



Условия активизации гражданского участия в малых и средних городах России

Итоговый отчет по проекту

При реализации проекта использовались средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 29.03.2013 № 115–рп и на основании конкурса, проведенного Фондом ИСЭПИ

Май 2014

Фонд «Общественное мнение»
Президент
Александр Ослон

Руководитель исследования
Управляющий директор
Елена Петренко

Команда социально значимого проекта «Условия активизации гражданского участия в малых и средних городах России»:

Акулов В. А., Акулова О. И., Богомолова Е. В., Васильева Л. М., Галицкая Е. Г., Галицкий А. Е., Данилова А. С., Иванова И. И., Каневская М. В., Климов И. А., Климова С. Г., Кот Ю. А., Османов Т. Э., Самкович Е. С., Чуриков А. В., Щербакова И.В.

Оглавление

| | |
|--|-----------|
| Оглавление | 3 |
| Введение | 6 |
| Социальная проблема | 6 |
| Основные понятия | 7 |
| 1. Безвозмездная деятельность граждан для решения общегородских проблем или проблем какой-то группы населения..... | 8 |
| 2. Социальное предпринимательство | 11 |
| Основные выводы по материалам исследования | 15 |
| Благодарности | 19 |
| ЧАСТЬ 1. Безвозмездная деятельность граждан для решения общегородских проблем или проблем какой-то группы населения | 21 |
| Глава 1. Ценностные предпосылки гражданского участия | 21 |
| 1.1. Доверие..... | 21 |
| 1.2. Ответственность | 25 |
| 1.3. Способность отстаивать свои права | 27 |
| 1.4. Готовность объединяться | 29 |
| 1.5. Выводы | 34 |
| Глава 2. Мировоззренческие ценности, поведенческие установки и практики гражданского участия россиян | 36 |
| 2.1. Пространство описания и измерения гражданской активности | 36 |
| 2.2. Гражданское участие россиян: акторы и индикаторы добровольчества | 40 |
| 2.3. Выводы | 59 |
| Глава 3. Ценности и установки акторов гражданского участия в малых и средних городах | 62 |
| 3.1. Гражданское участие и его акторы..... | 62 |
| 3.2. Ролевые позиции акторов гражданского участия | 64 |
| 3.3. Конструктивные практики и мотивации гражданского участия | 70 |
| 3.4. Выводы | 73 |
| Глава 4. Масштабы и потенциал участия граждан в городских делах | 75 |
| 4.1. Масштабы участия жителей в общегородских делах | 75 |
| 4.2. Общественно-полезные дела с массовым участием вне рамок общественных организаций ... | 75 |
| 4.3. Участие в общественной деятельности в рамках общественных организаций..... | 77 |
| 4.4. Помогающее поведение | 80 |
| 4.5. Потенциал участия горожан в общественно-полезных делах..... | 82 |
| 4.6. Выводы | 85 |
| Глава 5. Взаимодействие горожан с властями: компетентное участие и проблема посредников | 87 |
| 5.1. Включенность в решение общегородских проблем и удовлетворенность работой властей. Что лучше: отчуждение или недовольство? | 88 |

| | |
|---|------------|
| 5.2. Способы влияния на власти..... | 93 |
| 5.3. Компетентное участие и проблема посредников | 94 |
| 5.4. Эффекты гражданского участия | 96 |
| 5.5. Выводы..... | 98 |
| Глава 6. Общественная деятельность и формирование сообществ..... | 100 |
| 6.1. Социальная среда гражданского участия..... | 103 |
| 6.2. Установки на включенность в общественные дела как предпосылка формирования сообществ | 105 |
| 6.3. Что объединяет участников..... | 107 |
| 6.4. Интенсивность и средства общения в сообществе участников общественной деятельности | 108 |
| 6.5. Линии отчуждения в городских сообществах | 109 |
| 6.6. Выводы..... | 111 |
| ЧАСТЬ II. Социальное предпринимательство как форма гражданского участия | 112 |
| Глава 7. Социальные услуги в малых и средних городах как перспективная сфера социального предпринимательства..... | 112 |
| Глава 8. Объективная информация о социальных предприятиях | 115 |
| Глава 9. Модернизационные эффекты социального предпринимательства..... | 117 |
| 9.1. Основные направления деятельности социальных предприятий | 117 |
| 9.2. Модернизационные эффекты социального предпринимательства | 118 |
| 9.3. Самоидентификация социального предпринимателя и наличные правила..... | 119 |
| 9.4. Социально-культурные проекты предпринимателей..... | 125 |
| 9.5. Культурные концепции взаимодействия с персоналом..... | 133 |
| Глава 10. Сообщества социальных предприятий..... | 136 |
| 10.1. Цели и установки на создание и поддержание сети..... | 136 |
| 10.2. Выгоды участников сети, возникающей вокруг социального предприятия..... | 139 |
| 10.3. Способы капитализации сети..... | 142 |
| 10.4. Выводы..... | 144 |
| Приложение 1. Основные положения программы исследований по проекту «Условия активизации гражданского участия в малых и средних городах России» | 146 |
| Цели проекта..... | 146 |
| Задачи проекта..... | 146 |
| Практическая польза | 146 |
| Основные исследовательские гипотезы | 146 |
| Источники данных | 147 |
| Приложение 2. Отчет о полевых работах..... | 150 |
| Описание исследования..... | 150 |
| Анкета и сценарии исследования | 151 |
| Подготовка полевого этапа..... | 151 |
| Проведение полевых работ..... | 152 |
| Контроль работы интервьюеров | 152 |
| Приложение 3. Анкета для массового опроса в средних и малых городах | 153 |
| Гражданское участие в малых и средних городах России | 153 |

| | |
|---|------------|
| Приложение 4. Вопросы в анкету массового общероссийского опроса | 170 |
| Приложение 5. Сценарий дискуссионной фокус-группы с активными жителями малых и средних городов | 174 |
| Тема – гражданское участие в малых и средних городах России | 174 |
| Приложение 6. Сценарий дискуссионной фокус-группы с добровольцами некоммерческих организаций..... | 177 |
| Тема – гражданское участие в малых и средних городах России | 177 |
| Приложение 7. Сценарий интервью с социальными предпринимателями | 181 |
| Приложение 8. Гайд для интервью с экспертами по теме «Гражданское участие в малых и средних городах России»..... | 185 |
| Приложение 9. Основные характеристики вошедших в выборку социальных предприятий | 187 |

Введение

Социальная проблема

Сейчас в российском обществе нет общепризнанных представлений о том, что может называться гражданским участием; существуют прямо противоположные оценки распространённости и общественной полезности такого участия и степени доверия к его субъектам. Одни исследователи утверждают, что гражданское участие вообще отсутствует в России, что российское общество – это общество одиноких индивидов, атомизированное и расколотое¹. Другие считают, что в России возникают самоорганизующиеся группы граждан, которые в разных формах претендуют на гражданское участие и становятся субъектом решения самых разных проблем – политических, экономических, социальных – в условиях недееспособности властей разного уровня.

Социологические исследования свидетельствуют, что трансформирующееся российское общество испытывает влияние двух разнонаправленных тенденций во взаимодействии индивида и общества. С одной стороны, идёт стремительный процесс индивидуализации. В период радикальных социальных трансформаций ценность выживания, сохранения личного благополучия и благополучия своей семьи вытесняет ценности коллективного действия и альтруистической солидарности². Этот вывод остается актуальным и для сегодняшней России. С другой стороны, исследования ФОМ, так же, как и данные других российских исследовательских центров, убеждают в том, что в российском обществе существует значительный потенциал солидаризации. В нашей стране, как и во многих других, феномены солидаризации становятся мощным ресурсом адаптации, фактором проявления гражданской социальной ответственности, а также «школой коллективного действия», чей опыт мобилизуется для решения актуальных задач³. Различаются и оценки социальной желательности этих процессов. В публичном пространстве существуют два основных дискурса: либеральный, с упором на ценности индивидуализма, свободы личности и т.п., и дискурс сохранения традиций коллективизма и социального участия, которое оказывает трансформирующее влияние на институциональную структуру общества.

Анализ добровольческой деятельности, проведенный Фондом «Общественное мнение» весной – осенью 2012 года, показал, что в России существует большое разнообразие форм гражданского участия, определяющееся, с одной стороны, спецификой проблем, на которые реагируют граждане, а с другой стороны, слабой интеграцией добровольцев и активистов. В результате совершаются одни и те же ошибки; недостаточно используются ресурсы солидарности⁴. Это и другие исследования позволяют сделать вывод, что для анализа процессов интеграции в российском обществе, анализа потенциала гражданского участия не хватает информации о том, что происходит в средних и малых городах России. Такие города зачастую испытывают трудности в социально-экономическом развитии, связанные с дефицитом рабочих мест, слабой развитостью социальной инфраструктуры, изношенностью жилого фонда, социальной апатией населения. Вместе с тем именно в средних и малых городах появляются

¹ См. напр., Гудков Л.Д., Дубин Б.В., Зоркая Н.А. Постсоветский человек и гражданское общество. – М.: Московская школа политических исследований, 2008. 96 с.

² П. Штомпка. Социология. Анализ современного общества. М.: Логос, 2005. С.474–478.

³ Гражданское общество современной России. Социологические зарисовки с натуры. М.: ФОМ.2008. 392 с.

⁴ Проект «Ресурс добровольческого движения авангардных групп для российской модернизации». При реализации проекта использовались средства государственной поддержки, выделенные Институтом общественного проектирования в качестве гранта в соответствии с распоряжением президента Российской Федерации от 02 марта 2011 года №127–рп. Было опрошено 1500 жителей 10 крупнейших городов РФ, отбор респондентов произведен маршрутным методом.

новые формы гражданского участия, ориентированные на развитие территории, возникают инициативы, основанные на солидарных практиках. Есть основания предполагать, что такие инициативы возникают в тех малых городах, которые имеют ресурс социальной активности, основанный на достаточно высоком уровне образования жителей (например, наукограды). Но таких городов немного. Больше монопромышленных городов, где существуют интенсивные (по сравнению с большими городами и мегаполисами) личные контакты (соседство, общее место работы), формирующие общественное мнение по поддержке местных инициатив. В средних и малых городах и функционирование НКО, и развитие массовых форм гражданского участия (например, таких как участие в выборах, в публичных слушаниях, работа в товариществах собственников жилья, уличных комитетах и пр.) облегчается наличием более плотной, чем в крупных городах, социальной сети знакомств, деловых контактов и репутаций, а значит, возможностями создания отношений солидарности и взаимной ответственности. На этой основе могут формироваться навыки коллективного действия, необходимого для решения актуальных задач.

Предполагается, что использование в средних и малых городах новых форм гражданского участия (например, таких как социальное предпринимательство) будет, с одной стороны, способствовать решению материальных проблем жителей, а с другой стороны, создаст не менее важные социальные эффекты. В частности, будет способствовать развитию навыков кооперации и сотрудничества.

Основные понятия

Наше исследование дислоцировано (генеральная совокупность) среди жителей **малых и средних городов** России. За основу при построении исследования была принята следующая классификация городов:

- **малые города** – города с населением 50 тыс. жителей и менее, и от 50 до 100 тыс. жителей. В группу малых городов также включаются поселки городского типа;
- **средние города** – города с населением от 100 до 250 тыс. жителей;
- **крупные города** – города с населением от 250 тыс. до 1 млн жителей.

Гражданское участие – индивидуальная или коллективная деятельность, направленная на решение проблем части или всего населения города. Эта деятельность совершается по свободному выбору гражданина и ориентирована на общественно значимую цель.

В ходе исследования было выделено и описано два вида гражданского участия:

- **безвозмездная деятельность** граждан для решения общегородских проблем или проблем какой-то группы населения,
- **социальное предпринимательство.**

Понятие «гражданское участие» близко по смыслу словосочетаниям «общественная активность», «добровольчество (волонтерство)», «общественные инициативы».

Анализ работ российских и зарубежных ученых показал, что однозначное определение понятия «гражданское участие» («civic / citizen participation», «civic engagement») отсутствует⁵. Репертуар интерпретаций концепта «гражданское участие» варьируется от противопоставления политического участия и гражданского участия (неполитического) до набора показателей, из которых складывается гражданское участие.

В исследовании «Условия активизации гражданского участия в малых и средних городах России» гражданское участие рассматривалось в рамках концепций солидарности, потому что они имеют большую социологическую традицию (О. Конт, Э. Дюркгейм, С. Франк) и солидные теоретические основания, созданные нашими современниками, как зарубежными (Дж. Александер, Дж. Балдуин, П. Штомпка), так и отечественными (А.Ф. Филиппов, А.Б. Гофман, И.Е. Дискин, Л.А. Ионин, С.В. Патрушев, В.А. Ядов, Л.И. Якобсон). Эти концепции предполагают определение субъектов социальных действий и анализ этих действий. На наш взгляд, атомизированные индивиды превращаются в субъекты социального действия тогда, когда они: а) ощущают общность своей судьбы с судьбами других людей, о которых они могут сказать «это мы»; б) осознают необходимость перемен; в) становятся непосредственными участниками желательных перемен; г) институционализируют новую деятельность, закрепляют её в повседневных практиках и формируют соответствующие организационные структуры⁶.

Мы видим схожие моменты в понимании того, что такое гражданское участие, в работах как российских, так и зарубежных авторов. Во-первых, и те, и другие, признают, что гражданское участие – это сложное понятие, не имеющее единого разделяемого всеми смысла. Для его оценки важно принимать во внимание не только практики гражданской активности, но и ценностные установки (например, доверие людям), и уверенность в возможности реализовать свои права. Во-вторых, важная особенность гражданского участия – отсутствие формального традиционного политического оттенка в сочетании с перспективой перехода деятельности в политическое русло, в частности, в ситуации, когда для реализации интересов и прав необходимо наращивание государственно-политического характера. И, наконец, гражданское участие может выражаться как в коллективных, так и в индивидуальных формах.

Опишем теперь логику анализа обозначенных выше двух видов гражданского участия.

1. Безвозмездная деятельность граждан для решения общегородских проблем или проблем какой-то группы населения

Априорно были выделены следующие признаки гражданского участия, которые впоследствии были зафиксированы в виде эмпирических индикаторов в ходе исследования:

1. Участие в решении общегородских проблем

- субботники, участие в преодолении последствий стихии;
- работа по охране порядка, помощь правоохранительным органам (участие в работе добровольных народных дружин);
- участие в общегородских праздниках (в фестивалях, народных гуляниях, и пр.);

⁵ Иванова И.И. Индикаторы гражданского участия. // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). Modern Research of Social Problems, №9(29), 2013. URL: http://journals.org/index.php/sisp/article/viewFile/920137/pdf_292

⁶ Анализ концепта субъектность см.: Климов И. В поисках субъекта действия / Социальная реальность. М.: ФОМ №12. 2006. С. 92–97. <http://socreal.fom.ru/?link=ARTICLE&aid=267>; Климов И. А. Российские рабочие в кризисе: потенциал субъектности и социального партнерства. Мир России. 2013, Т. 22, № 2. С. 83–106.

- участие в выборах;
- участие в публичных слушаниях;
- участие в опросах общественного мнения;
- работа в обществах защиты интересов жителей и самоуправления (ТОСах);
- обращение к властям по поводу решения наболевших проблем по месту жительства;
- участие в акциях по привлечению общественного внимания к проблемам района (демонстрациях, маршах, петициях к властям);
- участие в кампаниях против угрозы окружающей среде (против вырубки деревьев, ликвидации заповедных территорий, строительства на территории охраняемых природных объектов).

2. Филантропия или помощь другим членам общества

- благотворительность, материальная помощь социально незащищенным группам;
- работа в обществах и группах самопомощи;
- работа в группах, обществах помощи слабым;
- участие в реализации программ помощи детям и молодёжи;
- участие в благотворительной деятельности церковного прихода.

3. Культурно-просветительская деятельность

- работа по сохранению и восстановлению исторических памятников, культурного наследия;
- работа в просветительских и научных обществах;
- работа в досуговых обществах и группах;
- работа в объединениях профессионалов;
- участие в культурно-просветительской деятельности церковного прихода;
- участие в проведении культурных мероприятий (концерт, лекция, фильм);
- участие в самостоятельных культурных мероприятиях, предназначенных для публики.

4. Правозащитная деятельность

- работа в профсоюзах;
- работа в обществах и группах по защите гражданских и политических прав;
- участие в массовых акциях в защиту гражданских и политических прав.

5. Политическая деятельность

- участие в работе политических партий;
- включенность в процедуры выборов (в качестве агитаторов, наблюдателей).

6. Здоровье

- участие в распространении информации, консультациях, программах, относящихся к проблемам здоровья, профилактики, медицинского обслуживания, личной гигиены, здорового образа жизни, питания;
- помощь учреждениям здравоохранения в уходе за больными и их реабилитации;

- донорство;
- работа в группах самопомощи и помощи людям с хроническими болезнями (алкоголикам, наркоманам, больным СПИДом и т. д.).

7. Помогающее поведение

- помощь советом, утешением, эмоциональной поддержкой знакомым людям;
- снабжение предметами первой необходимости (едой, средствами передвижения, средствами личной гигиены) знакомых людей.

Гражданское участие может существовать в различных организационных формах:

- организованное и неорганизованное;
- получающее бюджетное финансирование и существующее исключительно на добровольные пожертвования;
- спонтанное (ситуативное) и регулярное (долговременное);
- привлекающее добровольцев и работающее только со штатным персоналом;
- основное и дополнительное;
- индивидуальное и коллективное;
- массовая индивидуальная или коллективная (групповая) формы участия.

Проекты, предполагающие гражданское участие могут быть:

- политическими и неполитическими;
- религиозными и светскими;
- реальными (в контактных группах и коллективах) и виртуальными (в интернете).

Механизмами гражданского участия (либо неучастия) являются:

- локальная (житель города) позитивная идентичность либо её отсутствие;
- принятие ответственности за свою судьбу и судьбу более или менее четко очерченного сообщества (например, женщины с детьми или жители города) или отказ от такой ответственности;
- ориентация на изменение некоторых правил, регулирующих сферу жизнедеятельности сообщества, которая является объектом попечения или беспокойства (например, правила усыновления сирот) либо отсутствие ориентации на изменение правил;
- наличие представлений о возможности самопомощи при решении актуальных проблем либо убеждение в необходимости участия сторонних ресурсных субъектов (властей, состоятельных горожан, и пр.);
- наличие либо отсутствие представлений об эффективности собственных усилий для решения общей проблемы или проблемы какой-то группы (могу помочь – не могу помочь);
- престижность гражданского участия, мода на него (нормативность гражданского участия) либо отсутствие такой моды, нормы;

- наличие либо отсутствие авторитетного для многих человека, вовлеченного в ту или иную форму гражданского участия.

Есть ряд контекстных обстоятельств, предопределяющих различия российских городов (малых и средних) по степени актуального и потенциального гражданского участия:

- существует прямая связь между ресурсным потенциалом жителей и гражданским участием. Чем выше ресурсный потенциал жителей (определяемый в первую очередь материальным благополучием и образованием), тем интенсивнее актуальное и потенциальное гражданское участие;
- существует прямая связь между наличием общей для многих производственной инфраструктуры города (например, предприятие – доминирующий работодатель) и интенсивностью личностных и функциональных контактов. В свою очередь личностные и функциональные контакты предполагают более или менее интенсивное общение, в ходе которого формируются солидарные практики;
- существует прямая связь между воспринимаемой политикой городских властей по отношению к гражданскому участию и актуализированным и потенциальным гражданским участием, а также оценками его эффективности.

2. Социальное предпринимательство

Мы выделяем социальное предпринимательство в отдельный вид гражданского участия, потому что оно отличается от безвозмездной деятельности граждан для решения общегородских проблем или проблем какой-то группы населения организационно-экономической формой жизнедеятельности. Социальные предприятия могут действовать в различных областях – производство продуктов питания, сбыт, кредитование, страхование, транспортные перевозки и др., открывая возможности трудоустройства для тех категорий людей, которые сравнительно менее конкурентоспособны на рынке труда. Это в первую очередь бизнес, участники которого, так или иначе, участвуют в доходах, а не бесплатная деятельность на благо какой-то группы или на общее благо. Социальным такое предпринимательство называют потому, что это инициативная деятельность с преимущественно социальными целями, когда прибыль в основном реинвестируется в бизнес и в решение социальных проблем населения либо какой-то его части, а не остается прибылью владельцев. Наиболее часто цитируемое определение социального предпринимательства принадлежит Директору Центра развития социального предпринимательства Университета Дюка США Грегори Дизу: оно «соединяет в себе страсть к социальной миссии со свойственной бизнесу дисциплиной, инновацией и решительностью»⁷. К сожалению это, как и большинство других определений социального предпринимательства, – скорее метафорический образ, чем эмпирически верифицируемый набор признаков. Поэтому для целей исследования нам пришлось создать своё определение социального предпринимательства, которое, как мы полагаем, может быть пригодно и для других целей.

На наш взгляд, социальное предприятие имеет несколько признаков, которые должны существовать вместе. Перечислим их:

- Это предприятие (организация), имеющее статус юридического лица (или официально зарегистрированное как ПБЮЛ – предприниматель без образования юридического лица). Не может считаться социальным предприятием, например, благотворительный проект бизнеса.

⁷ <http://www.cloudwatcher.ru/analytics/1/view/21/>

- Бизнес должен давать прибыль, которая частично идет на развитие предприятия; частично распределяется внутри сети участников (пайщиков, совладельцев); частично идёт на социальные проекты и (или) на благотворительность. На каком-то этапе или в какой-то части могут использоваться средства спонсоров или государственной поддержки, но эти деньги не должны быть единственным источником существования предприятия.
- Вокруг бизнеса складывается сеть социальных контактов. Сеть – это более или менее устойчивое сообщество, в котором контакты с центром сети дополняются горизонтальными контактами. При этом контакты (получение благ) не односторонние, а сетевые, т.е. сама сеть мультиплицирует распространение благ. Сеть – это не только поставщики сырья и получатели продукта, но и разнообразные дочерние структуры, которые занимаются как производственной, так и социальной деятельностью.
- Социальное предприятие участвует в решении социальных проблем. Отличие социального предприятия от благотворительности бизнеса состоит в том, что проекты социального предприятия не разовые, а более или менее долговременные, прямо или косвенно связанные с его основной деятельностью и ориентированные на благополучие социума, в котором существует это предприятие.
- Социальный предприниматель совмещает позиции предпринимателя и социального новатора, т.е. создаёт правила жизни социума (уставы, декларации, регламенты деятельности) или добивается изменения правил, регулирующих близкую ему сферу деятельности.

Заявленные нами критерии, отличающие социальное предприятие от обычного бизнеса, не совпадают с принятыми в большинстве публикаций⁸ критериями. Предварительный анализ данных о функционировании предприятий, называемых социальными, показал, что к таким относят прежде всего те, которые работают в социальной сфере либо работают как обычные производственные предприятия, но с ориентацией на предоставление рабочих мест для категорий людей, сравнительно менее конкурентоспособных на рынке труда. Нам эти критерии кажутся недостаточными.

Мы вводим два дополнительных признака: наличие социальной сети и социальное новаторство. На наш взгляд, социальное предпринимательство отличается от просто предпринимательства тем, что оно влечет за собой какие-либо социальные преобразования. Самое главное из таких преобразований – это создание социальной сети из людей, включенных в общую деятельность и связанных отношениями кооперации и солидарности. Второе, но не менее важное отличие – это изменение правил жизнедеятельности социума, в котором действует данное социальное предприятие.

В соответствии с заявленными критериями наш анализ социального предпринимательства включает следующие характеристики:

1. Характеристики бизнеса

- Основные направления нынешней деятельности, проекты (один вид деятельности либо разные виды деятельности, которые возникают по ходу развития предприятия).
- Другие виды деятельности отпочковываются, становятся самостоятельными предприятиями или сохраняется организационная и личностная связь с основным производством.

⁸ Задорин И.В., <http://www.zircon.ru/>; Социальное предпринимательство в России и в мире. Практика и исследования. /ред.: А.А. Московская. М.: Издательский дом Высшей школы экономики 2011; Поговорим о гражданском обществе / М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2001.

- Источники финансирования (собственная прибыль, спонсорская помощь, грантовая поддержка со стороны властей).
- Прибыльность предприятия и схема распределения прибыли (развитие предприятия, зарплата работников, прибыль хозяина).
- Наличие или отсутствие конкурентов в основной или дополнительной деятельности.

2. Характеристики нормативных рамок, в которых функционирует предприятие, и установки на изменение правил

- Есть ли законы, правила, которые мешают развитию предприятия, и которые нужно менять.
- Пытались ли социальные предприниматели повлиять на власти, общественное мнение, чтобы изменить правила. Если да, то чем это кончилось.
- Приходилось ли им придумывать новые идеи для бизнеса, отдельные проекты, алгоритмы деятельности, технологии или они откуда-то заимствовались. Что было образцом.

3. Характеристики социальной сети, в которую включено предприятие

- Кто включен в социальную сеть предприятия. Это могут быть либо только непосредственные участники производства, поставщики и реализаторы товара или услуги, либо люди, развивающие дополнительные инициативные проекты, ситуативные или постоянные добровольные помощники, консультанты, получатели благотворительной помощи.
- Существуют ли какие-то личностные формы контактов с потребителями товара или услуги.
- Какого рода контакты существуют с представителями властей (разные виды материальной – например, помещение - и нематериальной – например, консультации, обучение – помощи, либо препятствование деятельности предприятия со стороны властей, либо отчуждение, равнодушие).
- Есть ли виртуальные формы бытования социальной сети (например, сайт с практикой поддержания виртуальных контактов).
- Есть ли единомышленники, люди, которые занимаются аналогичной деятельностью; поддерживаются ли с ними контакты и какого рода эти контакты; есть ли отношения кооперации.
- Есть ли контакты с бизнесом, ориентированным исключительно на извлечение прибыли, который занимается аналогичной деятельностью.
- Есть ли благотворительные проекты и сохраняются ли контакты с получателями благотворительной помощи.
- Есть ли контакты со СМИ, интерес к предприятию со стороны СМИ.
- Знают ли о предприятии в городе.

4. Перспективы предприятия

- Сохранится ли предприятие в нынешнем виде или предполагается диверсификация производства, освоение новых видов деятельности, смежных или совсем других, реализация других проектов.

- Если есть новые идеи для развития бизнеса, то какие нужны ресурсы для их реализации.
- Нужна ли помощь для развития предприятия, от кого можно ожидать эту помощь.

Данные, полученные от информантов, позволяют построить аналитическую типологию социального предпринимательства. Основаниями для анализа стали следующие переменные:

- Финансовые основания деятельности: бюджет (доноры, спонсоры) или рынок.
- Цель деятельности: моноцель или мультиплицирование целей.
- Характеристики социальной сети, возникающей вокруг предприятия: это сеть, включающая только непосредственных участников производства и потребителей, или она шире, т.е. включает единомышленников, получателей благотворительной помощи, консультантов и других субъектов, с которыми поддерживаются более или менее регулярные контакты.
- Включенность в проекты власти или организационная и финансовая автономия от властей.
- Наличные правила как ресурс или тормоз; отношение к правилам: установки на их изменение или сохранение.
- Есть или нет конфликт между реализацией социальной функции предприятия и целями прибыльности бизнеса.

Основные выводы по материалам исследования

- ✦ В малых и средних городах России масштабы гражданского участия, если судить по данным массового опроса, примерно такие же, как и в более крупных городах. Однако по ряду параметров есть некоторые отличия от средних показателей и по России в целом, и по крупным городам. В частности, в малых и средних городах несколько более заметно неинституциональное массовое участие в делах города (района, дома) людей, не объединенных в общественные организации (субботники, благотворительные акции). Эта неинституциональная деятельность стимулируется нерешенностью локальных проблем и основывается главным образом на неформальных связях (соседских, дружеских).
- ✦ Показатели институционального гражданского участия невелики по сравнению с неинституциональным участием (от 1-3% участников в обществах по защите гражданских и политических прав до 14% в досуговых обществах, объединениях по интересам). Но между институциональным и неинституциональным гражданским участием нет социальной границы. Именно институциональные объединения становятся центрами инициатив, мобилизующих массовое участие тогда, когда лидеры НКО и сама организация являются авторитетными в городе. Часто ситуативные активисты постепенно включаются в регулярную деятельность, становятся помощниками общественных организаций или их членами. Точно так же добровольцы, члены или регулярные помощники общественных организаций включаются в массовую деятельность по решению какой-то проблемы, актуальной для многих горожан.
- ✦ Территориальные особенности гражданского участия определяются не столько размером города, сколько его функциональными признаками, а значит, характеристиками населения, и в первую очередь характеристиками элит, способных создавать сообщество вокруг решения общих проблем (например, в центрах сельскохозяйственного производства – объединения сельхозпроизводителей; в наукоградах – научные сообщества; в центрах туризма и отдыха – профессионалы, занятые сохранением культурного наследия и развитием туристического бизнеса). Местные элиты формируют повестку дня: предлагают свое видение проблемы, способы решения, мобилизуют ресурсы и сторонников.
- ✦ Особенностью гражданского участия в малых и средних городах можно считать большую ассоциированность с городскими властями – либо прямо, через участие в проектах местных властей, либо через посредников, в качестве которых выступают лидеры «дружественных» властям НКО или депутаты. В крупных городах, если судить по прежним исследованиям ФОМ, более заметна подчеркиваемая дистанцированность от властей (иногда – конфронтация с ними). Центрами активности в малых и средних городах часто являются учебные заведения, библиотеки, музеи (в исторических городах). Деятельность объединений профессионалов более заметна там, где развивается соответствующее производство. Примечательно,

что активность традиционных объединений по профессии (профсоюзов) даже здесь незаметна. Новые объединения профессионалов (например, ассоциации работников туриндустрии, АККОР, «ОПОРА РОССИИ») в малых и средних городах зачастую берутся решать проблемы, выходящие за рамки корпоративных интересов.

- ◆ Предметом деятельности гражданских активистов в малых и средних городах чаще всего становятся проблемы благоустройства, социальная помощь, сохранение культурного наследия, поддержание общественного порядка, забота о подрастающем поколении, творческое саморазвитие. Гражданское участие здесь часто стимулируется недостатками работы городских служб, особенно в сфере жилищно-коммунального хозяйства. Это участие – вынужденное, оно сопровождается недовольством работой городских властей, но вместе с тем формирует ощущение ответственности за положение дел в городе, местный патриотизм и повышает самооценку. Однако нельзя сказать, что ситуативная активность ведет к более широкому, систематическому гражданскому участию. Такая трансформация – особый процесс, который стимулируется внутренними интенциями человека, влиянием ближайшего социального окружения, успешностью предшествующего опыта, социальной компетентностью.
- ◆ Политическая активность в малых и средних городах практически незаметна. Отказ от участия в политических акциях диктуется риском издержек (от санкций на работе до лишения свободы) и ощущаемой невозможностью изменить существующий политический порядок.
- ◆ Наименее заметно гражданское участие в посёлках городского типа. Здесь можно зафиксировать слабую активность даже в такой форме социальности, как помогающее поведение, что свидетельствует о крайних формах распада социальной ткани в этих поселениях.
- ◆ В малых и средних городах есть больше социально-психологических предпосылок гражданского участия, поскольку здесь люди чаще знакомы друг с другом и общественная активность формируется в уже сложившихся сообществах. Сообщества участвующих в общественных делах формируются по преимуществу посредством горизонтальных связей – через лично знакомых людей (соседей, друзей). Центрами формирования сообществ, помимо контактных групп лично знакомых людей, становятся различные общественные структуры: политические партии, НКО, депутатские группы. Накопленный позитивный опыт становится стимулом для дальнейшего участия и расширения круга сторонников.
- ◆ В исследовании выявлен комплекс социально-психологических предпосылок вовлечения граждан в общественно значимые дела. Это: доверие к другим людям (безличное, к неопределенному кругу людей, и к лично знакомым людям); принятие ответственности за происходящее, как в непосредственной сфере жизнедеятельности, так и в более широком социуме; представление о том, что окружающие могут объединяться, если их интересы совпадают, если возникает необходи-

мость отстаивать свои права; представления об эффективности собственных усилий для решения общей проблемы или проблемы какой-то группы.

- Исследование зафиксировало феномен неоднозначной связи между участием в общественной деятельности и удовлетворенностью работой местных властей. С одной стороны, общественники часто жалуются на препятствия их деятельности со стороны властей. Но, с другой стороны, деятельностью властей чаще довольны именно активные граждане. Мы полагаем, что процесс взаимодействия с властями, независимо от того, есть или нет проблемы, осложняющие это взаимодействие, ведет к формированию некоторых признаков субъектности. Граждане формируют свою повестку дня либо включаясь в имеющиеся общественные структуры, либо создавая их заново. Более того, противостояние по тем или иным вопросам с властями часто ведет к более четкому определению целей и стратегий их достижения; круга потенциальных союзников и противников, выработке порядка действий по отношению к ним. Общественники вступают, как правило, в публичные отношения с властями: их инициативы становятся так или иначе известными более или менее широкому кругу горожан. Тем самым активисты приобретают вес в системе общественных отношений, предлагая согражданам свою картину мира, свои интерпретации событий, общественно значимые цели совместной деятельности. Возможность влиять на общественное мнение расширяется по мере того, как активисты увеличивают объем своих ресурсов (доверия, авторитета, навыков публичной деятельности).
- Устойчивый лейтмотив историй о попытках сотрудничества общественников и властей – это сопротивление последних, более или менее открытое. Нам представляется, что здесь есть проблема несовпадения стандартов деятельности высоко формализованной управленческой структуры и форматов, в которых проявляется общественная активность. «Неудобство» взаимодействия с общественниками часто формирует в управленческих структурах представление, что деятельность активистов – это всегда конфликт и дестабилизация. Там, где власти стремятся жестко контролировать сферу гражданских инициатив, мы имеем негативные последствия – отказ жителей от разных форм гражданского участия, признание его неэффективным; низкий уровень доверия и поддержки власти, всплески открытого противостояния. Успешным сотрудничество бывает там, где развитые институты гражданского общества оказываются в состоянии навязать власти свою повестку дня, или там, где губернатор или мэр ориентированы на сотрудничество с институтами гражданского общества.
- Социальное предпринимательство, ориентированное на выполнение какой-то социальной миссии, может быть способом решения многих проблем именно в средних и малых городах, потому что в них, с одной стороны, не всегда может существовать весь необходимый набор государственных услуг, а с другой стороны, большинство населения более бедно, чем в крупных городах и столицах, что не позволяет ему активно пользоваться услугами коммерческих предприятий, работающих в социальной сфере.

- ◆ Помимо оказания востребованных социальных услуг, у социального предпринимательства есть другие важные функции, которые не всегда осознаются даже теми людьми, которые работают для развития этой сферы. На наш взгляд, важными составляющими социального предпринимательства являются: 1) социальное новаторство, 2) социальные сети, сообщества, которые складываются вокруг социальных предприятий. Мы анализируем эти признаки не как ресурс, а как результат деятельности социальных предпринимателей. На наш взгляд, это позволяет обогатить концепт «социальное предпринимательство», сделать его более прозрачным, когда встаёт практическая задача оценить «социальность» социального предприятия. Социальные предприниматели часто становятся инициаторами экономических, организационных, социальных новшеств. Это внутренние регламенты, новая логистика решения задач, новая мода или иной стиль жизни. Способностью лидера создать социальную сеть вокруг предприятия обеспечивается не просто известность, помогающая найти потребителя продукта или услуги. Это важный ресурс развития, помогающий концентрировать финансовые, интеллектуальные, технологические и творческие ресурсы.
- ◆ Проблем развития социального предпринимательства в нашей стране много. Но все они, так или иначе, упираются в неопределенность статуса социального предприятия, а значит – и в неопределенность относительно необходимых преференций в налоговой сфере.
- ◆ Ещё одна проблема социального предпринимательства – трудности в освоении новых видов деятельности, незнание правил ведения бизнеса. Часто социальные предприниматели знают проблему, которую они берутся решать, но не знают технологий. Поэтому актуальной задачей становится создание инфраструктурных проектов, консалтинг в сфере социального предпринимательства. В фонде «Наше будущее» есть идея развивать франшизу в сфере социального предпринимательства. Алгоритмы деятельности социальных предприятий могут стать и уже становятся товаром, но пока сохраняются большие области неопределённости.
- ◆ Исследование позволило выделить феномен, который мы назвали «социально-культурный проект» предпринимателей. На наш взгляд, это ключевой момент в идентификации предприятия как социального. Мы предложили эмпирические признаки, типологию и описали формы бытования социально-культурных проектов. Социально-культурный проект в нашем случае – бизнес-стратегия, которая предполагает достижение заявленной социальной цели. Это, с одной стороны, развитие предприятия с опорой на человеческий творческий потенциал как главный ресурс развития и конкуренции. С другой стороны, это принятие на себя некоторой миссии – создание новой ценностной и коммуникативной среды, тиражирование новых форм общежития, оказания социальных услуг. Социально-культурный проект становится репутационным ресурсом тогда, когда необходима общественная поддержка или поддержка властей.

Благодарности

Фонд «Общественно мнение» благодарит **за поддержку:**

- Некоммерческий фонд – Институт социально-экономических и политических исследований (Фонд ИСЭПИ) в лице председателя Совета директоров Дмитрия Владимировича Бадовского и исполнительного директора Кирилла Вадимовича Солода.
- Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» в лице директора Натальи Ивановны Зверевой и заместителя руководителя Департамента социальных и благотворительных проектов по разработке программ Ирины Анатольевны Павловой.
- Директора Компании Evolution and Philanthropy Ольгу Анатольевну Евдокимову.
- К.э.н., доцента кафедры экономики города и муниципального управления НИУ «Высшая школа экономики», генерального директора АНО «Институт научно-общественной экспертизы», члена Комитета по социальной политике Общероссийской общественной организации «Деловая Россия» Сергея Игоревича Рыбальченко.
- Автономную некоммерческую организацию «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» в лице директора департамента направления «Социальные проекты» Надежды Сергеевны Смирновой.
- Руководителей центров инноваций социальной сферы: Татьяну Калугину и Наилю Ильманбетову.
- Заместителя руководителя IT-парк FABRIKA Марию Мордачеву.
- Заместителя директора Бэби-клуба Азата Муртазина.

Фонд «Общественно мнение» благодарит **за экспертизу инструментария:**

- САФ Россия в лице директора Марии Михайловны Черток и консультанта по развитию Юлии Юрьевны Ходоровой.
- К.э.н., доцента кафедры экономики города и муниципального управления НИУ «Высшая школа экономики», генерального директора АНО «Институт научно-общественной экспертизы», члена Комитета по социальной политике Общероссийской общественной организации «Деловая Россия» Сергея Игоревича Рыбальченко.
- Председателя Комиссии Общественной палаты РФ по развитию гражданского общества и взаимодействию с общественными палатами субъектов Иосифа Евгеньевича Дискина.
- К.ф.н., руководителя Центра комплексных социальных исследований Института социологии РАН Владимира Васильевича Петухова.
- Заведующего отделом социологии Фонда ИНДЕМ Владимира Львовича Римского.
- Организатора и руководителя Исследовательской группы ЦИРКОН Игоря Вениаминовича Задорина.
- К.соц.н., доцента факультета социологии НИУ «Высшая школа экономики» Ивана Александровича Климова.
- Президента Российского центра развития добровольчества (Московский дом милосердия) Галину Петровну Бодренкову.

Фонд «Общественно мнение» благодарит **экспертов**, которые нашли время на то, чтобы дать нам экспертные интервью:

- Председателя правления сетевого института общественных инноваций Вячеслава Ивановича Бахмина.
- Организатора и руководителя Исследовательской группы ЦИРКОН Игоря Вениаминовича Задорина.
- Ведущего научного сотрудника Центра социального предпринимательства и социальных инноваций НИУ «Высшая школа экономики» Олега Алексеевича Оберемко.
- Заместителя руководителя Департамента социальных и благотворительных проектов по разработке программ Фонда региональных социальных программ «Наше будущее» Ирину Анатольевну Павлову.
- Независимого эксперта, члена Координационного совета Торгово-промышленной палаты РФ по вопросам развития социального бизнеса и предпринимательства Ольгу Александровну Рябову.

Фонд «Общественно мнение» благодарит **лидеров проектов социального предпринимательства**, которые нашли время на то, чтобы дать нам интервью:

- Клавдию Русанову, Социальный магазин «Благодарение».
- Татьяну Беспалову, Негосударственное образовательное учреждение «Академический лицей им. Н.И. Лобачевского».
- Романа Аранина, региональная общественная организация инвалидов «Ковчег».
- Александра Червякова, Конно-спортивный клуб «Golden Horse».
- Екатерину Смирнову, ООО «Горький Хостел».
- Александра Портных, ООО «Сервис-парк», «Юго-Камские горки».
- Владимира Сафронова, АНО «Медицинское объединение «Реалмед».
- Сергея Стулова АНО, «Международный образовательный центр Монтессори-педагогике».
- Виктора Филимонова, Тренажерный зал «Атлант».
- Санию Федорову, ИП «Веселый пряник».
- Владимира Чернышова, ООО «Картонно-переплетная фабрика».
- Наталью Никитину, Коломенский центр развития познавательного туризма «Город-Музей».
- Антона Журавеля, ООО «Бренд Стоп Social store».
- Андрея Никонова, кооператив «Светоч».
- Ивана Васюченко, ООО «Темп-Протект».

ЧАСТЬ 1. Безвозмездная деятельность граждан для решения общегородских проблем или проблем какой-то группы населения

Глава 1. Ценностные предпосылки гражданского участия

Включенность в практики гражданского участия или по крайней мере одобрение таких практик предполагает наличие определенных ценностных оснований. К ценностным основаниям гражданского участия мы относим:

- доверие к другим людям (безличное, к неопределенному кругу людей, и к лично знакомым людям);
- принятие ответственности за происходящее как в непосредственной сфере жизнедеятельности, так и в более широком социуме;
- представление о том, что окружающие могут объединяться, если их интересы совпадают, если возникает необходимость отстоять свои права;
- уверенность в своей правовой защищенности.

1.1. Доверие

Отношения в социуме определяются **актуальной нормой** доверия (можно / нельзя доверять людям). Это **нормативное** доверие задает условия, ограничения, масштаб для доверия:

- *межличностного* (доверяете / не доверяете окружающим вас людям);
- *социального* (большинству людей можно / нельзя доверять);
- *персонального* (доверяете / не доверяете конкретной персоне);
- *институционального* (доверяете / не доверяете институту).

В нашем исследовании мы выясняли лишь уровень доверия по первым двум параметрам. Предметом исследования было диффузное доверие, не связанное с каким-то событием или ситуацией.

Низкий уровень доверия в российском обществе отмечается многими социологами. Так, исследование, проведенное ФОМом в 2012 году, зафиксировало, что лишь немногим более пятой части респондентов (22%), отвечая на вопрос «*Как Вы считаете, большинству людей можно доверять или в отношениях с людьми следует быть осторожными?*», сказали, что большинству людей можно доверять. Тех, кто выбрал вариант «*следует быть осторожными*», оказалось примерно в три с половиной раза больше: 75%.

Данные последнего опроса ФОМа (2014 г.) среди жителей малых и средних городов, посвященные теме гражданского участия, показывают, что уровень социального доверия не изменился за последние годы. Те же 22% полагают, что большинству людей можно доверять, а 74% – что в отношениях с людьми следует быть осторожнее. Зафиксирована тенденция, хотя и слабая, роста социального доверия по мере уменьшения размера города (см. *табл. 1.1*).

Таблица 1.1
данные в % от групп

Показатели доверия «большинству людей» в населенных пунктах разного типа

| | Все опрошенные | Тип населенного пункта | | | |
|--|----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 27 | 21 | 39 | 13 |
| <i>Как Вы считаете, большинству людей можно доверять или в отношениях с людьми следует быть осторожными?</i> | | | | | |
| Большинству людей можно доверять | 22 | 19 | 23 | 23 | 24 |
| В отношениях с людьми следует быть осторожными | 74 | 78 | 74 | 72 | 71 |
| Затрудняюсь ответить | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |

В соответствии с данными массовых опросов ФОМа (2010–2013 гг.), межличностное доверие распространено шире доверия социального. Считают, что большинству людей из их ближнего окружения можно доверять, 66% опрошенных (2010 г.). В обратном убеждены 29% респондентов: по их мнению, в отношениях с людьми из своего окружения следует быть осторожными. Подобные пропорции были получены и в других всероссийских исследованиях ФОМа, что позволяет говорить о преобладании «объема» межличностного доверия над социальным как об особенности российского гражданского климата на современном этапе.

Похожие данные получены и в нашем опросе жителей малых и средних городов. Считают, что большинству окружающих их людей можно доверять, 64% респондентов, в обратном убеждены 32%. И здесь мы фиксируем ту же закономерность: чем меньше город, тем чаще распространены установки на межличностное доверие (см. табл. 1.2).

Таблица 1.2
данные в % от групп

Показатели доверия ближнему окружению в населенных пунктах разного типа

| | Все опрошенные | Тип населенного пункта | | | |
|--|----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----------|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 27 | 21 | 39 | 13 |
| <i>А если говорить о людях, которые окружают лично Вас, то большинству из них можно доверять или в отношениях с ними следует быть осторожными?</i> | | | | | |
| Большинству можно доверять | 64 | 60 | 62 | 66 | 69 |
| В отношениях с людьми моего окружения следует быть осторожными | 32 | 36 | 36 | 30 | <u>25</u> |
| Затрудняюсь ответить | 4 | 4 | 3 | 4 | 6 |

Уровень социального и межличностного доверия прямо связан с личными ресурсами индивида, в первую очередь с доходом и уровнем образования (см. табл. 1.3, 1.4).

Таблица 1.3
данные в % от групп

**Уровень социального доверия в группах
с разным материальным положением семьи**

| | Все | Материальное положение семьи | | |
|---------------------------------------|-----|------------------------------|--------------------------|------------------|
| | | самые бедные* | люди среднего достатка** | состоятельные*** |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 37 | 57 | 6 |
| Большинству людей можно доверять | 22 | 20 | 23 | 28 |
| Большинству окружающих можно доверять | 64 | 61 | 65 | 64 |

* Те, кому не хватает денег на питание, и те, кто может покупать еду, но испытывает трудности с покупкой одежды.

** Те, кто может покупать одежду и обувь, но не может позволить себе купить крупную бытовую технику, и те, кому не хватает денег на автомобиль.

