макаревич А.Н., Сазонова Т.Ю. Сущность и специфика социального предпринимательства в России // Российское предпринимательство. – 2012. – № 24 (222). – С. 52-56.
5. Щенников В.П. Сознание как общественная детерминанта: дисс....учен. степ. докт. филос. наук: 09.00.11. – Екатеринбург, 1992. – 392 с.