

КОНСАЛТИНГ В СОЦІОКУЛЬТУРНО Ї СФЕРЕ

Тема VI

План занятия

- Сфера культуры как сфера деятельности специалиста по коммуникациям.
- Помощь в духовном производстве.
- Формы консалтинговой работы.
- Консультирование как часть фандрайзерской деятельности.

Сфера культуры как сфера деятельности специалиста по коммуникациям

- Быстрая смена явлений и событий экономической, социальной и культурной среды обусловили обращение организаций в консалтинговые фирмы по вопросам внедрения и поддержки устойчивых общественных связей с партнерами и потребителями, взаимовыгодного информационного пространства.

Сфера культуры как сфера деятельности специалиста по коммуникациям

- Специфику коммуникаций в социокультурной сфере связывают с особенностями «духовного производства».
- Продукты такой деятельности не столько носят «вещественный характер, сколько связаны с феноменами сознания (восприятия, понимания, мышления, переживания и т. д.), не поддаются непосредственному прямому счету».

(Г. Л. Тульчинский и Е. Л. Щекова)

Сфера культуры как сфера деятельности специалиста по коммуникациям

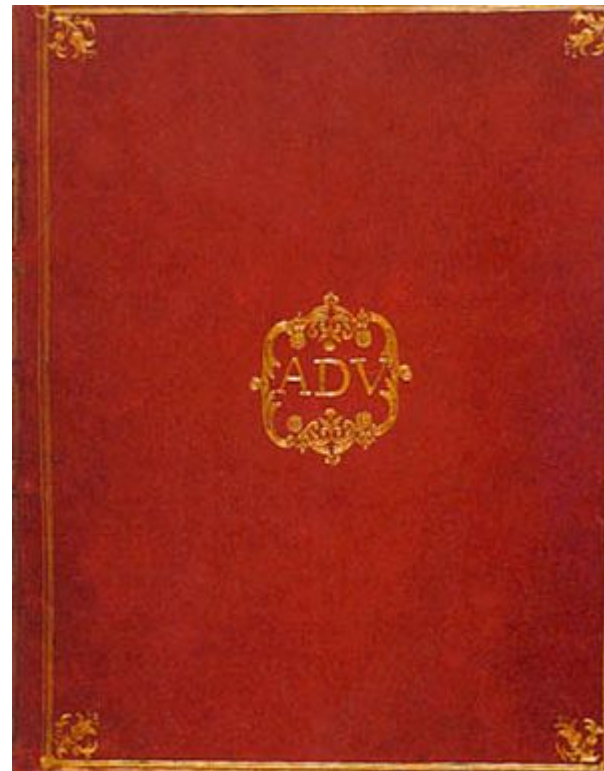
- «Производство духовных ценностей зачастую не совпадает с их потреблением (книга, которую не читают, фильм, который не смотрят, не является художественной ценностью)».

(Г. Л. Тульчинский и Е. Л. Щекова)



Сфера культуры как сфера деятельности специалиста по коммуникациям

- В отличие от продуктов материального производства, уничтожаемых в процессе потребления, культурные ценности в процессе потребления увеличивают свою социальную значимость, а иногда и свою ценность.



Сфера культуры как сфера деятельности специалиста по коммуникациям

- Однако под услугами в социальной сфере, культуры и искусства следует понимать услуги не только потребителям (посетителям), но и спонсорам, меценатам. Социальная сфера и особенно сфера культуры — область преимущественно некоммерческой деятельности.
- Деньги в этой сфере появляются преимущественно не на основе коммерции, а на основе привлечения средств, вовлечения в культурный общественный процесс интересов самых разных сил и инстанций: органов власти, спонсоров, благотворительных организаций, фондов и т. д.

Сфера культуры как сфера деятельности специалиста по коммуникациям

- Некоммерческие организации значимы для бизнеса, поскольку некоммерческая сфера обладает рядом законодательно закрепленных льгот и гарантий, привлекающих капитал. В силу своей открытости, публичности, социальной значимости социокультурная сфера обладает выраженным рекламным потенциалом, возможностями формирования и продвижения привлекательного имиджа, выгодной репутации, успешного социального статуса.