*** Те, кто может купить автомобиль, но не дом или квартиру, и те, кому хватает денег и на покупку квартиры или дома.

Таблица 1.4
данные в % от групп

Уровень социального доверия в группах с разным уровнем образования

| | Все | Образование | | |
|---------------------------------------|-----|------------------------|--|---------------------------------|
| | | среднее общее или ниже | начальное профессиональное или среднее специальное | высшее или незаконченное высшее |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 31 | 44 | 25 |
| Большинству людей можно доверять | 22 | 19 | 22 | 27 |
| Большинству окружающих можно доверять | 64 | 62 | 64 | 66 |

Примечательно, что не обнаружено связи социального доверия с возрастом. Что же касается межличностного доверия, то связь здесь есть, но она не монотонная. Реже других склонны доверять большинству окружающих самые пожилые, а чаще, как и в случае доверия к окружающим, – самые молодые (18–24 года). При этом те, кому 35–44 года, реже более старших (45–54 года) полагают, что окружающим можно доверять (см. табл. 1.5).

Таблица 1.5
данные в % от групп

Уровень межличностного доверия в возрастных группах

| | Все опрошенные | Возраст, лет | | | | |
|---------------------------------------|----------------|--------------|-------|-------|-------|-------|
| | | 18–24 | 25–34 | 35–44 | 45–54 | 55–64 |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 13 | 20 | 18 | 18 | 15 |
| Большинству людей можно доверять | 22 | 23 | 22 | 21 | 23 | 22 |
| Большинству окружающих можно доверять | 64 | 68 | 64 | 61 | 65 | 59 |

Оказались прямо связанными с уровнем межличностного и социального доверия все признаки, характеризующие гражданское участие или ценностные предпосылки гражданского участия.

Так, чаще склонны доверять большинству людей:

- Те, кто чувствует ответственность за то, что происходит в своём доме, во дворе, по сравнению с теми, кто не чувствует такой ответственности (23% и 18% соответственно).
- Те, кто чувствует ответственность за то, что происходит в городе, по сравнению с теми, кто не чувствует такой ответственности (27% и 18% соответственно).
- Те, кто чувствует ответственность за то, что происходит в стране, по сравнению с теми, кто не чувствует такой ответственности (28% и 19% соответственно).
- Уверенные в том, что большинство людей в нашей стране могут отстаивать свои права, по сравнению с теми, кто полагает, что не могут (30% и 17% соответственно).
- Те, кто полагает что люди из личного окружения могут отстаивать свои права, по сравнению с теми, кто полагает, что не могут (29% и 17% соответственно).
- Те, кто причисляет себя к людям, готовым объединяться с другими людьми для того, чтобы отстаивать свои права, по сравнению с теми, кто не готов к такому объединению (26% и 18% соответственно).
- Те, кто причисляет себя к людям, готовым объединяться с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают, по сравнению с теми, кто не готов к такому объединению (27% и 16% соответственно).
- Те, кто помогал кому-либо безвозмездно, по сравнению с теми, кто не помогал (24% и 17% соответственно).
- Те, кто добровольно участвовал в каких-либо общественных делах, по сравнению с теми, кто не участвовал (25% и 20% соответственно).
- Те, кто либо сам является членом каких-либо общественных организаций, либо имеет таких знакомых, по сравнению с теми, кто не является членом общественных организаций и не имеет таких знакомых (27%, 34% и 20% соответственно).

1.2. Ответственность

Принятие на себя ответственности за происходящее в более или менее широком социуме⁹ мы рассматриваем как предпосылку и каркас солидарности – моральных обязательств и действий для блага сообщества. Ответственность может основываться: 1) на первичных связях, распространяться на людей, с которыми есть личные, более или менее тесные контакты, 2) на вторичных связях, включающих более широкое моральное пространство, охватывающее малознакомых или вовсе незнакомых людей. В целом наши данные подтверждают известную закономерность: чем больше дистанция между индивидом и группой, тем слабее ответственность (см. табл. 1.6).

Таблица 1.6
данные в % от опрошенных

Чувство ответственности на разных уровнях

| | Ответственность за происходящее | | |
|-----------------------------|---------------------------------|----------|----------|
| | в доме, во дворе | в городе | в стране |
| Чувствую ответственность | 77 | 49 | 37 |
| Не чувствую ответственности | 20 | 44 | 53 |
| Затрудняюсь ответить | 3 | 7 | 10 |

Распределение трех индикаторов ответственности в разных типах городов обнаружило, что самыми ответственными (независимо от социальной дистанции) выглядят жители средних городов. Жители самых крупных по выборке городов даже на самой короткой дистанции (происходящее в доме, во дворе) выглядят так же, как и жители посёлков. А чувствующих ответственность за происходящее в стране здесь даже меньше, чем в посёлках (см. табл. 1.7).

Таблица 1.7
данные в % от групп

Ответственность за происходящее в населенных пунктах разного типа

| | Все опрошенные | Тип населенного пункта | | | |
|--|----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 27 | 21 | 39 | 13 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в доме, во дворе | 77 | 72 | 82 | 78 | 73 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в городе | 49 | 46 | 52 | 50 | 45 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в стране | 37 | <u>31</u> | 44 | 37 | 36 |

⁹ Подробнее см об этом в главе 2.

Распределение ответов на вопросы об ощущаемой ответственности в социально-демографических группах также обнаружило некоторые закономерности.

Мужчины менее, чем женщины, склонны ощущать ответственность за то, что происходит в их доме, во дворе, в городе, а ответственность за происходящее в стране готовы брать на себя примерно равные доли мужчин и женщин (см. табл. 1.8).

Таблица 1.8
данные в % от групп

Ответственность за происходящее в группах по полу

| | Все опрошенные | Пол | |
|--|----------------|---------|---------|
| | | мужчины | женщины |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 45 | 55 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в доме, во дворе | 77 | 72 | 80 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в городе | 49 | 46 | 51 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в стране | 37 | 36 | 37 |

Горожане средних возрастов в целом принимают на себя ответственность чаще, чем самые молодые и самые пожилые (см. табл. 1.9). При этом здесь выделяется группа 45–54 года, в которой заметнее, чем в других, принятие ответственности за то, что происходит в стране.

Таблица 1.9
данные в % от групп

Ответственность за происходящее в группах по возрасту

| | Все опрошенные | Возраст, лет | | | | |
|--|----------------|--------------|-------|-------|-------|-------|
| | | 18–24 | 25–34 | 35–44 | 45–54 | 55–64 |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 13 | 20 | 18 | 18 | 15 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в доме, во дворе | 77 | <u>68</u> | 75 | 82 | 82 | 79 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в городе | 49 | <u>39</u> | 54 | 50 | 53 | 49 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в стране | 37 | <u>27</u> | 34 | 37 | 44 | 40 |

Ожидаема связь принятия ответственности с образованием: чем выше уровень образования, тем чаще горожане принимают на себя ответственность за то, что происходит и в ближнем, и в дальнем социуме (см. табл. 1.10).

Таблица 1.10
данные в % от групп

Ответственность за происходящее в группах по образованию

| | Все | Образование | | | |
|--|-----|---------------|---------------|---------------------|-----------|
| | | ниже среднего | среднее общее | среднее специальное | высшее |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 8 | 23 | 47 | 23 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в доме, во дворе | 77 | <u>65</u> | 78 | 75 | 83 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в городе | 49 | <u>38</u> | 49 | 46 | 58 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в стране | 37 | <u>27</u> | 35 | 36 | 43 |

Так же, как и в анализе доверия, с принятием ответственности оказались прямо связанными все признаки, характеризующие гражданское участие или ценностные предпосылки гражданского участия. Принимающие ответственность за происходящее чаще разделяют мнение о том, что и людям вообще, и окружающим можно доверять; считают, что жители могут объединяться, чтобы решать городские проблемы; уверены, что большинство людей в нашей стране и окружающие их люди могут отстаивать свои права. «Ответственные» чаще аттестуют себя как таких людей, которые способны объединяться с другими людьми и в случае, если интересы совпадают, и для того, чтобы отстаивать свои права. Среди «ответственных» больше доля тех, кто помогал кому-либо безвозмездно; участвовал в общественных делах.

1.3. Способность отстаивать свои права

В целом мнение о способности и большинства россиян, и окружающих отстаивать свои права разделяет меньшая часть опрошенных – немногим больше трети (см. табл. 1.11).

Таблица 1.11
данные в % от опрошенных

Мнения о способности людей отстаивать свои права

| | Большинство людей в нашей стране | Окружающие люди |
|--------------------------------|----------------------------------|-----------------|
| Могут отстаивать свои права | 36 | 39 |
| Не могут отстаивать свои права | 54 | 48 |
| затрудняюсь ответить | 10 | 13 |

Суждения о соответствующей способности большинства людей – это ценностный стереотип, а не личностное мнение. Что же касается мнения об окружающих, здесь стереотип может соединяться с практическим знанием – наличием либо отсутствием таких примеров из опыта окружающих и своего собственного опыта. Здесь стоит обратить внимание на то, что мнение о способности окружающих отстаивать свои права разделяется не намного, но всё-таки чаще, чем в том случае, когда речь идет о большинстве россиян.

Утвердительный ответ на оба вопроса чаще дают жители средних по нашей выборке городов с населением от 50 до 100 тыс. человек (см. табл. 1.12). Относительно общероссийской вы-

борки, включающей мегаполисы и города-миллионники, это типичный малый город, где, с одной стороны, сохраняется во многом общинный, основанный на личных контактах, образ жизни, а с другой стороны, есть больше (по сравнению с самыми маленькими городами и посёлками) возможностей для работы и получения образования.

Таблица 1.12
данные в % от групп

**Мнения о способности людей отстаивать свои права
в населенных пунктах разного типа**

| | Все опрошен-ные | Тип населенного пункта | | | |
|--|-----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 27 | 21 | 39 | 13 |
| Большинство людей в нашей стране могут отстаивать свои права | 36 | 31 | 42 | 35 | 40 |
| Окружающие могут отстаивать свои права | 39 | 36 | 43 | 38 | 39 |

Утвердительный ответ на оба вопроса о способности людей отстаивать свои права чаще дают молодые люди, причем относительно окружающих эта закономерность выражена более явно (см. табл. 1.13).

Таблица 1.13
данные в % от групп

Мнения о способности людей отстаивать свои права в возрастных группах

| | Все опрошен-ные | Возраст, лет | | | |
|--|-----------------|--------------|-----------|-------|-----------|
| | | 18–30 | 31–45 | 46–60 | старше 60 |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 25 | 26 | 27 | 22 |
| Большинство людей в нашей стране могут отстаивать свои права | 36 | 40 | 38 | 32 | 35 |
| Окружающие могут отстаивать свои права | 39 | 46 | 44 | 34 | <u>30</u> |

Чем выше уровень образования, тем реже респонденты склонны разделять мнение о том, что большинство россиян могут отстаивать свои права. Что же касается мнений об окружающих, то здесь закономерность обратная: чем образованнее люди, тем чаще они считают, что те, кто составляет их окружение, могут защищать свои права (см. табл. 1.14).

Таблица 1.14
данные в % от групп

Мнения о способности людей отстаивать свои права в группах по образованию

| | Все опрошенные | Образование | | |
|--|----------------|------------------------|--|---------------------------------|
| | | среднее общее или ниже | начальное профессиональное или среднее специальное | высшее или незаконченное высшее |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 31 | 44 | 25 |
| Большинство людей в нашей стране могут отстаивать свои права | 36 | 39 | 36 | 33 |
| Окружающие могут отстаивать свои права | 39 | 35 | 40 | 41 |

Явной зависимости мнений о способности большинства россиян отстаивать свои права в группах по доходу не обнаружено, хотя средний доход тех, кто убежден в такой способности большинства россиян несколько ниже, чем у тех, кто не разделяет это мнение (15 924 руб. и 16 413 руб. соответственно). Но относительно окружающих ситуация обратная. Средний доход тех, кто полагает, что окружающие могут отстаивать свои права, выше дохода тех, кто не разделяет это мнение (17 470 руб. и 15 242 руб. соответственно). Состоятельные граждане чаще разделяют мнение о способности окружающих отстаивать свои права, причем эта закономерность прослеживается по всем признакам, фиксирующим доход респондентов.

Таким образом, относительно способности большинства россиян и окружающих людей отстаивать свои права мы имеем противоречивую картину: представители высокоресурсных групп (молодые, образованные, состоятельные) чаще, чем их антиподы (малообразованные, пожилые, бедные), убеждены в способности окружающих отстаивать свои права, но реже – в том, что это возможно для большинства россиян.

Так же, как и в предыдущих вопросах, с мнениями о большинстве россиян и об окружающих оказались прямо связанными все признаки, характеризующие гражданское участие или ценностные предпосылки такого участия.

1.4. Готовность объединяться

Готовность объединяться в нашем случае – это не актуализированная какой-то ситуацией установка на конкретные действия, а диффузное ценностное представление о том, что объединяться – это хорошо, и отнесение себя к тем, кто мог бы объединиться, если бы нужно было отстаивать общие права или если бы интересы совпадали. Как показывают многочисленные исследования, от такой вербально выраженной готовности до реальных действий – дистанция огромного размера. Чтобы установки стали действием или по крайней мере появилась мысль о таком действии, должны возникнуть и совпасть во времени и в социальном пространстве многие важные обстоятельства (значимые события; действия окружающих и противодействие оппонентов; наличие опыта коллективных действий; авторитет лидера и пр.)¹⁰.

Самоаттестация себя как человека, готового объединяться с другими, неявно предполагает, что другие (в данном случае не все, а те, с кем есть общие интересы) будут вести себя так же.

¹⁰ Клеман К. От обывателя к активисту / Гражданское общество современной России // отв. ред. Е.С. Петренко. – М.: ФОМ. 2008. С. 239–247.

Иными словами, мы интерпретируем ответы о собственной готовности объединяться как ценностное ожидание по отношению к этим «другим».

Респондентам задали два симметричных вопроса:

«Есть люди, готовые объединяться с другими людьми для того, чтобы отстаивать свои права. И есть люди, не готовые объединяться с другими, чтобы отстаивать свои права. К каким людям Вы отнесли бы себя – к первым или ко вторым?»

и

«Есть люди, готовые объединяться с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают. И есть люди, не готовые объединяться с другими для совместных действий, даже если их идеи и интересы совпадают. К кому бы Вы отнесли себя – к первым или ко вторым?»

Распределение ответов на эти два вопроса практически совпадает. Заявляют о своей готовности объединяться с другими людьми, чтобы отстаивать и свои права, и свои интересы, больше половины опрошенных. Уверены в своей неготовности к объединению – около трети. И десятая часть затруднилась с ответами на оба вопроса (см. табл. 1.15).

*Таблица 1.15
данные в % от опрошенных*

Мнения о собственной готовности объединяться с другими людьми

| | Объединение с другими людьми для того, чтобы отстаивать свои права | Объединение с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают |
|----------------------|--|---|
| Готов(-а) | 55 | 56 |
| Не готов(-а) | 35 | 33 |
| Затрудняюсь ответить | 10 | 11 |

Если вспомнить, что мнения о возможности и большинства людей в нашей стране, и окружающих отстаивать свои права разделяют чуть больше трети россиян, то можно предположить наличие разрыва между готовностью и возможностью такого отстаивания прав. Вместе с тем тот факт, что люди, готовые объединяться, чаще неготовых говорят, что россияне в целом и окружающие могут отстаивать свои права, подтверждает предположение о связи демонстрации собственной готовности с ожиданиями по отношению к другим людям – как дальним, так и ближним (см. табл. 1.16).

Таблица 1.16
данные в % от групп

Мнения о возможности большинства россиян отстаивать свои права в группах готовых и не готовых объединяться для отстаивания своих прав

| | Готовы объединяться с другими людьми для того, чтобы отстаивать свои права | Не готовы объединяться с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают |
|--|--|--|
| <i>Доли групп</i> | 55 | 35 |
| Большинство людей в нашей стране могут отстаивать свои права | 47 ($r=0,243$ при уровне значимости 0,01) | 22 ($r=-0,219$) |
| Окружающие могут отстаивать свои права | 52 ($r=0,3$) | 21 ($r=-0,259$) |

Уверенность в возможности граждан защитить свои права положительно коррелирует с готовностью объединиться для защиты прав, вероятно, в силу ориентации на эффективность такого объединения. Соответственно, значительная часть респондентов, не разделяющих этой уверенности, не видят смысла и в объединении.

Готовые объединяться с другими людьми – это чаще жители средних по нашей выборке городов (см. табл. 1.17).

Таблица 1.17
данные в % от групп

Готовность объединяться с другими людьми в населенных пунктах разного типа

| | Все опрошенные | Тип населенного пункта | | | |
|---|----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 27 | 21 | 39 | 13 |
| Готовы объединяться с другими людьми для того, чтобы отстаивать свои права | 55 | 53 | 65 | 53 | 48 |
| Готовы объединяться с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают | 56 | 53 | 67 | 53 | 51 |

Значительная доля жителей городов с населением от 50 до 100 тысяч человек выражает готовность к объединению и совместным действиям для защиты своих прав ($r=0,101$ при уровне значимости 0,01) и интересов ($r=0,121$ при уровне значимости 0,01). В остальных случаях не выявлено статистической взаимосвязи переменных.

Также готовность объединяться ощутимо убывает с возрастом: наиболее выражена она в возрасте 18-45 лет (см. табл. 1.18).

Таблица 1.18
данные в % от групп

Готовность объединяться с другими в возрастных группах

| | Все опрошенные | Возраст, лет | | | |
|---|----------------|--------------|-----------|-------|-----------|
| | | 18–30 | 31–45 | 46–60 | старше 60 |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 25 | 26 | 27 | 22 |
| Готовы объединяться с другими людьми для того, чтобы отстаивать свои права | 55 | 64 | 63 | 56 | <u>34</u> |
| Готовы объединяться с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают | 56 | 62 | 64 | 58 | <u>37</u> |

Более образованные горожане чаще говорят о своей готовности объединяться с другими (см. табл. 1.19).

Таблица 1.19
данные в % от групп

Готовность объединяться с другими в группах по образованию

| | Все опрошенные | Образование | | |
|---|----------------|------------------------|--|---------------------------------|
| | | среднее общее или ниже | начальное профессиональное или среднее специальное | высшее или незаконченное высшее |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 31 | 44 | 25 |
| Готовы объединяться с другими людьми для того, чтобы отстаивать свои права | 55 | <u>49</u> | 56 | 61 |
| Готовы объединяться с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают | 56 | <u>47</u> | 58 | 63 |

Респонденты со средним образованием и образованием ниже среднего реже других готовы к объединению для совместных действий при совпадении интересов ($r=-0,117$ при уровне значимости 0,01). В остальных случаях не выявлено статистической взаимосвязи переменных.

Сравнительно более состоятельные горожане чаще говорят о том, что они готовы объединяться с другими и для отстаивания своих прав, и в случае, если интересы совпадают (см. табл. 1.20).

Таблица 1.20
данные в % от групп

Готовность объединяться с другими в группах по доходу

| | Все опрошенные | Материальное положение семьи | | |
|---|----------------|------------------------------|------------------------|---------------|
| | | самые бедные | люди среднего достатка | состоятельные |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 37 | 57 | 6 |
| Готовы объединяться с другими людьми для того, чтобы отстаивать свои права | 55 | <u>46</u> | 59 | 76 |
| Готовы объединяться с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают | 56 | <u>47</u> | 59 | 77 |

«Самые бедные» чаще других групп, выделенных по материальному положению, демонстрируют отказ от объединения ради защиты своих прав ($r = -0,142$ при уровне значимости 0,01) и интересов ($r = -0,139$ при уровне значимости 0,01). По готовности к совместным организованным действиям им можно противопоставить группу «состоятельных». Они значительно чаще остальных готовы отстаивать свои права ($r = 0,108$ при уровне значимости 0,01) и интересы ($r = 0,110$ при уровне значимости 0,01).

Так же, как и в предыдущих вопросах, мнения о собственной готовности объединяться с другими людьми прямо соотносятся со всеми признаками, характеризующими гражданское участие или ценностные предпосылки такого участия.

Собственная готовность объединяться для отстаивания своих прав и интересов оценивается выше, чем готовность всех горожан объединяться для решения общегородских проблем. На вопрос «А как Вы думаете, жители нашего города готовы или не готовы объединяться, чтобы решать городские проблемы?» утвердительно ответили лишь 29% опрошенных, отрицательно – 54%. Здесь мы также фиксируем разрыв между оценками собственной готовности объединяться и оценками такой готовности у других. Кроме того, неопределенные «общегородские проблемы» воспринимаются, по-видимому, как сфера ответственности властей, а не граждан.

Утверждают, что горожане готовы объединяться для решения общегородских проблем чаще жители средних по нашей выборке городов (см. табл. 1.21).

Таблица 1.21
данные в % от групп

Мнения о готовности горожан объединяться для решения общегородских проблем в разных типах населенных пунктов (% от числа опрошенных в группе)

| | Все опрошенные | Тип населенного пункта | | | |
|---|----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 27 | 21 | 39 | 13 |
| Горожане готовы объединяться для решения общегородских проблем | 29 | 30 | 38 | 25 | 26 |
| Горожане не готовы объединяться для решения общегородских проблем | 54 | 51 | 51 | 60 | 51 |

Значительная доля жителей городов с населением от 50 до 100 тысяч человек выражает готовность к объединению ради решения городских проблем ($r=0,104$ при уровне значимости 0,01). В остальных случаях не выявлено положительной статистической взаимосвязи переменных.

Так же, как при выражении собственной готовности объединяться, мнение о существовании такой готовности среди горожан чаще высказывают молодые по сравнению с представителями старших поколений (18-30 лет – 35%; 31–45 лет – 29%; 46-60 лет – 27%; старше 60 лет – 25%).

Но по образованию различий в оценках готовности горожан объединяться не обнаружено, а по доходу различия есть (чем выше доход, тем чаще говорится о готовности горожан объединяться), но они не слишком выразительны.

1.5. Выводы

- Тот факт, что все признаки, характеризующие установки на гражданское участие, оказались прямо связанными с социальными ресурсами респондентов, не является открытием. Эта закономерность неизменно фиксируется многими исследователями. Осмысления требуют, скорее, отклонения от этой общей закономерности. Так, обращает на себя внимание сравнительно низкий уровень межличностного доверия в возрастной группе 35–44 года. Он ниже, чем у младших и у старших (но выше, чем у самых пожилых). Возможно в этой, наиболее социально активной, группе происходит коррекция первоначальных установок на доверие в связи с расширением социальных контактов и негативным жизненным опытом. С возрастом «неудачные» контакты отсеиваются, и некоторый баланс доверия восстанавливается.
- Требуется дальнейшего анализа и тот факт, что параметр принятия ответственности за дела в стране и в городе также не линейно связан с возрастом. В группе 25–34 года более заметно принятие ответственности за то, что происходит в городе, а в группе 45–54 года – за то, что происходит в стране. С одной стороны, расширение зоны ответственности по мере вхождения в социально активный возраст – это естественный процесс. Но, с другой стороны, непонятно снижение ответственности за дела в городе у 40–50-летних. Возможно, это происходит потому что на всякие общегородские дела мобилируются чаще более молодые жители.
- То, что мнение о способности окружающих отстаивать свои права разделяется не намного, но всё-таки чаще, чем мнение о такой способности большинства россиян, с одной стороны, укладывается в общую закономерность, связанную с усилением негативных оценочных стереотипов по мере увеличения социальной дистанции. Но, с другой стороны, знание об установках и поведении окружающих – это не полностью стереотипы, это также и практическое знание. Возможно, сказывается и расширяющаяся практика обращений россиян в суды¹¹, и медленная,

¹¹ <http://mosmediator.narod.ru/index/0-1159>

но довольно устойчивая тенденция роста позитивного отношения россиян к судам и судьям¹².

- ◆ Готовность объединяться с другими – это тоже, с одной стороны, ценностный стереотип, а с другой – контекстная поведенческая установка. Здесь, в отличие от других социально-психологических предпосылок гражданского участия, мы фиксируем устойчивую связь со всеми включенными в анализ социальными ресурсами, и в первую очередь – с возрастом. Возможно, мы также имеем здесь дело с большей готовностью молодых участвовать в группе.

- ◆ Требуется осмысления тот факт, что все признаки гражданского участия оказались более выраженными в городах с численностью населения от 50 до 100 тыс. жителей. В нашей выборке это средние города, поскольку жители городов–миллионников и крупных городов (от 1 млн до 250 тыс. чел.) не опрашивались. Но в общероссийской классификации это малые города, которые принято считать депрессивным захолустьем. Возможно, нам удалось зафиксировать какие-то социально-психологические предпосылки оживления гражданской жизни в городах такого типа, основанные, с одной стороны, на личных контактах представителей высоко-ресурсных групп, образующих местную элиту, а с другой – опирающиеся на активность самих горожан, начинающих осознавать собственную ответственность и за своё личное благополучие, и за благополучие своего поселения.

¹² <http://fom.ru/Bezopasnost-i-pravo/11033>

Глава 2. Мироззренческие ценности, поведенческие установки и практики гражданского участия россиян

...Мы живем в эпоху быстро развивающегося гражданского общества. У нас интенсифицируются добровольческая и благотворительная активность, создаются и вовлекаются в процесс управления бизнес-ассоциации, увеличивается число общественных палат и неформальных объединений. Люди больше доверяют друг другу и в большей мере чувствуют свою приверженность к общественным событиям...

Виктор Полтерович

Публичная дискуссия в Никитском Клубе,
24.12.13

В целом по результатам многолетних исследований ФОМа¹³ можно сделать вывод, что рост потенциала гражданского участия в нашем обществе связан с преодолением системного кризиса доверия.

На ближней социальной дистанции россияне склонны доверять и помогать друг другу. А вот доверие к большинству окружающих незнакомых людей¹⁴ (социальное доверие) у нас невелико. Так, например, благотворительные денежные пожертвования россияне предпочитают делать максимально адресно. В этом кризисе доверия, наблюдаемом прежде всего на социальном, в том числе институциональном, уровне, т.е. на дальней социальной дистанции, и заключаются, как нам видится, основные барьеры (или, скорее, их природа, «культурный код») на пути развития гражданского общества в нашей стране¹⁵.

2.1. Пространство описания и измерения гражданской активности

Для описания и измерения гражданской активности россиян ФОМ начиная с 2007 года разрабатывает и эмпирически верифицирует систему индексов, конструируемых по результатам опросов общественного мнения и позволяющих если и не измерить, то хотя бы оценить развитость (укорененность в социуме) тех или иных гражданских мироззренческих ценностей и поведенческих установок респондентов.

К настоящему времени эмпирически сконструированы и верифицированы четыре индекса – *индекс гражданского климата, индекс правовой защищенности, индекс гражданской ответственности, индекс гражданского поведения*. Эти индексы позволяют не только фиксировать текущий уровень гражданского участия в российском обществе как в целом, так и в различных социальных группах (авангардных, аутсайдерских, профессиональных и социокультурных, политических, демографических и т. п.), но и являются индикаторами реальных процессов становления и развития гражданского общества. Рассмотрим эти индексы более подробно.

¹³ Гражданское общество современной России. Социологические зарисовки с натуры. Отв. ред. Е. С. Петренко: Институт Фонда «Общественное мнение». 2008.

¹⁴ В международных сравнительных исследованиях долю людей, согласных с высказыванием, что «большинству людей можно доверять», принято рассматривать как показатель размера социального капитала группы, организации, поселения, жителей территории и т.п.

¹⁵ Многочисленные результаты опросов ФОМа тому убедительное эмпирическое свидетельство (см. www.fom.ru).

Индекс гражданского климата (ИГК). Социально одобряемые представления членов общества, социальной группы, территориальной общности о доверии к людям вообще и о доверии к близкому окружению, а также вербально выраженная готовность объединяться с другими людьми, если интересы совпадают, ФОМ уже лет пять использует как исходные переменные для расчета индекса гражданского климата данного сообщества, социальной группы, территориальной общности¹⁶.

Этот индекс рассчитывается по ответам представителей той или иной социальной группы, согласных с каждым из трех суждений:

- «Как Вы считаете, большинству людей можно доверять или в отношениях с людьми следует быть осторожными?» (Доверие *социальное*).
- «А если говорить о людях, которые окружают лично Вас, то большинству из них можно доверять, или в отношениях с ними следует быть осторожными?» (Доверие *межличностное*).
- «Есть люди, готовые объединяться с другими для каких-либо совместных действий, если их идеи и интересы совпадают. И есть люди, не готовые объединяться с другими, даже, если их идеи и интересы совпадают. К кому Вы отнесли бы себя – к первым или ко вторым?» (готовность к *солидарным действиям*).

Индекс гражданского климата интегрально отражает мировоззренческие ценностные установки респондентов на социальное / межличностное доверие и на готовность к солидарным действиям. ИГК рассчитывается в баллах¹⁷.

Среднее значение ИГК по стране в целом равно 45 баллам. А среди жителей малых и средних городов значение ИГК на 1 балл выше и равно 46 баллов.

Индекс правовой защищенности (ИПЗ). По аналогии с ИГК был сконструирован *индекс правовой защищенности*. Этот индекс позволяет интегрально оценить представления той или иной социальной общности, демографической, профессиональной группы о правовой защищенности на дальней и на ближней социальной дистанции, а также готовность объединяться с другими людьми, чтобы отстаивать свои права. ИПЗ¹⁸ рассчитывается по ответам респондентов на три вопроса:

¹⁶ Иванова И.И., Илюмжинова Р.В., Петренко Е.С. Гражданский климат и гражданское поведение – социокультурный контекст добровольческого движения в России // Социологические исследования. № 11 (355), 2013. С. 96-106; Галицкая Е.Г., Иванова И.И., Петренко Е.С. Измерение ценностных ориентаций гражданского мировоззрения: индекс гражданского климата // Социологические исследования. № 2(358), 2014. С.116–121.

¹⁷ Индекс рассчитывался следующим образом. Положительному ответу на каждый из трех вопросов присваивались следующие баллы: «большинству людей можно доверять» – 2 балла; «большинству людей из моего окружения можно доверять» – 2 балла; «готовы объединяться, если идеи и интересы совпадают» – 1 балл. Набранная респондентом сумма баллов нормируется делением на 5 и умножением на 100. Таким образом, значение ИГК для каждого респондента вычисляется как средневзвешенная сумма баллов по трем вопросам и может изменяться от 0 до 100. Значение индекса в той или иной социальной группе вычисляется как среднее значение по респондентам, входящим в эту группу. Здесь и далее баллы, присваиваемые тем или иным ответам респондентов, определялись коэффициентами в регрессионной зависимости главной компоненты от положительных ответов на три исходных вопроса.

¹⁸ Положительному ответу на каждый из трех вопросов присваиваются следующие баллы: «большинство людей могут отстаивать свои права» – 1,25 балла; «большинство людей из моего окружения могут отстаивать свои права» – 1,25 балла; «готовы объединяться, чтобы отстаивать свои права» – 1 балл. Набранная респондентом сумма баллов нормируется делением на 3,5 и умножением на 100. Таким образом, значение ИПЗ для каждого респондента вычисляется как средневзвешенная сумма баллов по трем вопросам и может изменяться от 0 до 100. Значение индекса в той или иной социальной группе вычисляется как среднее значение по респондентам, входящим в эту группу.

- *«Как Вы считаете, большинство людей в нашей стране могут или не могут отстаивать свои права?»*
- *«А если говорить о людях, которые окружают лично Вас, то они могут или не могут отстаивать свои права?»*
- *«Есть люди, готовые объединяться с другими людьми для того, чтобы отстаивать свои права. И есть люди, не готовые объединяться с другими, чтобы отстаивать свои права. К каким людям Вы отнесли бы себя – к первым или ко вторым?»*

Если индекс гражданского климата (ИГК) позволяет измерить уровень так называемого «социального капитала»¹⁹, то индекс правовой защищенности (ИПЗ) измеряет «капитал» правовой безопасности – иными словами, представления той или иной социальной общности о гарантиях надёжной защиты своих прав.

ИПЗ выступает индикатором правой защищенности сообщества, социальной или территориальной группы²⁰. Он дает представление о мировоззренческих ценностях индивида, группы, территориальной общности и т. п. В известном смысле ИПЗ характеризует еще одну – правозащитную – сторону социального капитала индивида, группы, общности.

Индекс гражданской ответственности (ИГО) конструируется²¹ по утвердительным ответам респондентов на вопросы о готовности брать на себя ответственность за происходящее на ближней, средней и на дальней социальной дистанции:

- *«Скажите, пожалуйста, Вы чувствуете или не чувствуете ответственность за то, что происходит в доме, во дворе, где Вы живете?»*
- *«Скажите, пожалуйста, Вы чувствуете или не чувствуете ответственность за то, что происходит в нашем городе?»*
- *«Скажите, пожалуйста, Вы чувствуете или не чувствуете ответственность за то, что происходит в нашей стране?»*

Эти вопросы неоднократно использовали в своих исследованиях и зарубежные, и отечественные социологи²².

Обратим внимание на то, что, в отличие от рассмотренных выше индексов ИГК и ИПЗ, которые по сути характеризуют представления респондентов о «социальной (гражданской) комфортности» окружающего социума, ИГО описывает скорее поведенческие установки, чем мировоззренческие ценности.

Естественно было бы предположить, что существует прямая зависимость между индексами «гражданского климата» и «гражданской ответственности». Однако полученные нами ре-

¹⁹ Яницкий О.Н. Социальный капитал российского экологического движения // Социологический журнал. 2009. № 4.

²⁰ Мы отдаем себе отчет в ответственности, которую берем на себя, вводя понятие эмпирического индикатора правой защищенности индивида. При этом мы базируемся на многочисленных экспериментах, расчётах и результатах статистического моделирования, проведенных нами по данным еженедельных опросов ФОМ в 2012-2014 годах.

²¹ Индекс гражданской ответственности разработан ФОМом в 2014 году. Утвердительному ответу на каждый из трех вопросов присваивается 1 балл. Набранная респондентом сумма баллов нормируется делением на 3 и умножением на 100. Таким образом, значение ИГО для каждого респондента вычисляется как средний балл по трем вопросам и может изменяться от 0 до 100. Значение индекса в той или иной социальной группе вычисляется как среднее значение по респондентам, входящим в эту группу.

²² См. например:

http://www.sociologos.ru/novosti/Eduard_Ponarin_o_modernizacii_cennostyah_i_schaste_v_Rossii_i_mire

зультаты опровергают это предположение – корреляционная связь между мировоззренческими ценностями (индекс гражданского климата) и поведенческими установками (индекс гражданской ответственности), хотя и статистически значима (уровень значимости 0,01), но не очень сильна (коэффициент корреляции Пирсона $\rho=0,222$).

В нашем случае мы имеем дело с ценностными установками на социальное / межличностное доверие vs декларируемая готовность брать на себя ответственность за происходящее на той или иной социальной дистанции.

Индекс гражданского поведения (ИГП)²³ измеряет установку респондентов на готовность участвовать в гражданских акциях.

Представления респондентов о нормативных правилах гражданского поведения ФОМ уже несколько лет измеряет с помощью теста на гражданское поведение: готовность респондента организовывать массовые гражданские действия, и / или готовность в них участвовать, и / или пожертвовать деньги для их организации и проведения²⁴.

В качестве индикаторов готовности респондентов к участию в гражданских акциях были использованы ответы на три проективных вопроса (виньетки), содержащих краткие описания ситуаций:

- сбор средств для пострадавших от стихийного бедствия;
- уборка территории близлежащего лесопарка;
- участие в акции протеста против фальсификации результатов голосования.

Вариантами ответов были описания возможных действий респондента (организовать такую акцию, и/или принять в ней участие, и/или пожертвовать деньги) либо отказ от любого участия.

Если хотя бы в одной из ситуаций респондент заявлял, что он готов организовывать соответствующую акцию, то ему присваивалась роль «*организатор*» (29% респондентов среди всех россиян).

Если кто-то среди остальных респондентов (не организаторов) хотя бы в одной из ситуаций заявлял, что готов принять участие в акции, то ему присваивалась роль «*участник*» (45%).

Если кто-то среди оставшихся респондентов (не организаторов и не участников) хотя бы в одной из ситуаций заявлял, что готов пожертвовать деньги для проведения акции, то ему присваивалась роль «*донор*» (11%).

²³ Для расчёта индекса использовалась следующая схема: готовность организовывать массовые гражданские действия оценивалась в 3 балла; готовность в них участвовать – в 2 балла; готовность пожертвовать деньги для их проведения – в 1 балл. Таким образом, максимально по ответам на один вопрос респондент мог набрать 6 баллов (все три формы участия), минимально – 0 (ни одной из форм участия). Набранная респондентом сумма баллов нормировалась делением на 6 и умножением на 100. Так рассчитывались значения ситуационных индексов по каждому из трёх вопросов: Ind1, Ind2, Ind3. Для построения индекса гражданского поведения по ситуационным индексам использовался метод главных компонент (применение метода статистически обосновывается). Анализ зависимости первой (и единственной, которая объясняет больше дисперсии, чем одна исходная переменная) главной компоненты от ситуационных индексов позволил вывести формулу для расчёта ИГП: $Ind_{гп}=(Ind1+ Ind2+ Ind3)/3$. Таким образом, построенный индекс может изменяться от 0 до 100 баллов. Значение ИГП в той или иной социальной группе вычисляется как среднее значение по респондентам, входящим в эту группу.

²⁴ Этот индекс разработан ФОМом летом 2011 года.

Остальных респондентов (не организаторов, не участников и не доноров) будем числить «пассивными» (14%), не готовыми даже на декларативном уровне участвовать в рассматриваемых гражданских действиях.

Самое высокое значение индекса гражданского поведения (ИГП) имеют *организаторы* – 44 балла. Для *участников* оно равно 23 баллам, а для *доноров* – 9. Для пассивных респондентов среднее значение индекса равно нулю.

Далее рассмотрим результаты двух массовых опросов: первый – общенациональный опрос 1500 россиян 18+, проведенный в феврале 2014 г.; второй – репрезентативный опрос 1500 жителей 18+ малых и средних российских городов, проведенный в феврале 2014 года.

2.2. Гражданское участие россиян: акторы и индикаторы добровольчества

Для определения основных акторов добровольчества во всероссийском опросе респондентам был предложен тестовый вопрос «*Посмотрите, пожалуйста, на карточку и скажите, что из перечисленного Вам доводилось делать за последние полгода-год?*»²⁵ По ответам на данный вопрос были выделены три основные группы, отличающиеся разной степенью вовлеченности в социальное взаимодействие, добровольческую активность: волонтеры, активисты и «обыватели».

Волонтерам свойственна наиболее интенсивная вовлеченность в добровольческую деятельность, они включены в различные социальные сети, у них активная гражданская позиция. Такие люди опознаются, если они в течение последнего года хотя бы раз:

- участвовали в деятельности некоммерческих организаций, работали волонтером, добровольцем;
- И/ИЛИ
- участвовали в массовых акциях, демонстрациях, забастовках, митингах, шествиях;
- И/ИЛИ
- участвовали в деятельности профессиональных сообществ, профсоюзов.

²⁵ Посмотрите, пожалуйста, на карточку и скажите, что из перечисленного Вам доводилось делать за последние полгода-год?

1. отдыхать, проходить курс лечения за границей
2. менять работу, сферу занятости
3. заниматься общественными проблемами по месту жительства
4. работать сверхурочно, в выходные дни
5. участвовать в деятельности некоммерческих организаций, работать волонтером, добровольцем
6. добиваться повышения своей зарплаты
7. помогать коллегам, соседям
8. заниматься шоппингом (для удовольствия)
9. участвовать в массовых акциях, демонстрациях, забастовках, митингах, шествиях
10. заниматься в спортивном клубе, фитнес-центре
11. помогать незнакомым людям
12. совершать деловые поездки за границу
13. приобретать одежду престижных марок
14. участвовать в деятельности профессиональных сообществ, профсоюзов
15. посещать музеи, галереи, концертные залы, театры
16. всё перечисленное
17. ничего из перечисленного
18. затрудняюсь ответить

Гражданское участие, общественная деятельность **активистов** носит более спонтанный, неформальный, нерегулярный характер по сравнению с волонтерами. Однако они так же, как и волонтеры, готовы к совместным действиям с другими людьми, склонны проявлять солидарность. Активисты не участвуют ни в НКО, ни в массовых акциях, ни в профессиональных сообществах. Их гражданское участие локализовано на ближней дистанции, им приходилось в течение последнего года:

- заниматься общественными проблемами по месту жительства;

И/ИЛИ

- помогать незнакомым людям.

Круг гражданского участия «**обывателей**» еще более узок, они менее активны по сравнению с волонтерами или активистами. Они готовы помогать и объединяться только когда речь идет о людях из ближайшего окружения – родственниках, соседях, друзьях, коллегах. «Обыватели» опознаются по следующей социальной практике:

- в течение последнего года им приходилось помогать коллегам, соседям.

Среди всего населения 41% опрошенных и 40% опрошенных из малых и средних городов вошли в три вышеперечисленные группы, то есть эти люди хотя бы минимально действуют в поле добровольчества и/или помогающего поведения. Остальные респонденты были разделены на две группы. В первую попали те, кто не относится к трем перечисленным группам, но каждый день пользуется интернетом. Их мы назвали «**web-обывателями**»²⁶. Остальные попали в группу **аутсайдеров**, которые не включены ни в какие практики социального взаимодействия.

Для населения в целом и для каждой группы в отдельности были построены и рассчитаны ИГК, ИГП, ИПЗ. Далее мы рассмотрим результаты общенационального опроса 1500 россиян 18+²⁷.

Волонтеры (3% опрошенных)

Волонтеры занимаются общественной деятельностью добровольно и на безвозмездной основе. Чаще всего они состоят в некоммерческих и общественных организациях, что позволяет им действовать в команде, выбирать направление деятельности, поддерживать социальные связи.



Каждый второй волонтер принадлежит к возрастной категории 18-30 лет, то есть, молодежь чаще выражает готовность заниматься и занимается добровольческой деятельностью. В малых и средних городах волонтеры – это молодежь и люди среднего возраста. Каждый третий волонтер имеет высшее образование, что на 13% больше, чем в среднем по населению. При этом у 37% волонтеров – среднее специальное образование. Более подробная информация о социально-демографических характеристиках волонтеров представлена в *таблице 2.1*.

²⁶ «Web-обыватели» не являются ни волонтерами, ни активистами, ни «обывателями», но они каждый день в интернете, на связи.

²⁷ Общенациональный опрос «ФОМнибус»: интервью по месту жительства, 1500 респондентов 18+, 100 населенных пунктов, 47 субъектов РФ, февраль 2014 года. Статистическая погрешность 3,6%.

Таблица 2.1
данные в % от групп

Социально-демографические характеристики волонтеров

| | Все опрошенные | Население малых и средних городов | Волонтеры в целом |
|--|----------------|-----------------------------------|-------------------|
| <i>Доли групп</i> | 100 | 36 | 3 |
| Пол | | | |
| мужской | 46 | 45 | 39 |
| женский | 54 | 55 | 61 |
| Возраст | | | |
| 18–30 лет | 29 | 28 | 50 |
| 31–45 лет | 25 | 24 | 24 |
| 46–60 лет | 27 | 29 | 24 |
| старше 60 лет | 20 | 18 | 3 |
| Образование | | | |
| неполное среднее или ниже | 9 | 9 | 0 |
| среднее общее (школа) | 23 | 21 | 24 |
| начальное профессиональное (ПТУ, колледж, лицей и т.п.) | 7 | 10 | 3 |
| среднее специальное (ссуз, техникум, медицинское училище и т.п.) | 37 | 36 | 37 |
| незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома) | 3 | 4 | 3 |
| высшее (диплом специалиста, бакалавра, магистра и т.п.) | 21 | 19 | 34 |

По показателям доверия и готовности к объединению был вычислен *индекс гражданского климата*, который измеряет мировоззренческие ценности респондентов (см. рис. 2.1).

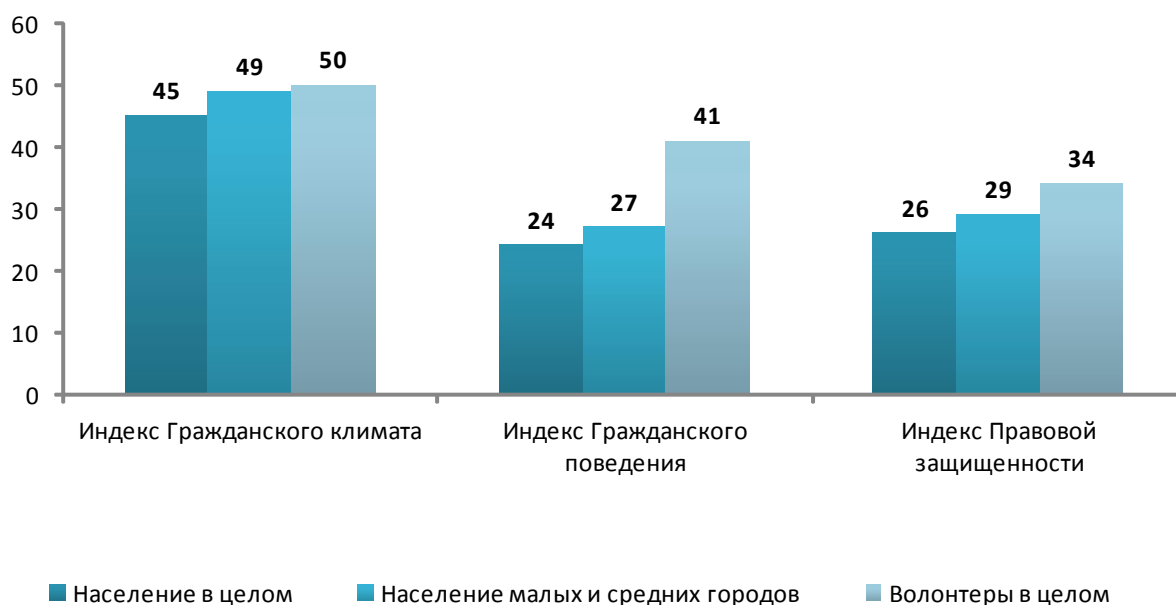


Рисунок 2. 1. Индексы гражданского участия среди населения и среди волонтеров

Установки на гражданскую активность фиксирует *индекс гражданского поведения*, значение которого для волонтеров в целом равно 41. Этот показатель выше, чем по населению и по другим группам, что позволяет говорить о том, что волонтеры, как видно из *рисунка 2.1*, готовы принимать на себя различные роли по участию в гражданских инициативах чаще, чем кто-либо другой.

Представления о готовности людей отстаивать свои права состоят из двух индикаторов: оценка на ближней и дальней социальной дистанции. 42% представителей группы волонтеров уверены, что жители нашей страны готовы отстаивать свои права. Если говорить об оценке готовности отстаивать права на ближней дистанции, то каждый шестой волонтер считает это возможным для людей из его ближайшего окружения. Готовность к солидарным действиям для отстаивания своих прав выражают 66% волонтеров. *Индекс правовой защищенности* для волонтеров равен 34 баллам (см. *рис. 21*).

Волонтеры чаще остальных респондентов выражают готовность принимать участие в протестной активности. В целом по всем опрошенным каждый десятый волонтер отмечает, что пойдет на митинг против действий власти, если такой митинг состоится в его городе в ближайшее время.

Активность волонтеров также проявляется в совмещении общественной деятельности и работы или учебы. Только 14% из них являются пенсионерами или безработными (среди всех респондентов таких людей 40%). Более того, доля студентов среди волонтеров превышает долю студентов среди населения в целом (4% студентов в среднем по опрошенным; 13% студентов среди волонтеров). Место работы или учебы является формой социальной интеграции, что может послужить толчком к началу волонтерской деятельности²⁸. Более того, сегодня можно наблюдать рост популярности и развитие корпоративной социальной ответственности в организациях и волонтерских центрах в университетах. Чем больше организаций, к которым человек имеет отношение, тем больше вероятность того, что он займется добровольчеством. Также волонтерство часто становится стартом карьеры для молодежи.

Сочетание таких видов деятельности, как волонтерство в некоммерческих организациях и участие в массовых акциях, не случайно. Обе социальные практики требуют интенсивной вовлеченности, а не разового участия, так как отражают определенный тип мировоззрения и образ жизни. Волонтеры активны во всех сферах своей жизни, будь то общественная деятельность, выражение гражданской позиции или повседневные практики. Не зря большинство волонтеров отличаются продвинутым стилем потребления, стремлением к продвижению в карьере (см. *табл. 2.2*).

Таблица 2.2
данные в % от групп

Потребительские, карьерные, добровольческие практики волонтеров

| | Все опрошенные | Население малых и средних городов | Волонтеры в целом |
|--|----------------|-----------------------------------|-------------------|
| <i>Доли групп</i> | <i>100</i> | <i>36</i> | <i>3</i> |
| Отдыхать, проходить курс лечения за границей | 7 | 6 | 26 |
| Менять работу, сферу занятости | 9 | 10 | 21 |
| Заниматься общественными проблемами | 4 | 5 | 29 |

²⁸ Wilson. J. Volunteering. Annual Review of Sociology, Vol. 26 (2000), p. 220.

| | Все опрошенные | Население малых и средних городов | Волонтеры в целом |
|--|----------------|-----------------------------------|-------------------|
| <i>Доли групп</i> | <i>100</i> | <i>36</i> | <i>3</i> |
| по месту жительства | | | |
| Работать сверхурочно, в выходные дни | 26 | 27 | 53 |
| Участвовать в деятельности некоммерческих организаций, работать волонтером, добровольцем | 1 | 1 | 37 |
| Добиваться повышения своей зарплаты | 7 | 8 | 29 |
| Помогать коллегам, соседям | 34 | 33 | 61 |
| Заниматься шопингом (для удовольствия) | 11 | 11 | 24 |
| Участвовать в массовых акциях, демонстрациях, забастовках, митингах, шествиях | 1 | 1 | 32 |
| Заниматься в спортивном клубе, фитнес-центре | 7 | 7 | 26 |
| Помогать незнакомым людям | 16 | 17 | 53 |
| Совершать деловые поездки за границу | 1 | 1 | 5 |
| Приобретать одежду престижных марок | 5 | 4 | 24 |
| Участвовать в деятельности профессиональных сообществ, профсоюзов | 1 | 2 | 53 |
| Посещать музеи, галереи, концертные залы, театры | 19 | 16 | 55 |
| Всё перечисленное | 0 | 0 | 0 |
| Ничего из перечисленного | 35 | 36 | <u>0</u> |
| Затрудняюсь ответить | 1 | 1 | 0 |

Активисты (17% опрошенных)

Активисты – люди, принимающие участие в различных гражданских инициативах небольшого масштаба, не имеющих отношения к политике. Их деятельность можно назвать неформальной, поскольку, как правило, они не относятся к какой-либо некоммерческой организации. Они склонны объединяться в неформальные группы или присоединяться к уже существующим коллективам. Среди них распространены практики помогающего поведения за пределами ближнего круга.



Активисты занимают промежуточное положение на шкале добровольчества и добрых дел. Это говорит о том, что потенциально участники данной группы могут стать как волонтерами, так и «обывателями». Группа активистов отличается от волонтеров по своим социально-демографическим характеристикам. В ней 35% молодежи в возрасте 18-30 лет и 30% людей среднего возраста – 31-45 лет. В группе активистов из малых и средних городов чуть меньше молодежи и чуть больше людей среднего возраста: 33% и 32% соответственно. Доли женщин и мужчин здесь практически не отличаются от населения в целом. У четырех из каждых де-

сяти активистов независимо от города проживания есть среднее специальное образование, а высшее образование – у каждого пятого (см. табл. 2.3).

Таблица 2.3
данные в % от групп

Социально-демографические характеристики активистов

| | Все опрошенные | Население малых и средних городов | Активисты в целом | Активисты из малых и средних городов |
|--|----------------|-----------------------------------|-------------------|--------------------------------------|
| <i>Доли групп</i> | 100 | 36 | 17 | 6,1 |
| Пол | | | | |
| мужской | 46 | 45 | 41 | 40 |
| женский | 54 | 55 | 59 | 60 |
| Возраст | | | | |
| 18–30 лет | 29 | 28 | 35 | 33 |
| 31–45 лет | 25 | 24 | 30 | 32 |
| 46–60 лет | 27 | 29 | 24 | <u>21</u> |
| старше 60 лет | 20 | 18 | <u>11</u> | 15 |
| Образование | | | | |
| неполное среднее или ниже | 9 | 9 | 7 | 7 |
| среднее общее (школа) | 23 | 21 | 22 | 21 |
| начальное профессиональное (ПТУ, колледж, лицей и т.п.) | 7 | 10 | 5 | 8 |
| среднее специальное (ссуз, техникум, медицинское училище и т.п.) | 37 | 36 | 39 | 40 |
| незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома) | 3 | 4 | 3 | 4 |
| высшее (диплом специалиста, бакалавра, магистра и т.п.) | 21 | 19 | 23 | 21 |

Среди активистов реже встречаются безработные и пенсионеры, чем среди населения в целом. В основном активисты занимают такие должности, как рабочий (23%), специалист (20%), служащий или технический исполнитель (18%). Активисты из малых и средних городов чаще являются рабочими (25%), и реже – специалистами (18%) или служащими (15%).

68% активистов позиционируют себя как людей, готовых объединяться с единомышленниками для совместных действий. Активисты из малых и средних городов выражают готовность к солидарным действиям чаще, чем население в целом, группа активистов по всем опрошенным – в 73% случаев. Уровень доверия на дальней и ближней дистанции у общей

группы активистов не отличается от показателей по всем опрошенным. Но активисты из малых и средних городов отличаются значительно более высоким уровнем доверия на дальней дистанции: 38% из них заявляют, что большинству людей можно доверять (на 15 процентных пунктов больше, чем в среднем по всем активистам). *Индекс гражданского климата* для общей группы активистов равен 48 баллам, а для активистов из малых и средних городов – 56 баллам (см. рис. 2).

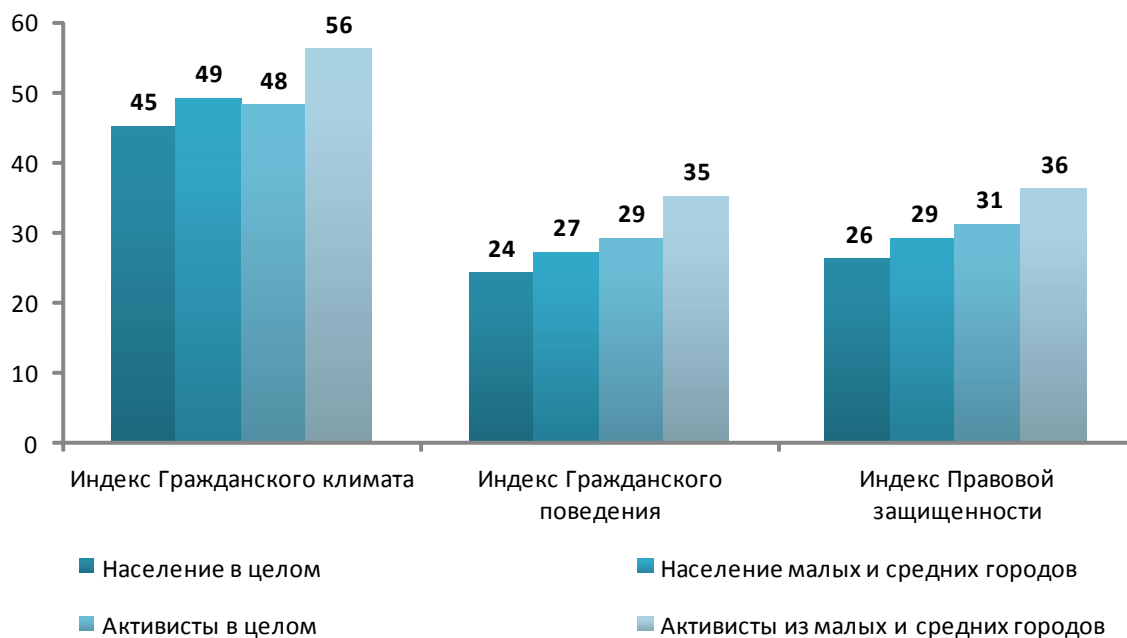


Рисунок 2. 2. Индексы гражданского участия среди населения и среди активистов

Активисты проявляют готовность участвовать в массовых акциях и гражданских инициативах чаще, чем население в целом, но реже, чем волонтеры. 16% активистов отмечают, что примут участие в митингах и демонстрациях, если они пройдут в их городе в ближайшие 2-3 месяца. Активисты из малых и средних городов утверждают то же самое еще чаще – в 20% случаев. Если речь заходит о помощи в чрезвычайных ситуациях или о массовой акции, активисты чаще готовы принять на себя роль участника, а не организатора. *Индекс гражданского поведения* для них в целом равен 29 баллам, а для активистов из малых и средних городов – 35.

При оценке готовности граждан нашей страны отстаивать свои права 38% активистов отвечают, что люди готовы это делать. Среди жителей малых и средних городов положительно отвечает на тот же вопрос каждый второй активист. При оценке готовности отстаивать права на ближней дистанции данные по населению в целом и отдельно по малым и средним городам заметно отличаются: 53% активистов в целом по опрошенным считают, что люди из их ближайшего окружения готовы отстаивать свои права, а среди активистов из малых и средних городов такого мнения придерживаются 64%. Готовность к солидарным действиям для отстаивания своих прав выражают 63% активистов. Среди активистов из малых и средних городов таких людей больше – 68%. По перечисленным показателям можно получить *индекс правовой защищенности*, который равен 31 баллу для всех активистов и 36 баллам для активистов из малых и средних городов.

Деятельность активистов, скорее всего, отличается от волонтерства или помощи ближнему кругу по мотивам, способам принятия решений, привлечению новых участников. Активисты готовы решать ситуативные, немасштабные проблемы. Им привычнее заниматься неформальной и нерегулярной общественной деятельностью, так как она не требует постоянной

вовлеченности, изменения своих привычек и образа жизни. То есть свое свободное время они готовы посвящать общественной деятельности. Более того, активистам также присущи практики продвинутого потребления и карьерные практики в большей мере, чем населению в целом, но в меньшей мере по сравнению с волонтерами (см. табл. 2.4). В группы «консьюмеры» и «профессионалы» попадают 52% и 51% активистов в целом соответственно. Если же брать в расчет только малые и средние города, то эти цифры составляют 59% и 52% соответственно.

Таблица 2.4
данные в % от групп

Потребительские, карьерные, добровольческие практики активистов

| | Все опрошенные | Население малых и средних городов | Активисты в целом | Активисты из малых и средних городов |
|--|----------------|-----------------------------------|-------------------|--------------------------------------|
| <i>Доли групп</i> | <i>100</i> | <i>36</i> | <i>17</i> | <i>6,1</i> |
| Отдыхать, проходить курс лечения за границей | 7 | 6 | 9 | 10 |
| Менять работу, сферу занятости | 9 | 10 | 16 | 12 |
| Заниматься общественными проблемами по месту жительства | 4 | 5 | 22 | 27 |
| Работать сверхурочно, в выходные дни | 26 | 27 | 41 | 42 |
| Участвовать в деятельности некоммерческих организаций, работать волонтером, добровольцем | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Добиваться повышения своей зарплаты | 7 | 8 | 14 | 16 |
| Помогать коллегам, соседям | 34 | 33 | 63 | 58 |
| Заниматься шопингом (для удовольствия) | 11 | 11 | 23 | 26 |
| Участвовать в массовых акциях, демонстрациях, забастовках, митингах, шествиях | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Заниматься в спортивном клубе, фитнес-центре | 7 | 7 | 12 | 13 |
| Помогать незнакомым людям | 16 | 17 | 86 | 87 |
| Совершать деловые поездки за границу | 1 | 1 | 2 | 3 |
| Приобретать одежду престижных марок | 5 | 4 | 11 | 14 |
| Участвовать в деятельности профессиональных сообществ, профсоюзов | 1 | 2 | 0 | 0 |
| Посещать музеи, галереи, концертные залы, театры | 19 | 16 | 33 | 33 |
| Всё перечисленное | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ничего из перечисленного | 35 | 36 | <u>0</u> | <u>0</u> |
| Затрудняюсь ответить | 1 | 1 | 0 | 0 |

«Обыватели» (21%)

«Обыватели» включены в практики помогающего поведения на ближней дистанции. Скорее всего, у них сложившийся круг общения и социального взаимодействия, они готовы проявлять активность и делать добрые дела, однако только в ближайшем окружении.

Среди «обывателей» 47% мужчин и 53% женщин, а в малых и средних городах среди них мужчин чуть меньше, а женщин чуть больше – 44% и 56% соответственно. В целом «обыватели» старше, чем активисты или волонтеры: 26% молодежи (18-30 лет), 30% людей среднего возраста (31-45 лет) и 28% людей старшего возраста (46-60 лет). Отдельно по малым и средним городам в группе обывателей доли молодежи и людей среднего возраста еще меньше (24% и 26% соответственно), а старшего возраста – больше (31%). По уровню образования они не отличаются от показателей по населению в целом, независимо от города проживания: 39% имеют среднее специальное образование, 24% – среднее общее, 21% – высшее (см. табл. 2. 5).

Таблица 2.5
данные в % от групп

Социально-демографические характеристики «обывателей» (% от числа опрошенных в группе)

| | Все опрошенные | Население малых и средних городов | «Обыватели» в целом | «Обыватели» из малых и средних городов |
|--|----------------|-----------------------------------|---------------------|--|
| <i>Доли групп</i> | 100 | 36 | 21 | 7,6 |
| Пол | | | | |
| мужской | 46 | 45 | 47 | 44 |
| женский | 54 | 55 | 53 | 56 |
| Возраст | | | | |
| 18–30 лет | 29 | 28 | 26 | 24 |
| 31–45 лет | 25 | 24 | 30 | 26 |
| 46–60 лет | 27 | 29 | 28 | 31 |
| старше 60 лет | 20 | 18 | 17 | 19 |
| Образование | | | | |
| неполное среднее или ниже | 9 | 9 | 7 | 6 |
| среднее общее (школа) | 23 | 21 | 24 | 20 |
| начальное профессиональное (ПТУ, колледж, лицей и т.п.) | 7 | 10 | 6 | 11 |
| среднее специальное (ссуз, техникум, медицинское училище и т.п.) | 37 | 36 | 39 | 39 |
| незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома) | 3 | 4 | 3 | 3 |
| высшее (диплом специалиста, бакалавра, магистра и т.п.) | 21 | 19 | 21 | 20 |

Структура занятости «обывателей» немного отличается от соответствующих характеристик по населению в целом. Каждый пятый в этой группе – пенсионер или пенсионерка, что на 8 процентных пунктов меньше, чем по всем опрошенным. Однако в малых и средних городах наблюдается несколько иная ситуация: 23% людей, попавших в группу «обыватели», – это пенсионеры. Чаще всего они относятся к рабочим – 23% случаев в общей группе и 25% в группе по малым и средним городам. Также распространен такой профессиональный статус, как специалист (20% – в целом, 16% – по малым и средним городам) или технический исполнитель (18% – в целом, 16% – по малым и средним городам). Очень маленькая доля «обывателей» занимают руководящие должности, которые более распространены среди волонтеров и активистов.

Уровень доверия на дальней дистанции среди «обывателей» незначительно отличается от показателей по населению в целом. О том, что большинству людей можно доверять, заявляют 23% в этой группе. Доверие к людям ближайшего круга здесь выше, чем в целом по населению или в какой-либо другой группе: 69% «обывателей» считают, что большинству людей из их окружения можно доверять. В малых и средних городах доверие на ближней дистанции еще выше – 73%. Шесть из каждых десяти «обывателей» готовы к совместным действиям с другими людьми, если их интересы совпадают. По показателям доверия и готовности объединяться с другими людьми мы построили **индекс гражданского климата**, который в данной группе выше, чем в среднем по населению: 49 баллов среди «обывателей» в целом и 51 – в малых и средних городах (см. рис. 2.3). То есть социум в малых и средних городах более сплочен, консолидирован, и социальный капитал выше, чем в среднем по России.

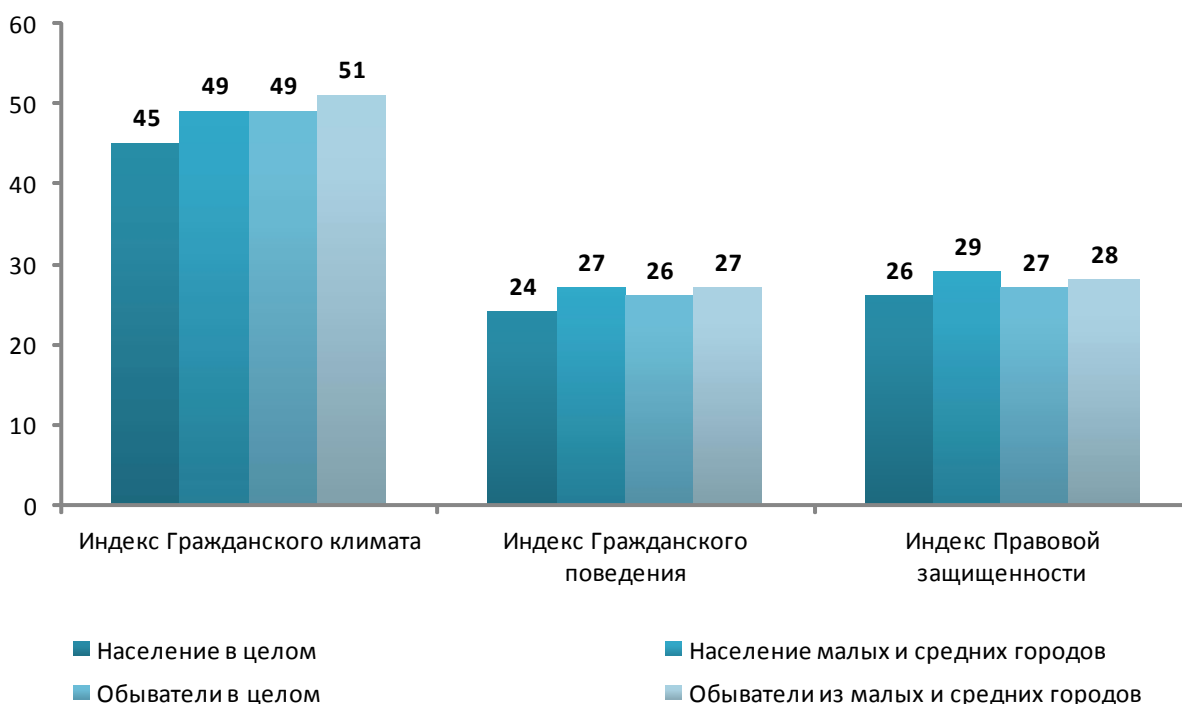


Рисунок 2.3. Индексы гражданского участия среди населения и среди обывателей

Если говорить о гражданских инициативах, «обыватели» реже, чем население в целом, говорят о том, что не готовы принимать участие в сборе средств для пострадавших в чрезвычайном происшествии или в акции по уборке мусора. Чаще всего они готовы принять на себя в гражданских инициативах роль донора, и меньше – роль участника, независимо от населенного пункта, в котором человек проживает²⁹. Возможно, это говорит о том, что представите-

²⁹ Более подробно о ролевых позициях акторов гражданского участия см. в гл. 3, раздел 3.2.

ли данной группы не готовы менять свой привычный образ жизни, способы проведения досуга, или у них нет такой возможности (в силу возраста, рода занятости, недостаточного материального достатка). *Индекс гражданского поведения* для «обывателей» равен 26 баллам, а в малых и средних городах – 27 баллам.

Когда «обывателей» просят оценить готовность граждан нашей страны отстаивать свои права, 38% из их числа отвечают, что люди готовы это делать. Среди «обывателей» из малых и средних городов этот показатель еще выше – 44%. При оценке готовности отстаивать права на ближней дистанции утвердительный ответ дают 42% из общей группы и 44% – в малых и средних городах. *Индекс правовой Защищенности* среди всех «обывателей» равен 27 баллам, а для обывателей из малых и средних городов – 28 баллам.

Представители этой группы проявляют готовность участвовать в митингах, демонстрациях или протестных акциях достаточно редко: только 12% из них отмечают, что примут участие в подобных массовых акциях, если они пройдут в их городе в ближайшие 2-3 месяца. В малых и средних городах такой ответ дают 13% «обывателей».

Карьерные практики и практики продвинутого потребления здесь распространены намного меньше, чем среди волонтеров и активистов (см. табл. 2.6). В 38% случаев «обыватели» попадают в число «профессионалов», в 31% случаев – в группу «консьюмеры». В малых и средних городах карьерные практики чуть более распространены: 40% «обывателей» из этих городов входят в группу «профессионалы».

Таблица 2.6
данные в % от групп

Потребительские, карьерные, добровольческие практики «обывателей»

| | Все опрошенные | Население малых и средних городов | Обыватели в целом | Обыватели из малых и средних городов |
|--|----------------|-----------------------------------|-------------------|--------------------------------------|
| <i>Доли групп</i> | 100 | 36 | 21 | 7,6 |
| Отдыхать, проходить курс лечения за границей | 7 | 6 | 7 | 5 |
| Менять работу, сферу занятости | 9 | 10 | 7 | 12 |
| Заниматься общественными проблемами по месту жительства | 4 | 5 | 0 | 0 |
| Работать сверхурочно, в выходные дни | 26 | 27 | 33 | 33 |
| Участвовать в деятельности некоммерческих организаций, работать волонтером, добровольцем | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Добиваться повышения своей зарплаты | 7 | 8 | 7 | 7 |
| Помогать коллегам, соседям | 34 | 33 | 100 | 100 |
| Заниматься шопингом (для удовольствия) | 11 | 11 | 13 | 10 |
| Участвовать в массовых акциях, демонстрациях, забастовках, митингах, шествиях | 1 | 1 | 0 | 0 |

| | Все опрошенные | Население малых и средних городов | Обыватели в целом | Обыватели из малых и средних городов |
|---|----------------|-----------------------------------|-------------------|--------------------------------------|
| <i>Доли групп</i> | <i>100</i> | <i>36</i> | <i>21</i> | <i>7,6</i> |
| Заниматься в спортивном клубе, фитнес-центре | 7 | 7 | 7 | 8 |
| Помогать незнакомым людям | 16 | 17 | <u>0</u> | <u>0</u> |
| Совершать деловые поездки за границу | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Приобретать одежду престижных марок | 5 | 4 | 5 | 3 |
| Участвовать в деятельности профессиональных сообществ, профсоюзов | 1 | 2 | 0 | 0 |
| Посещать музеи, галереи, концертные залы, театры | 19 | 16 | 18 | 21 |
| Всё перечисленное | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ничего из перечисленного | 35 | 36 | <u>0</u> | <u>0</u> |
| Затрудняюсь ответить | 1 | 1 | 0 | 0 |

«Web-обыватели» (24%)

Люди, составившие данную группу, в реальной жизни не вовлечены в добровольческие и помогающие практики. Их социальная и общественная активность в большей степени реализуется в интернете, так как они являются его ежедневными пользователями. В эту категорию вошли респонденты, социальные связи которых существуют только в виртуальном мире и не перенесены в реальный мир. Правда, не исключено, что социальные группы, объединения, созданные в интернете, могут перерасти при определенных условиях во что-то большее.

«Web-обыватели» отличаются от населения в целом тем, что здесь почти каждый второй человек относится к возрастной категории 18-30 лет (см. табл. 2.7). Если говорить о данной группе только в малых и средних городах, в ней 45% молодежи. Чуть больше четверти «web-обывателей» (28%) относятся к возрастной категории 31-45 лет. Каждый третий имеет высшее образование, и это на 13 процентных пунктов больше, чем в среднем по населению. При этом среднее специальное образование имеют 37% из данной группы как в целом по населению, так и в малых и средних городах. Стоит отметить, что среди «web-обывателей» несколько больше мужчин, чем женщин (52% и 48% соответственно).



Таблица 2.7
данные в % от групп

Социально-демографические характеристики «web-обывателей»

| | Все опрошенные | Население малых и средних городов | «Web-обыватели» в целом | «Web-обыватели» из малых и средних городов |
|--|----------------|-----------------------------------|-------------------------|--|
| <i>Доли групп</i> | 100 | 36 | 24 | 8,4 |
| Пол | | | | |
| мужской | 46 | 45 | 52 | 51 |
| женский | 54 | 55 | <u>48</u> | <u>49</u> |
| Возраст | | | | |
| 18–30 лет | 29 | 28 | 48 | 45 |
| 31–45 лет | 25 | 24 | 28 | 28 |
| 46–60 лет | 27 | 29 | <u>20</u> | 24 |
| старше 60 лет | 20 | 18 | <u>4</u> | <u>3</u> |
| Образование | | | | |
| неполное среднее или ниже | 9 | 9 | <u>2</u> | <u>1</u> |
| среднее общее (школа) | 23 | 21 | <u>16</u> | <u>13</u> |
| начальное профессиональное (ПТУ, колледж, лицей и т.п.) | 7 | 10 | 6 | 11 |
| среднее специальное (ссуз, техникум, медицинское училище и т.п.) | 37 | 36 | 37 | 37 |
| незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома) | 3 | 4 | 4 | 6 |
| высшее (диплом специалиста, бакалавра, магистра и т.п.) | 21 | 19 | 34 | 32 |

54% респондентов в данной группе относят себя к людям, готовым объединяться с единомышленниками для совместных действий. В малых и средних городах такого мнения придерживаются уже 59% «web-обывателей». Их уровень доверия на ближней и дальней дистанции не отличается от показателей по населению в целом. Однако в малых и средних городах уровень межличностного доверия среди них выше по сравнению с «web-обывателями» в целом: здесь семь из каждых десяти считают, что большинству людей из ближайшего окружения можно доверять. *Индекс гражданского климата* для данной группы по всему населению 45 баллов, а в средних и малых городах – 49 баллов (см. рис. 2.4).

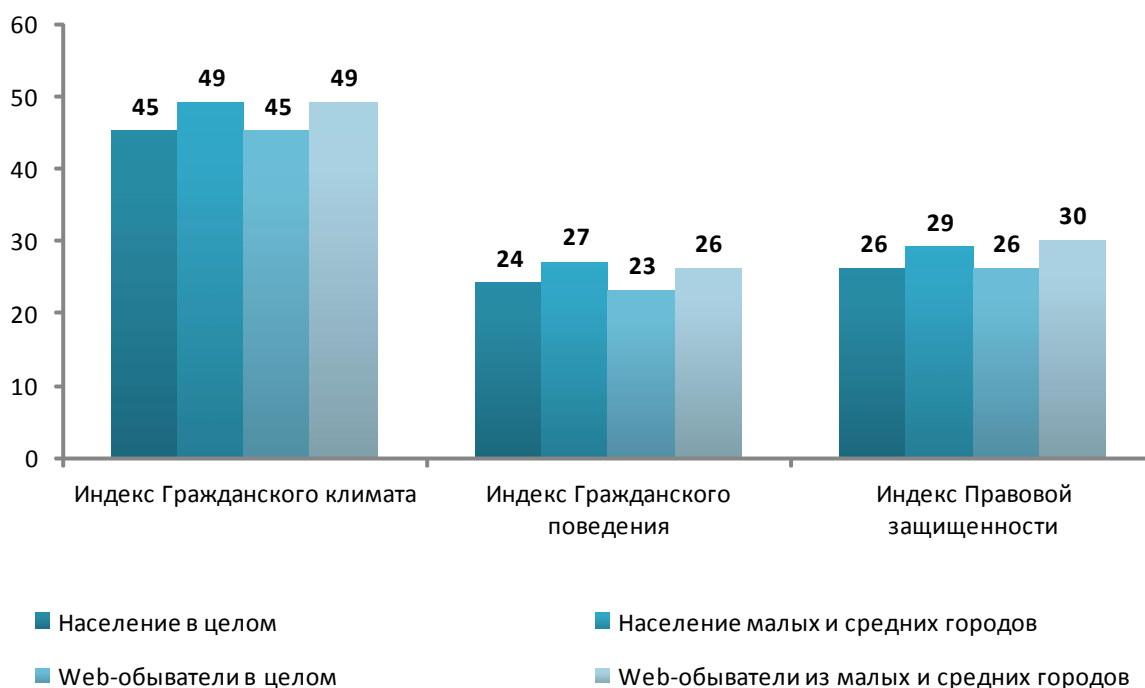


Рисунок 2.4. Индексы гражданского участия среди населения и среди web-обывателей

Если говорить о гражданских инициативах, «web-обыватели» реже, чем население в целом, готовы брать на себя роль организаторов или доноров той или иной акции, а стать участником подобных акций готова примерно такая же доля людей, как и в целом по опрошенным. *Индекс гражданского поведения* у них ниже, чем по населению в целом, и составляет 23 балла, а в малых и средних городах – 26 баллов.

В готовности граждан нашей страны отстаивать свои права уверен примерно каждый третий из «web-обывателей». Правда, в малых и средних городах представителей этой группы, которые так считают, на 11 процентных пунктов больше – 43%. Когда речь заходит об ориентированности людей из близкого окружения «web-обывателей» на защиту своих прав, то здесь данные по населению в целом и по данной группе в малых и средних городах также заметно отличаются: 41% и 48% соответственно. Готовность к совместным действиям для отстаивания своих прав выражают соответственно 55% и 60% «web-обывателей». По перечисленным показателям вычисляется *индекс правовой защищенности*, который равен 26 баллам для рассматриваемой группы в целом и 30 баллам для «web-обывателей» из малых и средних городов.

«Web-обыватели» сравнительно редко склонны участвовать в митингах, демонстрациях или протестных акциях – только 9% из них отмечают, что примут участие в подобных массовых акциях, если они пройдут в их городе в ближайшие 2-3 месяца. В малых и средних городах соответствующий показатель составляет 11%.

Каждый четвертый в этой группе занимает должность специалиста, а 22% – рабочего. Относительно «молодой» состав группы объясняет низкую долю пенсионеров – их здесь 10%, что на 18 процентных пунктов меньше, чем в среднем по населению. В малых и средних городах статус специалиста среди «web-обывателей» встречается в 21% случаев, а 28% из них – рабочие. Если говорить о карьерных и потребительских практиках «web-обывателей», среди них они менее распространены, чем среди волонтеров и активистов, но больше представлены по сравнению с группой «обывателей» и населением в целом (см. *табл. 2.8*). В 38% случаев эти люди попадают в группу «профессионалы», в 37% – в группу «консьюмеры». В малых и

средних городах среди них менее распространены потребительские практики – только каждый четвертый попадает в число «консьюмеров».

Таблица 2.8
данные в % от групп

Потребительские, карьерные, добровольческие практики «web-обывателей»

| | Все опрошенные | Население малых и средних городов | «Web-обыватели в целом» | «Web-обыватели» из малых и средних городов |
|--|----------------|-----------------------------------|-------------------------|--|
| <i>Доли групп</i> | <i>100</i> | <i>36</i> | <i>24</i> | <i>8,4</i> |
| Отдыхать, проходить курс лечения за границей | 7 | 6 | 9 | 6 |
| Менять работу, сферу занятости | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Заниматься общественными проблемами по месту жительства | 4 | 5 | 0 | 0 |
| Работать сверхурочно, в выходные дни | 26 | 27 | 27 | 24 |
| Участвовать в деятельности некоммерческих организаций, работать волонтером, добровольцем | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Добиваться повышения своей зарплаты | 7 | 8 | 7 | 7 |
| Помогать коллегам, соседям | 34 | 33 | <u>0</u> | <u>0</u> |
| Заниматься шопингом (для удовольствия) | 11 | 11 | 11 | 9 |
| Участвовать в массовых акциях, демонстрациях, забастовках, митингах, шествиях | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Заниматься в спортивном клубе, фитнес-центре | 7 | 7 | 11 | 5 |
| Помогать незнакомым людям | 16 | 17 | <u>0</u> | <u>0</u> |
| Совершать деловые поездки за границу | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Приобретать одежду престижных марок | 5 | 4 | 3 | 0 |
| Участвовать в деятельности профессиональных сообществ, профсоюзов | 1 | 2 | 0 | 0 |
| Посещать музеи, галереи, концертные залы, театры | 19 | 16 | 22 | 12 |
| Всё перечисленное | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Ничего из перечисленного | 35 | 36 | 39 | 47 |
| Затрудняюсь ответить | 1 | 1 | 1 | 1 |

Аутсайдеры (35%)

В данной группе оказались люди, которые не вошли ни в одну из вышеперечисленных групп: они являются аутсайдерами в сфере добровольчества, а также не проявляют повышенную активность в интернете. Попадание в число аутсайдеров объясняется в первую очередь личными характеристиками людей – возраст, род занятий, материальное положение. Зачастую именно в силу этих характеристик у аутсайдеров нет возможности активно участвовать в добровольческих практиках: безработные включены в малое число социальных связей, люди с низким достатком вынуждены большую часть времени тратить на оплачиваемую работу, пенсионеры недостаточно осведомлены о волонтерской деятельности и своих возможных функциях в ней.

Среди аутсайдеров больше женщин, чем мужчин: 57% и 43% соответственно. В малых и средних городах соотношение примерно такое же: 55% и 45%. Попадание в данную группу можно объяснить возрастом: 40% аутсайдеров – это люди старше 60 лет, 32% относятся к возрастной категории 46-60 лет. Молодежи и людей среднего возраста здесь относительно немного: 13% и 16%. Возрастная структура аутсайдеров из малых и средних городов схожа с аутсайдерами в целом: 33% из них старше 60 лет, 36% находятся в возрасте 46-60 лет, 16% – те, кому 31-45 лет, и лишь 15% (18-30 лет). В целом каждый третий аутсайдер имеет среднее специальное образование, 28% – среднее общее, 17% – неполное среднее образование. Если рассматривать ситуацию отдельно по малым и средним городам, уровень образования аутсайдеров окажется чуть ниже: у 30% – среднее специальное, у 29% – среднее общее и у 18% – неполное среднее (см. табл. 2.9).

Таблица 2.9
данные в % от групп

Социально-демографические характеристики аутсайдеров

| | Все опрошенные | Население малых и средних городов | Аутсайдеры в целом | Аутсайдеры из малых и средних городов |
|--|----------------|-----------------------------------|--------------------|---------------------------------------|
| <i>Доли групп</i> | 100 | 36 | 35 | 12,6 |
| Пол | | | | |
| мужской | 46 | 45 | 43 | 45 |
| женский | 54 | 55 | 57 | 55 |
| Возраст | | | | |
| 18–30 лет | 29 | 28 | <u>13</u> | <u>15</u> |
| 31–45 лет | 25 | 24 | <u>16</u> | <u>16</u> |
| 46–60 лет | 27 | 29 | 32 | 36 |
| старше 60 лет | 20 | 18 | 40 | 33 |
| Образование | | | | |
| неполное среднее или ниже | 9 | 9 | 17 | 18 |
| среднее общее (школа) | 23 | 21 | 28 | 29 |
| начальное профессиональное (ПТУ, колледж, лицей и т.п.) | 7 | 10 | 9 | 12 |
| среднее специальное (ссуз, техникум, медицинское училище и т.п.) | 37 | 36 | 34 | <u>30</u> |
| незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома) | 3 | 4 | 1 | 2 |
| высшее (диплом специалиста, бакалавра, магистра и т.п.) | 21 | 19 | <u>11</u> | <u>9</u> |

Род занятий аутсайдеров также отличается от показателей по остальным группам. Практически никто из них не занимает руководящие должности. Каждый второй – неработающий пенсионер. В общей группе аутсайдеров 17% рабочих и 7% специалистов, а в группе отдельно по малым и средним городам – 24% рабочих, 9% специалистов и 46% пенсионеров. Аутсайдеры слабо включены в карьерные и потребительские практики (см. табл. 2.10): в группу «консьюмеры» попали только 12% из их числа, а в группу «профессионалы» – 16%. В малых и средних городах карьерные практики распространены среди аутсайдеров чуть больше (20% в группе «профессионалы»), а потребительские практики, наоборот, распространены меньше (9% в группе «консьюмеры»).

Таблица 2.10
данные в % от групп

Потребительские, карьерные, добровольческие практики аутсайдеров

| | Все опрошенные | Население малых и средних городов | Аутсайдеры в целом | Аутсайдеры из малых и средних городов |
|--|----------------|-----------------------------------|--------------------|---------------------------------------|
| <i>Доли групп</i> | <i>100</i> | <i>36</i> | <i>35</i> | <i>12,6</i> |
| Отдыхать, проходить курс лечения за границей | 7 | 6 | 2 | 3 |
| Менять работу, сферу занятости | 9 | 10 | 4 | 4 |
| Заниматься общественными проблемами по месту жительства | 4 | 5 | 0 | 0 |
| Работать сверхурочно, в выходные дни | 26 | 27 | <u>12</u> | <u>15</u> |
| Участвовать в деятельности некоммерческих организаций, работать волонтером, добровольцем | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Добиваться повышения своей зарплаты | 7 | 8 | 2 | 3 |
| Помогать коллегам, соседям | 34 | 33 | <u>0</u> | <u>0</u> |
| Заниматься шопингом (для удовольствия) | 11 | 11 | <u>2</u> | <u>2</u> |
| Участвовать в массовых акциях, демонстрациях, забастовках, митингах, шествиях | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Заниматься в спортивном клубе, фитнес-центре | 7 | 7 | <u>1</u> | <u>1</u> |
| Помогать незнакомым людям | 16 | 17 | <u>0</u> | <u>0</u> |
| Совершать деловые поездки за границу | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Приобретать одежду престижных марок | 5 | 4 | 2 | 2 |
| Участвовать в деятельности профессиональных сообществ, профсоюзов | 1 | 2 | 0 | 0 |
| Посещать музеи, галереи, концертные залы, театры | 19 | 16 | <u>9</u> | <u>6</u> |
| Всё перечисленное | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ничего из перечисленного | 35 | 36 | 73 | 72 |
| Затрудняюсь ответить | 1 | 1 | 1 | 3 |

Уровень доверия на дальней дистанции среди аутсайдеров практически не отличается от данных по населению в целом: 20% отмечают, что большинству людей можно доверять, а 72% придерживаются противоположного мнения. Уровень социального доверия в малых и средних городах чуть выше: там соответствующие показатели составляют 24% и 68%. Уровень доверия на ближней дистанции у аутсайдеров ниже, чем в какой-либо другой группе: в целом только 59% считают, что людям из их окружения можно доверять; в малых и средних городах эта величина больше – 67%. Объединяться с другими людьми для совместных действий аутсайдеры готовы только в 43% случаев, что на 11% процентных пунктов меньше, чем по населению в целом. В целом *индекс гражданского климата* для аутсайдеров равен 40 баллам, в малых и средних городах – 45 баллам (см. рис. 2.5).

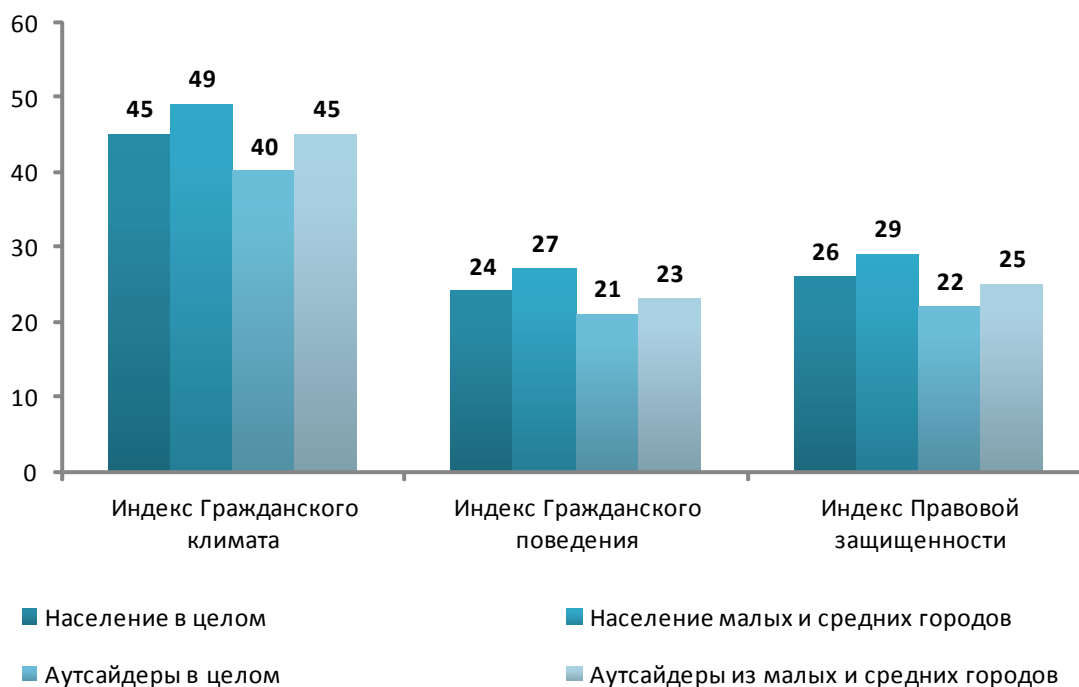


Рисунок 2.5. Индексы гражданского участия среди населения и среди аутсайдеров

Аутсайдеры чаще остальных отмечают, что не готовы принимать участие в гражданских инициативах ни в роли организатора, ни в роли участника или донора. Именно поэтому значения *индекса гражданского поведения* в данной группе самые низкие: 21 балл для всех аутсайдеров и 23 балла – для аутсайдеров из малых и средних городов.

Каждый третий аутсайдер считает, что люди в нашей стране готовы отстаивать свои права, а 41% придерживаются мнения, что не готовы. В малых и средних городах уверены в готовности людей отстаивать свои права 43% аутсайдеров. Стоит отметить, что представители данной группы чаще всех затрудняются с ответом на этот вопрос – 24%. При оценке готовности людей защищать свои права на ближней дистанции такой точки зрения придерживаются в целом только 34% аутсайдеров, а в малых и средних городах – 38%. Готовы сами объединяться объединяться с другими людьми, чтобы отстаивать свои права, 42% и 44% представителей данной группы соответственно. *Индекс правовой защищенности* составил здесь 22 балла в целом и 25 баллов для аутсайдеров из малых и средних городов.

* * *

Если сравнивать активизацию гражданского участия в малых и средних городах с соответствующими данными по населению в целом, то можно заметить определенные различия и тенденции. Все рассмотренные нами выше группы располагаются по-разному в простран-

стве, где осями служат *индекс гражданского климата* и *индекс гражданского поведения* (см. рис. 2.6, 2.7). Каждая из групп в малых и средних городах демонстрирует больший потенциал гражданского мировоззрения и гражданского участия по сравнению с такими же группами по населению в целом. Обратимся к рисункам и сравним их.