Сфера культуры как сфера деятельности специалиста по коммуникациям

- Некоммерческая деятельность может иметь общий, достаточно глобальный характер и включать в себя коммерческую часть. Например, музей может заниматься предпринимательской деятельностью:



- открывать производство сувениров, типографию,
- ремонтные или реставрационные мастерские.

Сфера культуры как сфера деятельности специалиста по коммуникациям



■ Санкт-Петербургский Музей Истории Водки

Посетители Музея имеют уникальную возможность воочию убедиться в том, что процесс винокурения, именно так стали называть производство водки, был организован «по последнему слову техники», естественно, тогдашней.

Сфера культуры как сфера деятельности специалиста по коммуникациям

В залах музея в Измайловском Кремле публике демонстрируют оригинально выполненную композицию, воспроизводящую русского монаха у первого самогонного аппарата, разумеется, со всеми присущими атрибутами и в первую очередь — со змеевиком.



Помощь в духовном производстве

- *Консалтинг в социальной (некоммерческой) сфере* решает задачи консультирования и продвижения некоммерческих проектов. Это сфера, где решение проблем возложено на общественные организации, благотворительные фонды, инициативные структуры и т. д.
- *Консалтинг в сфере культуры* призван оказывать помощь в процессе трансляции духовных ценностей, в поддержке инноваций и культурных инициатив, оказывать влияние на решения в политике государства.

Помощь в духовном производстве

- Тенденции развития социокультурного консалтинга последних лет проявляются в поиске средств взаимодействия коммерческих и властных структур и некоммерческих организаций. Одни участники процесса спонсоринга готовы дать деньги «на культуру», другие находятся в поиске таких спонсоров. Задача консультанта — показать их общую выгоду, помочь организациям найти друг друга, правильно оформить документы (гранты, стипендии и т. п.). Многие консалтинговые фирмы работают как грамотные профессиональные посредники, особенно на международном уровне.

Помощь в духовном производстве

- Консалтинг в социокультурной сфере включает в себя:
 - любые действия, направленные на улучшение контактов между людьми и организациями разных сфер деятельности (бизнес — общественные организации — государство и т. п.);
 - создание обстановки понимания важности культуры и взаимопонимания социальных служб и тех, с кем они вступают в контакт в процессе работы;
 - рекомендации и консультации, направленные на расширение сферы влияния служб средствами, адекватными поставленной цели и не противоречащими социальной этике;
 - рекомендации по созданию благоприятного климата и укреплению общественной значимости социокультурных служб.

Помощь в духовном производстве

- Консалтинговая фирма помогает сформировать общественное мнение по отношению к некоммерческим и благотворительным организациям. Имидж некоммерческих организаций формируется среди граждан и среди предпринимателей, которые являются потенциальными источниками средств существования третьего сектора. Консультанты помогают решить проблему сбора средств.

Формы консалтинговой работы

- Помощь консультантов может быть предоставлена не только в виде советов-рекомендаций, а также организации конкретных общественных мероприятий:
 - *общественные слушания;*
 - *круглый стол;*
 - *неформальные встречи в малых группах;*
 - *семинары-тренинги;*
 - *демонстрационные проекты;*
 - *референдум.*

Формы консалтинговой работы

- *Общественные слушания* — наиболее формализованная и структурированная форма работы с общественностью. *Общественные слушания* имеют целью информирование широких общественных кругов, свободное обсуждение различных точек зрения на проблему и выработку компромиссных, взаимоприемлемых решений.



Формы консалтинговой работы

- Общественные слушания предполагают четкую фиксацию темы обсуждений, обязательное распространение предварительной информации, доступность документированной информации по обсуждаемой теме, составление итогового документа — как отражающего согласие участвующих сторон, так и фиксирующего разногласия. Если разногласия не нашли отражения в итоговых документах, ваша работа в глазах общественности скатывается на уровень манипуляций. По результатам слушаний обычно вырабатываются рекомендации для различных официальных структур.