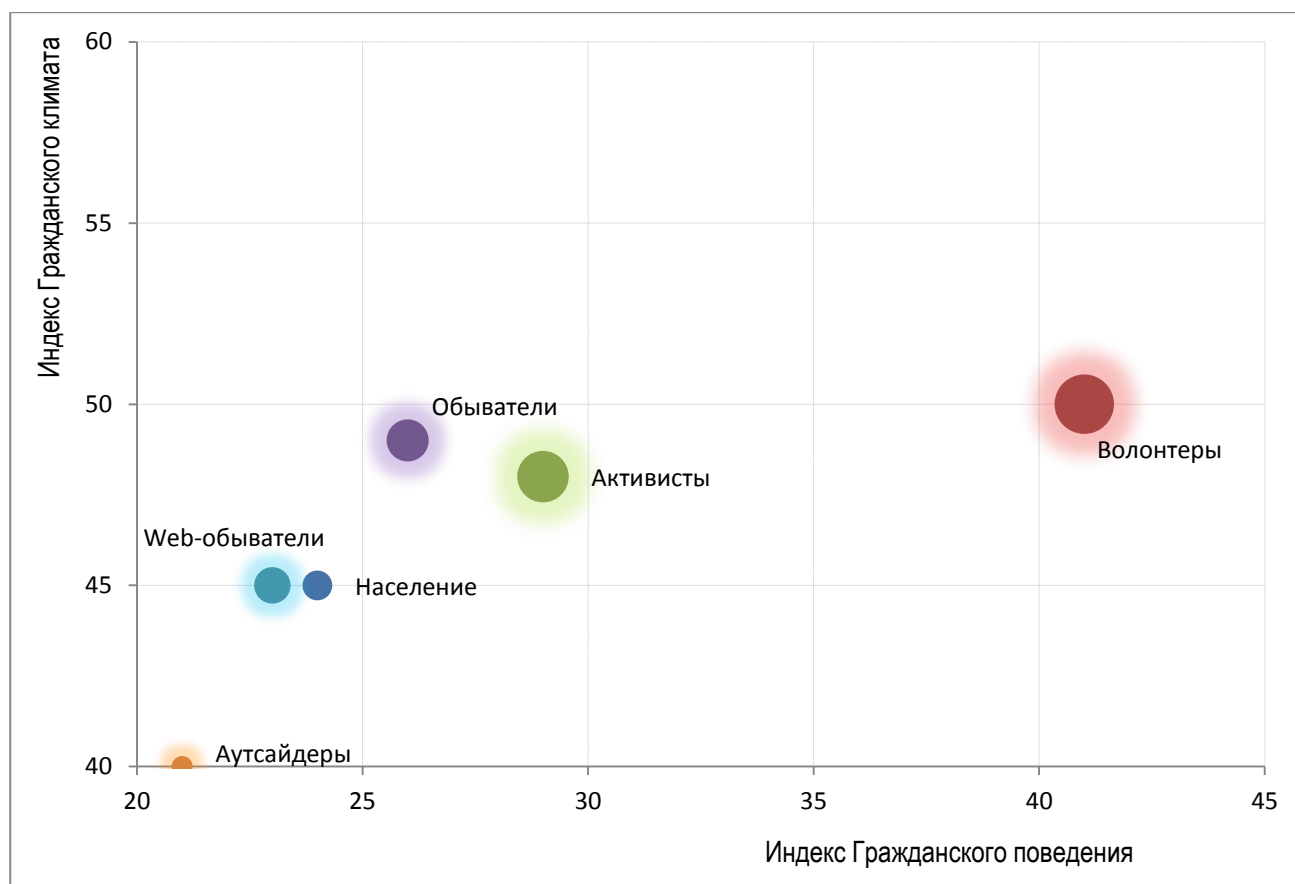


Рисунок 2.6. Акторы добровольчества в России

Особого внимания заслуживают группы волонтеров и активистов. Волонтеры, независимо от места проживания, отличаются от всех остальных групп высокими показателями *индекса гражданского климата* и *индекса гражданского участия*. А вот активисты в стране в целом и активисты в малых и средних городах – это существенно разные группы. Если говорить о населении в целом, то активисты по всем показателям близки к группе «обывателей», поэтому сложно прогнозировать их потенциал в добровольчестве. Но в малых и средних городах они по всем показателям ближе к волонтерам, то есть имеются основания предполагать, что потенциально активисты могут стать волонтерами. Обе группы схожи по ценностям, часто выражают готовность к участию в гражданских инициативах, однако включенность активистов в карьерные и потребительские практики значительно ниже по сравнению с волонтерами.

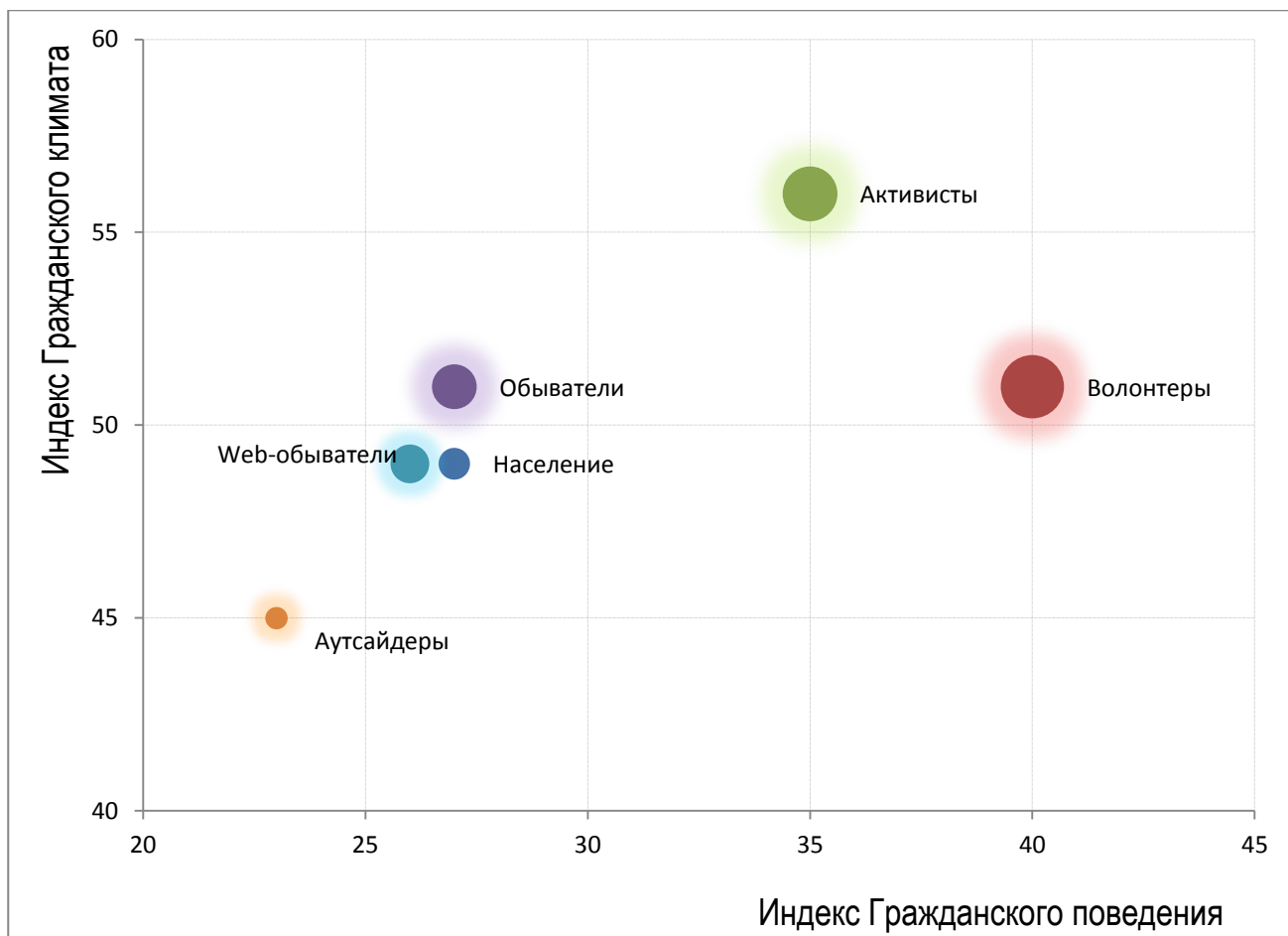


Рисунок 2.7. Акторы добровольчества в малых и средних городах

Среди жителей малых и средних городов чаще встречаются люди более старшего возраста и в целом ниже уровень образования. Однако у них, независимо от того, рассматриваем ли мы каждую из выделенных групп или жителей этих городов в целом, более высокий уровень доверия по сравнению с общероссийскими данными, а также они чаще готовы участвовать в протестной активности. Это можно объяснить тем, что в малых и средних городах в профессиональной среде меньше конкуренция, теснее социальные связи, особая (чаще всего безальтернативная) специфика занятости. Жителям крупных городов необходимо прилагать больше усилий для построения успешной карьеры, и они на это больше ориентированы, так как многие из них являются приезжими, уехавшими туда, где больше карьерных возможностей. Возможно, поэтому общественная деятельность уходит для них на второй план. Также в малых и средних городах более очевидны социальные проблемы – те «пробелы», которые приходится заполнять общественной деятельностью.

2.3. Выводы

- ◆ Уровень и потенциал гражданского участия в России связаны с преодолением кризиса доверия на институциональном уровне. Для измерения гражданской активности нами были сконструированы четыре индекса – *индекс гражданского климата, индекс правовой защищенности, индекс гражданской ответственности, индекс гражданского поведения*. Они позволяют фиксировать текущий уро-

вень гражданского участия в российском обществе или в социальных группах и выступают индикаторами процессов развития гражданского общества.

- ◆ *Индекс гражданского климата (ИГК)* отражает ценностные установки респондентов на социальное / межличностное доверие и на готовность к солидарным действиям. Значение ИГК по стране в целом равно 45 баллам. А среди жителей малых и средних городов значение ИГК равно 46 баллам.
- ◆ *Индекс правовой защищенности (ИПЗ)* является индикатором представлений той или иной социальной общности о гарантиях защиты своих прав. Значение ИПЗ для страны в целом – 26 баллов, для населения малых и средних городов – 29 баллов.
- ◆ *Индекс гражданской ответственности (ИГО)* описывает поведенческие установки, связанные с готовностью брать на себя ответственность за происходящее на ближней, средней и дальней социальной дистанции. ИГО измерялся только для жителей малых и средних городов и равен 54 баллам.
- ◆ *Индекс гражданского поведения (ИГП)* измеряет установку респондентов на готовность участвовать в гражданских акциях. Значение ИГП по стране в целом – 24 балла, а среди жителей малых и средних городов – 27 баллов.
- ◆ Тестами на готовность респондентов участвовать в гражданских инициативах послужили вопросы-виньетки – краткие описания возможных ситуаций. Участники опроса могли ответить, что готовы организовать такие акции, принять в них участие и/или пожертвовать деньги для их проведения, а также выбрать отказ от участия в подобного рода инициативах. В соответствии с полученными ответами мы делим респондентов на ролевые группы: *организаторы, участники, доноры, пассивные*. Так, «организаторы» отличаются наиболее высоким значением ИГП (44 балла), а для «пассивных» среднее значение этого индекса равно нулю. Только у «организаторов» значение ИПЗ выше значения ИГК. Чаше других они готовы брать на себя ответственность за происходящее и на ближней, и на дальней социальной дистанции, более других уверены в своей правовой защищенности. Их социальный капитал выше, чем в других ролевых группах. Группа «пассивных», напротив, резко отличается от остальных групп по всем показателям, являясь, по сути, социально депривированной.
- ◆ Для описания основных акторов гражданского участия респонденты были разделены на несколько групп, отражающих различные степени вовлеченности в добровольческую активность: *волонтеры, активисты, «обыватели», «web-обыватели», аутсайдеры*. Данная классификация представляет собой континуум вовлеченности в добровольчество и помогающее поведение, где волонтеры отличаются наибольшей степенью участия в гражданских инициативах, а аутсайдеры не вовлечены ни в какие практики социального взаимодействия.

- ◆ Волонтеры, независимо от места проживания, характеризуются наиболее высокими показателями ИГК и ИГП, они состоят в некоммерческих и общественных организациях, регулярно проявляют гражданскую активность. Значение ИГП для волонтеров равно 41 баллу, ИГК равен 50 баллам, ИПЗ – 34 баллам. Все эти показатели выше, чем среди населения в целом и населения малых и средних городов.
- ◆ Активисты в стране в целом и активисты в малых и средних городах – это, как уже говорилось, принципиально разные группы. Активисты в малых и средних городах по всем показателям ближе к волонтерам: они разделяют схожие ценности, часто выражают готовность к участию в гражданских инициативах. Активисты в масштабе населения всей страны по всем показателям ближе к группе жителей, которым свойственно помогающее поведение на ближней социальной дистанции.

Глава 3. Ценности и установки акторов гражданского участия в малых и средних городах

3.1. Гражданское участие и его акторы

Перейдем к рассмотрению результатов опроса жителей малых и средних российских городов³⁰.

Мы сравнили уровень социального доверия респондентов, включенных в те или иные активистские практики, с соответствующим показателем среди остальных участников этого опроса. Оказалось, что респонденты, включенные в практики гражданского участия (далее будем называть их *добровольцами*), демонстрируют заметно более высокий уровень как межличностного, так и социального доверия. Считают, что *большинству людей можно доверять*, 25% добровольцев и только 20% среди тех, кто не включен в практики конструктивного гражданского участия. Полагают, что *людям из ближнего окружения можно доверять*, 67% первых и 62% вторых.

Опыт правозащитной активности (защита прав потребителей, молодежи, заключенных, свободы слова, избирательных прав и т.п.) также благотворно влияет на уровень социального доверия. Считают, что *большинству людей можно доверять*, 32% из числа тех, у кого есть такой опыт (назовем их *правозащитниками*).

Здесь, как и ранее, будем называть «*обывателями*» респондентов, гражданское участие которых ограничивается актами помогающего поведения в ближнем круге – родственникам, сослуживцам, соседям, знакомым.

Приведем значения *индекса гражданского климата (ИГК)*, о котором, как и о других индексах, говорилось в предыдущей главе, для малых и средних городов: среди правозащитников – 53 балла, среди добровольцев – 51 балл, а среди «*обывателей*» – всего лишь 42 балла.

Судя по нашим данным, среди жителей малых и средних городов *индекс гражданской ответственности (ИГО)* у правозащитников (64 балла) несколько выше, чем ожидается, чем у добровольцев (62 балла) и заметно выше, чем у «*обывателей*» (48 баллов).

Обратим внимание на то, что своему ближнему окружению правозащитники малых и средних российских городов доверяют практически не чаще (60%), чем добровольцы, т.е. те респонденты, которые не имеют опыта правозащитной деятельности (62%).

А вот *объединяться с другими людьми для совместных действий при совпадении идей и интересов* правозащитники (79%) готовы заметно чаще, чем добровольцы (72%). Но и те, и другие опережают по этому показателю «*обывателей*» (45%), в практики гражданского участия не включенных.

В прожективной ситуации сбора средств жертвам стихийного бедствия жители малых и средних городов чаще всего готовы жертвовать деньги на помощь пострадавшим (51%). На втором месте – участие в самом процессе сбора средств (43%). Реже всего жители малых и средних городов декларируют готовность участвовать в организации сбора средств (24%) (см. *табл. 3.1*).

³⁰ Репрезентативный опрос 1500 респондентов 18+, проживающих в рабочих поселках и городах с населением от 50 до 250 тысяч жителей, февраль 2014 года, 51 субъект РФ. Статистическая погрешность не превышает 3,8%.

Таблица 3.1
данные в % от групп

Готовность принять участие в сборе средств для пострадавших

| | Все опрошенные | «Обыватели» | Добровольцы | Правозащитники |
|---|----------------|-------------|-------------|----------------|
| <i>Представьте себе, что произошло чрезвычайное происшествие (пожар, наводнение, землетрясение). Предлагается провести сбор средств для пострадавших. Вы лично готовы или не готовы принять участие в этой акции?» (Любое число ответов.)</i> | | | | |
| Готов участвовать в организации акции | 24 | <u>18</u> | 31 | 28 |
| Готов участвовать в проведении акции | 43 | 38 | 49 | 41 |
| Готов пожертвовать деньги для проведения акции | 51 | <u>43</u> | 63 | 63 |
| Не готов участвовать в акции | 13 | 19 | <u>4</u> | <u>6</u> |

Ожидаемо, что в ситуации сбора средств в помощь жертвам чрезвычайного происшествия главными действующими лицами оказываются добровольцы. Несколько неожиданно, что в этой гипотетической ситуации декларируемое участие правозащитников сводится по преимуществу к денежным пожертвованиям.

Вторая ситуация – предложение соседей по месту жительства / дачному кооперативу / садовому товариществу совместно очистить близлежащую лесопарковую зону от мусора. Эта ситуация, по-видимому, чаще других встречается в обыденной практике. Здесь, наряду с общей закономерностью (самая высокая готовность принять участие у добровольцев и самая низкая – среди «обывателей»), фиксируется и высокая готовность взять на себя организацию акции у правозащитников (см. табл. 3.2).

Таблица 3.2
данные в % от групп

Готовность принять участие в акциях протеста в мероприятиях по уборке мусора

| | Все опрошенные | «Обыватели» | Добровольцы | Правозащитники |
|---|----------------|-------------|-------------|----------------|
| <i>Представьте себе, что Ваши соседи по месту жительства, садовому товариществу предлагают очистить от мусора соседнюю лесопарковую зону. Вы лично готовы или не готовы принять участие в этой акции?» (Любое число ответов.)</i> | | | | |
| Готов участвовать в организации акции | 21 | 15 | 29 | 29 |
| Готов участвовать в проведении акции | 58 | 48 | 73 | 64 |
| Готов пожертвовать деньги для проведения акции | 21 | 19 | 24 | 27 |
| Не готов участвовать в акции | 18 | 27 | <u>5</u> | <u>8</u> |

Третья ситуация – проведение акции протеста против фальсификации результатов выборов (см. табл. 3.3).

Таблица 3.3
данные в % от групп

Готовность принять участие в акциях протеста против фальсификации результатов голосования

| | Все опрошенные | «Обыватели» | Добровольцы | Правозащитники |
|--|----------------|-------------|-------------|----------------|
| <i>Представьте себе, что в нашем городе вовремя выборов были массовые фальсификации результатов голосования. Вы лично готовы или не готовы принять участие в акции протеста против фальсификации? (Любое число ответов.)</i> | | | | |
| Готов участвовать в организации акции | 7 | 4 | 11 | 13 |
| Готов участвовать в проведении акции | 16 | 13 | 21 | 31 |
| Готов пожертвовать деньги для проведения акции | 4 | 3 | 4 | 1 |
| Не готов участвовать в акции | 64 | 70 | <u>56</u> | <u>47</u> |

Как и следовало ожидать, здесь наибольшую активность готовы проявить правозащитники. Подчеркнем, что по сравнению с рассмотренными выше проективными ситуациями в данном случае уровень готовности к гражданскому участию существенно ниже. И хотя у правозащитников установка на протестные действия достаточно велика, даже среди них почти каждый второй не готов участвовать в такого рода действиях.

Обратим внимание на то, что практически 9 из каждых 10 респондентов декларируют свою готовность в той или иной мере принять участие хотя бы в одной из описанных гипотетических ситуаций (а это означает, что они рассматривают хотя бы одну из таких ситуаций как находящуюся в какой-то мере в зоне их социальной ответственности).

Вместе с тем только 4 из каждых 10 респондентов, отвечая на заданный им вопрос, сказали, что за последние год-два им довелось участвовать в каких либо гражданских акциях, действиях, практиках. По-видимому, это означает, что, рассматривая предложенные им гипотетические тестовые ситуации, участники опроса часто дают нормативные ответы (синдром «кривой умолчания» Ноэль Нойман), тогда как в реальной практике их поведение определяется не только нормативными установками, но и конкретными обстоятельствами и условиями.

По ответам на три тестовых вопроса о готовности к тем или иным действиям конструировался индекс гражданского поведения (ИГП), который измеряет установку респондентов на «гражданское поведение». Были рассчитаны значения этого индекса для правозащитников (32 балла), добровольцев (33 балла) и для «обывателей» (21 балл). Для сравнения: значение ИГП среди всех участников опроса равно 26.

3.2. Ролевые позиции акторов гражданского участия

Вновь обратимся к ответам респондентов на проективные вопросы индекса гражданского поведения (ИГК), позволяющим увидеть, с какими ролями в проективном гражданском участии соотносят себя респонденты.

Если хотя бы в одном случае участник опроса заявлял, что готов организовывать соответствующую акцию, то будем называть таких людей *организаторами* (30% жителей малых и средних городов).

Если кто-то среди остальных респондентов (не организаторов) хотя бы в одной из ситуаций выражал готовность принять участие в акции, то ему присваивалась роль *участника* (47%).

Если кто-то среди оставшихся респондентов (и не организаторов, и не участников) хотя бы в одной из ситуаций заявлял, что готов пожертвовать деньги для проведения акции, то для таких людей будем использовать определение «*донор*» (11%).

Остальных респондентов (не организаторов, не участников, и не доноров) будем числить *пассивными* (12%), не готовыми даже на декларативном уровне участвовать в рассматриваемых гражданских действиях.

Самое высокое значение *индекса гражданского поведения (ИГП)* имеют организаторы – 47 баллов. Для участников оно равно 23 баллам, а для доноров – 9. Для 12% пассивных респондентов среднее значение индекса равно нулю (см. *табл. 3.4*).

Таблица 3.4

**Значения индексов для ролевых групп акторов гражданского участия
в малых и средних городах**

| Индексы | Все опрошенные | Организаторы | Участники | Доноры | Пассивные |
|-----------------------------------|----------------|--------------|-----------|--------|-----------|
| Гражданской ответственности (ИГО) | 54 | 61 | 56 | 52 | 31 |
| Правовой защищенности (ИПЗ) | 43 | 52 | 44 | 32 | 22 |
| Гражданского климата (ИГК) | 46 | 50 | 47 | 41 | 31 |
| Гражданского поведения (ИГП) | 26 | 47 | 23 | 9 | 0 |

Индексы ИГО, ИПЗ, ИГК, ИГП статистически связаны между собой. Теснее всего связаны индексы гражданского климата и правовой защищенности (коэффициент корреляции Пирсона равен 0,295), а самая слабая связь – между индексами гражданского климата и гражданского поведения (0,191).

Для наглядности на *рисунках 3.1 – 3.6* ролевые группы респондентов расположены на плоскостях, координатами которых являются шесть пар индексов. Это позволяет прояснить мировоззренческие особенности ролевых групп гражданского участия.

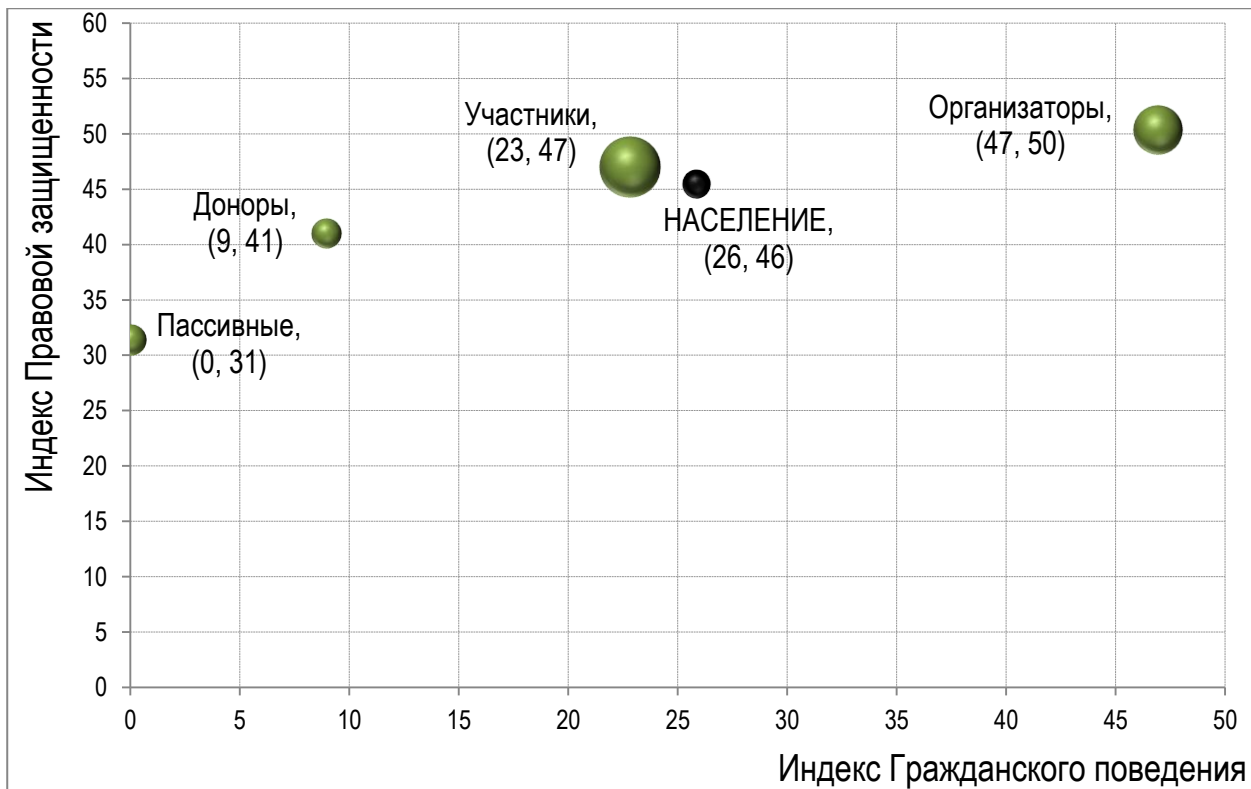


Рисунок 3.1. Ролевые группы в пространстве индексов правовой защищенности и гражданского поведения

Обратим внимание на то, что, согласно *рисунку 3.1*, у организаторов ощущение правовой защищенности (ИПЗ=50) не сильно превышает среднее значение ИПЗ по всем респондентам. Тем не менее их установка на гражданское участие (ИГП=47) выражена почти в два раза сильнее, чем в среднем по всем опрошенным.

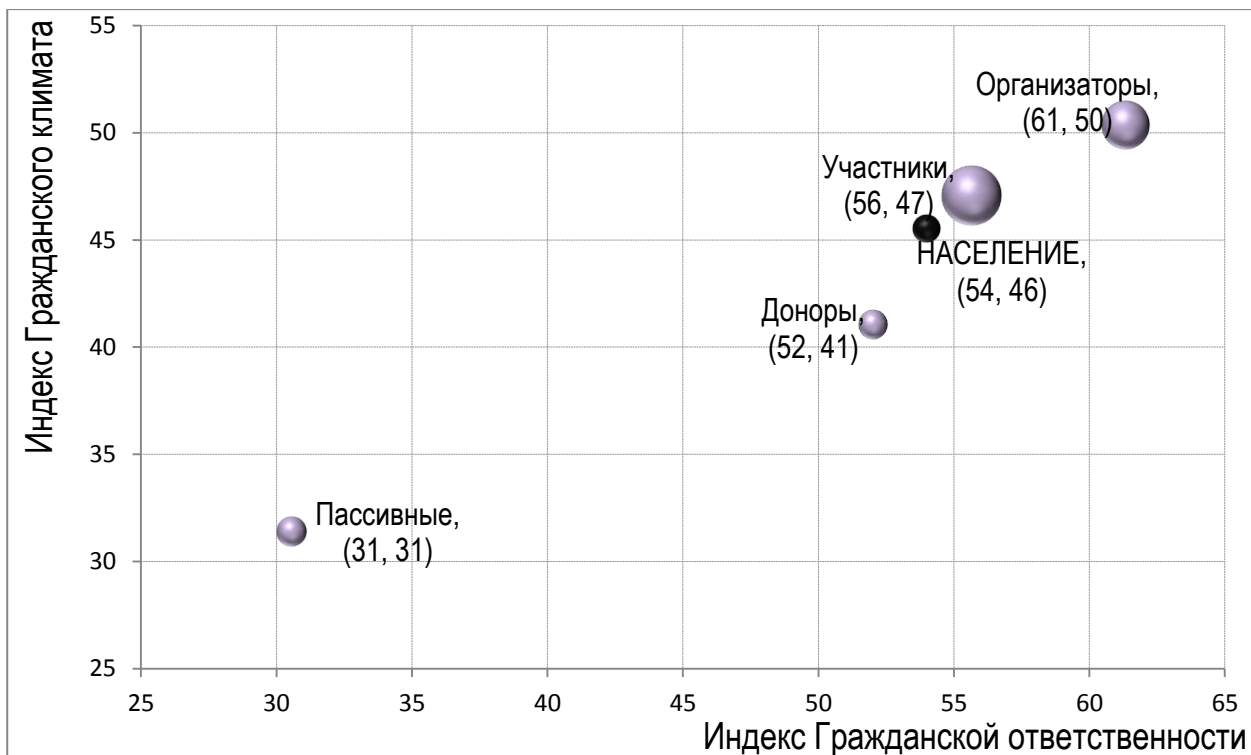


Рисунок 3.2. Ролевые группы в пространстве индексов гражданского климата и гражданской ответственности

Как показывает *рисунок 3.2*, чем большим социальным капиталом обладает группа (чем выше для нее значение ИГК), тем выше ее гражданская ответственность (ИГО).

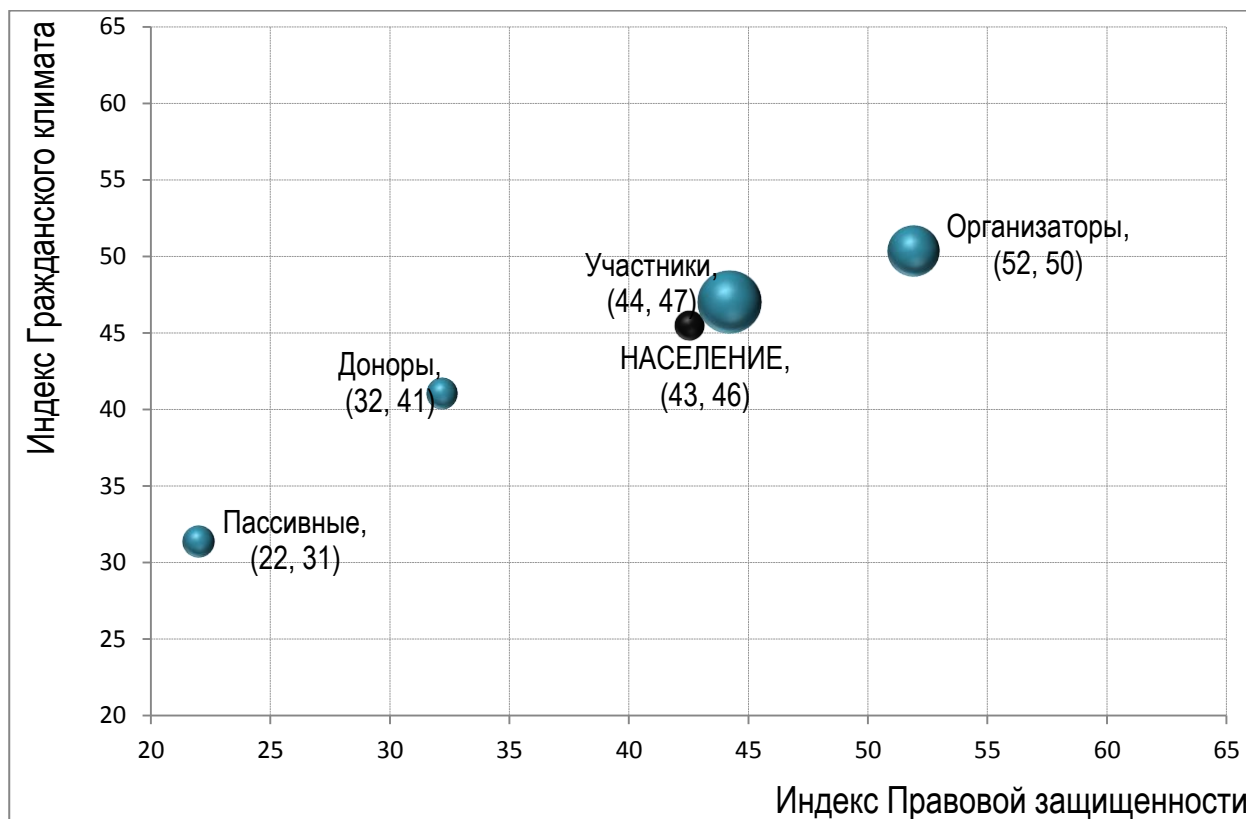


Рисунок 3.3. Ролевые группы в пространстве индексов гражданского климата и правовой защищенности

Как выясняется из *рисунка 3.3*, социальный капитал ролевых групп (ИГК) не очень сильно зависит от ощущения правовой защищенности (ИПЗ). Индекс гражданского климата у организаторов лишь на 3 балла превышает соответствующее значение среди участников, тогда как организаторы гораздо более уверены в своей правовой защищенности (ИПЗ=52), чем участники (ИПЗ=44).

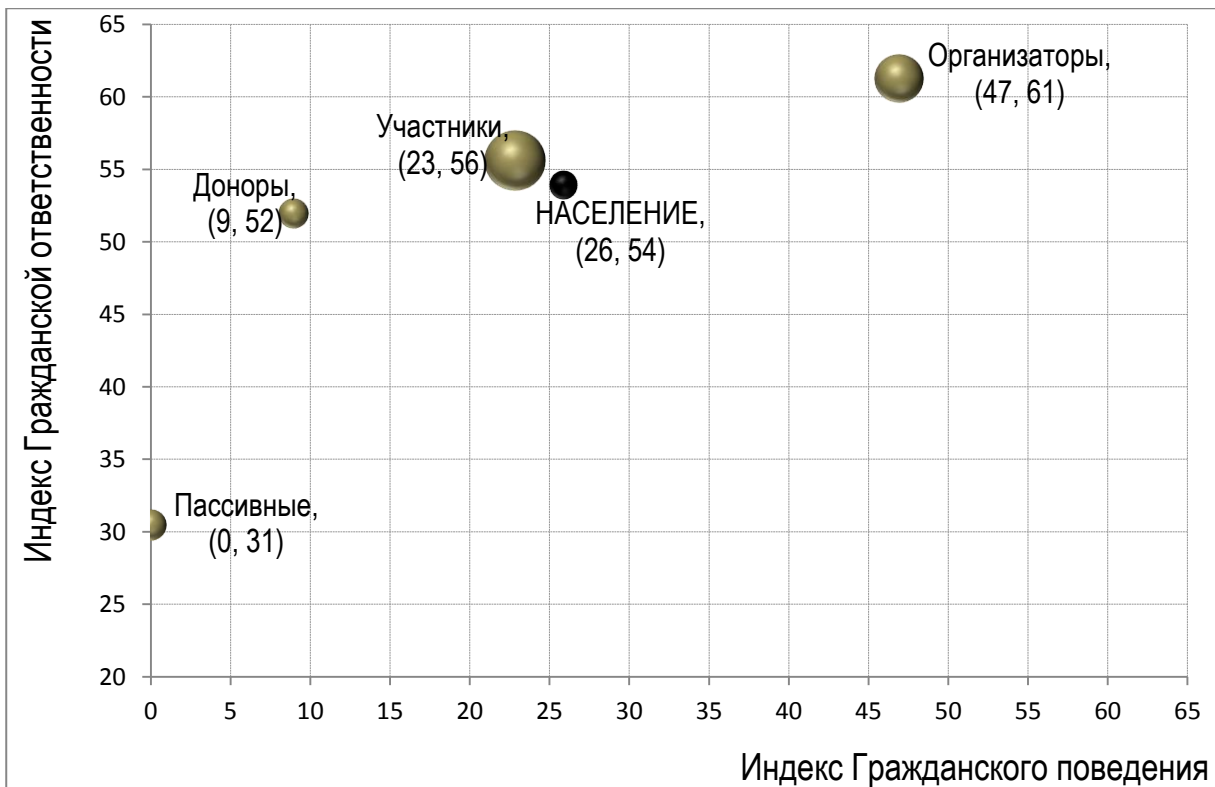


Рисунок 3.4. Рольевые группы в пространстве индексов гражданской ответственности и гражданского поведения

Пожалуй, сильнее всего организаторов на *рисунке 3.4* отличает от других рольевых групп высокая гражданская ответственность (ИГП=47) и высокая готовность к гражданскому участию (ИГП=61).

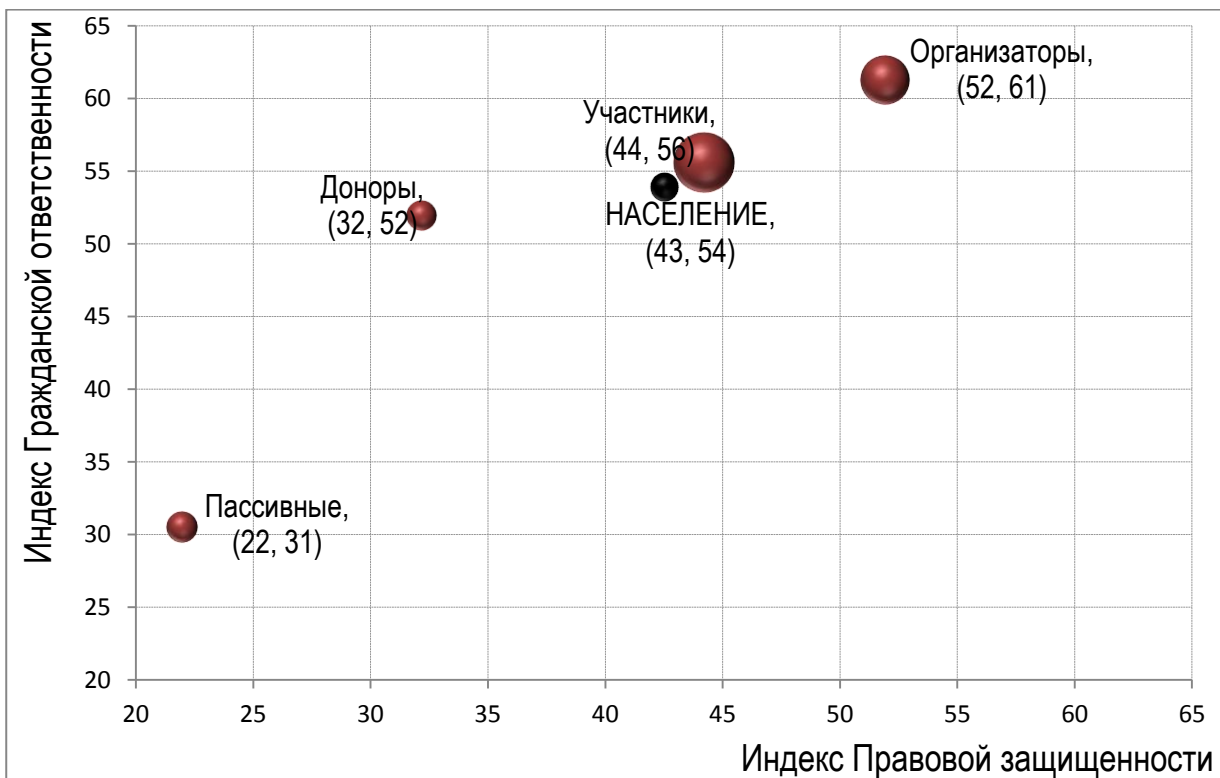


Рисунок 3.5. Рольевые группы в пространстве индексов гражданской ответственности и правовой защищенности

А вот в ощущении своей правовой защищенности между ролевыми группами фиксируются существенные различия (см. рис. 3.5).

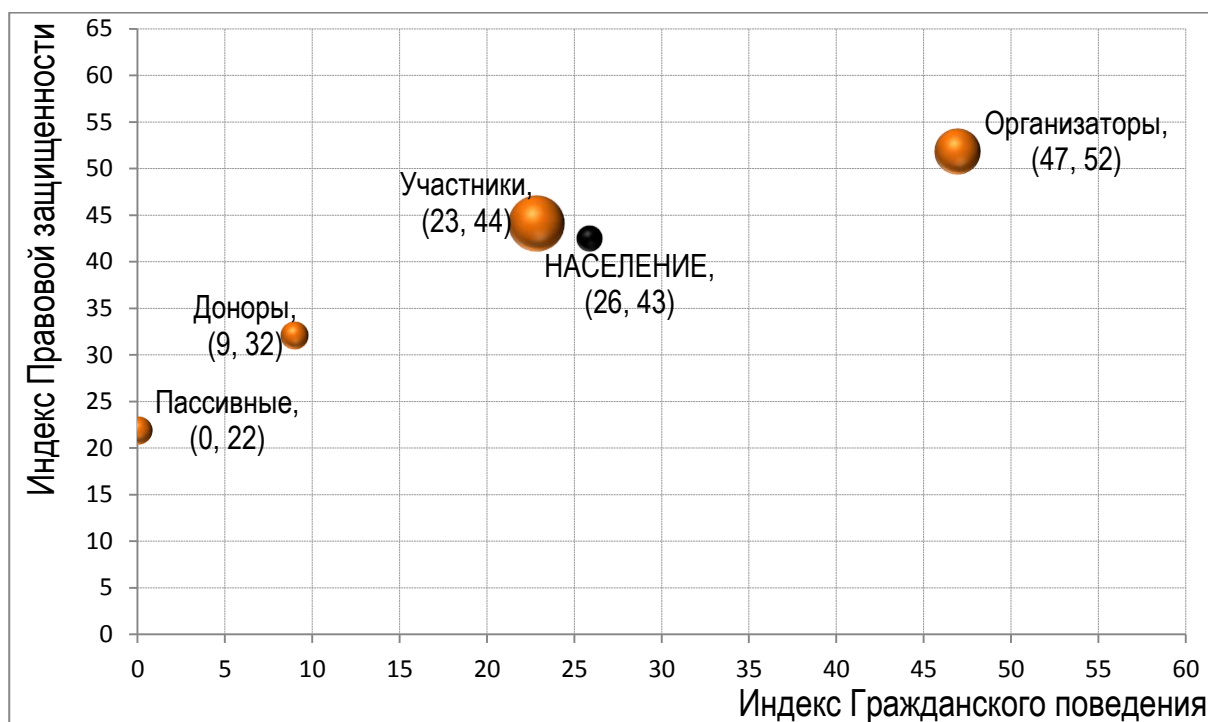


Рисунок 3.6. Ролевые группы в пространстве индексов правовой защищенности и гражданского поведения

На рисунке 3.6 хорошо видно, что установки жителей малых и средних российских городов на гражданское поведение слабо зависят от представлений о своей правовой защищенности.

Еще раз отметим особенности мировоззренческих ценностей и поведенческих установок у представителей рассматриваемых ролевых групп.

Во-первых, наблюдается резкий перепад значений любого из рассмотренных индексов между группой пассивных и другими ролевыми группами, что, скорее всего, свидетельствует о социальной депривации этой группы.

Во-вторых, следует обратить внимание не только на несомненное лидерство организаторов, но и на совершенно особую композицию значений их индексов, т.е. особую композицию у них мировоззренческих ценностей и поведенческих установок.

Организаторы не просто имеют самые высокие значения индексов; важно еще, что только у них значение *индекса правовой защищенности* выше значения *индекса гражданского климата*, т. е. правозащитный капитал выше капитала социального. Они гораздо более других уверены в своей правовой защищенности. Представители этой ролевой группы чаще других готовы брать на себя ответственность за происходящее и на ближней и на дальней социальной дистанции. Их социальный капитал выше, чем в других ролевых группах. Значение последнего (опять-таки в отличие от других групп) на три балла выше значения ИГП. Неудивительно, что они заметно инициативнее других респондентов – готовы брать на себя ответственность за организацию и проведение массовых акций.

Судя по всему, рассмотренные четыре индекса позволяют, как минимум, опознать, идентифицировать «культурный слой» (ценностную почву) российского добровольчества.

Казалось бы, полученные результаты противоречат широко распространённым представлениям о том, что в нашей стране гражданское общество не развито, что мы пассивны и озабочены лишь выживанием и/или потреблением.

Вместе с тем важно отметить, что в тестах на гражданское поведение, предложенных респондентам, моделировалась активность участников гражданского действия на достаточно близкой социальной дистанции. Иными словами, респонденты воспринимали тестовую ситуацию как *свою*, как проблему, возникшую в зоне *их собственной* ответственности. И, естественно, для этой «своей проблемы» они демонстрировали готовность искать решение, действовать в меру сил и возможностей. Иными словами, на ближней социальной дистанции респонденты демонстрируют готовность включаться в гражданские практики.

А если говорить о дальней дистанции, то там не все так однозначно. Не случайно, что на вопрос о доверии «людям вообще», как отмечалось выше, положительно ответили лишь 22% жителей малых и средних российских городов.

3.3. Конструктивные практики и мотивации гражданского участия

Напомним, что среди опрошенных нами в малых и средних российских городах, участвовали за последние год-два в каких либо гражданских акциях, действиях, практиках 40% респондентов. В широком смысле слова это добровольцы. Что касается правозащитников (6%), то они, естественно, включены в те же конструктивные практики, что и добровольцы. Правозащитники входят в состав добровольцев, являются его частью (а скорее всего, и элитой), сочетая и конструктивные, и правозащитные практики.

Действительно, приведенные выше значения ИГК, ИПЗ, ИГО и ИГП почти не различаются у правозащитников и у добровольцев, но при этом резко отличны от соответствующих значений для тех, кто не включен в разного рода гражданские акции. Учитывая, что в тестовых вопросах анкеты наборы гражданских практик у правозащитников и у добровольцев практически одни и те же, далее будем рассматривать два типа акторов гражданского участия – *добровольцы* и остальные лишь в особых ситуациях выделяя *правозащитников* в качестве особой подгруппы среди добровольцев.

В нашем проекте гражданское участие рассматривались через включенность жителей малых и средних городов в четыре вида социальных практик.

- *Политическая активность* заключается в том, чтобы участвовать в деятельности политических партий; собирать подписи в поддержку конкретного политика; быть наблюдателем на выборах; жертвовать деньги кандидатам / партиям; работать в участковой избирательной комиссии; участвовать в конструктивных политических демонстрациях, пикетах, митингах; участвовать в протестных политических акциях. Назовем добровольцев, включенных в эти практики **политическими активистами – ПА** (6% опрошенных).
- *Публичная неполитическая активность* предполагает участие в массовых неполитических практиках, в публичных слушаниях, дискуссиях, конференциях, подписание обращений, петиций в защиту общественных интересов. Назовем таких акторов **неполитическими активистами – НПА** (8%).
- *Популярные конструктивные инициативы* – это благотворительные акции (включая денежные пожертвования), массовые мероприятия (городские праздники, ликвидация последствий стихийных бедствий), компании донорства крови, субботники, мероприятия по благоустройству и т.п. Назовем участников популярных конструктивных инициатив **массовыми конструктивными активистами – МКА** (38%).

- *Индивидуальные конструктивные инициативы* состоят в наблюдении за порядком (народные дружины), уходе за животными (в приютах, охотничьих хозяйствах) и т. п. Назовем их участников **индивидуальными конструктивными активистами – ИКА** (3%).

Итак, эмпирически зафиксировано, что в малых и средних городах РФ действуют четыре типа акторов гражданского участия – ПА, НПА, МКА, ИКА, а элитой гражданского движения в городской российской провинции можно считать ПА.

Естественно предположить, что респонденты, включенные в какой-то конкретный вид добровольческих практик, могут быть участниками и других практик такого рода (см. *табл. 3.5*).

*Таблица 3.5
данные в % от групп*

Виды участия в социальных практиках

| | Все опрошенные | ПА | НПА | МКА | ИКА |
|---|----------------|-----|-----|-----|-----|
| Политические активисты (ПА) | 6 | 100 | 26 | 12 | 20 |
| Неполитические активисты (НПА) | 8 | 32 | 100 | 16 | 25 |
| Массовые конструктивные активисты (МКА) | 38 | 71 | 78 | 100 | 80 |
| Индивидуальные конструктивные активисты (ИКА) | 3 | 8 | 9 | 6 | 100 |

Как и следовало ожидать³¹, в малых и средних российских городах мейнстримом нынешнего гражданского участия является массовая конструктивная активность.

Отметим, что значения индексов гражданского участия (см. *табл. 3.6*) у активистов всех четырех типов заметно превышают соответствующие значения по всем опрошенным. В то же время эти индексы у активистов разных типов не очень сильно между собой различаются. Есть только два исключения. Индекс правовой защищенности (ИПР) и индекс гражданского поведения (ИГП) у неполитических активистов заметно выше, чем у других групп. Это является, скорее всего, следствием включенности данной группы в конструктивные публичные практики, а также эмпирического знания правил и практик конструктивного взаимодействия с вертикальными и горизонтальными контрагентами.

³¹ См.: Ресурсы российского добровольческого движения. Аналитический доклад по результатам исследований Фонда Общественное Мнение. 2012-2013 гг. М.: Общественная палата РФ, Фонд Общественное мнение, 2013.

Индексы гражданского участия в социальных практиках

| Индекс | Все опрошенные | Политич. Активисты (ПА) | Неполитич. Активисты (НПА) | Массовые конструктивные активисты (МКА) | Индивидуальные конструктивные активисты (ИКА) |
|-----------------------------------|----------------|-------------------------|----------------------------|---|---|
| Гражданского климата (ИГК) | 46 | 53 | 51 | 52 | 50 |
| Правовой защищенности (ИПЗ) | 43 | 53 | 59 | 52 | 52 |
| Гражданской ответственности (ИГО) | 54 | 64 | 65 | 63 | 63 |
| Гражданского поведения (ИГП) | 26 | 32 | 40 | 33 | 39 |

Обратим также внимание на высокое значение ИГП у индивидуальных конструктивных активистов, обусловленное, по всей видимости, индивидуальным характером (сильной личной мотивацией) их активизма.

Практически треть (32%) *массовых конструктивных активистов (МКА)* уверены, что у жителей их города есть каналы влияния на власти. По их мнению, наиболее эффективными средствами такого влияния являются коллективные письма, прямые обращения жителей в администрацию (30%), обращения в суд (26%) и обращения в региональные органы власти (12%). Обратим внимание на то, что чем больше социальная дистанция между адресатом и актором (агентом влияния), тем меньше число респондентов рассчитывают на конструктивный отклик.

Массовые конструктивные активисты (МКА) чаще других включены в общественные работы по месту жительства (59% против 22% по всем опрошенным), в благотворительные акции (52% против 19%), в проведение массовых мероприятий (16% против 6%) и в донорство крови (16% против 6%). Они в два раза чаще, чем остальные респонденты, участвуют в публичных слушаниях (5% против 2%) и подписывают петиции, обращения в защиту общественных интересов (8% против 4%). Примерно каждый десятый в группе МКА (12%) является и политическим активистом (ПА).

Каждый пятый в этой группе (21%) по своим ценностным ориентациям – альтруист. Отвечая на вопрос «*Что дает Вам участие в инициативной группе, общественной организации?*», такие люди говорят о возможности улучшить жизнь в своем городе, в стране, удовлетворении от оказания помощи другим, уважении окружающих. Примерно каждый четвертый из МКА (27%) рассчитывает на получение новых знаний, навыков, которые пригодятся в жизни, а 8% – на связи с влиятельными людьми и на приобретение опыта общественно-политической деятельности.

Второй по величине группой акторов гражданского участия являются в малых и средних российских городах *неполитические активисты (НПА)*. В эту категорию вошли 8% участников опроса. Каждый пятый из них (19%) включен в публичные неполитические акции (борьба против сноса детской площадки, уничтожения сквера, строительства автостоянки и т.п.).

Почти треть из них (30%) – регулярные участники публичных слушаний, 38% участвовали в публичных дискуссиях, 48% подписывали обращения, петиции в защиту общественных интересов.

Мотивы гражданского участия у НПА выглядят несколько иначе, чем у МКА. Четверо из каждых десяти в этой группе – рационалисты (получают от своей деятельности новые знания, полезные знакомства или интересную работу), а треть (34%) – альтруисты (уважение окружающих, возможность улучшить жизнь в городе, стране).

Добровольчество в малых и средних российских городах имеет по преимуществу женское лицо: среди ПА 67% женщин, среди НПА – 57%, в группе МКА – 61%, в числе ИКА – 65%.

В этой среде преобладают люди активного возраста: 52–53% не достигли еще 45 лет.

Почти каждый третий среди добровольцев (31%) и примерно четверо из каждых десяти правозащитников (41%) имеют высшее образование. Более того, и у родителей тех и других тоже часто есть высшее образование (37% и 40%, соответственно).

Личный доход активистов за месяц, предшествовавший опросу, превышал средний доход по всем респондентам. Без малого четверть добровольцев (23%) решили все свои бытовые проблемы, кроме покупки автомобиля, еще 10% успели обзавестись автомобилем. 61% добровольцев называют себя людьми среднего достатка, 10% – состоятельными людьми.

3.4. Выводы

- ✦ Результаты проведенного исследования свидетельствуют, что сегодня в городской провинции акторы гражданского участия рекрутируются преимущественно из представителей массовых элитных групп.
- ✦ Не исключено, что именно в этом социуме сохраняются и воспроизводятся социокультурные основания потенциала гражданского участия. Естественно, эта гипотеза требует дополнительной эмпирической и методологической верификации. Но и на данном этапе исследования удалось зафиксировать заметное превышение мировоззренческих и поведенческих индексов гражданского участия социума малых и средних городов по сравнению со средними значениями этих показателей по стране в целом.
- ✦ Исследование не зафиксировало каких-либо практик политической протестной активности в малых и средних городах, в то время как практики конструктивной деятельности занимают определенное место в структуре гражданского участия жителей городской российской провинции.
- ✦ Авангардом среди участников конструктивных публичных практик являются правозащитники, чья численность составляет 6% по выборке. Правозащитники являются так называемой «опережающей группой» (иначе говоря, элитой) в среде добровольцев. Они в своей публичной деятельности отличаются эмпирическим знанием правил и практик конструктивного взаимодействия и с вертикальными, и с горизонтальными контрагентами.

- Приведенные выше значения индексов участия в социальных практиках (ИГК, ИПЗ, ИГО и ИГП) почти не различаются у правозащитников и у добровольцев в целом. В свою очередь значения этих индексов в указанных группах резко превышают соответствующие показатели для тех жителей малых и средних городов России, которые в гражданское участие не вовлечены.

Глава 4. Масштабы и потенциал участия граждан в городских делах

4.1. Масштабы участия жителей в общегородских делах

Исследование Фонда «Общественное мнение» показывает, что в целом около 40% жителей средних и малых городов участвуют в общегородских делах более или менее регулярно. Реже других – жители городов с населением от 100 до 250 тыс. чел., а чаще – жители средних городов (от 50 до 100 тыс. чел. – 44%) (см. табл. 4.1).

Таблица 4.1
данные в % от групп

Доли участвующих в общественных делах в населённых пунктах разного типа

| | Все опрошенные | Тип населенного пункта | | | |
|------------------------------------|----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 27 | 21 | 39 | 13 |
| Участвовал(-а) в каких-либо делах | 40 | 34 | 44 | 42 | 40 |
| Не участвовал(-а) ни в каких делах | 59 | 65 | 55 | 57 | 59 |
| Затрудняюсь ответить | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |

Для того чтобы понять контекст организованного и неорганизованного участия в общественных делах, выявить конкретные формы деятельности, региональную специфику, мотивы участия и трудности, мы провели фокус-группы в пяти средних городах. В каждом городе в дискуссиях принимали участие две группы граждан: первые – те, кто включается в общественные дела, когда возникает общая для многих проблема, часто требующая оперативного решения, эта деятельность в большинстве случаев не институциональна, ее необходимость вызвана конкретной, чаще всего конфликтной локальной ситуацией; вторые – это те, кто более или менее регулярно участвует в работе общественных организаций. Мы назвали их соответственно «активистами» и «добровольцами», но это деление условно, потому что многие члены общественных организаций участвуют и в массовых общественных делах, а зачастую в акциях общественных организаций участвуют активные граждане – не члены этих организаций.

4.2. Общественно-полезные дела с массовым участием вне рамок общественных организаций

Горожанам был задан вопрос: «Скажите, пожалуйста, в каких из перечисленных общественных дел Вы добровольно и бесплатно участвовали за последние год-два?» В перечень ответов были включены виды деятельности, которые мы разделили на две группы³²: общественно-полезные дела, предполагающие коллективное, массовое участие и общественно-полезные дела, в которых возможно индивидуальное участие.

В первую группу мы включили проведение массовых мероприятий (олимпиады, универсиады, городские праздники и т. п.); публичные акции по поводу важных не политических про-

³²Заметим, что во второй главе группировка добровольческих практик была несколько иной, ибо формировалась на основе результатов факторного анализа (метод главных компонент).

блем (например, снос детского сада, строительство автостоянки и т. п.; ликвидация последствий стихийных бедствий (наводнения, пожары и т. п.); поиск людей, работа поисковых групп на полях прошлых сражений; наблюдение за порядком (народные дружины и т. п.); публичные слушания; общественные работы по месту жительства (субботники, мероприятия по благоустройству дома, собрания жильцов и т. п.); публичные дискуссии, конференции, семинары, в том числе в интернете.

Во вторую группу мы включили благотворительные акции (включая денежные пожертвования нуждающимся), донорство крови, уход за животными в приютах, охотничьих хозяйствах, подпись обращений, петиций в защиту общественных интересов.

Оба вида общественной деятельности возможны как в рамках какой-то организации, так и вне организации.

Самые массовые дела – общественные работы по месту жительства: в субботниках, работах по благоустройству дома участвуют 24% жителей средних городов.

В благотворительных акциях участвовали 21% жителей средних городов. Эта доля оказалась ниже в городах покрупнее, а выше – в посёлках городского типа. Это не подтверждает распространённого представления о посёлках как о депрессивных местах проживания. Возможно, жители посёлков, отвечая на этот вопрос, имели в виду внутрисемейные денежные трансферты и передачу ненужных вещей в нуждающиеся семьи.

В каждом из остальных видов общественных дел участвуют не больше десятой доли респондентов (см. табл. 4.2).

Таблица 4.2
данные в % от групп

Участие в общественных делах в разных типах населённых пунктов
(любое число ответов)

| | Все опрошенные | Тип населенного пункта | | | |
|--|----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----------|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | <i>100</i> | <i>27</i> | <i>21</i> | <i>39</i> | <i>13</i> |
| Общественные работы по месту жительства (субботники, мероприятия по благоустройству дома, собрания жильцов и т.п.) | 22 | <u>16</u> | 24 | 24 | 24 |
| Благотворительные акции (включая денежные пожертвования нуждающимся) | 19 | 15 | 21 | 20 | 23 |
| Проведение массовых мероприятий (олимпиады, универсиады, городские праздники и т.п.) | 6 | 6 | 7 | 6 | 4 |
| Донорство крови | 6 | 5 | 9 | 6 | 3 |
| Подпись обращений, петиций в защиту общественных интересов | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| Ликвидация последствий стихийных бедствий (наводнения, пожары и т.п.) | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 |

| | Все опрошенные | Тип населенного пункта | | | |
|---|----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----------|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | <i>100</i> | <i>27</i> | <i>21</i> | <i>39</i> | <i>13</i> |
| Публичные дискуссии, конференции, семинары, в том числе в интернете | 3 | 5 | 3 | 2 | 1 |
| Публичные слушания | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| Уход за животными в приютах, охотничьих хозяйствах | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 |
| Публичные акции по поводу важных не политических проблем (например, снос детского сада, строительство автостоянки и т.п.) | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 |
| Наблюдение за порядком (народные дружины и т.д.) | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Поиск людей, работа поисковых групп на полях прошлых сражений | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| Всё перечисленное | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ничего из перечисленного | 59 | 65 | 55 | 57 | 59 |
| Затрудняюсь ответить | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |

Во всех перечисленных общественных делах граждане могут участвовать и просто как граждане, жители, и как члены общественных организаций.

4.3. Участие в общественной деятельности в рамках общественных организаций

Членов общественных организаций существенно меньше, чем тех, кто так или иначе участвовал в общественных делах. Доля горожан, которые являются членами общественных организаций, инициативных групп в средних городах такая же, как и в более крупных и меньших по численности городах: 5% сами являются членами каких-либо организаций и у 8% есть такие знакомые (см. табл. 4.3).

Таблица 4.3
данные в % от групп

Участие в общественных организациях

| | Все опрошенные | Тип населенного пункта | | | |
|--|----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 27 | 21 | 39 | 13 |
| <i>Вы сами или ваши знакомые являетесь членами общественных организаций, инициативных групп?</i> | | | | | |
| Я сам(-а) являюсь членом таких организаций | 5 | 5 | 5 | 7 | 1 |
| Я сам(-а) не являюсь членом таких организаций, но есть такие знакомые | 8 | 8 | 8 | 8 | 11 |
| Ни я, ни мои знакомые не являются членами таких организаций | 83 | 83 | 86 | 81 | 85 |
| Затрудняюсь ответить | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 |

Организованную (институциональную) общественную деятельность мы разделили на пять видов и спросили у горожан, участвуют ли они в них.

1. Инициативные группы, организации или объединения помощи и самопомощи (ветеранские, благотворительные сообщества и организации). В них участвуют 9–11% горожан, и значимой разницы в населенных пунктах разного типа не обнаружено.

2. Органы жилищного самоуправления и защиты коллективных интересов жителей. В таких объединениях ненамного, но чаще участвуют жители средних городов (от 100 тыс. до 50 тыс. жителей) – 14%. В относительно больших (с населением от 100 до 250 тыс.) и в малых (менее 50 тыс.) городах таких по 11%, а в ПГТ – 10%. Чаще других жители средних городов отмечают такие формы участия, как товарищества собственников жилья (6%) и инициативные группы по обустройству территории (5%).

3. Профессиональные ассоциации (в том числе профсоюзы). В их деятельности участвуют 7% – жителей больших городов, 9% – средних, 8% – малых и 6% жителей посёлков.

4. Общества по защите гражданских и политических прав. В них участвуют не более 1–3% опрошенных.

5. Инициативные группы, организации или объединения по интересам (краеведческие, культурные, досуговые). Здесь также несколько больше участников среди жителей средних городов (14%). В больших городах – 8%, в малых – 13%, в посёлках – 5%.

Таким образом, масштабы организованного участия в общественных делах различаются в городах с разным числом жителей незначительно. Можно лишь отметить несколько более активное участие жителей средних городов в органах жилищного самоуправления и защиты коллективных интересов жителей и в организациях, объединениях по интересам.

Деятельность в рамках общественных организаций имеет следующие особенности:

- организация зарегистрирована, имеет формальный статус,

- деятельность имеет регулярный характер,
- деятельность направлена на конкретную сферу общественных проблем.

Организованную (институциональную) деятельность ведут в основном молодёжные организации. Они могут иметь совершенно различную направленность: от досуговой до охраны общественного порядка. Часто такие организации возникают на базе школ или университетов, иногда они организуются (или частично спонсируются) политическими партиями, реже учредителями являются инициативные группы молодежи.

Есть такой скаут «Сайгак» – он организует походы. Мы ходили на гору Уши, много раз ездили в лагерь «Солнечный». В прошлом году ездили в Пермь на общий слет скаутов. Там собирались скауты со всего мира, даже с Германии были, то есть было общественное мероприятие, где мы все вместе делали, участвовали во всем, ходили в походы. (ж., ДФГ, Камышин, активисты)

Я в институте возглавляю студенческую службу безопасности «Форпост». Мы не воспитываем ни в коем случае каких-то «рембо» или еще кого-то – мы воспитываем личностей. Также обеспечиваем порядок на улицах нашего города, района. Выезжаем с сотрудниками полиции, сотрудниками других отделов. Выезжаем, помогаем, обеспечиваем безопасность. (м., ДФГ, Зеленодольск, добровольцы)

Представители самой старшей возрастной группы (пенсионеры) в основном включены в досуговые организации пожилых людей, где их обучают творчеству, устраивают для них концерты и т. п.

Из местной газеты узнал, что существует «Школа третьего возраста». Это организация при отделе социального обеспечения, которая занимается досугом пенсионеров. Люди по интересам собираются (различные направления: рукоделие, фото, кино, литература, кукольный театр), помогают окружающим, друг другу, шефствуют над детскими садиками, над школами, занимаются общественной деятельностью. (м., ДФГ, Гатчина, добровольцы)

После выхода на пенсию я стала работать в кружках на базе школы-интерната г. Гатчина от центра дополнительного образования. Учила детей шить, вышивать, вязать, строгать. Сейчас я хожу в хор, уже 15 лет здесь, в Гатчине. Этот хор у нас академический, ветеранов войны и труда, «Оптимист», при доме культуры. На сцене я с 45 года, давно. Так что везде приходилось активно участвовать в жизни. (ж., ДФГ, Гатчина, активисты)

Общества помощи (ветеранам, инвалидам и т. п.) обычно узкоспециализированы не только по категории граждан, на которых распространяется деятельность организации, но и по типу деятельности. Ветеранские организации, помимо помощи инвалидам, занимаются работой по сохранению памяти о героях.

Мы прошли Афган. Мы с 1989 года в этой системе. У нас не вернулось с Афганской войны 17 человек, и не вернулось с Чеченской войны 15 человек. Это все камышане. Кто-то служил со мной в это время и поймал пулю, которая была предназначена для меня. Это во-первых. Они были моими сослуживцами, прикрывали мою спину или чью-то. Возникла идея увековечить память. Надо показать нынешней молодежи, что есть еще патриотизм в нашей стране, есть любовь к Отечеству. (м., ДФГ, Камышин, добровольцы)

Существуют общества, которые занимаются историей, возрождением традиций малых городов, отдадут дань памяти погибшим в сражениях землякам.

Я являюсь членом Калининградского и Черняховского краеведческих клубов. Кроме этого, я являюсь директором краеведческого молодёжного аналитического центра по изучению малых населённых пунктов. (м., ДФГ, Черняховск, добровольцы)

Вот мы задались целью – поставить памятник нашим пацанам погибшим, тем, кто в районе нашем... Мы цель поставили – памятник стоит. Сами на постамент этот памятник тащили. Хоть бы кто-то подошел, спросил. Даже глава города не подошел. В его городе ставят

памятник – хоть бы приехал. Район не выделил денег даже на венки! (м., ДФГ, Камышин, добровольцы)

Организации, занимающиеся юридической помощью, возникают на базе существующих коммерческих организаций (или частной практики) или юридических кафедр университетов и направлены на решение проблем граждан, не имеющих возможности обратиться за платной юридической консультацией.

Мы оказываем бесплатную юридическую помощь незащищенным слоям населения. В институте у нас действует «Юридическая клиника», которую я возглавляю. Под моим руководством силами студентов юридического факультета и юридического колледжа мы оказываем населению бесплатно юридическую помощь, помогаем в подготовке документов, жалоб, обращений в органы государственной и судебной власти. (м., ДФГ, Зеленодольск, добровольцы)

Мы работаем с жалобами нашими Зеленодольскими, с которыми к нам обращаются Зеленодольцы. Жалобы все личные, все какое-то семейное. Мы, естественно, им предоставляем адвокатов, мы предоставляем им юристов, которые у нас в Казани существуют. (м., ДФГ, Зеленодольск, активисты)

4.4. Помогающее поведение

Помогающим поведением мы называем нерегулярные и неформализованные (вне каких-либо внешних организационных рамок) действия на благо других людей, как правило, это личные контакты, не предусматривающие вознаграждения. Принято различать помогающее и альтруистическое поведение. Последнее отличается от помогающего отсутствием иных целей, кроме блага других людей. Мотивами же помогающего поведения могут быть и чувство долга, и моральные обязательства или благодарность, или расчет на взаимность.

Большинство жителей средних и малых городов за последний год помогали кому-либо безвозмездно (72%), не помогали 26%, и 2% затруднились ответить на этот вопрос.

Помогают другим чаще люди, обладающие социальными и материальными ресурсами. Помогающих больше, чем в среднем, среди:

- жителей средних (в нашей выборке) городов (от 100 тыс. до 50 тыс. жителей) – 78%;
- представителей младшей – средней возрастной группы (31–45 лет) – 78%;
- людей с высшим образованием – 83%;
- сравнительно более состоятельных (средний доход помогавших – 17196 руб., не помогавших – 13 046 руб.).

Все признаки, характеризующие вовлеченность в общественные дела и установки³³ на гражданское участие, оказались прямо связанными с помогающим поведением. Чаще, чем в среднем, и чаще своих антиподов помогали другим те, кто:

- чувствует ответственность за то, что происходит в своём доме, во дворе, по сравнению с теми, кто не чувствует такой ответственности (77% и 54% соответственно);
- чувствует ответственность за то, что происходит в городе, по сравнению с теми, кто не чувствует такой ответственности (81% и 62% соответственно);

³³ См. индексы ИГК, ИГП – в главе 2.

- чувствует ответственность за то, что происходит в стране, по сравнению с теми, кто не чувствует такой ответственности (81% и 66% соответственно);
- уверен в том, что большинство людей в нашей стране могут отстаивать свои права, по сравнению с теми, кто полагает, что не могут (77% и 70% соответственно);
- полагает, что люди из личного окружения могут отстаивать свои права, по сравнению с теми, кто полагает, что не могут (80% и 67% соответственно);
- причисляет себя к людям, готовым объединяться с другими людьми, для того чтобы отстаивать свои права, по сравнению с теми, кто не готов к такому объединению (82% и 58% соответственно);
- причисляет себя к людям, готовым объединяться с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают, по сравнению с теми, кто не готов к такому объединению (83% и 57% соответственно);
- доверяет большинству людей, по сравнению с теми, кто не доверяет (79% и 70% соответственно);
- доверяет окружающим, по сравнению с теми, кто не доверяет (76% и 67% соответственно);
- добровольно участвовал в каких-либо общественных делах, по сравнению с теми, кто не участвовал (89% и 61% соответственно);
- сам является членом каких-либо общественных организаций либо имеет таких знакомых, по сравнению с теми, кто не является членом общественных организаций и не имеет таких знакомых (94%, 83% и 70% соответственно);
- готов объединяться с другими, для того чтобы решать общегородские проблемы, по сравнению с не готовыми (77% и 70% соответственно).

Адресаты помощи – в основном из ближнего круга, родственники и друзья. Однако и незнакомым людям помогал каждый четвертый опрошенный. Помогать другим, и прежде всего людям из ближнего круга – норма, которой придерживается большинство. Поэтому скорее важно, кто, какие люди оказывают такую помощь реже других.

В целом в наименьшей степени включены в практики помогающего поведения жители посёлков городского типа. Различаются между собой по интенсивности помощи разным адресатам и жители разных по размеру городов. В нашей выборке родственникам чаще других помогают жители городов с населением от 100 до 250 тыс. человек и посёлков городского типа. А реже – жители средних (от 50 до 100 тыс.) и малых (менее 50 тыс.) городов. Дружеские связи выглядят более тесными у жителей крупных и малых городов. Соседская взаимопомощь (что ожидаемо) слабее в крупных городах. А незнакомым людям чаще помогают те, кто живёт в средних городах (см. *табл. 4.4*).

Таблица 4.4
данные в % от групп

Помогающее поведение в разных типах населенных пунктов

| | Все опрошен-ные | Тип населенного пункта | | | |
|--|-----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----------|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 27 | 21 | 39 | 13 |
| Родственники | 48 | 44 | 49 | 50 | 44 |
| Друзья | 37 | 38 | 35 | 39 | <u>30</u> |
| Незнакомые люди | 25 | 25 | 30 | 24 | 22 |
| Соседи | 23 | <u>16</u> | 27 | 26 | 20 |
| Знакомые | 20 | 18 | 16 | 23 | 18 |
| Коллеги, сослуживцы, со-ученики | 14 | 14 | 13 | 15 | <u>8</u> |
| Прихожане моей церкви, члены религиозной общи-ны | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| Участники моей досуго-вой группы, общественной организации | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Участники интернет-сообщества | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

4.5. Потенциал участия горожан в общественно-полезных делах

Горожане, участвовавшие в исследовании, отвечали на вопрос: «На Ваш взгляд, какие из перечисленных проблем нашего города могли бы полностью или частично решить общественные организации, инициативные группы граждан?» Отметили те или иные проблемы в предложенном списке больше половины опрошенных. Сказали, что ни одну из перечисленных проблем общественники решить не могут, 31% респондентов.

Чаще всего опрошенные полагают, что граждане, организовавшись, могли бы участвовать в регулировании цен на услуги ЖКХ, в улучшении состояния жилищно-коммунального хозяйства, в улучшении экологической ситуации, состоянии дорог, помочь преодолеть алкоголизм, наркоманию (см. табл. 4.5).

Таблица 4.5
данные в % от групп

| | Все опрошенные | Тип населенного пункта | | | |
|---|----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----------|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 27 | 21 | 39 | 13 |
| <i>На Ваш взгляд, какие из перечисленных проблем вашего города могли бы полностью или частично решить общественные организации, инициативные группы граждан? (Карточка, любое число ответов.)</i> | | | | | |
| Высокие цены на услуги ЖКХ | 22 | 20 | 26 | 20 | 21 |
| Неудовлетворительное состояние жилищно-коммунального хозяйства | 20 | <u>14</u> | 22 | 22 | 24 |
| Экологическая ситуация, состояние окружающей среды | 20 | 18 | 18 | 23 | 19 |
| Алкоголизм | 19 | 17 | 20 | 19 | 19 |
| Состояние дорог, ситуация на дорогах | 19 | 19 | 21 | 17 | 19 |
| Наркомания | 17 | 16 | 18 | 18 | 18 |
| Качество социального обеспечения, социальной защиты населения | 15 | 11 | 15 | 17 | 16 |
| Низкий уровень зарплат | 12 | 10 | 13 | 15 | 8 |
| Преступность | 12 | 11 | 12 | 12 | 12 |
| Рост цен на товары и услуги | 12 | 10 | 11 | 14 | 9 |
| Ситуация в сфере здравоохранения | 12 | 11 | 14 | 12 | 13 |
| Ситуация с приезжими, мигрантами, конфликты на межнациональной почве | 11 | 12 | 11 | 10 | 10 |
| Ситуация в сфере образования | 10 | 9 | 10 | 9 | 11 |
| Ситуация с занятостью населения, с безработицей | 10 | 9 | 7 | 12 | 8 |
| Коррупция, взяточничество в органах власти | 9 | 9 | 11 | 9 | 6 |
| Низкий уровень пенсий, стипендий, пособий | 9 | 10 | 9 | 10 | 7 |
| Коррупция, взяточничество в правоохранительных органах, в судебной системе | 7 | 8 | 8 | 6 | 6 |
| Недоступность, дороговизна жилья | 7 | 8 | 7 | 8 | 6 |
| Положение дел в сельском хозяйстве | 6 | 5 | 5 | 7 | 3 |
| Положение дел в сфере промышленного производства | 5 | 5 | 4 | 6 | 2 |
| Ни одну из перечисленных | 31 | 36 | 31 | 29 | <u>26</u> |

Конечно, эти ответы неявно содержат другой компонент, не относящийся напрямую к возможностям инициативных горожан и общественных организаций. Это признание наличия тех или иных проблем безотносительно к оценке потенциала общественного участия в их решении. Тем не менее, если учесть, что участвовали в общественных делах в целом около 40% опрошенных, оценки возможностей участия не выглядят слишком преувеличенными.

Материалы фокус-групп подтверждают, что, когда проблемы обостряются, граждане действительно вмешиваются в ситуацию.

Чаще всего, столкнувшись с дороговизной услуг ЖКХ и его неудовлетворительным состоянием, люди либо предпринимали попытки контролировать ценообразование (как правило, с привлечением специалистов, помогающих провести экспертизу стоимости услуг), либо прямо включались в работу этих служб.

Респонденты часто отмечают проблемы с управляющими компаниями – неисполнение ими своих обязанностей, перерасход средств, невнятная отчетность, аварийное состояние жилья и т. п.

Когда я вышла на пенсию, я стала посещать собрания в доме, которые организовывала УК. Вот когда УК взяла наш дом на обслуживание, тогда они развили такую деятельность! Столько работ проводили! И все, конечно, радовались этому: то крыша, то козырьки, то отмостки делают. А потом, когда они начали вывешивать свои отчеты, а он такой формы, что и бухгалтер не разберется, – приходная часть, расходная часть. И внизу приписки – выполнена такая-то работа на такую сумму, еще такая работа на такую сумму. Меня цены смутили, я стала подозревать, что там приписки. В подъезде два стекла заменили, а около 4 тысяч списали со счета нашего дома. И это по ценам 10-го года! С тех времен я стала замечать: а почему столько денег списывается? Это и подтолкнуло... А потом я обратилась в общественную организацию «Анастасия», и с их помощью мы начали заставлять УК выкладывать информацию на сайте по 731-му постановлению. (ж., ДФГ, Черняховск, активисты)

Граждане сами берутся устранять недочеты в работе жилищно-коммунальных служб, когда ситуация становится нетерпимой, когда службы не реагируют на обращения и жалобы.

Мы организовали субботник по подрезке деревьев на Зеленой улице, которые выросли слишком высоко и задевали проходящие электрические провода. Это было нарушение техники безопасности, я сам все организовал, этот субботник по вырезке деревьев. Еще на нашей улице Зеленая постоянно напряжение падает, холодильники и другая бытовая техника из строя выходит. Я с соседом, который ездит на УАЗике электросетей, организовал это дело, мы с ним вдвоем сменили кабель. Сейчас все нормально. (ж., ДФГ, Зеленодольск, активисты)

Мы проходили мимо «Пальмиры» – и бабушка там упала, ударилась головой и впала в кому. Скользкая дорога, мы не знали, что делать, и после этого у меня загорелось. Мы сделали проект и пошли собирать песок по городу Ангарску и засыпать все дороги, ходили в ЖКХ, разбирались, что и почему. На «Пальмире» очень большая проходимость народа, это самый центр, и там ничего не предпринимали, и нас это зацепило. В итоге все равно ничего там не сделали. Мы каждую неделю ходили и сыпали песок. (ж., Ангарск, активисты)

В некоторых случаях решение конкретной проблемы перерастает в более регулярную деятельность, которая часто носит сезонный характер: посадка цветов или проведение субботников весной, уборка мусора в парках летом.

Вообще субботники должен председатель проводить, но у нас председатель насчет этого дела не ахти. Ну а у меня в этом деле строго. Я считаю, что если мы живем в этом доме, значит, должна быть чистота. Значит, надо все убрать: сами нагадили – сами и убираем. (ж., Гатчина, активисты)

Едем в Щербатовский парк. У меня в машине всегда рулон мусорных мешков. Приехали мы праздник весенний справлять. 8 мешков мусора собрали! Нам не до праздника было. Ездим

каждый день на родник – там купаемся. Я его три года приводил в порядок, чтобы людям дать понять, куда мусор надо класть. Даже место для мусора обозначил, чтобы я его не лазил, не собирал, чтобы я его отсюда взял и вывез. Только сейчас стало немного почище. (м., ДФГ, Камышин, добровольцы)

4.6. Выводы

- ◆ Неинституциональное гражданское участие гораздо масштабнее институционального, существующего в рамках деятельности общественных организаций. Но между ними нет социальной границы: часто ситуативные активисты постепенно включаются в регулярную деятельность, становятся помощниками общественных организаций и / или их членами. Точно так же добровольцы, члены или регулярные помощники общественных организаций включаются в массовую деятельность по решению какой-то проблемы, актуальной для многих горожан.
- ◆ Потенциал гражданского участия выше, чем участие актуальное. Последнее часто стимулируется недостатками работы городских служб, особенно в сфере жилищно-коммунального хозяйства. Это участие – вынужденное, оно вызвано недовольством работой городских властей, но вместе с тем формирует ощущение ответственности за положение дел в городе, местный патриотизм и повышает самооценку.
- ◆ Масштабы институционального и неинституционального гражданского участия в городах разного типа не слишком сильно различаются. Есть слабое отличие городов с населением от 100 до 50 тыс. человек: по некоторым видам участия их жители демонстрируют большую активность. Но вряд ли эти различия можно считать достоверными. Возможно, есть отличия, которые определяются не столько размером города, сколько другими его особенностями и, соответственно, социальными ресурсами жителей.
- ◆ В отношении помогающего поведения можно зафиксировать ту же тенденцию, которая фиксируется в отношении других видов гражданского участия: чем выше ресурсный потенциал индивидов, тем чаще они демонстрируют помогающее поведение. Помимо ресурсов, существует еще целый ряд социально-психологических факторов помогающего поведения. Это весь комплекс признаков, характеризующих установки на социальное участие (доверие, принятие ответственности, готовность объединяться с другими и пр.). В свою очередь помогающее поведение становится питательной средой для участия в общественных делах, выходящих за рамки потребностей непосредственного окружения.
- ◆ Рассмотрение помогающего поведения как базового, укоренённого в обычаях признака социальности позволяет предположить, что распад социальной ткани наиболее заметен в поселках городского типа. Исследователи, анализирующие феномен этих поселений, отмечают, что причины такого распада – совпадение двух негативных тенденций: 1 – разрушения традиционных норм, поскольку жители таких посёлков, как правило, приезжие из окрестных сёл, отказались от сель-

ского уклада (например, от работы по заготовке продуктов на зиму), от интенсивного общения с родственниками и не приобрели навыков поддержки выбираемого общения (с друзьями); 2 – упадок, а то и полная остановка «посёлкообразующих предприятий», которые не только давали заработок, но и организовывали внерабочее время и общение жителей между собой, привела к разрушению связей с коллегами, а отсутствие «заботы» со стороны предприятия – к полному распаду жизненного мира посёлка³⁴.

³⁴ Димке. Д., Корюхина И. Посёлок городского типа: временные ритмы деурбанизированного общества // Социология власти. Сообщества и город. №3. 2013 – М.: РАНХиГС. С. 73–93.

Глава 5. Взаимодействие горожан с властями: компетентное участие и проблема посредников

В общегородских делах участвует довольно большая доля высокоресурсных групп горожан – образованные, состоятельные, сравнительно молодые. Эти дела связаны в основном с благоустройством города и помощью нуждающимся, что входит в обязанности органов местного самоуправления³⁵.

В ст. 3 ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» прописаны права граждан на участие в местном самоуправлении. Формы такого участия: муниципальные выборы, публичные слушания, правотворческие инициативы, обращения и др. В соответствии с этим законом общественные, некоммерческие организации не являются ни элементами системы муниципального управления, ни формами участия населения в местном самоуправлении. Вместе с тем, организованная общественность не только претендует на роль в решении вопросов местного значения, но и активно выполняет ее. На эту проблему первой обратила внимание И.В. Мерсиянова³⁶. По результатам опроса руководителей НКО и должностных лиц органов местного самоуправления И. Мерсиянова и её коллеги сделали вывод, что муниципальные чиновники видят целесообразность участия негосударственных некоммерческих организаций в решении большинства вопросов местного значения и чаще всего – на городских территориях. Должностные лица органов местного самоуправления и муниципальные служащие приписывают НКО роль помощников, посредников в отношениях с населением, оппонентов, партнёров. Согласно данным опроса руководителей НКО, три четверти российских негосударственных некоммерческих организаций взаимодействуют в тех или иных формах с органами местного самоуправления.

Таким образом, между государственными и муниципальными органами, с одной стороны, и гражданскими активистами, общественниками, добровольцами – с другой, существует взаимная заинтересованность в сотрудничестве. Однако на пути этого сотрудничества есть немало барьеров³⁷.

Обсуждение этой темы с активистами (горожанами, эпизодически участвующими в решении городских проблем) и добровольцами (членами общественных организаций и добровольными помощниками, регулярно участвующими в их деятельности) неизменно показывает, что существует системная проблема взаимодействия общественников с органами государственной и муниципальной власти.

Судя по материалам многочисленных исследований, недовольство общественников чаще всего вызывает стремление властей регламентировать их деятельность в соответствии с собственной системой правил регистрации членства, отчетности, регламентации деятельности³⁸. Эту проблему А. Московская и её коллеги формулируют как трудности встраивания в институциональную среду, предназначенную для бюджетных учреждений, работающих в высоко регламентированных сферах деятельности³⁹. Упоминание проблем, связанных с радикальным различием правил функционирования общественной организации и бюрократизирован-

³⁵ Федеральный закон Российской Федерации от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

³⁶ Мерсиянова И. В. Коммуникативное пространство органов власти и общественности на муниципальном уровне // Вопросы государственного и муниципального управления. 2008. № 3. С. 197–211.

³⁷ Ресурсы добровольческого движения. Аналитический доклад по результатам исследований Фонда «Общественное мнение» 2012–2013 гг. – М., ФОМ, 2013. С. 53–54.

³⁸ Ресурсы добровольческого движения. Аналитический доклад по результатам исследований Фонда «Общественное мнение» 2012–2013 гг. М., ФОМ., 2013. С. 55–57

³⁹ Социальное предпринимательство в России и в мире. Практика и исследования / Ред.: А.А. Московская – М.: Издательский дом Высшей школы экономики 2011. С. 212.

ной государственной машины часто встречается в материалах фокус-групп, участниками которых были активисты.

У администрации, – это прежде всего бумажки, отчётности, постоянный контроль, рамки, чётко прописанные действия. Администрация ещё не готова признать способности другого человека. Она пытается вогнать в тугие рамки. Она подгоняет всё в определённый стандарт. Когда есть такие же вещи, тоже правильные, они просто другие. И этот факт, мне кажется, очень важно осознавать (ж., ДФГ, Черняховск, активисты).

Список претензий активистов к чиновникам варьируется в формулировках, но по сути остаётся неизменным в последние годы. Это:

- нежелание чиновников брать на себя дополнительные функции;
- излишняя усложнённость, забюрократизированность деятельности управленческих структур;
- разделение функций внутри управленческого аппарата по ведомственным зонам ответственности, не позволяющее решить комплексную проблему;
- желание контролировать деятельность общественных организаций, превратить их фактически в подведомственные учреждения;
- отсутствие у местных властей ресурсов (денег на грантовые поддержки проектов, помещений) или нежелание делиться этими ресурсами.

А. Московская и её коллеги, которые анализировали взаимодействие социальных предприятий с органами местной власти, фиксируют примерно те же проблемы⁴⁰. Они отмечают, что социальные предприятия, которые либо работают в тесном взаимодействии с НКО, либо сами имеют статус НКО, испытывают трудности при работе с властями, особенно когда они пытаются вести регулярную деятельность, основанную на признании их в качестве значимых субъектов в той сфере, в которой они хотят реализовывать свои проекты.

Таким образом, мы фиксируем противоречивое обстоятельство: с одной стороны, жители малых и средних городов предпочитают решать общегородские проблемы в диалоге с властями, но активные участники такого диалога (общественники) часто недовольны тем, как складываются их отношения с властями, прежде всего – местными⁴¹.

5.1. Включенность в решение общегородских проблем и удовлетворенность работой властей. Что лучше: отчуждение или недовольство?

Данные массового опроса в средних и малых городах показывают, что довольных работой городских властей среди опрошенных оказалось заметно меньше, чем недовольных: 30% и 53% соответственно. Довольные – это чаще пожилые жители (старше 60 лет – 35%), а недовольные – представители возрастной группы 46–60 лет – 60%. У довольных несколько выше средний доход, чем у недовольных (16536 руб. и 15655 руб. соответственно).

Размер города не влияет на показатели удовлетворенности работой местных властей, хотя в поселках городского типа несколько больше, чем в среднем по выборке, довольных деятельностью местных властей (35%).

⁴⁰ Там же. С. 212–220.

⁴¹ Ресурсы добровольческого движения. Аналитический доклад по результатам исследований Фонда «Общественное мнение» 2012–2013 гг. – М., ФОМ. 2013. С. 53–63.

Активисты, члены общественных организаций, а также те, у кого есть знакомые активисты, настроены более лояльно по отношению к властям, чем те, кто не включен в общественную деятельность и не имеет таких знакомых (см. табл. 5.1).

Таблица 5.1
данные в % от групп

Удовлетворенность активистов и рядовых граждан работой городских властей

| | Все опрошенные | Вы сами или ваши знакомые являетесь членами общественных организаций, инициативных групп? | | | |
|---|----------------|---|---|---|----------------------|
| | | являюсь членом таких организаций | не являюсь членом таких организаций, но есть такие знакомые | ни я, ни знакомые не являемся членами таких организаций | затрудняюсь ответить |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 5 | 8 | 83 | 3 |
| <i>Скажите, пожалуйста, если говорить в целом, Вы довольны или не довольны работой городских властей?</i> | | | | | |
| Доволен(-льна) | 30 | 33 | 36 | 29 | 33 |
| Не доволен(-льна) | 53 | <u>45</u> | <u>44</u> | 54 | <u>46</u> |
| Затрудняюсь ответить | 18 | 22 | 20 | 17 | 21 |

Зафиксирована прямая связь удовлетворенности работой городских властей с различными признаками, характеризующими установки на гражданское участие. Уверенные в том, что жители могут влиять на власть, довольны ею примерно в два раза чаще, чем уверенные в обратном (см. табл. 5.2).

Таблица 5.2
данные в % от групп

Удовлетворенность работой городских властей в зависимости от оценки возможности влиять на власти

| | Все опрошенные | Возможность влиять на власти | | |
|---|----------------|------------------------------|--------------------------|----------------------|
| | | жители могут повлиять | жители не могут повлиять | затрудняюсь ответить |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 53 | 35 | 13 |
| <i>Скажите, пожалуйста, если говорить в целом, Вы довольны или не довольны работой городских властей?</i> | | | | |
| Доволен(-льна) | 30 | 36 | <u>17</u> | 40 |
| Не доволен(-льна) | 53 | <u>46</u> | 69 | <u>34</u> |
| Затрудняюсь ответить | 18 | 18 | 14 | 26 |

На основании коэффициента корреляции Пирсона (при уровне значимости 0,01) подтверждается слабая положительная связь между переменной «доволен(-а) работой городских властей» и мнением, что жители могут повлиять на их работу ($r = 0,135$), а также между переменной «не доволен(-а) работой городских властей» и мнением, что жители не могут повлиять на их работу ($r = 0,241$). Таким образом, деятельность местных властей оценивается более позитивно в том случае, когда опрошенные допускают возможность влияния обычных горо-

жан на деятельность чиновников. Заметим, что здесь речь идет не о содержании работы или ее результатах, а о побуждении к определенным действиям различными способами.

В целом все признаки, характеризующие установки на гражданское участие, оказались прямо связанными с удовлетворенностью работой городских властей. Так, среди тех, кто полагает, что жители города *готовы объединяться*, чтобы решать городские проблемы, довольные работой городских властей также встречаются чаще, чем среди тех, кто убежден в неготовности жителей к объединению для решения городских проблем (38% и 25% соответственно). Те, кто полагает, что *окружающие могут отстаивать свои права*, также чаще, чем те, кто придерживается противоположного мнения, довольны работой городских властей (40% и 23% соответственно). Включенность в деятельность общественных организаций или инициативных групп также оказалась прямо связанной с удовлетворенностью работой городских чиновников. Среди тех, кто либо сам является членом таких организаций, либо имеет таких знакомых, удовлетворены работой городских властей 35%, а среди тех, кто не участвует в деятельности общественных организаций, – только 29%.

Таким образом, удовлетворенность работой городских властей чаще демонстрируют представители групп, которые являются социальной базой гражданского участия в разных его формах; те, кто, начиная заниматься общественными делами, испытывает трудности взаимодействия с властями, о чем в ходе опроса неоднократно говорили и аналитики, и сами активисты. Те, у кого взаимодействие с местными властями складывается успешно, подчас сами этому удивляются; считают свой случай нетипичным.

Считается уникальным то, что неформалы сотрудничают с администрацией, и довольно успешно! И не перечат друг другу, как это бывает. Чаще встречаются случаи, когда администрация против неформалов, когда неформалы против администрации. Но мы работаем вместе. Мы делаем то, что нравится нам, и администрация нас поощряет, что очень важно. Потому что неформальной молодежи удалось занять собственное место в городе и какую-то нишу. Всем стало понятно, что могут они делать и как они могут быть полезны (ж., ДФГ, Черняховск, добровольцы).

Для того чтобы разобраться в этом вопросе, обратимся к теориям, объясняющим феномен гражданского участия. Согласно А. Этциони, граждане либо вмешиваются в события, происходящие вокруг них, либо воздерживаются от вмешательства. В последнем случае с высокой вероятностью формируется *воспроизводимое отчуждение*. В результате, с одной стороны, система манипулирует людьми, не заботясь об их «компетентном участии», и с другой стороны сами люди находятся в состоянии депривации, зависимости, неприятия условий, при которых их действия находятся вне пределов их собственного понимания и контроля. А. Этциони называет это «невозможностью аутентичного участия»⁴². Вот как описывает конкретные проявления этого противоречия одна из участниц фокус-группы.

Они сидят дома на диванах, а на улицах орут, что правительство плохое, все плохие. Нужно двигаться, разговаривать, куда-то звонить, пытаться найти выход из положения (ж., ДФГ, Ангарск, активисты).

Закономерно, что люди, включенные в те или иные формы гражданского участия, реже говорят, что жители города не могут повлиять на власти. Ниже мы приводим доли групп респондентов, сформированных по разным критериям гражданского участия, разделяющих мнение, что жители *не могут* повлиять на власти. По всей серии ответов на этот блок вопросов мы видим, что те, кто включен в гражданское участие, или, по крайней мере, открыт для такого участия, *реже* разделяют мнение, что жители города не могут повлиять на власти. Те, кто демонстрирует отчуждение от социума по всем фиксируемым параметрам (полагает, что жители не готовы объединяться, чтобы решать свои проблемы; не чувствует ответственность за

⁴² Etzioni A. The active society. New York: Free Press, 1968. P. 618.

происходящее где бы то ни было: в доме, во дворе, в городе, в стране и пр.) чаще уверены, что не могут повлиять на власти (см. табл. 5.3).