Формы консалтинговой работы

- *Круглый стол* — процедура менее формализованная, предназначенная в первую очередь для организации открытой дискуссии. Задачи общественных слушаний и встреч за круглым столом похожи, различие заключается в масштабах и в оформлении.



Формы консалтинговой работы

- ▣ *Неформальные встречи в малых группах.* Эта форма работы отличается большей доверительностью. Неформальные контакты часто позволяют снизить общую конфликтность и при взаимном стремлении к компромиссу существенно облегчают формирование области сотрудничества.

Формы консалтинговой работы

- ▣ *Семинары-тренинги.* Имеют особенную важность, когда предстоит новый сложный проект. В ходе таких семинаров есть возможность не только дать необходимую информацию о будущем проекте, но и отработать «правила игры».

Формы консалтинговой работы

- ▣ *Демонстрационные проекты.* В принципе, эта форма не является специфической формой работы с общественностью, однако ее образовательная роль может оказаться неоценимой. Успешная демонстрация — важный шаг к будущему успеху. Однако если рассчитывать на широкий социальный резонанс проекта, следует придерживаться принципов максимальной открытости и активного распространения информации.

Формы консалтинговой работы

- ▣ *Референдум* — мероприятие весьма дорогостоящее. Он не предполагает сближения позиций сторон и возможности партнерства, его результат — лишь прямое подчинение меньшинства большинству. Поэтому, прибегая к референдуму, следует отдавать себе отчет в том, что он менее других форм общественного участия избавляет в дальнейшем от противостояния с оппонентами. Эту форму работы можно рекомендовать в крайнем случае, только при наличии неразрешимых противоречий — например, при невозможности отказа от реализации проекта, чего требуют представители общественности.

Формы консалтинговой работы

- В сфере культуры самым частым фактором обращения клиента в консалтинговую фирму является поиск средств и инвестиций. Большинство российских некоммерческих организаций не занимаются регулярным и продуманным сбором средств. В этом им призваны помогать консалтинговые фандрайзинговые фирмы или фонды с аналогичными функциями, которые стали занимать заметную нишу в социокультурном консалтинге. Предоставление средств осуществляется в виде различных форм. Одной из самых распространенных форм является **грант**.

Формы консалтинговой работы

- *Гранты* — средства, безвозмездно передаваемые дарителем (фондом, корпорацией, правительственным учреждением) некоммерческой организации или частному лицу для выполнения конкретной работы. В отличие от займа, грант не нужно возвращать.



Консультирование как часть фандрайзерской деятельности

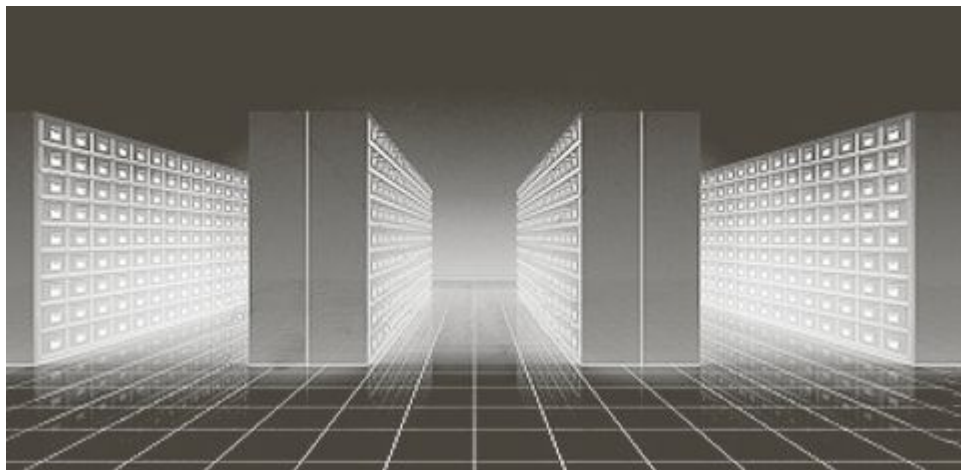
- Наиболее часто консультанту приходится работать с различными фондами. Консультант оказывает помощь в составлении заявки или требования, составлении прилагаемых отчетов и обоснований, правильном оформлении документов. Чаще всего поиск средств начинается с фондов, которые уже широко известны.