Таблица 5.3
данные в % от групп

Разделяют мнение, что жители города не могут повлиять на власти

| Типологическая группа | % от числа опрошенных в группе | r (уровень значимости 0,01) |
|---|--------------------------------|-----------------------------|
| <i>Полагают, что жители города готовы объединяться, чтобы решать городские проблемы</i> | 21 | -0,193 |
| Полагают, что жители города не готовы объединяться, чтобы решать городские проблемы | 44 | 0,2 |
| <i>Чувствуют ответственность за то, что происходит в доме, во дворе, где живут</i> | 32 | -- |
| Не чувствуют ответственности за то, что происходит в доме, во дворе, где живут | 45 | 0,105 |
| <i>Чувствуют ответственность за то, что происходит в городе</i> | 28 | -0,144 |
| Не чувствуют ответственности за то, что происходит в городе | 43 | 0,148 |
| <i>Чувствуют ответственность за то, что происходит в стране</i> | 28 | -0,112 |
| Не чувствуют ответственности за то, что происходит в стране | 40 | 0,117 |
| <i>Большинство людей в нашей стране могут отстаивать свои права</i> | 20 | -0,237 |
| Большинство людей в нашей стране не могут отстаивать свои права | 46 | 0,240 |
| <i>Окружающие могут отстаивать свои права</i> | 19 | -0,259 |
| Окружающие не могут отстаивать свои права | 48 | 0,266 |
| <i>Готовы объединяться с другими людьми для того, чтобы отстаивать свои права.</i> | 29 | -0,135 |
| Не готовы объединяться с другими людьми для того, чтобы отстаивать свои права. | 44 | 0,132 |
| <i>Большинству окружающих можно доверять</i> | 33 | -- |
| С большинством окружающих следует быть осторожнее | 40 | -- |
| <i>Готовы объединяться с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают.</i> | 30 | -0,128 |
| Не готовы объединяться с другими для совместных действий, даже если их идеи и интересы совпадают | 44 | 0,130 |
| <i>За последний год помогли кому-либо безвозмездно</i> | 32 | -- |
| За последний год не помогли кому-либо безвозмездно | 41 | -- |
| <i>Участвовали добровольно в общественных делах</i> | 29 | -0,103 |
| Не участвовали добровольно в общественных делах | 39 | -- |

Мнение, что горожане не могут повлиять на местные власти (напомним, разделяют его 35% респондентов), наиболее тесно связано с суждением о невозможности для окружающих

($r=0,266$) и вообще граждан ($r=0,24$) отстаивать свои права. Значимая часть группы предполагает отсутствие или низкую активность городского сообщества, считая, что жители не готовы объединяться для решения городских проблем ($r=0,2$).

Тех, кто чаще разделяет мнение, что горожане не могут повлиять на местные власти, мы назвали «гражданскими пессимистами», или «скептиками». Этим людям чаще, чем тем, кто полагает, что граждане могут повлиять на власти, характеризует низкий уровень ответственности за территорию проживания (от непосредственного места жительства до страны), отсутствие готовности объединяться с другими людьми для защиты своих прав и интересов, осуществлять совместные действия с ними. Они реже участвуют в общественных делах, чем другие группы респондентов.

Участники фокус-групп признают успешным своё взаимодействие с местными властями даже тогда, когда им пришлось пройти через конфликт.

Интервьюер: Я понял, что ваша организация довольно больно кусает администрацию. И тем не менее они...

1-й участник: Кусает, кусает. Ну, наверное, они понимают, что кусают их тоже не просто так. Мы защитили трёх сирот, которых лишили права жить комфортно, с жильём, и выиграли суд. Это ж не мы виноваты. Это ж администрация виновата, что обидела.

И: И вам дают помещение?

1-й участник: Ну а как же по другому-то? Мы же по закону, отстаивали это право.

2-й участник: Мы можем разбудить власти, придумать вместе с ними, в какие программы вписаться... отслеживать этот процесс, контролировать (ж., ДФГ, Черняховск, добровольцы).

Таким образом, можно предположить, что сам факт гражданского участия, независимо от трудностей взаимодействия с властями, создающими институциональные возможности либо препятствия для такого участия, в целом более позитивно сказывается на восприятии своего контрагента, чем отчуждение, отказ от взаимодействия.

Феномен неудовлетворенности тем, как складываются отношения гражданских активистов с властями, требует отдельного анализа. Условием участия в «диалектике контроля», предполагающего субъектность актора⁴³, является наличие определённых ресурсов, и в первую очередь – возможность контролировать сеть устанавливаемых контактов, ведь социальные связи и их «качество» в конечном итоге являются результатом его собственного выбора. Безусловно, институты могут оказывать влияние на коммуникативные предпочтения индивидов, например, через задаваемые образцы социальных взаимодействий. Однако сплоченность и доверительные отношения, солидарность и взаимная ответственность всегда оказываются феноменами внеинституциональными – и по своей природе, и по механизмам воспроизводства⁴⁴.

⁴³ Giddens A. Central problems in social theory: Action, structure and contradiction in social analysis. London: Macmillan Press, 1979, p. 149; Giddens A. The constitution of society: Outline of the theory of structuration. Cambridge: Polity Press, 1984. P. 16.

⁴⁴ Например, роль и политическую значимость отношений между гражданами, основанных на доверии и на опыте участия в добровольных ассоциациях (не связанных с политической деятельностью), показал Р. Патнем в исследовании демократических институтов Италии [Putnam R. Making democracy work: civic tradition in modern Italy. Princeton (N.J.): Princeton university press, 1993. И.А. Климов. Респонсивность власти как баланс суверенитета и социальной поддержки. – М.: Социологический журнал. 2006 № 3–4.].

5.2. Способы влияния на власти

Какие способы влиять на власти, для того чтобы решать проблемы города, видят граждане? Распределение ответов на этот вопрос показывает, что люди предпочитают формы прямого диалога с местными властями (коллективные письма, обращения; участие в общественных слушаниях; обращения в территориальные органы местного самоуправления). Гораздо менее популярны массовые акции (демонстрации, митинги, акции протеста) и обращения в вышестоящие инстанции (см. табл. 5.4).

Таблица 5.4
данные в % от групп

| | Все опрошенные | Тип населенного пункта | | | |
|---|----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----------|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 27 | 21 | 39 | 13 |
| <i>Как Вы думаете, жители нашего города могут или не могут повлиять на власти для решения проблем города? Если могут, то какие из перечисленных способов влияния, на Ваш взгляд, наиболее эффективны?</i> | | | | | |
| Коллективные письма, прямые обращения жителей в местную администрацию | 26 | 26 | 29 | 24 | 29 |
| Участие в общественных слушаниях | 20 | 22 | 26 | 17 | 18 |
| Обращение в организацию территориального общественного самоуправления | 17 | 21 | 18 | 15 | 14 |
| Публичные выступления экспертов, специалистов по проблеме | 16 | 13 | 18 | 16 | 18 |
| Обращение в суд | 7 | 4 | 9 | 9 | 5 |
| Проведение разрешенных властями митингов и демонстраций | 7 | 4 | 6 | 9 | 6 |
| Проведение неразрешенных акций протеста | 5 | 6 | 3 | 6 | 5 |
| Обращение в городской совет (совет депутатов, городская дума) | 5 | 5 | 7 | 5 | 3 |
| Обращение в региональные (областные, краевые) органы власти | 5 | 4 | 5 | 6 | 4 |
| Обращение к президенту РФ | 5 | 5 | 6 | 4 | 3 |
| Обращение в правозащитные организации | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 |
| Обращение к лидерам партий | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 |
| Обращение в СМИ | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| Жители нашего города не могут повлиять на власти | 35 | 37 | 33 | 37 | <u>28</u> |
| Затрудняюсь ответить | 13 | 12 | 9 | 13 | 20 |

5.3. Компетентное участие и проблема посредников

Возникают вопросы: как общественники встраиваются в существующий порядок, какие ресурсы они используют и какие навыки им нужны?

Как показывают данные ДФГ, легче всего тем, кто использует признанные властями общественные институты или государственные учреждения, для того чтобы встроить свою деятельность в уже сложившиеся практики. Общественники принимают правила того или иного института, участвуя в его функционировании (например, в выборах, праздниках, спортивных мероприятиях), либо предлагая им свои проекты, которые не требуют изменения сложившихся практик.

У нас есть психологический факультет института, мы проводим тренировочные курсы, игры с детьми. Они нас консультируют, как себя вести. Например, с детьми-подростками со сложным поведением – к ним такой-то подход. Они нам все разъясняют. Консультации идут (ж., ДФГ, Зеленодольск, активисты).

Психологическое обучение, тренинги различные проходим, и со студентами, и с нами проводят обучение, как выходить из сложных критических ситуаций, когда по правилам морали и этики нужно поступить так, а по закону совершенно непонятно, какую позицию нужно выбрать. Тоже повышаем квалификацию. (м., ДФГ, Зеленодольск, активисты).

Но и тогда, когда общественники участвуют напрямую в проектах, инициированных властями или, по крайней мере, не противоречащих интересам властей, возникает проблема *компетентного участия*. Например:

– Знание судебных процедур

Ко мне обращаются тоже периодически граждане и приносят тома переписки с прокуратурами, президентами, правительствами и тому подобным. Я спрашиваю: «А Вы не хотите обратиться в суд? Нельзя говорить о том, что у нас все сплошь и рядом куплено и непробиваемо, не попробовав даже прийти в этот самый суд. Неинтересно читать эту всю переписку, когда видишь механизм, какое-то более доступное решение (ж., ДФГ, Гатчина добровольцы).

– Знание процедур проведения коллективных либо массовых мероприятий (например, общественных слушаний).

Если говорить об активном участии, то не каждый из здесь присутствующих и жителей города элементарно прочитал Устав муниципального образования города Зеленодольска, Зеленодольского района. В этом уставе все прописано об участии наших жителей, есть такое понятие как общественное слушанье. Прежде чем принять какой-нибудь нормативно-правовой документ, сначала проводят общественные слушания (м., ДФГ, Зеленодольск, активисты).

– Понимание сферы компетенций тех или иных служб и чиновников

Мы не знаем подчас всех тех инструкций и положений. Когда ты, допустим, идешь, допустим, в то же ЖКХ, ты должен знать, зачем ты идешь и что у тебя, что ты должен от них требовать (м., ДФГ, Гатчина добровольцы).

– Знание законов

Есть закон – жителям блокадного Ленинграда возмещать 50% от оплаты коммунальных услуг. Вдруг я как-то получаю, смотрю – меньше перечислено. Мы в организации подняли этот вопрос. Вызвали из комитета соцобеспечения руководство, поставили перед ними этот вопрос, они сказали: «Да, мы здесь ошиблись», и через месяц они все восстановили и нам стали все это дело возмещать. Если бы мы промолчали, до сих пор мы бы так все и получали. Поэтому надо знать положения (м., ДФГ, Гатчина добровольцы).

– Приобретение и удержание деловых контактов

Где-то ты познакомился с какими-то влиятельными людьми, если что-то понадобится, ты без проблем можешь обратиться, потому что ты с ним прежде общался – и тебе проще на дальнейший уровень с ним выйти (ж., ДФГ, Ангарск, активисты).

– Навыки общения, убеждения, лидерские навыки

Я агитировала за кандидата Прохорова – и увидела, что люди меня понимают, людям это доступно. Надо оперировать простыми понятиями. Я была соучредителем общественного движения «Гражданская эстафета». В рамках этого движения мы начали заниматься просветительской деятельностью с помощью газеты, которую распространяем безвозмездно по почтовым ящикам ежемесячно (ж., ДФГ, Гатчина добровольцы).

Организовать какую-то акцию, организовать народ не каждому дано. Не за каждым пойдет толпа народа, только за лидером пойдет (ж., ДФГ, Зеленодольск, добровольцы).

Там, где возникает конфликт интересов (например, по поводу уплотнительной застройки, организации движения транспорта и пр.), нужна уже не просто компетентность в общих вопросах, но доступ к конкретной информации и документам; профессиональные знания в той сфере, где возник конфликт. Здесь активисты и добровольцы не могут обойтись без посредников. Это могут быть подразделения по работе с НКО, «доверенные» общественные фонды и гражданские организации, региональные общественные палаты, муниципальные депутаты. События последних лет показывают, что наиболее эффективными посредниками становятся муниципальные депутаты. Сейчас в России около полумиллиона муниципальных депутатов, и большая часть их – это мобилизованные из числа сотрудников бюджетных учреждений района или города послушные функционеры. Но становится заметным новое явление – приход в этот низовой депутатский корпус людей из числа независимых и активных граждан. Этот процесс стал уже весьма заметным в Москве, но, судя по материалам фокус-групп, в средних и малых городах активность муниципальных депутатов тоже получает признание, по крайней мере, в среде активных жителей. Именно о муниципальных депутатах как эффективных посредниках между жителями и исполнительными органами власти говорили участники фокус-групп. Другие потенциальные посредники (например, общественные палаты или подразделения по работе с НКО) не были упомянуты ни разу.

Судя по высказываниям участников дискуссий, муниципальные депутаты становятся не только ходатаями по делам жителей. Заметна их деятельность по самоорганизации местных сообществ и повышению социальной компетентности активистов.

Депутат сам позвонил и сказал: если хотите участвовать с нами, то пожалуйста, пригласил (ж., ДФГ, Гатчина активисты).

Я иду за Леоновым, и иду к нашим депутатам. Их было больше 100 человек в Гатчинском городском совете народных депутатов. И наши народные депутаты создали организацию избирателей, которая называлась «Народный депутат». И мы у них учились, как работать с документами, с законами новыми. Как входить в эту жизнь, как противостоять безобразию (ж., ДФГ, Гатчина добровольцы).

У нас случай был в городе: девочка страдала серьезным заболеванием. Я обратилась к областному депутату нашему, в соцсетях мы переписывались. Помог депутат. Это очень значимые люди, которые могут помочь (ж., ДФГ, Камышин, добровольцы).

Летом у нас человек сто ребятишек приходит. Приходят со всех близлежащих дворов. Проводим праздники. В этом году мы проводили совместно Новый год в этом корте, поставили елку. В этом нам помог депутат (ж., ДФГ, Камышин, добровольцы).

В Москве становится заметным явлением приход в муниципальный депутатский корпус молодых, образованных, социально активных людей. Часто они либо имеют свое дело, являются предпринимателями, либо работают в профессиях, не подразумевающих жестко регла-

ментированного рабочего дня (журналисты, преподаватели вузов, научные работники). Похожие тенденции, если судить по материалам фокус-групп, есть и в малых и средних городах.

У нас недавно прошел в депутаты молодой очень хороший человек, предприниматель. Почему мы подтягиваем предпринимателей? Потому что они могут что-то сделать для народа, для Зеленодольска. Кто-то мясокомбинат строит в Свияжске, кто-то еще что-то делает, но в результате это все для народа (ж., ДФГ, Зеленодольск, активисты).

Другие посредники упоминаются в материалах интервью заметно реже. Это спонсоры, СМИ, эксперты.

У нас всегда спонсор – техникум, это большой плюс. Для меня это было приятно, когда я пришла туда учиться, что мой техникум всегда помогал во всем. Они постоянно <поддерживают> многие мероприятия, связанные с детскими домами. Я в военно-поисковом отряде работаю с ветеранами, у нас техникум к этому с удовольствием подключается и выделяют деньги, хотя бывают проблемы с деньгами. В маленьких случаях администрация города Ангарска помогает. На моем счету, наверное, 2-3 мероприятия, которые нам помогла администрация (ж.,ДФГ, Ангарск, активисты).

Наше СМИ принимало очень активное участие в последних выборах в городскую думу. Это, конечно, нельзя назвать проблемой, но то, что мы очень ярко освещаем каждого кандидата, рассказываем о его работе, он сам приходил, я думаю, что это повлияло на формирование уже городской думы, повлияло на мнения людей, которые слышали... ну и, естественно, депутаты, которые избраны, будут решать городские проблемы. Я уверен, что они уже приступили. Есть уже определенные проекты, которые мы также озвучиваем в источниках СМИ (м.,ДФГ, Камышин, активисты).

Когда я увидела акты выполненных работ, сметы, отдала специалисту, и этот специалист увидел, что при таких работах применены не те расценки, не те объемы. Столько тонн мусора, сколько там указано, в подвале никак не может быть! Приписки! Расценки завышены и объемы завышены! (ж., ДФГ, Черняховск, активисты).

5.4. Эффекты гражданского участия

Можно сформулировать несколько обстоятельств, которые являются одновременно и предпосылками, и эффектами гражданского участия. На основании материалов фокус-групп мы выделили следующие предпосылки (эффекты).

Повышение уровня социальной компетентности за счет необходимости знания правил функционирования того или иного учреждения или процедур взаимодействия с ним.

Как показывают материалы фокус-групп, участие в общественных делах, прямо или косвенно одобряемых и поддерживаемых властями, не отменяет возможности для активистов формировать своё сообщество для участия в той или иной общественной деятельности. Например, в Зеленодольске группа молодежи решила проверять правила продажи алкогольной продукции. Эта инициатива, судя по рассказу, была поддержана властями: на нарушителей заводились дела об административных правонарушениях, акция освещалась в местной газете. Но участники акций появлялись сами, без разнарядки сверху. Они сами планировали и проводили свои рейды.

Мы сами (группа молодежи) решили участвовать, по собственной инициативе. В социальных сетях распространили информацию – кто хочет, тот и может поучаствовать. Там были и мои друзья. Потому что нас надо было обеспечить машинами, мы же должны были на чем-то передвигаться, мы должны были потратить какие-то средства, чтобы купить пиво (совершить контрольную закупку). Никто нас не финансировал, мы сами решили проявить инициативу (м., ДФГ, Зеленодольск).

Навыки самоорганизации, формирования сообществ. Мы не можем ничего сказать о том, являются ли эти сообщества стабильными, существуют ли в них отношения взаимной поддержки – или дело ограничивается более или менее кратковременными контактами. Но несомненно то, что инициаторы формируют такие практики, когда частная инициатива по самоорганизации для решения общих проблем не выглядит сомнительной.

Цель – не создать организацию, ее создать нетрудно. Цель – поддержать ее, чтобы она работала, чтобы люди о ней знали, чтобы нам на смену пришли другие люди. Вот в этом как раз трудность (м., ДФГ, Камышин).

Навык формулирования общественной проблемы и выработки процедур её решения – это ещё один, третий эффект для людей, участвующих в общественной деятельности. Институты (в нашем случае – властные структуры) могут определять действия индивидов и коллективных агентов, предписывая строить их в рамках принятых институциональных правил. Однако им трудно влиять на интенциональность акторов, на их стремление достичь определенных целей. Активисты вступают во взаимодействие с институтами, уже имея заранее сформулированную систему предпочтений и намерений. Оказываясь в поле институционализированных взаимодействий, они прорабатывают стратегии и исчисляют издержки. В затруднительных случаях – например, при изменении самих институтов или способа их функционирования, – акторы обычно свою стратегию, но не отказываются от предпочтений.

В материалах фокус-групп встречается немало примеров, когда автор какой-либо инициативы, осознавая трудности на пути её реализации, не отказывается от неё, а пытается найти решение проблемы, мобилизуя материальные ресурсы и общественное мнение. Одна из участниц решила высадить в городе аллею из голубых елей в память о важных для города людях.

Участница: Я хочу сделать аллею, оставить в память о людях, которые что-то сделали для города. Нам помогут их семьи, нужно только это организовать. Они купят эти елочки, они будут их поливать, лелеять, таблички сделают. Нам нужно только организовать, получить разрешение, добиться, чтобы выделили земли. Это будет наша, городская аллея. И каждый внук будет ходить, растить дерево и говорить, что это дедушкино дерево.

Интервьюер: А за счет каких средств вы будете его реализовывать, если вам не дадут денег?

Участница: Я обратилась к знакомому журналисту, она мне составит картотеку по жителям Зеленодольска с того момента, когда образовался город. Совершенно бесплатно сделает. Если земля будет, люди будут, я разошлю лично письма. Было бы желание – и мы это сделаем. У меня все написано, описано по пунктам (ж., ДФГ, Зеленодольск, активисты).

Определение своей идентичности, в том числе горожанина, гражданина своей страны и стимулирование рефлексий по поводу этой идентичности, осознание и переживание людьми своей общности. Формирование общей идентичности – это своего рода «открытие теории», на основании которой для человека и для некоторого числа людей естественным и вполне обоснованным оказывается утверждение: «он такой же, как и я».

У меня хобби – возродить историю Камышина, хотя я не камышанка. Хочется узнать всех людей, которые прославили наш город. Хочется, чтобы их помнили, о них говорили. Здесь у меня дети родились, и поэтому хочется, чтобы они чувствовали, что это их настоящая Родина. Чтобы они думали о ней и мечтали о ней. Чтобы всегда приезжали сюда и с благодарностью относились к людям, которые свершили здесь такие чудеса (ж., ДФГ, Камышин).

Формирование навыков создания, структурирования (функционального или статусного) *сообщества; навыков поддержания связей в сообществе.* В более или менее постоянном сообществе структурирование становится предпосылкой способности реализовывать инициативы, развивать деятельность и одновременно – само сообщество.

Когда я создавала свою команду, я знала, что это все те люди, которым можно поручить что-то. Те в свою очередь своих подтянули. Вот это команда (ж., ДФГ, Камышин).

Формирование устойчивых коллективных практик. Это означает не только согласие относительно целей деятельности и самого существования сообщества, но и способность существующей организационной структуры их реализовывать в соответствии с выработанными правилами. Наличие воспроизводящихся практик, ритуалов или коллективных актов подтверждает и легитимирует как ролевую структуру сообщества, так и социальную значимость, статус агента в системе отношений с другими акторами (в том числе с властями).

5.5. Выводы

- ✦ Все перечисленные предпосылки и эффекты гражданского участия позволяют сделать вывод, что в процессе взаимодействия с властями, независимо от того, есть или нет проблемы, осложняющие это взаимодействие, происходит формирование некоторых признаков субъектности. Граждане формируют свою повестку дня либо встраиваясь в имеющиеся общественные структуры, либо создавая их заново. Более того, противостояние с властями часто ведет к более четкому определению целей и стратегий их достижения; круга потенциальных союзников и противников; выработке порядка действий по отношению к ним, иными словами – к формированию полноценной субъектности.
- ✦ Основная проблема гражданского участия, как она выглядит в данных нашего исследования, состоит в поиске ответа на вопрос, как эффективно соединить или интегрировать индивидуальные предпочтения и предпочтения коллективных акторов с пространством институциональных практик. В этом значительную роль играют муниципальные депутаты, которые становятся эффективными посредниками между активными жителями и органами исполнительной власти. Примеры гражданского участия, инициированные или поддержанные депутатским корпусом, бывают весьма успешными, поскольку ресурсы гражданской активности дополняются здесь властными ресурсами. Депутаты не только становятся ходатаями по делам жителей, но и выполняют другие, не менее важные функции: организуют вокруг общих дел сообщества и повышают уровень социальной компетентности активистов. Здесь следует сказать, что у муниципальных депутатов есть серьезные ограничители их активности, поскольку они не имеют законодательно зафиксированного права тратить рабочее время на выполнение общественных обязанностей (участвовать в заседаниях, проводить встречи и приемы, обращаться в органы власти по вопросам своей деятельности и защиты интересов избирателей).
- ✦ Общественники, как правило, вступают в публичные отношения с властями: их инициативы, так или иначе, становятся известными более или менее широкому кругу горожан. Тем самым они приобретают вес в системе общественных отношений, предлагая согражданам свою картину мира, свои интерпретации событий, общественно значимые цели совместной деятельности. Возможность влиять на общественное мнение расширяется по мере того, как активисты увеличивают объем своих ресурсов (доверия, авторитета, навыков публичной деятельности).

Так меняется не только сообщество активистов, но и социум, в котором они действуют (концепция «двойного морфогенеза» М. Арчер)⁴⁵.

- В материалах фокус-групп нам не встретилось рассказов о протестной активности горожан. Как правило, эта активность конструктивная, направленная на решение проблем города в диалоге с властями. Вместе с тем, устойчивый лейтмотив историй о попытках сотрудничества общественников и властей – это сопротивление последних, более или менее открытое. Нам представляется, что здесь есть проблема *несовпадения стандартов деятельности* высоко формализованной управленческой структуры и форматов, в которых проявляется общественная активность. «Неудобство» взаимодействия с общественниками часто формирует в управленческих структурах представление, что деятельность активистов – это всегда конфликт и дестабилизация. Властям часто бывает удобнее отказываться от диалога или топить общественные инициативы в бюрократических проволочках, чем менять привычные процедуры. Там, где власти стремятся жестко контролировать сферу гражданских инициатив, мы имеем негативные последствия – отказ жителей от разных форм гражданского участия, признание его неэффективным; низкий уровень доверия и поддержки власти; всплески открытого противостояния. Успешным сотрудничество бывает там, где развитые институты гражданского общества оказываются в состоянии навязать власти свою повестку дня, или там, где губернатор или мэр ориентированы на сотрудничество с институтами гражданского общества.

⁴⁵ Подробнее см.: И.А. Климов. Респонсивность власти как баланс суверенитета и социальной поддержки. – М.: Социологический журнал. 2006. № 3–4.

Глава 6. Общественная деятельность и формирование сообществ

Общественная деятельность определяется как добровольная, безвозмездная работа на благо других людей. Она может быть индивидуальной или массовой, институциональной или неформальной (в контактной группе лично знакомых людей). Оба вида общественной деятельности возможны как в рамках какой-то организации, так и вне ее. Общественную деятельность отличает не только безвозмездность, но и способ организации – индивидуальный свободный выбор сферы деятельности, её интенсивности, своей роли в ней и функциональных обязанностей. Люди выбирают не только вид деятельности, но и сообщество – тех, с кем они взаимодействуют. Сообщества вокруг общественной деятельности формируются двумя путями:

- 1) вокруг значимой деятельности формируется сообщество участников с более или менее интенсивными контактами и отношениями солидарной взаимосвязи;
- 2) уже сложившееся сообщество находит для себя дело, относительно которого существует согласие о его важности и необходимости коллективных усилий (например, учебная группа студентов организует досуг подростков в микрорайоне), а затем формируется более широкий круг единомышленников.

По нашим данным, средние города несильно отличаются от больших и малых по доле жителей, участвующих в организованной общественной деятельности (см. главу 4), но всё-таки стоит обратить внимание на несколько более частое упоминание в них работы по обустройству мест проживания. Видимо, этот вид гражданского участия актуализирован здесь дефектами работы городских служб, и возможно, таким образом, стимулируется интеграция местного сообщества. Но второе вовсе необязательно: люди, почистив свой двор или улицу от мусора, могут разойтись по домам до следующего субботника, так и не познакомившись друг с другом; те, кто пришел на публичные слушания, вовсе не обязательно сформируют инициативную группу для согласования интересов с застройщиком.

Тот факт, что численность населения города оказалась слабо связанной с гражданской активностью жителей, заставляет обратить внимание на другие критерии типологии городов, чтобы понять, как и из кого формируются сообщества активных горожан. Если рассматривать город как сообщество, важными становятся его функциональные черты, поскольку именно функции города задают особенности формирования местных элит и самоидентификации жителей. Эти обстоятельства заставляют обратить внимание на функциональное разнообразие российских городов.

Концепция «Федеральной целевой программы социального и экономического развития малых и средних городов Российской Федерации на 2009–2012 гг. и до 2017 г.» делит малые и средние города по функциональным особенностям на следующие типы:

- города – типичные социально-культурные и производственно-экономические центры сельских территорий;
- города промышленного профиля;
- города научного и научно-производственного профиля (наукограды);
- города при АЭС;
- города, расположенные в регионах добычи полезных ископаемых;
- города – закрытые административно-территориальные образования (ЗАТО);
- города – порты и транспортные узлы;

– исторические города, центры туризма и отдыха⁴⁶.

Для разных типов городов существуют разные точки роста. Например, для исторических городов и городов – центров традиционных ремесел и художественных промыслов точками роста является развитие предпринимательства в области туризма и его инфраструктуры. Для рекреационных малых и средних городов (включая санаторно-курортные) – это предпринимательство в области индустрии восстановления здоровья, отдыха, развлечений. Центры сельских территорий, если в них развивается сельскохозяйственное производство, становятся местом жизни работников агрохолдингов и фермеров. Для всех типов малых и средних городов точками роста является развитие малого и среднего предпринимательства.

Н. Зубаревич, анализируя дифференциацию регионов и городов России, обращает внимание на то, что перспективы развития средних городов во многом зависят от того, где они расположены. Сравнительно больше шансов на развитие имеют: города, расположенные на крупных магистралях, поскольку они становятся центрами логистики; города-спутники мегаполисов, которые превращаются в периферию агломераций. Сюда выносятся или здесь создаются жизнеспособные предприятия, работающие на рынок агломерации (пищевые, строительных материалов и др.), ведётся новое строительство⁴⁷.

Специалисты считают, что будущее города все в большей мере определяется не наличием крупного работодателя, а мотивами поведения людей, тем, насколько они связывают с ним свое будущее и будущее своих детей, их миграционными настроениями и жизненными приоритетами. Ещё одно соображение, существенное для нашего анализа городских сообществ: некоторые урбанисты считают, что доминирующую роль в выработке городской политики играют элиты, а не население⁴⁸.

Наши данные косвенно подтверждают это наблюдение⁴⁹. Участвуют в общественных делах города жители со сравнительно большими социальными ресурсами. Это чаще люди с высшим или незаконченным высшим образованием – 34% (в населении доля группы – 23%); люди среднего достатка – 61% (в среднем по выборке таких – 57%) или состоятельные – 10%, в среднем – 6%. Несколько большая доля, чем в среднем, среди участников общественных дел предпринимателей или руководителей разного уровня (9%, в среднем – 7%) и специалистов – (21%, в среднем – 14%). Доля студентов среди участвующих в общественных делах – такая же, как и в среднем по выборке (3%), а доля пенсионеров – даже меньше (21%, в среднем – 27%).

Участники общественной деятельности чаще демонстрируют все зафиксированные исследованием ценностные установки на гражданское участие (безличное и межличностное доверие, принятие ответственности за дела в более и менее широком сообществе; убежденность в том, что россияне в целом и окружающие в частности могут отстаивать свои права; готовность объединяться для отстаивания своих прав и интересов).

Если обобщить эти две предпосылки развития городов, можно сделать вывод, что ключевую роль в их развитии играют элиты, которые, с одной стороны, ориентированы на жизнь в данном месте, а с другой – способны влиять на развитие города. Например, в городах – центрах сельскохозяйственных районов это могут быть объединения сельхозпроизводителей;

⁴⁶http://www.smgrf.ru/materials/art_detail.php?aid=118&binn_rubrik_pl_articles=565

⁴⁷Н. Зубаревич. Социальная дифференциация регионов и городов России
<http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/5278>

⁴⁸О. Вендина. Невидимые сдвиги в развитии городов // ДемоскопWeekly. № 407–408, 25 января – 7 февраля 2010 г. Институт демографии ГУ ВШЭ <http://demoscope.ru/weekly/2010/0407/analit01.php>.

⁴⁹См. главу3.

в городах-музеях – руководители этих музеев; в городах – транспортных узлах – руководители предприятий и профсоюзов транспортников и т. д.

А.В. Тихонов и его коллеги, анализируя условия развития наукоградов, обращает внимание не столько на экономические предпосылки развития малых и средних городов, сколько на определение условий формирования местных сообществ. В частности, он говорит, что в наукоградах могли бы создаваться Научно-технические советы (НТС) города (поселка, района), функционирующие в рамках Дирекции программы развития города как наукограда и / или выполняющие роль местного экспертного совета по текущему и перспективному развитию территории в качестве наукограда⁵⁰. Социальные субъекты, способные эффективно работать в таких Советах, это директора градообразующих предприятий, представители некоммерческих организаций (в том числе сообщества профессионалов), предприниматели. Возможны пять ролей общественных организаций в деятельности НТС:

- 1) *экспертная* – общественная экспертиза проектов, предложений, вошедших в Программу развития города (оценка общественной значимости проектов);
- 2) *представительная* – как равноправные члены совета решают общие вопросы, доводят до сведения НТС мнения и взгляды представленных слоев населения, вносят предложения, изменения и дополнения к планам и проектам;
- 3) *пропагандистская* – популяризировать деятельность НТС, подключать активных жителей города к разработке стратегии научно-технической политики и реализации программ социально-экономического развития города;
- 4) *просветительская* – налаживать коммуникативное взаимодействие с научными и образовательными организациями, отражать потребности формирования городского инновационного климата;
- 5) *новаторская* – решать вопросы, связанные с развитием малого наукоемкого бизнеса, трансфером технологий, обучением, консалтинговой и бизнес-инкубирующей деятельностью.

Такие советы, с учетом функциональных особенностей, могли бы создаваться и в средних городах, отнесенных к другим типам городов, имеющих потенциал экономического и социального развития.

Значительную роль в создании организационной и финансовой инфраструктуры гражданского участия в средних и малых городах играют фонды местных сообществ, которые занимают уникальную нишу на стыке бизнеса и благотворительности, управления финансовыми активами и развитием сообщества. Фактически они стали одними из первых некоммерческих организаций в России, которые научились говорить на языке бизнеса, структурировали свою прямую деятельность как профессиональный сервис и перешли на местное финансирование⁵¹. Один из инициаторов проекта «Фонды местных сообществ» отмечает, что единственным институциональным ресурсом движения был 131-й Федеральный закон о местном самоуправлении. У муниципалитетов в большинстве случаев нет денег на то, чтобы реализовывать дорогостоящие проекты, но есть ресурсы другого рода: способности, возможности, та-

⁵⁰ А. В. Тихонов, Е. М. Акимкин, В. С. Богданов. Наукограды в кризисной ситуации (по материалам интерактивного исследования) [электронный ресурс] – М.: Институт социологии РАН, 2012. С. 29
http://www.isras.ru/inab_2012_02.html

⁵¹ <http://www.sam-online.ru/files/blocks/worldbank.pdf>

ланты местных жителей, авторитет, репутация, имидж территории, ее культура (традиции, обычаи), мифы и легенды, местный патриотизм, технологии и креативные идеи⁵².

Фонд местного сообщества – это, с одной стороны, деньги муниципалитетов и местных предпринимателей, а с другой стороны – рабочие руки, инициатива жителей, рядовых граждан. Сообщество становится живым, оно начинает выходить из апатии, людям удается самостоятельно добиться определенных результатов, община становится более сильной, а значит, интересной и привлекательной для внешнего инвестора⁵³. Эксперт подчеркивает, что такого рода инициативы пока эффективны в небольших городах, где есть социально-психологическая основа формирования таких сообществ: непосредственные контакты и межличностное доверие, очевидная для многих и непосредственная связь между собственными усилиями или денежным вкладом и результатом в виде, например, современного спортивного зала в местной школе.

Гипотеза, что в процессе общественной деятельности формируются сообщества, в целом кажется тривиальной и не требующей доказательств, если принять за самоочевидные ее ключевые понятия. Однако если искать частные ответы на возникающие в связи с этой гипотезой вопросы, поиск общего ответа усложнится. В частности, важными мы считаем ответы на следующие вопросы:

- кто, какие люди формируют сообщества;
- каковы связи в этом сообществе: по преимуществу горизонтальные, между рядовыми участниками, или по преимуществу вертикальные – через контакты с организаторами, лидерами;
- как окружающие относятся к гражданской деятельности активистов;
- кто, какие группы являются контрагентами, адресатами претензий активистов.

6.1. Социальная среда гражданского участия

Ответы на вопрос *«Кто, какие люди участвовали вместе с Вами в общественных делах?»* фиксируют круг участников дел, которые жители инициируют чаще всего. Обычно это соседи. Друзья и родственники упоминаются несколько реже, и ещё реже – коллеги, сослуживцы, соученики. Это значит, что люди мобилизуются для гражданского участия, используя главным образом «первичные связи» среди людей, которые находятся ближе всего. Контактная среда мобилизует более широкий круг ситуативных участников на регулярную включенность в общественную деятельность, делает её устойчивой. Если деятельность контактного сообщества активистов становится регулярной, стабилизируется и состав участников, создаются отношения взаимной зависимости, вырабатываются правила функционирования сообщества⁵⁴.

Материалы фокус-групп подтверждают, что чаще всего основой, ядром формирования сообщества участников общественной деятельности является группа лично знакомых людей.

1-й участник: Приходишь с группой, а там находишь еще больше. Либо ты приходишь один – и уходишь с группой. Это такая цепочка, которая будет всегда... Ты сказал, если другой поддержал, то людям интересно, они подключаются.

2-й участник: Один сказал, что он может привлечь того-то, другой – того-то. И вот так все собрались (ДФГ, Ангарск, активисты).

⁵² В. Бахмин. О практиках проактивной социальной мобилизации. <http://strategy2020.rian.ru/load/366104758>

⁵³ Там же.

⁵⁴ Концепция, описывающая переход от обывательского к активистскому фрейму предложена К. Клеман. См. Как люди делают себя. /под ред. В.А. Ядова, Е.Н. Даниловой, К. Клеман. М.:Логос.-2010 с. 35-43.

Сообщества на работе, среди коллег на этом фоне представлены существенно слабее. Это примечательный факт, свидетельствующий о том, что идеология трудовых коллективов с постулатами общих интересов и солидарности сейчас оказывается в значительной степени устаревшей.

Соседи и друзья, родственники, коллеги реже других упоминаются в самых больших в нашей выборке городах (от 100 до 250 тыс. чел.), а чаще – в малых городах (менее 50 тыс. чел.), что выглядит естественным, если учитывать прямую связь анонимности общения с увеличением размера города (см. табл. 6.1).

Таблица 6.1
данные в % от групп

**Сообщества участвующих в общественных делах
в разных типах населённых пунктов**

| | Все опро- шенные | Тип населенного пункта | | | |
|--|---------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------|-----|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 27 | 21 | 39 | 13 |
| Соседи | 19 | <u>12</u> | 19 | 23 | 21 |
| Друзья | 14 | 12 | 13 | 16 | 14 |
| Родственники | 12 | 10 | 11 | 14 | 14 |
| Коллеги, сослуживцы, соученики | 11 | 8 | 12 | 11 | 13 |
| Знакомые | 8 | 9 | 6 | 9 | 8 |
| Незнакомые люди | 5 | 4 | 6 | 6 | 5 |
| Прихожане моей церкви, члены ре- лигиозной общины | 1 | 0 | 1 | 1 | 2 |
| Участники моей досуговой группы, общественной организации | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| Участники интернет-сообщества | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Другие | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| Затрудняюсь ответить | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 |
| Нет ответа | 60 | 66 | 56 | 58 | 60 |

Материалы фокус-групп показывают, что центрами формирования сообществ, помимо контактной группы лично знакомых людей, являются уже существующие общественные структуры. Упоминаются, в частности:

– политические партии

Мы постоянно проводим, во-первых, какие-то совместные собрания со всеми партиями, которые есть. Со всеми партиями! И наиболее активно сотрудничаем с Коммунистической партией Российской Федерации, с партией «Справедливая Россия», с партией «Гражданская платформа» и движением «Гражданская эстафета». Иногда даже представители партии «Единая Россия» принимают в наших мероприятиях участие (ДФГ, Гатчина, добровольцы).

– депутаты

Наш ТОС работает именно с депутатами Колосовым и Крикуновым. Колосов не на нашем участке, но он активно нас поддерживал (ДФГ, Камышин, активисты).

– общественные организации

Совет ветеранов нашего микрорайона. Они узнали, что я одинока, что у меня небольшая пенсия. Сначала она предложила мне написать заявление на материальную помощь. Потом она пришла с предложением: «Приходите к нам. У нас заседания каждый четверг раз в неделю в такое-то время. Если у вас есть желание и время, можете включиться в какие-то поручения разовые». Мы в выборных кампаниях систематически участвуем, распространяем в почтовые ящики и в подъезды агитационные материалы (ДФГ, Гатчина, активисты).

Значимым фактором, способствующим гражданскому участию в разных формах, является одобрение такой активности окружающими, и в первую очередь – членами семьи. Подавляющее большинство тех, кто участвовал в общественных делах, говорят, что члены семьи одобрительно относятся к этому их занятию (86%).

Малознакомые люди демонстрируют одобрение активистов несколько реже – 67%. Но и это довольно высокий показатель, свидетельствующий о том, что на смену апатии и подозрениям в адрес активистов в корыстных мотивах либо карьерных устремлениях приходит их поддержка.

6.2. Установки на включенность в общественные дела как предпосылка формирования сообществ

Жители городов с численностью населения от 50 до 100 тыс. человек чаще говорят, что они могут повлиять на власти; демонстрируют уверенность, что горожане готовы объединяться, чтобы решать общегородские проблемы; полагают, что окружающие могут отстоять свои права; относят себя к людям, готовым объединяться с другими, чтобы отстаивать свои права, и пр.

Жители этих городов выглядят самыми ответственными (независимо от социальной дистанции). Жители самых крупных (в нашей выборке) городов выглядят по критерию принятия ответственности так же, как и жители посёлков даже на самой короткой дистанции (происходящее в доме, во дворе). А чувствующих ответственность за происходящее в стране здесь даже меньше, чем в посёлках.

Единственный признак, по которому жители средних городов не отличаются от других – это доверие к людям вообще и к окружающим – в частности (см. *табл. 6.2*).

Таблица 6.2
данные в % от групп

**Установки на включенность в общественные дела
в населённых пунктах разного типа**

| | Все опрошен- ные | Тип населенного пункта | | | |
|--|------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------|-----------|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | <i>100</i> | <i>27</i> | <i>21</i> | <i>39</i> | <i>13</i> |
| Считают, что жители могут повлиять на власти | 53 | 51 | 59 | 50 | 52 |
| Считают, что жители готовы объединяться, чтобы решать городские проблемы | 29 | 30 | 38 | 25 | 26 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в доме, во дворе | 77 | 72 | 82 | 78 | 73 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в городе | 49 | 46 | 52 | 50 | 45 |
| Чувствуют ответственность за происходящее в стране | 37 | 31 | 44 | 37 | 36 |
| Полагают, что большинство людей в нашей стране могут отстаивать свои права | 36 | <u>31</u> | 42 | 35 | 40 |
| Полагают, что окружающие могут отстаивать свои права | 39 | 36 | 43 | 38 | 39 |
| Относят себя к людям, готовым объединяться с другими, чтобы отстаивать свои права. | 56 | 53 | 65 | 53 | <u>48</u> |
| Считают, что большинству людей можно доверять | 22 | 19 | 23 | 23 | 24 |
| Считают, что большинству окружающих можно доверять | 64 | 60 | 62 | 66 | 69 |
| За последний год помогли кому-либо безвозмездно | 72 | 71 | 78 | 71 | 68 |
| С одобрением относятся к людям, которые занимаются общественной деятельностью | 85 | 81 | 93 | 84 | 85 |
| В городе есть острые противоречия между чиновниками и обычными гражданами | 42 | 50 | <u>31</u> | 45 | <u>36</u> |

6.3. Что объединяет участников

Даже тогда, когда участники инициативных групп или обществ объединены общим местом проживания или фактом биографии, для развития сообщества важна не просто разделяемая идентичность, а программа совместной деятельности. Такая программа может включать в качестве стимула деятельности следующие обстоятельства:

– общая беда, проблема

Консолидируют общие проблемы, если какую-то проблему хочется решить и акцию провести, это всегда нужна ячейка какая-то, поэтому в этом отношении мы работаем (ДФГ, Зеленодольск, активисты).

– общая идеология

Сейчас коммунистическая партия представляет интересы работников наемного труда – а это рабочие. Крестьянства в нашей стране практически уже не осталось. Это учителя, врачи, которые работают по найму. И это инженерно-технические работники, которые работают по найму, и рядовые торговые работники, которые работают по найму. Партия Прохорова представляет интересы предпринимателей. И одинаково подвергаются гнету со стороны нынешнего государства, которое является фактически государством бывших работников ФСБ и бывших работников руководящих органов КПСС. Одинаково подвергаются оба эти слоя. Поэтому у нас общие интересы. Мы хотим, чтобы предприниматели нас хорошо обслуживали, а предприниматели хотят, чтобы они платили внятные, совершенно понятные налоги, а не абсурдные, которые нужно только обходить (ДФГ, Гатчина, добровольцы).

– общий интерес, увлечение

Я из сада привожу цветы, сажаю. Когда меня нет, то соседи за ними ухаживают, они тоже что-то сажают, то есть как цепная реакция. Дом маленький, поэтому все очень быстро консолидируются, никто никого не заставляет, все на добровольной основе, делаем кто что может, кто насколько может. У нас в городе система озер, мы всем двором чистили верхнее озеро (ДФГ, Зеленодольск, активисты).

– совместные эмоциональные переживания

То, что мы прошли по городу, это мне понравилось, духовой оркестр из Казани играл, и мы так строго шли – это было замечательно. Праздник, мы пели еще песни. КПРФ, коммунисты, конечно, оплатили духовой оркестр. Был там хороший оратор, напоминал Ленина, хорошо говорил (ДФГ, Зеленодольск, активисты).

– потребность во взаимопомощи, обмене опытом

Завязываются отношения, планируем, как возникает нужда, потребность в помощи какой-то, тоже друг другу звоним, решаем, кто что будет делать (ДФГ, Зеленодольск, активисты).

Когда едешь на всякие слеты – там же разные города как раз присутствуют, и они делятся опытом о том, как они проводят какие акции. А мы своим опытом делимся. Что-то они у нас берут, что-то мы у них. Никто не против (ДФГ, Зеленодольск, добровольцы).

У каждого за плечами есть свой опыт. И приходя в «Анастасию», каждый добавляет чуточку того, что он знает. И этим каждый помогает и конкретному человеку, и городу, и всему. Вот в этом все мы и сходимся (ДФГ, Черняховск, активисты).

- общий успех, широкое признание сообщества

Когда 25 человек имеют одну идею, и занимают какие-то места, и уже становятся одной командой, каким-то братским союзом, тогда понимаешь, что у тебя получилось (ДФГ, Гатчина, добровольцы).

У нас происходят совместные мероприятия, совместное участие в каких-то выставках народных умельцев, так сказать. По образу Гатчинской школы третьего возраста уже созданы подобные школы в Сиверской, в Луге и в Кобрино, которые приезжают на совместные праздники в Гатчинскую школу. Наша школа ездит, допустим, в Сиверскую. В прошлом году ездили на праздник масленицы (ДФГ, Гатчина, добровольцы).