Консультирование как часть фандрайзерской деятельности

- В мировой практике существует несколько видов фондов:
 - *государственные фонды;*
 - *посреднические фонды;*
 - *частные фонды;*
 - *местные фонды.*

Консультирование как часть фандрайзерской деятельности

- *Государственные фонды* — учреждения, финансируемые из бюджета своего государства (Российский фонд фундаментальных исследований).



Консультирование как часть фандрайзерской деятельности

- *Посреднические фонды* — общественные организации, финансируемые государством или частными лицами и распределяющие финансы по заявителям, удовлетворяющим требованиям фонда или программы (фонд «Евразия», «Открытое общество»).



Консультирование как часть фандрайзерской деятельности

- *Частные фонды* — негосударственные некоммерческие организации, получающие средства от граждан или фирм в виде пожертвований, а также частные лица (фонд Нобеля, фонд Форда, фонд Ростроповича).



Фонд Вишневской-Ростроповича
Во имя здоровья и будущего детей

Консультирование как часть фандрайзерской деятельности

- Как правило, такие фонды отличаются меньшей бюрократичностью, менее жесткими требованиями в предоставлении помощи, однако большей требовательностью к качеству проектов.



**FORD FOUNDATION
INTERNATIONAL
FELLOWSHIPS PROGRAM**
The India Program

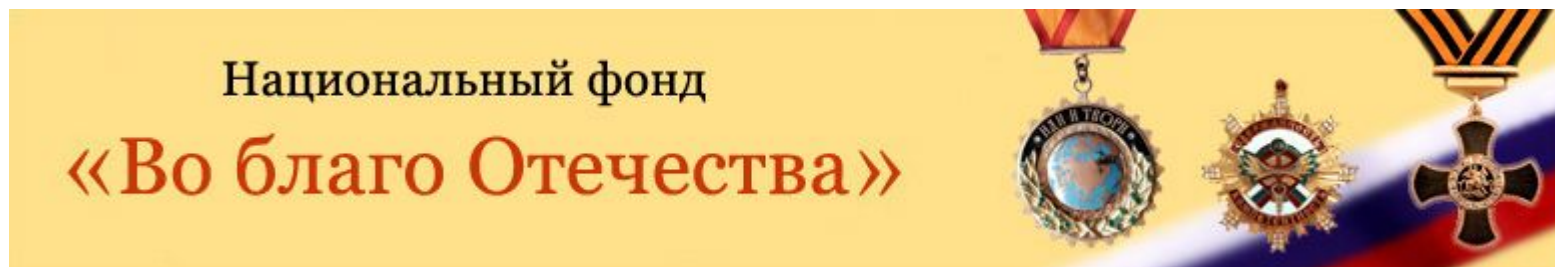
Консультирование как часть фандрайзерской деятельности

- *Местные фонды* создаются жителями конкретного региона для удовлетворения региональных социальных потребностей; они ориентированы на местные потребности и получают поддержку местных организаций и местного бизнеса, оказывают влияние на региональную политику.



Консультирование как часть фандрайзерской деятельности

- Примером консультанта-посредника в данной области является открытый международный фонд «Во благо Отечества». Конкурс фонда «Во благо Отечества» проводится с целью содействия укреплению экономических, государственных, культурных, духовно-нравственных основ цивилизации и межгосударственных отношений.



Консультирование как часть фандрайзерской деятельности

- Главные задачи конкурса — признание заслуг и консолидация наиболее ярких представителей политической, деловой, научной и творческой элиты разных стран, которые вносят весомый вклад в развитие экономики, культуры, межгосударственных отношений и возрождение духовных ценностей.

Консультирование как часть фандрайзерской деятельности

- Таким образом, цели консультирования в социокультурной сфере — привлечение средств спонсоров и меценатов, продвижение произведений искусства, а также эстетической (экологической и другой социально значимой) информации, культурное просвещение и воспитание общества. К используемым средствам относятся различные PR-технологии.