- потребность в общении, принадлежности к кругу духовно близких людей

У нас общие праздники. Как в старину – все вместе сели за стол! И дни рождения вместе! И «Веранда» с Володей к нам приходят. И мы к молодежи. Самое главное – это общение, ведь мы сегодня перестали общаться. Раньше хоть бабушки собирались, а сейчас дом как вымер: каждый в квартирке своей сидит. А здесь настолько душой отдыхаешь! Тебя выручат и советом и делом (ДФГ, Черняховск, активисты).

6.4. Интенсивность и средства общения в сообществе участников общественной деятельности

Большинство участвующих в общественных делах более или менее регулярно общаются с людьми, вместе с которыми они в них участвовали (81%). Общаются только с организаторами мероприятий 2%; не общаются – 6%. Материалы фокус-групп свидетельствуют о том, что общественная деятельность становится средой, где возникают дружеские связи.

Помимо той деятельности, которой мы занимаемся, у нас же могут быть и другие интересы, которые соприкасаются. И уже в ходе общения мы можем стать друзьями. У меня есть друзья добровольцы. Мы ходим культурно обогатиться. Ходим в кино, в театр, летом можем просто прогуляться. Ну, это помимо общественной работы (ДФГ, Камышин, добровольцы).

Мы с нашим главным редактором газеты стали друзьями за полтора года этой общественной деятельности. Потом мы стали друзьями с девушкой, которая в Петербурге живет, – она председатель санкт-петербургского отделения движения, она приезжала сюда ко мне, в компании была моим доверенным лицом, мы с ней в клубы вместе, извините, ходим, отдыхаем вместе, проводим время. То есть уже не только на общественные темы, но и на какие-то общие совместные не общественные интересы. Опять-таки, Козлятников Алексей Витальевич – он основатель «Общества друзей Гатчинского парка», тоже общественная организация, в которой мы участвуем. Даже благодарность от нашей администрации получили за участие в субботниках. Тоже, можно сказать, стал другом семьи (ДФГ, Гатчина, добровольцы).

Способ общения – это чаще всего личные встречи (76%), телефон (47%), социальные сети (11%). Электронной почтой пользуются для этого только 6%. Социальные сети интернета становятся не только средством общения, но и начинают выполнять другие важные функции в формировании сообщества. Это:

- информационная поддержка инициатив

Мы объявляем, какая будет тема занятия, какая будет тема выставки, субботник и прочее (ДФГ, Черняховск, добровольцы).

- координация совместных действий

Если ты будешь каждого обходить – какое это время займет? Либо ты в социальную сеть зашел и отправил каждому информацию – это короткий промежуток времени. Ты и сил

меньше затратишь, и времени, они быстрее об этом узнают, быстрее сообщат дальше (ДФГ, Ангарск, активисты).

Была акция по городу Ангарску насчет баннера. Был знакомый, который рассказал о сфере своих занятий. Через какое-то время мне нужно было на такую тему сделать план и отправить его. Я нашла этого парня в социальной сети и попросила его помочь. Он привлек еще человек 20–30, и у нас получилась большая сеть по всей области (ДФГ, Ангарск, активисты).

– создание нового сообщества вокруг какой-то инициативы, расширение сообщества, мобилизация сторонников

1-й участник: Можно группу создать.

2-й участник: Группу, паблик, распространил ее по интернету. Кто-то добавился, кто-то нет. В группе на стене ты пишешь, что надо, кто согласен, оставляют свои комментарии (ДФГ, Ангарск, добровольцы).

В Зеленодольске есть одна очень активная социальная группа, называется «Дроппинг кинотеатр», там 20 тысяч контактов. Мы брали только живые аккаунты (есть же очень много мертвых аккаунтов), то есть брали живую базу данных и старались ее использовать (ДФГ, Зеленодольск, активисты).

Наша организация имеет практически во всех соцсетях свои страницы. Сама страница, конечно, закрыта. Она только для внутреннего общения. Но мы создаём какое-то событие, мероприятие, вот приглашаем своих ребят, они приглашают своих друзей, эти друзья приходят. И потом, если им нравится деятельность нашего общества, то они вступают к нам (ДФГ, Черняховск, добровольцы).

– обучение, выяснение алгоритма решения своей задачи, получение важной для решения задачи информации

Интервьюер: Бывало ли так, что новое знакомство помогало решить какие-то задачи?

1-й участник: Всегда так будет. На основе своего результата помогли им.

2-й участник: Это всегда было и будет (ДФГ, Ангарск, активисты).

6.5. Линии отчуждения в городских сообществах

В. Вахштайн предлагает анализировать сообщества через две оппозиции: «своё / чужое» и «внутренне / внешнее». Графически эта оппозиция выглядит так:

| | <i>свое</i> | <i>чужое</i> |
|---------------|-------------|--------------|
| <i>внутри</i> | сообщество | чужаки |
| <i>вне</i> | диаспора | враги |

В. Вахштайн отмечает, что эти критерии демаркации позволяют определить сообщество как одновременно пространственное и социальное образование⁵⁵. Но далее он ставит под сомнение критерий пространственности в определении сообщества, приводя примеры внепространственных сообществ (интернет-сообщества, сообщества профессионалов, научные сообщества, сообщества приверженцев какой-то политической или культурной идеологии). И делает вывод, что основанием создания сообщества является коммуникация, которая представляет собой источник солидарности сообществ нового типа.

⁵⁵ В. Вахштайн. К концептуализации сообщества: ещё раз о резидентности или работа над ошибками/Социология власти. №3 (2013). – М.: РАНХиГС. – с.13.

В нашем случае (поскольку рассматривается гражданское участие, локализованное в городах разной величины) мы имеем дело с пространственной и коммуникативной локализацией сообществ (реально сложившихся или возможных).

Первый вопрос в связи с этим: кто в этом пространстве (в городе) «свои», а кто – «чужие»? Мы спросили у горожан, между какими группами людей в городе есть острые противоречия? Чаще всего фиксируются противоречия между чиновниками и обычными гражданами; между работодателями и работниками; между богатыми и бедными (см. табл. 6.3). Есть важное отличие жителей средних городов: они реже говорят, что в городе есть острые противоречия между чиновниками и обычными гражданами (31%, в среднем – 42%), что позволяет предположить сравнительно большую интегрированность сообщества в средних городах, в частности, вокруг проектов, инициированных местными властями.

Вопрос о «своих» и «чужих» мы задаём время от времени в разных формулировках, в открытой и закрытой форме, но эти три группы «контриденфикации» неизменно занимают первые места⁵⁶.

Таблица 6.3
данные в % от групп

**Группы горожан, между которыми есть острые противоречия
в разных типах населённых пунктов**

| | Все опрошенные | Тип населенного пункта | | | |
|------------------------------|----------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|-----------|
| | | город от 100 до 250 тыс. | город от 50 до 100 тыс. | город менее 50 тыс. | ПГТ |
| <i>Доли групп</i> | 100 | 27 | 21 | 39 | 13 |
| Чиновники и обычные граждане | 42 | 50 | <u>31</u> | 45 | <u>36</u> |
| Работодатели и работники | 31 | 31 | 29 | 33 | <u>26</u> |
| Богатые и бедные | 30 | 34 | 29 | 28 | 25 |
| Русские и не русские | 21 | 22 | 19 | 22 | 17 |
| Молодежь и взрослые | 13 | 16 | 11 | 13 | 11 |
| Местные и приезжие | 10 | 14 | 7 | 10 | 8 |
| Предприниматели и чиновники | 7 | 7 | 7 | 6 | 6 |
| Люди разных вероисповеданий | 5 | 9 | 4 | 4 | 2 |
| Жители разных районов | 2 | 3 | 0 | 1 | 1 |
| Между другими группами | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Нет острых противоречий | 20 | <u>11</u> | 25 | 20 | 28 |
| Затрудняюсь ответить | 7 | 7 | 6 | 6 | 9 |

Таким образом, можно утверждать, что между обычными горожанами и теми, кто обладает ресурсами – властью и деньгами, существуют коммуникативные барьеры, о которых часто

⁵⁶См., напр.: Процессы идентификации российских граждан в социальном пространстве «своих» и «не своих» групп и сообществ (1999–2002 гг.): Мастер-класс профессора В.А. Ядова. – М.:Аспект-пресс, 2004. С. 229.

упоминали участники фокус-групп, рассказывая о своих трудностях взаимодействия с властями, в первую очередь – когда они пытаются инициировать какие-то действия по решению общегородских проблем.

6.6. Выводы

- В обследованных городах, различающихся по числу жителей, мы отмечаем достаточно высокий уровень включенности в общественные дела, вызванной ситуативной потребностью (необходимость убрать двор, помочь нуждающимся, провести какое-то массовое мероприятие, например, соревнования или общегородской праздник). Несколько более интегрированными вокруг общих дел выглядят жители городов с численностью населения от 50 до 100 тыс. человек.
- Вокруг общих дел формируются сообщества участников, с которыми устанавливаются горизонтальные контакты.
- Достаточно широко распространено мнение, что горожане-общественники могли бы участвовать в решении общегородских проблем, требующих систематических усилий, а не только в тех, которые требуют короткой ситуативной включенности. Для такой активности нужен агент-инициатор, обладающий властными и материальными ресурсами, – например, представители властей, пользующиеся авторитетом, или состоятельные граждане. Однако, судя по косвенным данным, в городах сохраняется отчуждение местных элит от обычных горожан. При этом центрами формирования гражданских инициатив и соответственно формирования сообществ подчас становятся местные депутаты, которые берут на себя организаторские и лоббистские функции; выступают консультантами сами или привлекают специалистов.

ЧАСТЬ II. Социальное предпринимательство как форма гражданского участия

Глава 7. Социальные услуги в малых и средних городах как перспективная сфера социального предпринимательства

Социальное предпринимательство – это не просто частный или корпоративный бизнес, оказывающий социальные услуги населению, а более сложный социально-экономический феномен, и не все предприятия, которые власти или доноры признают социальными, работают в сфере социальных услуг. Однако именно в этой сфере, как показывают материалы фонда «Наше будущее», работает больше всего социальных предприятий.⁵⁷

В малых и средних городах России развитие социального предпринимательства особенно необходимо в силу большей напряженности на рынке труда, и особенно востребовано в силу меньшей развитости сферы социальных услуг. Проблематика развития социального предпринимательства проанализирована в разделе «Деятельность социальных предприятий и условия их развития» на основе глубинных интервью с социальными предпринимателями. В массовом опросе мы можем лишь зафиксировать распространённость практик использования услуг частного бизнеса в сфере социально-бытовых услуг, чтобы представить себе, хотя бы приблизительно, потенциал развития социального предпринимательства.

Перспективы развития социальных предприятий во многом зависят от привычки граждан пользоваться услугами частных предприятий, от платежеспособности потребителей, качества оказываемых услуг и других обстоятельств. В массовом опросе мы выясняли, какие уже сейчас существуют практики использования услуг частного сектора в социальной сфере в малых и средних городах. Было задано два вопроса: «Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных услуг из тех, что есть в городе, пользуетесь Вы, Ваша семья?» и «А какие из услуг, которыми пользуетесь Вы, Ваша семья, оказывают частные лица или негосударственные организации?» На эти вопросы можно было дать любое число ответов (см. табл. 7.1).

Таблица 7.1

Доли пользователей услугами частного сектора в социальной сфере

| Виды услуг | Пользуются, % | Оказывают частники, % | % услуг, оказываемых частниками |
|--------------------------------------|---------------|-----------------------|---------------------------------|
| Медицинская помощь | 88 | 23 | 26% |
| Продажа продуктов питания | 84 | 71 | 84% |
| Продажа товаров повседневного спроса | 77 | 62 | 81% |
| Продажа лекарств | 72 | 47 | 65% |
| Парикмахерская | 70 | 58 | 83% |
| Общественный транспорт | 69 | 40 | 58% |
| Ремонт одежды, обуви | 38 | 30 | 78% |

⁵⁷ <http://www.nb-fund.ru/charity-projects/>

| Виды услуг | Пользуются, % | Оказывают частники, % | % услуг, оказываемых частниками |
|---|---------------|-----------------------|---------------------------------|
| Ремонт бытовой техники, изготовление ключей | 33 | 24 | 73% |
| Общественное питание | 33 | 24 | 74% |
| Общее начальное, среднее образование (школы, лицеи) | 24 | 2 | 7% |
| Выдача денег в долг, ссуды | 20 | 13 | 64% |
| Спортивные занятия | 20 | 8 | 42% |
| Уход за дошкольниками (детские сады, ясли) | 18 | 2 | 12% |
| Строительство и ремонт жилья | 18 | 10 | 58% |
| Баня | 17 | 10 | 59% |
| Юридическая помощь | 15 | 12 | 77% |
| Ветеринарная помощь | 12 | 8 | 64% |
| Досуговые занятия, художественная самодеятельность | 10 | 4 | 40% |
| Химчистка, стирка | 8 | 6 | 76% |
| Уход за больными, престарелыми | 6 | 1 | 22% |

Данные опроса показывают, что жители довольно широко используют услуги частного сектора. Среднее число услуг на одного жителя – 7,3. Среднее число услуг, оказываемых частным сектором, – 4,5 на одного жителя. Две трети и более ходят в частные магазины за продуктами и товарами повседневного спроса; в частные парикмахерские, ремонтные мастерские, столовые, прачечные, химчистки; обращаются за консультациями к частным юристам. Это не удивительно: здесь практически нет государственных или муниципальных учреждений. От 70% до 50% жителей прибегают к помощи частников тогда, когда им нужно купить лекарства, воспользоваться услугами общественного транспорта, получить деньги в кредит, построить или отремонтировать жильё, получить ветеринарную помощь. Реже всего услуги частного бизнеса используются в сферах образования и медицинской помощи. И понятно почему: это самые дорогие услуги, и в этих сферах по-прежнему работают в основном государственные и муниципальные учреждения. За медицинской помощью к частникам чаще, чем в среднем, обращаются люди в возрасте 31-45 лет (28%), респонденты с высшим образованием (31%); самые состоятельные (те, чей доход позволяет купить автомобиль, квартиру или дом – 35%). Услуги частного бизнеса в целом – не для бедных. Среднемесячный доход тех, кто обращается за медицинской помощью в частные организации, превышает средний доход всех опрошенных примерно на 1000 – 1500 рублей. На столько же выше доход тех, кто учит детей в частных школах; обращается за помощью к ветеринарам; ремонтирует одежду, обувь и бытовую технику; берёт кредиты. Примерно на две – три тысячи в месяц больше средний доход у тех, кто прибегает к услугам частных фирм при строительстве и ремонте жилья. Практики для самых состоятельных (тех, чей средний доход выше, чем в среднем, на 3500 рублей и больше) – это: услуги общественных бань, общепита, спортивные и досуговые занятия; юридическая помощь. В «элитные» попали также услуги химчистки и стирки. Это значит, что услуги частного бизнеса во многих сферах доступны лишь людям с доходами, превышающими средние.

Тех, кто, отвечая на вопрос: *«Кто, по Вашему мнению, предоставляет более качественные услуги – государственные (муниципальные) организации или частные? Или качество услуг у них одинаковое?»*, – сказал, что частники оказывают более качественные услуги, оказалось в два раза больше, чем тех, кто полагает, что у государственных или муниципальных организаций качество услуг выше (33% и 16% соответственно). При этом средний доход первых – 17122 рубля (на 1032 рубля больше, чем в среднем), а вторых – 14276 рублей (на 1814 рублей меньше, чем в среднем). Тех, кто сказал, что качество одинаковое, примерно четверть. Их средний доход – 16137 рублей, примерно такой же, как и средний по выборке (16090 рублей).

Таким образом, социальность бизнеса – это не просто оказание услуг населению, а более сложный феномен, который анализируется ниже. Пока услуги частников многим попросту недоступны. Наш анализ практик социального предпринимательства показывает, что в сферах образования и медицинской помощи, наиболее дорогих для населения, есть интересные проекты, которые предполагают решение проблемы финансирования за счет аккумулирования ресурсов (случай АНО «Реалмед» в Перми, где оплата лечения в частной клинике идёт частично за счет страховки; случай образовательного учреждения «Светоч» в Московской области, где начальные инвестиции сделаны частным предпринимателем, а сами образовательные услуги оплачивают клиенты). Многие предприниматели считают, что проблема доступности услуг могла бы быть не такой острой, если бы существовали льготы при налогообложении, льготные ставки аренды помещений на частные школы или были бы распространены нормы подушевого финансирования среднего общего образования.

Глава 8. Объективная информация о социальных предприятиях

Для интервью мы отобрали руководителей и владельцев социальных предприятий, ориентируясь на максимально возможное разнообразие сфер деятельности. Бизнес наших респондентов ориентирован, чаще всего, на частных лиц. Только одно предприятие – картонно-переплетная фабрика в г. Волжском имеет среди потребителей продукции другие предприятия или организации.

Социальных предприятий, которые функционируют в сфере образования и педагогики, в выборке было три (интервью №№2, 8, 14). Оказывают оздоровительные услуги, работают в сферах туризма, спорта или досуга – четыре предприятия (интервью №№4, 5, 6, 9), в сфере производства – три (интервью №№10, 11, 15). По одному предпринимателю работают в сферах: социальной помощи (интервью №3), торговли (интервью №1), медицинских услуг (интервью №7).

Организационная форма вошедших в выборку социальных предприятий оказалась самой разнообразной: ООО, ИП (индивидуальный предприниматель), НКО (некоммерческая организация), кооператив, АНО (автономная некоммерческая организация), НП (некоммерческое партнёрство). Руководители и владельцы всех предприятий, если судить по материалам интервью, считают их социальными предприятиями. Во-первых, потому что они либо работают в социальной сфере (например, в образовании), либо выполняют важную социальную функцию (например, дают работу инвалидам или молодежи без опыта работы). Во-вторых, их считают социальными предприятиями эксперты, и, прежде всего, представители фонда «Наше будущее», который даёт гранты на развитие социальных предприятий. Основные характеристики социальных предприятий даны в Приложении 9.

Опрошенные предприниматели работают, как правило, в своём регионе. Но если интересы дела или логика расширения бизнеса требуют выхода за его пределы, они легко это делают: находят партнёров в других регионах, в ближнем и дальнем зарубежье.

Существует социальный бизнес, если считать от времени регистрации, как правило, не больше 10 лет, но чаще всего – 2-3 года. Исключение – картонно-переплетная фабрика в Волжском, которая существует с 1963 г. и которая считается социальным предприятием, потому что даёт работу инвалидам. По технической оснащённости и условиям труда, если судить по признанию директора, «*оно соответствует 1905 году*». Может ли такое предприятие считаться социальным, или оно, напротив, асоциальное – это предмет особого разговора на тему о том, что лучше для инвалидов: иметь хотя бы такую работу, или не иметь её вовсе, и допустима ли такая альтернатива.

Если судить по числу работников, респонденты, как правило, владеют малыми предприятиями. Число занятых – от одного до 150 человек (см. Приложение 9). Однако если учитывать не только штатных сотрудников, но и сезонных работников, партнёров, добровольных помощников, то число включенных в деятельность того или иного предприятия может увеличиваться в два-три раза.

Источники финансирования деятельности социальных предприятий – это:

а) получение доходов от дружественной аффилированной коммерческой организации (их, как правило, возглавляет один и тот же человек); фактически прибыльная организация содержит социально ориентированную, является донором для неё (образовательное учреждение «Светоч», Московская область; ООО «Обсервер», Калининград);

б) доходы от собственной деятельности.

В обоих вариантах заложена самоокупаемость социального предприятия и распределение доходов исключительно на зарплату его сотрудникам и оплату расходов на поддержание его материальных фондов. Не исключается получение грантов, кредитов, беспроцентных займов, но большинство респондентов подчеркивают, что основная часть вложенных в социальное предприятие финансовых ресурсов – это деньги, получаемые от основной деятельности.

Доноры – это государственные учреждения, частные лица или организации (фонды), которые дают социальному предприятию деньги на какой-то конкретный проект или вид деятельности беспроцентный кредит или грант.

В нашем исследовании встретился только один случай, когда для создания социальных предприятий использовались средства одного донора («Светоч», Химки). Его целью, помимо сформулированной гуманитарной миссии, было создание комфортных социально-экономических условий ведения бизнеса. Однако предприниматель вкладывал свои деньги не в какое-то уже существующее социальное предприятие, а создавал такие предприятия (школы, дома для престарелых) заново, контролируя все этапы создания – начиная от строительства и оснащения оборудованием и заканчивая подбором персонала. Видимо, такая стратегия использования донорских средств для развития социального предпринимательства будет более популярной, чем вложение средств в уже имеющиеся организации, поскольку позволяет избежать потенциальных рисков, связанных с возможной недобросовестностью или некомпетентностью партнёров.

Некоторые респонденты пытаются использовать в своём социальном бизнесе средства множественных доноров (магазин «Благодарение», Волгодонск, ООО «Горький хостел», Нижний Новгород). Но, похоже, такая практика в нашей стране ещё не прижилась.

Глава 9. Модернизационные эффекты социального предпринимательства

9.1. Основные направления деятельности социальных предприятий

Спектр видов деятельности обследованных социальных предприятий достаточно широк. Большой частью это сфера услуг, меньшей – производство товаров, что в основном соответствует современным тенденциям развития городской экономики. Как и для многих малых предприятий, здесь характерна включенность в разнообразные горизонтальные связи с деловыми партнерами, общественными организациями. Отличительной чертой является более тесное, чем у обычных малых предприятий, сотрудничество с государственными структурами в плане решения социальных проблем города. Например:

- предоставление качественных образовательных услуг (Академический лицей в Казани, Образовательное учреждение «Светоч» в Московской области); дошкольное воспитание (АНО Международный образовательный центр «Монтессори-педагогика» в Тихвине);
- реабилитация больных детей и детей с особенностями развития (Конно-спортивный клуб в Камышине, АНО Международный образовательный центр «Монтессори-педагогика» в Тихвине);
- предоставление медицинских услуг (АНО «Реалмед» в Перми);
- предоставление услуг в сфере гостиничного бизнеса (ООО «Горький хостел» в Нижнем Новгороде);
- помощь в создании безбарьерной среды в городе (ООО «Обсервер» в Калининграде);
- развитие спорта и досуга (конно-спортивный клуб в Камышине; ИП тренажерный зал «Атлант» в Тольятти; ООО «Сервис Парк» – «Юго-Камские горки» в Пермском крае);
- развитие познавательного туризма (центр «Город-музей», Коломна);
- материальная помощь малоимущим (магазин «Благодарение» в Волгодонске).

Среди факторов успешного развития своих социальных предприятий респонденты выделяют следующие:

- государственная целевая адресная поддержка в виде налоговых льгот, снижения арендной платы за помещение (оптимально – помещение в собственности), административная и информационная поддержка, сотрудничество с госструктурами в одном направлении;
- слаженная работа коллектива единомышленников, личный энтузиазм сотрудников;
- рыночная конъюнктура, востребованность товаров или услуг;
- перспективные идеи развития бизнеса;
- благоприятный социокультурный фон (позитивное восприятие, доверительное отношение населения);
- образование, соответствующее целям деятельности и повышение квалификации руководства и персонала.

Большинство респондентов отмечали, что представители местных властей не чинят препятствий в их деятельности, а некоторым даже помогают, предоставляя возможность льготной аренды помещений, консультативную помощь.

Основной принцип деятельности обследованных предприятий – стремление предоставить уникальные услуги. Они не могут конкурировать с массовым стандартизированным и дешевым производством, поэтому часто ориентируются на принцип адресности и эксклюзивности, в т. ч. географической и социальной. Например: обслуживание и ремонт импортных инвалидных колясок; создание способным детям лучших стартовых возможностей для поступления в университет; обучение дошкольников по международным программам в районном городе; предоставление недорогого жилья в гостинице. Такая ориентация на эксклюзивность диктуется, в первую очередь, желанием избежать конкуренции. Социальный бизнес в России делает лишь первые шаги, незанятых ниш много, и потенциальные конкуренты пока не слишком мешают друг другу.

Выбор конкретной экономической ниши остается за руководителем, от которого требуется комплексная оценка ситуации, перспектив развития и применения имеющихся ресурсов. В некоторых случаях ниша, занятая социальным предприятием, оказывается не только уникальной, но и широко востребованной. Тогда положение предприятия в этом сегменте услуг становится достаточно прочным, особенно если для развития этого вида деятельности власти создают условия (например, специальные городские программы). Но там, где в той же сфере работают государственные структуры или крупный бизнес, конкуренция становится ощутимой. Особенно ощутима конкуренция тогда, когда предприятию нужен не только интеллектуальный капитал, но и современное дорогостоящее оборудование, а инвестора или спонсора для модернизации производства привлечь не удаётся.

Желание предоставлять уникальные услуги стимулирует использование инноваций как в производстве товаров, услуг и их продвижении, так и в выстраивании отношений между субъектами экономической деятельности.

9.2. Модернизационные эффекты социального предпринимательства

В идентификации социального предпринимательства как явления и понятия ключевой характеристикой авторитетные авторы считают социальное изменение, новаторский подход к решению социальных проблем⁵⁸. Новаторский подход, по мнению А. Московской и её коллег, – это новая идея для решения социальной проблемы и новая комбинация социальных и экономических ресурсов для достижения целей.⁵⁹ Как результат – социальное предпринимательство повышает совокупную экономическую эффективность, так как вводит в оборот ресурсы, которые ранее в таком качестве не использовались: отходы производства, социально исключенные группы, солидарность⁶⁰.

В этом, несколько производственном, на наш взгляд, определении новаторства, нам бы хотелось усилить социальную составляющую, имея в виду те характеристики социальных предприятий и деловой стратегии их руководителей, которые меняют *правила и практики*, существующие не только в границах целей предприятия, но и такие, которые определяют жизнь более широкого сообщества, а *солидарность* является не ресурсом, а результатом, эффектом деятельности. Только в этом случае можно считать социальное предпринимательство формой гражданского участия. Такое понимание вытекает, например, из различения гражданского и не гражданского действия, которое делает С. Патрушев. Первое «направлено на трансформацию сложившихся институциональных практик и их нормативно-ценностных оснований», с ориентацией на общественное благо. Второе может быть как индивидуальным (име-

⁵⁸ Социальное предпринимательство в России и в мире. Практика и исследования. /ред.: А.А. Московская М.: Издательский дом Высшей школы экономики 2011. С.9.

⁵⁹ Там же. С. 15–16.

⁶⁰ Там же. С.16

ющим «специфический, сугубо частный характер»), так и коллективным (выражающим «частные интересы общественного значения») ⁶¹.

Исходя из этого различения, мы можем считать предпринимателя социальным новатором тогда, когда он стремится изменить сложившиеся практики и институты либо создать новые. Предприниматель – социальный новатор создаёт образцы таких практик в той сфере, в которую он вошел со своей предпринимательской идеей. Эти образцы не становятся «коммерческой тайной». Они тиражируются (или, по крайней мере, становятся доступными для тиражирования) в более или менее широком сообществе. Этот критерий сейчас признан в нашей стране и важен для идентификации предприятия как социального, в частности, тогда, когда предприниматель претендует на получение грантов фонда «Наше будущее». ⁶² Но он, на наш взгляд, недостаточно операционализирован для того, чтобы можно было интерпретировать предпринимательскую стратегию как социальную.

Цель нашего анализа – выяснить, как социальный предприниматель взаимодействует с наличными правилами и образцами деятельности тогда, когда он придумывает и реализует идею своего предприятия, чтобы в итоге модернизационный эффект был важен для достижения не только производственных, но и социальных целей; не только для непосредственных участников производства и потребителей продукта или услуги, но и для более широкого общества. Соответственно, мы сформулировали следующие исследовательские вопросы:

1. Являются ли для предпринимателя существующие сегодня правила ресурсом или тормозом; стремится он приспособиться к ним или изменить; что он делает для изменения правил, которые касаются внешних по отношению к предприятию условий жизни и деятельности?
2. Идея и алгоритм функционирования предприятия заданы извне, посредством копирования образцов, или предприниматель их сам придумал (полностью или частично)?
3. Какова «культурная концепция» предпринимательского замысла, т.е. бизнес-предложение существует *в комплексе* с социально-культурным проектом или оно ориентировано на производственную моноцель?
4. Какова «культурная концепция» взаимодействия с персоналом, т.е. в какой степени персонал, партнеры являются средством достижения производственной цели, а в какой – объектом попечения?
5. Каково место создания и трансляции социальных ценностей в определении эффекта предприятия?

9.3. Самоидентификация социального предпринимателя и наличные правила

В освоении наличных правил деятельности и их развитии мы зафиксировали два типа стратегий: 1) вначале деятельность, а потом знакомство с правилами и опытом других; 2) вначале знакомство с правилами и опытом, а потом – развертывание деятельности.

Первый тип – это те, кто, реализуя свою производственную программу и социальную миссию, не идентифицировали себя в качестве социального предпринимателя. Ключевым моментом для самоидентификации в таком качестве и, соответственно, принятия правил, заданных этим концептом, служит какая-то внешняя инициатива. Это либо проекты властей, ориентированные на развитие социальной сферы, задающие нормативные рамки и дающие какие-то льготы, либо концепт, заданный грантодателем. В нашем случае – фондом «Наше будущее». Человек начинал какой-то бизнес, не очень задумываясь о том, к какой сфере он

⁶¹ Патрушев С.В. Гражданская активность как фактор модернизации // Модернизация и политика в XXI веке / Отв. ред. Ю. С. Оганисян; Ин-т социологии РАН. // М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2011. С. 262–275.

⁶² <http://www.nb-fund.ru/about-us/>

относится и есть ли какие-то особые правила, регламентирующие эту сферу. Затем он обнаруживал, что есть какие-то правила деятельности и институционализированные практики её ведения. Далее происходило понимание того, что следование правилам и освоение опыта тех, кто уже занимается подобной деятельностью – выгодно. Так происходит первый вариант *морфогенеза социального предпринимательства*: сначала собственно деятельность, затем – идентификация её как социальной благодаря заимствованию концепта, и затем – освоение образцов и конструирование собственных практик, развивающих и обогащающих внешний концепт. Рефлексии по поводу своей деятельности и правил, по которым она должна вестись, возникают у них тогда, когда происходит знакомство с требованиями властей или доноров.

Для предпринимателей этого типа, понятия «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» поначалу существовали отдельно от собственных практик этой деятельности. Во многих интервью встречается фраза: *«Я не знал, что то, чем я занимаюсь, называется социальным предпринимательством»*. Это значит, что предприниматели более или менее интуитивно выбирают стратегии ведения бизнеса, реагируя на внешние вызовы; формируют собственные практики там, где, возможно, уже есть какие-то образцы для решения проблем.

Не было никакой оригинальной идеи, не было никаких знаний, просто я знал, чтобы меня не пришла и не закрыла милиция — надо открыть ИП. Я пошел открывать ИП и в этот момент я начал узнавать, что это такое вообще ИП, и как налоги и как вообще все... Когда я начинал заниматься, понятие я не знал – социальное предпринимательство. Я просто решил заниматься тем, что мне нравится, что я люблю. Создавалось просто как дело, только потом я узнал, что есть еще такое понятие именно вот у фонда «Наше будущее» (м., ИП тренажерный зал «Атлант», Тольятти).

Узнал, что это социальная деятельность, практически два года назад, когда с фондом «Наше будущее» познакомился. С тех пор я понял, что это социальная оказывается. Я и раньше этим занимался, в принципе, только не знал, что это так называется (м., директор ООО «Сервис Парк» – «Юго-Камские горки», пос. Юго-Камск).

У меня не было цели заниматься социальным предпринимательством, потому что на тот момент я даже не знал, что это такое. На тот момент я планировал заниматься тем делом, которое мне приносит удовольствие, и пытался, чтобы оно же приносило мне деньги. О том, что я занимаюсь социальным предпринимательством, я узнал в позапрошлом году, когда узнал о существовании фонда «Наше будущее», который занимается развитием социального предпринимательства (м., конно-спортивный клуб «Золотая лошадь», Камышин).

Человек начинает размышлять по поводу того, может ли он считать себя социальным предпринимателем не только для того, чтобы получить льготный кредит, но и для того, чтобы развивать свою деятельность в определенном направлении. Тем самым возникает рефлексивное действие: конструируются практики, соответствующие внешним критериям, и формируются собственные критерии, дополняющие и развивающие те, что заданы извне.

И миссия наша, как понимаю, – сделать спорт доступным для всех слоев населения, это для детей, пенсионеров, малоимущих. Сделать действительно доступный спорт, потому что зарплаты у нас не настолько дорогие. У нас есть социальная программа, по пятницам большие скидки для пенсионеров и учащихся, а для детей, воспитанников детских домов, интернатов, сирот, малоимущих и инвалидов – бесплатное обучение, катание на тюнингах, на горных лыжах, на сноубордах (м., директор ООО «Сервис Парк» – «Юго-Камские горки», пос. Юго-Камск).

Интуитивная стратегия бизнеса, метод «проб и ошибок» приводит подчас к материальным потерям и репутационным издержкам. Пример этому – неудачи директора ООО «Сервис Парк», который лишь по ходу строительства, требующего больших капиталовложений, обнаружил, что существуют ограничения, препятствующие его первоначальному замыслу.

Мне администрация Пермского района пошла навстречу, земельный участок не так долго оформляли. Помощь была практически на всех уровнях. Но возникла одна трудность, потом вторая, потом третья. Там была линия электропередач, пришлось нам укоротить нашу трассу

немножко. Потому что под ней строительство запрещено канатной дороги. Вторая трудность – это меня не поставили в информации поставщики канатной дороги, что это является особо опасным объектом и что нужно пройти главную госэкспертизу России. Я два года проводил вот эту главную госэкспертизу. И, естественно, большие финансовые затраты прошли. Поэтому пришлось часть имущества своего продать (м., директор ООО «Сервис Парк» – «Юго-Камские горки», пос. Юго-Камск).

Но так действуют не все и даже не большинство тех, кто попал в нашу выборку.

Второй тип – Это те предприниматели, которые вначале осваивали правила и знакомились с успешными образцами подобной деятельности, создавали проекты, а лишь потом начинали развивать свой бизнес. Такая стратегия реализуется, прежде всего, теми, кто решил начать своё дело в социальной сфере, связанной с образованием, здравоохранением и воспитанием. Эти сферы строго регламентируются действующими законами и стандартами, и освоить их «по ходу дела» невозможно, потому что предприятие просто-напросто не будет зарегистрировано, не получит лицензии, если не будет всех необходимых документов или если деятельность не будет в чём-то соответствовать утвержденным стандартам. Поэтому предприниматели, работающие в этих сферах, как правило, имеют большой опыт работы и репутацию профессионалов.

Мы в своей деятельности должны строго действовать по нормативным актам. Их огромное множество. Это и Конституция Российской Федерации, Конституция Республики Татарстан, закон Российской Федерации «Об образовании», закон Республики Татарстан «Об образовании», «О языках народов РТ». Не надо забывать и типовое положение об общеобразовательном учреждении Республики Татарстан, различные нормативные акты министерств образования Российской Федерации и Республики Татарстан, муниципального образования города Казани. Естественно, что какие-то дополнения мы вносили, все это зафиксировано в уставе нашего лица. Программы образования мы разрабатываем и реализуем самостоятельно, но, опять-таки, на основе государственных образовательных стандартов. Сейчас, например, вышел новый стандарт, всероссийский локальный акт «Этика поведения учителя», который очень подробно рассматривает вопросы взаимоотношений учителя с учениками, родителями и с коллегами. Поэтому здесь мы ничего не придумывали (ж., директор Академического лицея им. Н.И. Лобачевского, Казань).

Но самым тяжелым (но это не только для нас, это для любой школы) является очень жесткое следование учебным программам на основе федерального стандарта. Есть опасность неправильного оформления журнала, не так сделаешь запись, в программе не так обозначишь эту тему (ж., директор Академического лицея им. Н.И. Лобачевского, Казань).

Следование стандартам необходимо и тогда, когда при создании организации используется известный бренд, как, например, в случае АНО «Международный образовательный центр «Монтессори-педагогика» в Тихвине.

Методика-то старая, поэтому опыт большой есть в Питере, Москве, за рубежом. Мы часто пересекаемся с профессионалами мирового уровня (м., АНО центр «Монтессори-педагогика»).

Но и здесь есть некоторая свобода действий. Например, с детьми занимаются айкидо, потому что директор сам профессионал в этом виде спорта и ведётся работа по реабилитации детей с ограниченными возможностями, потому что возникла такая потребность.

Помимо законов и государственных стандартов, регулирующих предпринимательскую деятельность в социальной сфере, существуют образцы подобной деятельности, которые стараются освоить предприниматели, начиная свой бизнес.

Конечно, были образцы. Поднимала и правила торговли комиссионных магазинов, магазинов секонд-хенд и еще молодцы все московские оптовые склады, которые работают, у них есть та-кой букварь для начинающих секондов (ж., хозяйка магазина «Благодарение», Волгодонск).

Копируются не только общие принципы и правила организации бизнеса, но и отдельные технологии.

Есть такая сэ-эр-эм система «Битрикс 24». Сегодня был сотрудник из «Битрикса», читал нам двухчасовую лекцию. И мы общаемся все, активисты организации, ставим задачи друг другу, объявляем какие-то планировки, мероприятия, всё в электронном виде (м., ООО «Обсервер», организация инвалидов «Ковчег», Калининград).

Для некоторых освоение опыта становится не просто возможностью копировать образец, но и поводом для его критического осмысления, что приводит к необходимости создания собственных стандартов и проектов.

Прежде чем создать предприятие, я написал подробный бизнес-план на основе анализа, который я лично проводил на основе подобных организаций и в Волгоградском регионе и в Санкт-Петербурге. В Волгоградском регионе я не нашел ни одной успешной компании с экономической точки зрения. Сделал выводы и составил подробный план. Конечно, со временем отдельные пункты корректировались в процессе. Не кардинально, конечно, а частично. Вводились новые услуги. Часть услуг стали ненужными, поэтому мы их убрали (м., конно-спортивный клуб «Золотая Лошадь», Камышин).

Генеральный директор центра познавательного туризма «Город-музей» в Коломне – разнопланово образованный человек. Она окончила Университет культуры (два факультета – менеджмент в социальной сфере и связи с общественностью), Московскую высшую школу социально-экономических наук; приобрела опыт работы в администрации Воскресенска как специалист по сохранению культурного наследия. Но, как она сама говорит, *«встроиться в отлаженную государственную машину»* со своим проектом «города-музея» она не смогла из-за чрезмерной для таких проектов регламентации деятельности. Образования и опыта работы в структуре городского управления оказалось мало. Понадобилось большая проектная работа.

В течение года 20 специалистов из разных областей знаний исследовали эту территорию с одной задачей – найти острые индивидуальности, уникальность, то, что отличает эту территорию от соседних исторических городов (ж., Коломенский центр развития познавательного туризма).

Знакомство с аналогичными проектами в западных странах стало не просто копированием. Образцы стали лишь толчком для раскрытия потенциала города, его истории и сегодняшней жизни. Руководитель последовательно реализует идею живого города-музея., т.е. такого места, где жизнь идет не только в часы работы музея, а всегда: художники живут и работают в бывшей коммуналке и здесь же организуют выставки; жители выращивают сады и работают в кондитерском производстве, которое открыто для туристов; театр-музей принимает зрителей; историки пишут в массовых изданиях о новых открытиях в Коломне, школьники и студенты приходят в музеи работать добровольцами.

Это место было замороженное, спящее, безжизненное, с маргинальным населением. И сейчас то, что мы делаем эти объекты – ложится в лоно культурной политики. У людей меняется отношение к этому месту. Люди понимают, что это важное место, что это место может служить ресурсом развития города (ж., Коломенский центр развития познавательного туризма).

Похожие стратегии, ориентированные на творческое освоение опыта аналогичных организаций, прежде всего в западноевропейских странах, демонстрируют и другие предприниматели.

Это зарубежный опыт и опыт, который сейчас преподают на президентской программе повышения квалификации управленческой кадров, которую мы все успешно прошли. На обучении нас призывают использовать зарубежный опыт положительный, а немецкая сторона, германская клиника нам предоставляет результаты своей работы (м., АНО «Реалмед», Пермь).

Примеры образцов были. За прошлый год мы подписали как «Обсервер», не как «Ковчег», девять новых контрактов, и они все с эксклюзивом на Россию и СНГ, мы эксклюзивные представители этих фабрик, соответственно, за прошлый год мы были в командировках в Германии, на учебе именно, на фабриках, в Голландии, в Швеции, в Дании. Везде мы пытаемся договориться с партнерами о том, чтобы они нам показали, как у них реализуются вот эти социальные функции, как действует государство, как действует общественная организация. И где-то что-то под-

смотрим там, принимаем, какие тренды есть у них, и пытаемся как-то применить вот на нашей почве. Но у нас, мы абсолютные пионеры, я прям, не скромничая, могу сказать. Мы делаем всё с нуля, что-то, может быть, не совсем получается, но, в общем, мы с нуля это всё реализуем сами. Пляжей до нас в России не было ни одного. Мы создаем это с нуля. Аэропорты! Мы 18 аэропортов за два года полностью оборудовали под инвалидов-колясочников! Так что их не тащат, как мешок с дерьмом, а их сажают на ступенькоход, который шагает по лестнице, также замечательно проезжает внутрь салона, его там пересаживают. Мы обучаем, конкретно вот в Калининграде мы обучили четыре смены полностью, как пользоваться, как делать (м., ООО «Обсервер», организация инвалидов «Ковчег», Калининград).

Опрошенные руководители чаще всего работают как *институциональные предприниматели*⁶³, т.е. меняют процедуры деятельности и создают новые образцы в рамках существующих законов и правил. Это внутренние регламенты, новая логистика решения задач, новая мода или стиль жизни.

А что касается правил поведения лицеиста, то тут мы, исходя из общероссийских правил, которые зафиксированы как локальный акт, конкретизировали их. Тут мы, да, советовались и с учителями, и с учениками. Мы не останавливаемся и выдаем новые идеи, сейчас, вот, например, Шекспировский фестиваль или кинофестиваль (ж., директор Академического лицея им. Н.И. Лобачевского, Казань).

Руководители подчас признают, что позаимствовать опыт бывает очень сложно, коллеги настороженно относятся к потенциальным конкурентам и не делятся информацией, а тем более внутренними регламентами деятельности. Причем с заграничными образцами подчас познакомиться легче, чем с отечественными.

Единственный хостел, в котором я была сама до того, как открыть, это один хостел в Москве. Прожила там одну ночь, специально взяла самую большую комнату, и просто посмотрела. А до этого списывались по интернету с собственниками хостелов в регионах, узнавали, как, что. Их было единицы на тот момент. Конечно, никто не хочет делиться опытом, никто! Было безумно сложно собрать, поэтому фактически всё с нуля придумывали: какие-то документы, базы и прочее... (ж., ООО «Горький хостел», Нижний Новгород).

Поэтому не случайно алгоритмы деятельности социальных предприятий становятся товаром.

В 2012 г. в Перми проходил форум «Доброволец России». В работе в группах было 48 участников. Из Петропавловска-Камчатского познакомились с нашим опытом и купили у нас вот эту модель управления, наш опыт, и сейчас в 48 территориях внедряют. Нам даже Министерство развития и торговли Российской Федерации планирует выделить 1,5 миллиона на просветительскую деятельность (м., АНО «Реалмед», Пермь).

В числе опрошенных предпринимателей оказался один, который оказывает консалтинговые услуги социальным предпринимателям. Это инфраструктурный проект, ориентированный, в частности, на тех предпринимателей, кто проходит этап становления своего бизнеса. Руководитель так объясняет цель своей деятельности:

Это площадка для взаимодействия социальных предпринимателей, а мы насыщаем этот проект собственными компетенциями, знаниями, ресурсами, возможностями, видениями. Отчасти это бизнес-консалтинг, через организацию конкретного проекта партнеров мы предлагаем какие-то правовые решения. Проект обеспечивает каждого предпринимателя высокотехнологичной инфраструктурой. Это и маркетинг, и логистика, и право, и финансы. Это место, куда можно прийти задать вопрос «Что такое социальное предпринимательство?», прийти со своим проектом для поиска комфортных моделей, это создание совместных проектов (м., ООО «Бренд-Стор», Москва).

Руководитель называет свою бизнес-идею разновидностью франчайзинга, но это, судя по интервью, скорее совместная проектная работа, а не копирование образца, имеющего успеш-

⁶³ Ресурсы добровольческого движения. Аналитический доклад по результатам исследований Фонда «Общественное мнение» 2012-2013 гг. М., ФОМ., 2013.– с. 44

ный товарный знак. Возможно, само понятие «социальное предприятие» может стать товарным знаком, но это произойдёт тогда, когда и в среде самих предпринимателей, и у потребителей сформируются критерии различения социальных предприятий и предприятий, работающих в социальной сфере. Многие наши собеседники говорили, что им мешает работать отсутствие закона о социальном предпринимательстве. Но закон может появиться тогда, когда будут найдены и согласованы основания такого отнесения и модели, формы, которые может иметь этот вид деятельности.

Мешает по сути одно – закон о социальном предпринимательстве. Но можно ждать издания закона, а можно правильно сформулировать проблемы, с которыми мы сталкиваемся в социальном предпринимательстве и грамотно донести их до законотворческих органов. Тогда наш опыт интегрируется с законом и будет куда более эффективно (м., ООО «Бренд-Стор», Москва).

Желание встроиться в имеющиеся стандарты и правила, соответствовать этим стандартам не исключает неудовлетворенности существующими законами и правилами, желания изменить их. Но нам не встретилось упоминания инициатив, ориентированных на изменение законов и правил, хотя бы на локальном уровне. Видимо, для этого нужна встроенность социальных предпринимателей в более широкое сообщество – предпринимательское или общественно-политическое. Чаще всего упоминалась проблема отсутствия законодательного оформления статуса социального предпринимательства и социального предприятия. Судя по высказываниям респондентов, закон о социальном предпринимательстве нужен, прежде всего, для того, чтобы получать льготные кредиты.

В Европе, в арабских странах, например, в Германии люди, которые работают для медицины, здравоохранения, сельского хозяйства, получают только беспроцентные кредиты. Нам, если мы создаем медицинское предприятие, ни один банк не даст беспроцентный кредит – ни государственный, ни какой. Поэтому фонд «Наше будущее» создан для того, чтобы люди, живущие в России, имели бы такие же возможности, которые имеют граждане Германии, Швейцарии, в арабских странах (м., АНО «Реалмед», Пермь).

Но для новых видов деятельности (в частности, для хостелов) отсутствуют законы, определяющие их статус, регламентирующие стандарты оказания услуг и условия сертификации, что создаёт почву для произвола со стороны разнообразных проверяющих органов.

Было вообще ничего не понятно, по каким нормам действовать, законодательства по хостелам нет в России вообще. Планируют это вносить в ближайшие годы. Мы даже не знали, какой вид деятельности выставлять, чтобы зарегистрироваться в налоговой. Даже в налоговой не могли это сказать, грубо говоря. Мы сидели и советовались с юристами, бухгалтерами, и сами выбирали просто. Мы были первыми из хостелов в Нижнем Новгороде. Самое главное было донести до нижегородцев и до потенциальных гостей, что такое хостел, и что можно жить дешево в центре города. Взрослые люди вообще не верили, что какая-то молодежная гостиница, где за 450 рублей проживание, сможет оплатить аренду в центре города. Мы очень много нормативных документов сами делали. Что нужно для бронирования, для заселения, для фиксирования. Должностные инструкции обновили. Мы сидим очень много пишем ночами, очень большую базу создаем (ж., ООО «Горький хостел», Нижний Новгород).

Помимо специфических проблем, связанных с кредитной и налоговой политикой государства, у социальных предпринимателей те же проблемы, что и у их коллег из других сфер деятельности. Это, прежде всего, излишняя забюрократизированность и неповоротливость государственных служб, с которыми приходится иметь дело.

В течение суток нужно оповестить ФМС, что заехал гость, все данные предоставить, но нельзя это ни электронкой, ни почтой, только нужно идти туда, отстоять очередь. Первые разы, когда мы ходили, мы стояли по 4 часа в очереди. И мне до сих пор непонятно, кто должен это делать? Я должна отдельного сотрудника нанять, чтобы каждый день он ходил, собирал, относил и сидел в очередях по 4 часа? Но сейчас они сделали, что гостиницы без очереди. Спасибо и на этом. Всё равно мне непонятно, кто же должен ходить? Я должна каждый день приезжать, забирать у администратора, у меня один администратор. Этот закон совершенно непонятен. Я

видела решение, по-моему, во Владивостоке, там гостиницы совместно с ФМС придумали какую-то программу, пусть она будет платная, пусть сколько-то стоит, но это будет электронный документооборот. И ещё, принесешь всё в распечатанном виде, подписанном, подпись моя, администратор там не может ничего изменять, и если вдруг там вот где-то прям описочка, какая-то буква – возвращают заново! Уже по срокам мы можем не успеть в течение одного дня поставить на учет, а штраф уже до 500 тысяч на организацию, и на сотрудника до 50 тысяч! Поэтому мне непонятен этот закон! Они говорят «мы черной ручкой не принимаем». Администратор моя разворачивается и уходит, и получается, что он не ставит вовремя на учет. Я потом прихожу к начальнику и спрашиваю, покажите, где это написано, что черной ручкой не принимаете, он не может предоставить мне эту информацию, но и подпись о том, что он не принял, он тоже не ставит (ж., ООО «Горький хостел», Нижний Новгород).

9.4. Социально-культурные проекты предпринимателей

Социально-культурный проект в нашем случае – бизнес-стратегия, которая предполагает достижение заявленной социальной цели. Это, с одной стороны, развитие предприятия с опорой на человеческий творческий потенциал как главный ресурс развития и конкуренции. С другой – это принятие некоторой миссии: создание новой ценностной и коммуникативной среды, тиражирование новых форм общежития, оказания социальных услуг (например, лечение, реабилитация больных). Фактически социально-культурная концепция предполагает формирование особого стиля жизни среди людей, так или иначе включенных в сферу деятельности социального предприятия. Предполагается также и создание неких «идентификационных матриц», когда человек осознаёт себя членом некоего сообщества и пространства коммуникаций: профессионального общения и неформальных связей, обусловленных личной симпатией или общим интересом. Этот процесс современные теоретики описывают как становление креативной (творческой) экономики⁶⁴.

Типы социально-культурных проектов, которые встретились нам в интервью с социальными предпринимателями, варьируются от самых простых, содержащих лишь идею предприятия как места коммуникации, до очень разветвленных, организационно сложных, требующих для реализации немалых финансовых и креативных усилий. Сложность в этом случае возникает, когда необходим альянс разных организационно-правовых структур. Чаще всего это альянсы бизнес-организаций и НКО, которые создаются тогда, когда выполнение социальной миссии требует особой профессионализации, организации деятельности, а также государственной финансовой поддержки или средств благотворителей.

Для различения социально-культурных проектов попавших в нашу выборку случаев мы взяли два основания.

Первое – это ориентация на широкие круги потребителей либо на какие-то конкретные социальные группы, в том числе признаваемые социально незащищёнными.

Второе основание – это ориентация бизнес-стратегии на производственную моноцель либо на диверсифицированные цели, когда продукт или услуга предоставляется *в комплекте* с социально-культурной программой, которая предполагает некую социальную миссию, культурную концепцию. Такая культурная программа может сопутствовать основной услуге, развивая её, а может отстоять довольно далеко от основной производственной программы. Но именно благодаря этой культурной концепции программа способна стать коммерчески успешной, делая предприятие более конкурентоспособным, интересным для потребителя.

Все анализируемые предприятия мы распределили в пространстве этих двух осей (см. схему).

⁶⁴ Р. Флорида. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. — 432 с.

Ориентация на широкие слои потребителей

| | | | |
|----------|--|--|--------------------------|
| Моноцель | <u>Первый тип</u> | <u>Четвертый тип</u> | Диверсифицированные цели |
| | Моноцель и широкие слои потребителей | Диверсифицированные цели и широкие слои потребителей | |
| | <u>Второй тип</u> | <u>Третий тип</u> | |
| | Моноцель и специализированные слои потребления | Диверсифицированные цели и специализированные слои потребления | |

Ориентация на слабонересурсные группы

Опишем содержание социально-культурных проектов предпринимателей, попавших в нашу выборку.

Первый тип: ориентация на моноцель и широкие слои потребителей. Предприятие «Весёлый пряник» в Тольятти – кондитерское производство. Заявленный социальный проект – предоставление рабочих мест инвалидам. Здесь монопроизводство и социальный монопроект не исключает участия предпринимателя в некоторых разовых благотворительных акциях (предоставление подарков на общегородские мероприятия).

Социальная направленность началась с того, что у нас, у меня в штате начали появляться люди с инвалидностью... Наша организация регулярно участвует в предоставлении подарков, например, праздники, соревнования... (ж., ИП «Весёлый пряник», Тольятти).

Но предприниматель под давлением конкуренции подумывает о диверсификации бизнеса в сторону реализации долговременного социального проекта. Этот проект содержит культурную концепцию, которая, по замыслу хозяйки, имеет некоторую культуртрегерскую миссию (обучать и развлекать детей) и, вместе с тем, потенциально способен приносить хотя бы небольшую прибыль и быть средством рекламы продукта.

Моим проектом было организовать пряничный городок, чтобы там была минипекарня детская, совсем безопасная. Чтобы детки туда приходили, работали с тестом, одевались нарядно, в колпачки, фартучки. Мы предоставляли бы им тесто. Они сами бы лепили прянички, тут же эти прянички выпекались бы, они бы тут же их раскрашивали и уносили с собой. Оплата была бы чисто формальная, и эта называлась территория «Пряничным городком» (ж., ИП «Весёлый пряник», Тольятти).

Второе предприятие, ориентированное на моноцель и широкие слои потребителей, – картонно-переплётная фабрика в г. Волжский. Эта фабрика работает со времен СССР и принадлежит Обществу инвалидов, которое получает отчисления с прибыли. Социальный проект предприятия – предоставление рабочих мест инвалидам и их обучение.

Они не болтаются на улице, они здесь организованы, они участвуют в жизни предприятия, при этом хоть какую-то копейку получают. Лишних рабочих мы принять не можем, дай бог, этих не сократить (м., ООО «Картонно-переплётная фабрика», г. Волжский).

Третье предприятие, отнесённое нами к первому типу, – это ООО «Темп-протект», которое занимается разработкой и производством приборов учёта и контроля условий хранения и пе-

реработки зерна. Социальный проект – предоставление места работы молодым специалистам, не имеющим опыта работы.

Трудоустройство молодых специалистов, обучение за наш счет с предоставлением техники, инструментов (м., ООО «Темп-протект», Краснодар).

Все три предприятия, отнесённые к первому типу, свою *концепцию социальности строят лишь на предоставлении рабочих мест социально незащищённым людям*. Для картонно-переплётной фабрики эта миссия была задана изначально и обоснована фактом организационной принадлежности Обществу инвалидов. Два других встроили идею социальности в наличное производство дополнительно, тогда, когда узнали о возможности получить грант от фонда «Наше будущее». Мы не можем сказать, насколько эффективны социальные проекты на втором и третьем предприятии, но, судя по тому, что руководители говорили о них крайне скупно, можно предположить, что перспектив развития у них немного.

Второй тип: ориентация на моноцель и специализированные слои потребителей, которые можно назвать слабонересурсными группами. В случае магазина «Благодарение» в Волгодонске – это откровенно бедные люди, которые покупают дешёвую поношенную одежду. Здесь социально-культурная концепция предполагает идею коммуникации. Судя по словам респондента, этот культурный проект возник стихийно. Хозяйка говорит, что поняла, что общение нужно клиентам, потому что они считают необходимым объяснить хозяйке, почему они покупают поношенные вещи.

Им стыдно приходить в этот отдел, и они приходят и рассказывают всё о своей семье. Ей надо сына одеть, у того брата, у той пять детей нарожала и подбросила бабушке с бабушкой. Они у меня заходят все Лиды, Ани, Маши, все я их уже знаю, всех, а людям это нужно. Людям нужно, чтобы их приняли вот так тепло... Приучила людей здороваться заходить. Приходят, как к себе домой. Я так культурно выхожу и говорю: «Здравствуйте, давайте договоримся: придете, поздоровкайтесь, возьмете, скажите: “Спасибо”. Я говорю людям спасибо, когда они приносят для вас, а вы мне говорите». Вы знаете, как это было сложно приучить? (ж., хозяйка магазина «Благодарение», Волгодонск).

Бизнес-идея, которая возникла из этой потребности, но которая пока не реализована, – создание центра помощи «Гражданская инициатива» в Волгодонске. Проект предполагает установку чистых контейнеров у подъездов, чтобы люди складывали в них ненужные вещи, сбор, чистку этих вещей, открытие больших торговых площадей, где люди могли бы посмотреть и померить вещи, а потом отдохнуть, выпить чаю и пообщаться.

Потребители АНО «Реалмед» в Перми – это те больные, у кого нет денег на платное лечение, но кто нуждается в специализированных медицинских услугах, которые не могут получить в государственных больницах и поликлиниках. Идея, которая реализована для них в «Реалмед», – это принятие полисов ОМС и предоставление комплекса услуг по срочной медицинской помощи, лечению и реабилитации.

Пациент может получить всё, что предоставляет муниципальная медицина по полису ОМС, а если у него есть возможность, если ему это показано, он получает сверх программы госгарантий на платной основе (м., АНО «Реалмед», Пермь).

Социально-культурная концепция АНО «Реалмед» состоит в том, чтобы тиражировать организационные и управленческие решения. Тем самым достигаются три цели: во-первых, тиражированная инновация становится нормой, принятой практикой, и её не нужно постоянно обосновывать во властных кабинетах. Во-вторых, в сообществе профессионалов возникают согласованные стандарты оказания медицинской помощи. И в третьих, организационно-управленческие технологии становятся источником дополнительного дохода.

В декабре 2012 года в Перми проходил форум «Доброволец России». Там было 220 делегатов. Из Петропавловска-Камчатского приехали, познакомились с нашим опытом и купили у нас эту модель управления. Наш опыт и сейчас в 48 территориях внедряют. Нам Министерство развития и торговли РФ планирует выделить 1,5 миллиона на просветительскую деятельность. Про-

ект законченный. Если его купить, там все понятно, там пошаговая инструкция, что делать (м., АНО «Реалмед», Пермь).

В АНО «Реалмед» есть идея, пока не реализованная, диверсификации услуг – профилактика и лечение суставных болей и болей в спине на базе спортивно-досуговых учреждений.

Вот есть какое-то учреждение, в которое люди водят детей заниматься спортом. И в этом учреждении есть центр, который лечит боли в спине, которыми страдают 2/3 взрослого населения. Человек приходя туда, получает весь комплекс услуг. Или открыть центр реабилитации после травм. Травмы у нас – вторая причина нетрудоспособности (м., АНО «Реалмед», Пермь).

Хозяин тренажерного зала «Атлант» из г. Тольятти видит свою социальную миссию в том, чтобы увести молодых людей с улицы, привить им ценности здорового образа жизни. Предпринимательский проект является одновременно и социальным проектом. Потребители услуг тренажерного зала – те самые ребята из групп риска, которым предприниматель предлагает спорт как альтернативу привычному образу жизни с алкоголем, наркотиками и криминальной перспективой.

Было много наркоманов. Сейчас, может, поменьше, но все равно много. Я рос, на все это смотрел, потом возникло желание влиять на это положительным образом. Ребята хорошие, просто их надо направить в правильное русло. Мне приятно слышать, когда ребята рассказывают: «Мне не интересно больше сидеть в подъезде, бухать, – конкретно ихние слова. – А я, говорит, лучше пойду, пожму». Они уже между собой меряются, кто сколько раз подтянулся, у кого какой бицепс (м., ИП тренажерный зал «Атлант», Тольятти).

Третий тип: ориентация на диверсифицированные цели для специализированных слоёв потребителей, которые можно назвать слаборесурсными группами. В этот тип у нас попало только одно предприятие – ООО «Обсервер», которое занимается ремонтом и техническим обслуживанием инвалидных колясок и реализует разнообразные социальные проекты для инвалидов-колясочников. Роман Аранин, руководитель ООО «Обсервер» из Калининграда, определяет свою миссию как создание безбарьерной среды для инвалидов, которые не хотят «сидеть и смотреть в окошко». Именно этим концептом, как считает респондент, его организация отличается от тех, что только «организуют утренники и чаепития» или просят помощи.

Если для инвалида создать правильные условия, выдать коляску, обустроить доступ из дома и на работу, то он фору даст многим ходячим! У нас красивая, успешная организация. Люди, которые работают! Люди, которые путешествуют, которые хотят развиваться в этом направлении! ООО «Обсервер» – это дружественная коммерческая структура, которая полностью содержит КРООИ «Ковчег». Мы делаем, к примеру, выезд на пляж. Техника – из «Обсервера», автобус – из «Обсервера». Собираем инвалидов, берем плавающую коляску, выезжаем в Янтарный, ставим палатку, делаем шашлыки.купаем всех, все загорают, родственники отдыхают, а работают работники «Обсервера» (м., ООО «Обсервер», организация инвалидов «Ковчег», Калининград).

Примечательность этого социального проекта в том, что его автору удалось операционализировать идею создания безбарьерной среды до стадии конкретных организационных решений и соединить эти решения с основным бизнес-проектом – ремонтом импортных инвалидных колясок. Совершенно очевидно, что здесь бизнес существует в комплексе с социальным проектом: коляски нужны инвалидам, которые хотят вести активный образ жизни.

У нас есть ещё прописанные проекты, но пока на которые, к сожалению, деньги не получили. Один – это создание пляжа для инвалидов в Калининграде, в Пионерске конкретно планируем сделать. За прошлый год мы оборудовали комплексно шесть пляжей в Тамбове, в Сочи, в Новороссийске. В Калининграде пока не реализован проект. И есть ещё один проект – это социальное такси, но не такое, как государственное социальное такси. Оно больше туристическое (м., ООО «Обсервер», организация инвалидов «Ковчег», Калининград).

Четвёртый тип: ориентация на диверсифицированные цели для всех слоёв потребителей. В этот тип вошло больше всех обследованных случаев: 8 из 15-ти. Здесь мы выделили три ситуации:

1. Бизнес существует автономно, являясь донором для реализации социальных проектов.
2. Бизнес является основой и центром социального проекта, предметно связан с ним. Здесь функция социальных проектов для бизнеса – как можно полнее реализовать возможности основной цели организации.
3. Бизнес и социальные проекты предметно не связаны, но дополняют друг друга, создавая эмерджентный эффект, который не мог бы возникнуть, если бы бизнес-проект и социальные проекты существовали автономно.

Первая ситуация: бизнес – донор для реализации социальных проектов. Хозяин предприятия «Светоч» занимается монтажом и эксплуатацией оборудования для использования солнечной энергии. Основная производственная площадка – в Хургаде. Там он обнаружил, что большая русскоязычная диаспора в Египте испытывает острую потребность в образовании на русском языке для детей. С другой стороны, предприятие нуждалось в квалифицированных работниках. Поэтому проект школы в Египте вырос естественным образом из потребностей производства. Второй проект – тоже образовательный – школа для одарённых детей с углубленным изучением физики и математики. Третий – сеть домов для престарелых в Московской области. Основные капиталовложения сделаны предпринимателем, а функционируют они за счет родителей и родственников.

Дело в том, что по роду бизнеса у меня международная компания, и занесло меня в Египет по солнечной энергетике, где я обнаружил, что работать некому. И я начал с обучения, открыл школу для русских. Многие из них там потом остаются, чтобы дальше они работали с нами. Здесь – некоммерческая школа. Я построил за свой счет здание школьное и оснастил его полностью. И сейчас вот так школа работает. Я даже губернаторскую премию получил за сеть домов для престарелых в Московской области. Это точно такая же система, то есть без прибыли на некоммерческой основе. Платят родственники и опекуны пожилых людей, они там находятся на полном обеспечении, обслуживание квалифицированное и собираемые деньги идут на оплату нянечкам, сиделкам, врачам. Основные расходы это – капитальное строительство. А это мои собственные деньги. Я обычно размещаю свои проекты в коттеджных поселках, и, по моему наблюдению, отношение жителей поселка меняется в корне, когда там появляется социальный проект: дом престарелых или школа. Когда люди чувствуют добро, а не жажду наживы (м., предприятие «Светоч», Химки, Московская обл.).

Зачем предпринимателю вкладываться в заведомо неприбыльное дело? Сам он говорит об этом как о моральном долге. Но есть ещё один вид дивидендов, о которых говорится вскользь: это репутация и создание социальных сетей, которые могут трансформироваться в какие-то новые проекты.

Мы же в любом случае должны свою жизнь посвятить чему-то. Я считаю это правильно. Это несет личное моральное удовлетворение. Когда было тяжело и этих проектов не было, было очень морально плохо. Тут есть отдача. Деньги – это ответственность, человек, получая деньги, должен их куда-то вложить, куда-то отдать. И это выбор человека: пойти в ресторан или помочь людям. А это сложно – найти достойный объект для отдачи денег (м., предприятие «Светоч», Химки, Московская обл.).

Вторая ситуация: бизнес – основа и центр социального проекта. Бизнес включается в реализацию социальных проектов, поскольку существует в социальной сфере, и новые проекты естественным образом дополняют ту деятельность, которая является основной. Дополнительные виды деятельности делают основной продукт более привлекательным для людей, поскольку услуги становятся разнообразными, ориентированными на разные категории потребителей.

Это, прежде всего, предприятия, которые работают в сфере образования, воспитания и досуга.

Случай негосударственного образовательного лица в Казани – организационно сложен (впрочем, как и другие случаи этого типа). Сложность его реализации в том, что создателям и сотрудникам нужно было провести немалую работу, чтобы соответствовать государственным образовательным стандартам. Это с одной стороны. С другой стороны, нужно было давать детям среднее образование такого качества, которое стало бы образцом и для государственных школ, сделало бы детей конкурентоспособными при поступлении в вузы и в дальнейшей карьере. Для этого учредитель и директор школы по максимуму использует те институциональные возможности, которые может дать сотрудничество с академическими и образовательными учреждениями, инновационными предприятиями, общественными организациями. Это конкурсы, научно-исследовательские проекты, в которые включаются ученики лицея, фестивали, конференции.

Один проект был с Академией наук – республиканский конкурс «Люди Татарстана». Второй проект – с Казанским научным центром (Академические чтения), это уже научно-исследовательская работа. Потом выиграли грант ВИТЕК – это фестиваль исторический детский в Булгаре, затем Министерство образования к нам обратилось, чтобы мы провели конференцию республиканскую. Мы теперь всегда принимаем участие в подобных проектах. «Технопарк “Идея”» всегда отмечают нашу совместную деятельность... Мы организуем ежегодные языковые стажировки в Великобритании, участвуем в программе интеграции Top Level в русско-английской школе Истборна (ж., директор Академического лицея им. Н.И. Лобачевского, Казань).

Потенциальный жизненный успех ученикам лицея обеспечивают не только уровень знаний и коммуникативных навыков, но и контакты с представителями большой науки, которые задают ориентиры для развития творческого потенциала ребенка и дают понимание того, как, собственно, эта наука устроена.

Благодаря проекту «Академические чтения», мы можем встречаться с директорами любого научно-исследовательского института, начиная с председателя Казанского научного общества Сенияшина Олега Владимировича и заканчивая директорами институтов (ж., директор Академического лицея им. Н.И. Лобачевского, Казань).

В лицее существует практика создания собственных творческих проектов, включающих фестивали, балы, концерты, кружки.

Детям нужно привить творческое начало, навыки публичного выступления, отсюда и наше стремление к проведению балов, различных фестивалей и к своим мероприятиям, которые мы проводим в виде «капустника»... У нас проходят занятия по актерскому мастерству и хореографии. Результаты этих занятий можно видеть на наших праздниках (директор Академического лицея им. Н.И. Лобачевского, Казань).

Директор лицея озабочена не только тем, чтобы обеспечить ученикам конкурентные преимущества на рынке труда в будущем, но и тем, чтобы сформировать у них навыки гражданского поведения. Тем самым лицей берёт на себя функцию трансляции гражданских ценностей, которая не часто встречается в современных российских школах.

Мы хотим создать фонд «Честь и надежда» с участием различных общественных объединений, в том числе и военных, по патриотическому воспитанию молодежи. И первая акция, которую мы хотим провести, это очистка кладбищ, не только где захоронены участники Великой Отечественной войны, но и где профессора, где погибшие в первую мировую войну (ж., директор Академического лицея им. Н.И. Лобачевского, Казань).

Таким образом, в комплексе со знаниями, необходимыми для дальнейшей образовательной карьеры, ученики в лицее получают самые разнообразные ресурсы: от навыков научной работы до привычек к активному творчеству и в профессии, и в быту.

Замыслы у учредителя и директора ООО «Сервис Парк» – «Юго-Камские горки» пока полностью не реализованы, но примечателен тот факт, что сама идея комплектности существует изначально, задавая перспективу развития.

Я хочу сделать целый комплекс. Идея была, чтобы приехав к нам отдыхать, люди могли заняться каждый по своему усмотрению, по своим способностям, по своему желанию. Спортивно-технические виды спорта, клубное общение людей по направлениям своих интересов, спортивные виды отдыха, экскурсионный туризм, сельский туризм. И авиамоделизм, т.е. модельный спорт тоже присутствует. Летает парашют, здесь же ребята запускают какие-то модели, здесь же ездят на снегоходах, на внедорожниках и так далее. Т.е., однозначно, человеку захочется себя попробовать в том и в этом, и в третьем, если у него, как говорится, позволят здоровье и деньги. На данный момент горные лыжи сезонные, но сама задумка сделать его всесезонным парком отдыха (м., директор ООО «Сервис Парк» – «Юго-Камские горки», пос. Юго-Камск).

Хорошо иллюстрирует идею комплектности в бизнес-стратегии социального предприятия, когда бизнес и социальный проект существуют в комплексе с ориентацией на широкий круг потребителей, случай конно-спортивного клуба «Золотая лошадь» в Камышине.

Руководитель понял, что предприятие, которое требует больших капиталовложений и на начальном этапе, и в процессе эксплуатации, будет успешным, только если будут мобилизованы все возможности клуба. Он подчеркивает, что каждое направление в отдельности невыгодно, и только их сочетание даст экономический эффект и позволит выполнить социальную миссию. Однако хозяин клуба подчеркивает, что работа с больными детьми всё-таки требует донорских ресурсов.

Основные направления нашей деятельности: обучение верховой езде, содержание частных лошадей, организация частных фотосессий, организация праздников и мероприятий для детей и взрослых, прокат кареты, коней. И отдельное направление (оно наиболее социально ориентированное) – это занятия с детьми, больными ДЦП и аутическими заболеваниями. Бросать его мы бы не хотели, развивать его в ущерб собственной экономической деятельности я тоже не вижу целесообразным. Один из вариантов – это открытие НКО, что позволит участвовать в государственных субсидированиях, привлекать частные инвестиции (м., конно-спортивный клуб «Золотая Лошадь», Камышин).

Идея формирования нового стиля жизни и пространства общения легла в основу бизнес-проекта «Горький хостел». Директор гостиницы объясняет, что дешевая гостиница отличается от хостела именно тем, что хостел – это не просто место для ночлега. Мероприятия, которые организуют в «Горьком хостеле», – это не просто рекламные акции. Это услуги, которые предлагаются в комплексе с ночлегом, но так, что превращают обыденное дело в событие.

Мы им обеспечиваем проживание, проводим мероприятия прямо в хостеле. Разные молодежные организации привлекаем. Музыканты, молодые таланты нижегородские, которые сами пишут песни, поют их. Ну, платят за входной билет, он обычно в пределах 100 рублей. Если нижегородские артисты, там небольшое какое-то вознаграждение бывает. Какие-то мероприятия по типу Хеллоуина и прочего, конкурсы проводим. Кино показывать хотим после какого-нибудь обсуждения. Ресторанный день, сейчас стал популярным в Нижнем Новгороде. Мы раздвигали кровати, ставили столики, стульчики, пуфики, кто-то на подушечках на полу сидел, то есть такой формат. Ну и, соответственно, официанты, повара – все сотрудники, администраторы. Как оказалось, всё можно – первое, второе и третье и компот (ж., ООО «Горький хостел», Нижний Новгород).

Генеральный директор АНО «Международный образовательный центр Монтессори-педагогика» говорит, что новые проекты, которые развивают основную идею, возникают из потребностей получателей услуг: нужно не просто присматривать за детьми, но и развивать их физически и духовно, заниматься реабилитацией тех, у кого обнаружены какие-то проблемы развития. Руководитель признаёт, что такие виды деятельности, как занятия с детьми-инвалидами, не приносят дохода. Но выгоду он видит в другом – в приобретении репутации как особого вида капитала. Он не был готов четко формулировать свою социальную концепцию, но было очевидно, что он склонен разделять идею неэквивалентного обмена, противо-

поставляя её идею конкуренции и расчета на прибыль, потому что такая концепция создает вокруг бизнеса атмосферу сотрудничества.

Вот эта поддержка, которая в социуме была, она как-то все-таки переходит из поколения в поколение, ее вытравливают, но все равно она остается. И моральное удовлетворение от того, что кому-то стало немного лучше. Есть родители, которые сочувствуют нашим идеям, которые готовы потрудиться даже в простых вещах: уборка территории или ремонт помещений. Даже занятия с детьми, по своему какому-то уровню, способны люди давать. У каждого добровольца есть свой дар, который он мог бы довести до детей (м., АНО «Международный образовательный центр Монтессори-педагогика», Тихвин).

Третья ситуация: бизнес и социальная программа предметно разделены, но формируют цельный проект. Широко известный проект этого типа представлен в нашей выборке Коломенским центром развития познавательного туризма «Город-музей». Центр с самого начала был спроектирован как органичное единство трёх компонентов: музей, инфраструктура, культурное предложение. И именно это комплектное предложение позволило руководителям Центра сделать проект успешным, при том, что сами по себе эти три компонента не дали бы такого результата. Здесь требует некоторой расшифровки концепт «культурное предложение», поскольку он заинтересовал потребителей и принёс известность музею. Культурное предложение – это активность, реальная жизнь в музейных комплексах, в которую на час или на несколько недель могут включиться желающие:

В промы (пустующие промышленные предприятия) селятся какие-то творческие индустрии, на эту территорию притягивается креатив, творчество, свежая кровь, интеллект, новый взгляд на жизнь, который, конечно же, производит какой-то творческий продукт. Мы получили под офис случайно 120 квадратных метров – бывшая коммуналка. В историческом здании, для центра культурных инициатив. Выяснилось, что внизу, на первом этаже, находился магазин «Огонек», гастроном «Огонек» в советское время, где в винном отделе грузчиком работал Венедикт Ерофеев. Получилось такое трехчастное пространство. Часть – это музей, который коррелируется с 1962-м годом, когда жил Венедикт Ерофеев, это коммуналка. Другая часть – это выставочное пространство по центру, оно предназначено для художников, которых мы приглашаем к себе в Коломну. Это шесть грантов, которые мы каждый год выделяем из своих средств. В этом году мы провели конкурс, он был международным, мы получили 72 заявки, включая Европу и даже Африку и весь Советский Союз бывший, Россия (ж., Коломенский центр развития познавательного туризма).

Социально-культурным проектом можно считать и коломенскую пастилу, которая, с одной стороны, дала работу местным жителям, а с другой – стала известным брендом Коломенского музея. Вряд ли сама по себе пастила без культурной концепции стала бы столь популярной. Примечательно, что концепция эта постоянно обогащается, снабжается новыми смыслами и социальными функциями (сохранение традиций, уникальность, праздничность, и пр.).

Часть этих музеев является мини-производством, которое и есть вот эта бизнес-составляющая, которая позволяет этим музеям самостоятельно жить. У нас на один день 13 января случилась эта пастила, и никто не думал тогда делать никакого музея. Но такой случился резонанс со знаком плюс, и губернатор, тогда еще Борис Громов, и министр культуры Галина Константиновна Ратникова – всем надо, интересно, то есть рассказать, сделать подарки и так далее. И стало понятно, что с этим расстаться невозможно и нас поддержали с созданием Музея коломенской пастилы, поскольку продукт этот имеет многовековую историю, даже не 100 лет, а больше, очень интеллектуально нагружен. И не имеет аналогов не только в России, но и за рубежом, как мы сейчас уже понимаем, являет собой образ такого абсолютно национального продукта русского и не имеет аналогов (ж., Коломенский центр развития познавательного туризма).

Но и производство пастилы становится серьезным материальным и репутационным ресурсом для музея.

В 2011-м мы открываем музейную фабрику пастилы в Коломне. Получили грант от «Наше будущее», даже не грант, а беспроцентный, беззалоговый кредит. Мы нашли здание, в котором именно и было производство в Коломне в 1852-м году, оно было очень важно для нас, вот эта

сила места, что именно в этих стенах производили это. Это очень важно для туристических объектов, для посещений, что здесь дух этот должен быть, атмосфера. И на наше счастье великое это здание было пустое и в четвертой степени разрушения. Из руин мы делаем объект посещения, фабрику в прошлом году посетило 50 тысяч человек. И сейчас почти выходим на те мощности, которые нам нужны, вот полтора года прошло, и там работает порядка 30-ти человек и половина из них – это люди с ограниченными возможностями. Часть из них работает дома, им развозим упаковки домой, а часть из них приходят в офис, те, кто могут прийти (ж., Коломенский центр развития познавательного туризма).

Пастила оказалась только началом, запустив процесс мультиплицирования музеев, связанных с бытом коломчан. Эта деятельность оформлена в концепт «доступность наследия»: возможность не только увидеть или попробовать что-то связанное с жизнью предков, но и шанс понять их: образ жизни, ценности, печали, радости.

20 сентября мы открыли еще четвертый музей – музей «Калачная», который связан с забытым брендом – коломенским калачом, хлебом, который производили. И там тоже работает уже порядка 15-и человек, где-то так. И первый спектакль у нас был на два года в музее, а очень такая была интересная тема: накануне открытия музея 23 января 2009-го года в одном из шкафов, который мы купили для музея, мы нашли клад, прям самый настоящий, с любовными письмами там и всякими делами, золото-бриллианты. Решили сделать спектакль, так как у нас труппа, так сказать, подросла, наша, спектакль на основе этого клада, использовали в текстах эти письма любовные, они легли в основу героев. И вот это у нас был первый спектакль, у нас сейчас их порядка 20-ти. Музей следующий мы будем открывать 18 мая, который связан с коломенской деньгой, и вот к открытию этого музея делаться сейчас будет новый спектакль уже на средневековье, на время Дмитрия Донского, потому что Коломна была его городом любимым. Да, и деньга эта коломенская знаменитая, которая сейчас лежит по одной денежке в Эрмитаже, одна денежка в Русском музее и одна денежка в Историческом музее. Доступность наследия. Это имеется в виду и физическая доступность, то есть вход почти во все музеи бесплатный. И ментальная доступность, чтобы людям было понятно на любом уровне, а что до них хотят донести, что сказать.

Руководитель коломенского музейного центра мечтает о том, чтобы иметь такую организацию, которая включала бы весь комплекс услуг для туриста: музеи, сувениры, открытое для посетителей производство этих сувениров (фактически продолжение музея), гостиница, ресторан, театр.

Успешность в туристическом объекте измеряется количеством повторных возвращений, чтобы людям было за чем к нам вернуться. К каждой новой программе мы подходим концептуально, и мы реконструируем что-то новенькое. Соответственно, это новенькое появляется и в сувенирном магазине. Мы планируем помимо музеев сделать еще свои музейные гостиницы с такими историческими интерьерами, сделать свое кафе и ресторан. Как только появится здание, которое мне нужно для этого, в аренду нам если дадут его, то мы сделаем такую ресторацию на 19-й век вот именно с театром. И это было вообще развито, театр «Модерн» назывался в начале 20-го века, когда собирались все вообще эстрадные искусства вот в эти питейные и в ресторанные заведения. У нас будет и ресторан, у нас и будет и гостиница, и еще будут музеи (ж., Коломенский центр развития познавательного туризма).

9.5. Культурные концепции взаимодействия с персоналом

Культурные концепции взаимодействия с персоналом мы попытались типологизировать по ориентации предпринимателей преимущественно на производственные функции при подборе сотрудников, либо на работника, когда производственная функция подбирается под работника.

Поскольку все включенные в выборку предприятия заявлены как социальные, их руководители в большинстве ориентируются на вторую стратегию – когда *функция подбирается под работника*. Они подчеркивают, что предоставляют рабочие места социально незащищенным людям. Это специалисты без опыта работы (ООО «Темп-протект», Краснодар; ООО «Горь-

кий хостел», Нижний Новгород); безработные жители округа в городе (Центр развития познавательного туризма, Коломна) и, чаще всего, – инвалиды.

Выгода для предприятия в том, чтобы брать на работу студентов и молодых специалистов, – это подготовка будущих работников. Для молодых людей – это возможность подрабатывать во время учебы, приобретать опыт и строчку в резюме для дальнейшей карьеры.

В основном я стараюсь брать студентов, потому что я понимаю, как сложно найти в студенческие годы работу по направлению. Берем тех, кто уже на «Туризме» учится, либо с иностранными языками, но планирует в туристической сфере работать. Они пишут дипломы, курсовые. Практику проходят. У них возможность, во-первых, получать денежку, совмещать работу с учебой, что тоже сложно найти! Они сами распределяют смены и работают. И практика языка здесь хорошая. Ну, и я вот готовлю сейчас кого-то, кто-то будет старшим администратором... (ж., ООО «Горький хостел», Нижний Новгород).

Наиболее развёрнутое обоснование того, почему нужно брать на работу безработных жителей города или района, где расположено предприятие, есть в интервью руководителя Центра развития познавательного туризма в Коломне. Она убеждена, что стратегия «брать своих» мотивирует людей на усердный труд, создаёт репутацию среди горожан и делает сам прилегающий район благополучным и, тем самым, привлекательным для туристов. Кроме того, такую стратегию она рассматривает как компенсацию неудобств, связанных с большим потоком туристов для окрестных жителей.

И когда мне приносят несколько заявлений на работу, я говорю: посадские в первую очередь. Потому что вот они так спокойно жили, у них было как у Христа за пазухой, а сейчас там у нас двухэтажные автобусы, туристы едут там в калитку, за калитку, фотографируют, конечно, создается напряжение определенное. И чтобы люди эти, которые живут вокруг нас, чувствовали, что мы одна команда. Я всегда беру тех людей, которые вокруг нас, на работу. Коломна, они живут в Воскресенске, в Егорьевске и в Луховицах. Такой радиус порядка 200 километров. При этом начинали – у нас был один работник, потом три работника, 20 работников, а теперь у нас где-то, ну если считать с коробками, то где-то, наверное, 135 примерно человек. Каждый новый музей, открытие, дает порядка так 30-ти рабочих мест (ж., Коломенский центр развития познавательного туризма).

Для тех, кто берёт на работу инвалидов, задача сложнее. Нужна такая работа, чтобы она была, во-первых, по силам, а во-вторых – чтобы работа не выглядела как эксплуатация тех, кому просто невозможно найти другое место.

В основном прибыль идет на создание новых рабочих мест для инвалидов. Мы получили премию «Янтарный меркурий» – как самое социально-ориентированное предприятие. В этом году, 2013, мы создали три рабочих места для инвалидов, эти люди работают, то есть в мастерской у меня работают спинальник, девочка рекламой командует – тоже спинальница и взяли мальчика ДЦПэшку, он пока слабенький, не вытянули, пока толку от него большого нет, но, тем не менее, человек получает 12 000 рублей. Я могу сказать, что ДЦПэшку в городе, кроме меня никто не взял бы (ООО «Обсервер», организация инвалидов «Ковчег», Калининград).

Самую развёрнутую концепцию кадровой работы с инвалидами предлагает руководитель Коломенского музейного центра. Она считает, что подобрать функцию под работника – это не просто дать шанс заработать деньги, но и показать человеку, что он нужен.

Пандусы у нас есть для людей с ограниченными возможностями, и на работу берем людей с ограниченными возможностями. У нас тут есть в штате люди, которые на колясках работают. Занимается этим мой старший сын. Он говорит: «Мама, она не может работать, у нее трясутся руки». Я говорю: «Сынок, она твоя. Ты не можешь ей сказать, что уходите. Пусть она тебе подметет пол в этой коляске, что угодно...». И я вот у него спрашиваю спустя какое-то время: «Ну, как?» Он говорит: «Мама, через неделю она пришла с макияжем, потом она пришла в новой блузке, а теперь она сидит и под радио поет песни себе под нос». Я говорю: «Сынок, всё, вот ради этого можно жить. Вот она счастлива благодаря тебе, потому что она вырвалась из дома, приходит на работу, еще поет под радио» (ж., Коломенский центр развития познавательного туризма).

Соответствие работника производственной функции как критерий подбора персонала используется тогда, когда эта функция связана с выполнением задач, требующих глубоких профессиональных знаний, например, воспитание и обучение детей, лечение, организационное и финансовое обеспечение деятельности предприятия. Но и здесь наиболее продвинутые руководители социальных предприятий задумываются о мотивации сотрудников как способе повышения эффективности производства. Реализуются социальные проекты, которые сами респонденты называют инвестициями в персонал и которые в нашей стране имеют традиции социальной поддержки работников на советских предприятиях. Конечно, практически нет случаев, когда такая поддержка носила бы системный характер, как при советской власти, и включала бы весь комплекс услуг: обучение, лечение, питание, отдых, досуг. Но те или иные элементы кадровой социальной политики встречаются и рассматриваются не как «накладные расходы», а именно как инвестиции, способные конкурировать за работника на рынке труда, делать его работу более эффективной за счет повышения квалификации и дополнительной мотивации.

Предпосылка успеха – наверное, во многом, получение удовольствия от выполнения работы каждым из сотрудников. Когда человек работает только за деньги, то он всегда будет работать хуже, нежели чем он будет работать с душой. Тогда он делает все как для себя (м., конно-спортивный клуб «Золотая Лошадь», Камышин).

Так же, как и большинство крупных предпринимателей, хозяева обследованных социальных предприятий предпочитают персонализированные инвестиции в персонал, когда реализуется один или несколько проектов социальной поддержки или когда учитываются особенности и интересы конкретного работника. Такой подход к работе с персоналом, в частности, использует руководитель АНО «Реалмед» в Перми. Он построил работу с персоналом в заимствованную на передовых западных предприятиях систему BSC – сбалансированная система показателей достижения стратегических целей предприятия.

В старую традиционную систему управления включается разработка регламентов инструкций, которые являются корпоративными стандартами. Человек, приходя в организацию, желая получить эту зарплату, которая его устраивает, должен выполнять корпоративные стандарты. А сбалансированная система заключается в следующем: если предприятию нужен сотрудник (врач УЗИ, травматолог), и этот сотрудник по ряду критериев это предприятие устраивает, то его руководитель выясняет, что он ждет от своей работы и создает для него такие условия, чтобы его пожелания оправдались. Таким образом, инициативы человека используются на сто процентов. Нужно создать такие условия, которые не мешали бы ему самореализовываться. В таком случае не надо контролировать, делает ли он то, что нужно. Он реализует свои задачи, и предприятие получает от него максимальный результат. И вот если эта BSC система внедрена, то управленческого персонала не нужно столько, не нужно контролеров, видеокамер, которые наблюдают, что человек делает на рабочем месте, выполняет ли он стандарты или нет. Стандарты создаются на основе потребностей человека, т.е. должностные инструкции составляются индивидуально (м., АНО «Реалмед», Пермь).

О похожих проектах рассказывает и директор Коломенского музея.

Мы с людьми общаемся, предлагаем поучиться, то есть оплачиваем учебу. В 12-м году получили специальный приз Европейского музейного форума, и в этом специальном призе указывается, почему специальный приз и за что. И вот одним из трех пунктов это был вклад в умение сотрудников. И вот это очень для нас важно, мы нащупали вот это направление, которое позволяет людям гореть на работе и приходить сюда с удовольствием, это творчество. Мы взяли в штат профессионального режиссера, сценариста, люди, которые работали в театре, чтобы они с девочками занимались актерским мастерством, держать спину, как улыбаться, как разговаривать, дикая и так далее (ж., Коломенский центр развития познавательного туризма).

Фактически все перечисленные проекты взаимодействия с персоналом являются проявлением социального новаторства, поскольку они не просто воспроизводят патерналистские идеи советского времени и не копируют буквально западные «гуманистические» стандарты управления персоналом, а встраивают и отечественные практики, и западные идеи в свой

особый контекст, обусловленный особенностями предметной деятельности и социума, среди которого существуют.

Глава 10. Сообщества социальных предприятий

А. Московская и её коллеги считают кооперацию, создание сообществ вокруг социальных предприятий средством преодоления ресурсной недостаточности; способом конвертации социального капитала в материальный.⁶⁵ Для экономического анализа такая оценка, возможно, вполне достаточна. Однако если говорить о социальных эффектах, создание *социальных сетей* вокруг социальных предприятий может рассматриваться как самостоятельный, если не важнейший результат их деятельности.

Социальные сети – это самоорганизующиеся более или менее стабильные сообщества, возникающие вокруг какого-либо проекта: предпринимательского, социального или и того и другого. Социальное предприятие, в идеале, способно стать центром и каналом создания сообществ, объединенных не только материальным интересом, но и отношениями сотрудничества, взаимного доверия и взаимопомощи.

Вокруг социального предприятия могут возникать сети, включающие только непосредственных участников производства, поставщиков и реализаторов товара или услуги, и потребителей. Такие сети мы назвали линейными. Но социальная сеть может быть шире – включать единомышленников, консультантов, людей, развивающих дополнительные инициативные проекты, получателей благотворительной помощи, представителей СМИ, ситуативных или постоянных добровольных помощников и других субъектов, с которыми поддерживаются более или менее регулярные контакты. Такие сети мы назвали разветвленными.

Анализ социальных сетей предприятий, вошедших в выборку, предполагал решение следующих задач:

1. Выяснение установок предпринимателей на создание и поддержание сети в зависимости от производственных задач и понимания своей миссии.
2. Описание автономных акторов, реально включенных в сеть, центром которой является социальное предприятие. Эти акторы должны быть выделены друг для друга по значимым для взаимодействия признакам. Например: представители властей, предприниматели, родители, туристы, владельцы приусадебных участков, покупатели и пр.
3. Анализ способов капитализации сети, использование ресурсов каждого участника для повышения общей конкурентоспособности предприятия и выяснение выгод, которые получают участники социальной сети. Выгода может быть стандартной для всех (например, доля в прибыли) или уникальной, когда участники получают свои выгоды (деньги, здоровье, общение, информацию, связи и пр.).

10.1. Цели и установки на создание и поддержание сети

Линейные сети, включающие поставщиков, работников, потребителей услуг и представителей исполнительных органов власти, мы зафиксировали только на четырех из 15-ти социальных предприятий. Это ИП «Весёлый пряник», ООО «Картонно-переплетная фабрика», ООО «Темп-Протект», магазин «Благодарение». Остальные предприятия, судя по материалам ин-

⁶⁵ Социальное предпринимательство в России и в мире. Практика и исследования /Ред.: А.А. Московская. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2011. С.190.

тервью, имеют более широкую сеть контактов, с которыми лидеры выстраивают кооперативную стратегию.

Набор акторов, включенных в сеть, определяется и производственными задачами, и тем, как социальный предприниматель понимает свою миссию. Кооперативная стратегия предполагает *капитализацию сети* – использование возможностей партнера для достижения конкретных целей предприятия таким образом, чтобы и партнеры получали свои выгоды от участия.

Например, руководитель Академического лицея им. Н.И. Лобачевского (Казань) поддерживает регулярные контакты не только со всеми органами управления образованием, чтобы соответствовать государственным стандартам, но и с законодателями, поскольку лицей участвует в работе по совершенствованию законодательства в образовательной сфере. Поскольку руководитель лицея считает своей миссией не только сделать выпускников конкурентоспособными на рынке труда, но и сформировать у них разнообразные культурные и гражданские навыки, постольку поддерживаются контакты с научно-исследовательскими институтами, музеями, представителями бизнеса и общественных организаций в нашей стране и за рубежом. Контакты со СМИ поддерживаются не только в утилитарных целях – чтобы сделать известной свою работу, но и для того, чтобы сделать популярным, социально одобряемым тот подход к образованию и воспитанию, который реализуется в лицее.

Если говорить о вертикали (начиная снизу вверх), то это и районный отдел образования, и городской отдел образования, и министерство образования. Причем, в министерстве образования это множество разных отделов, потому что по республиканским конкурсам мы контактируем с одним отделом, по финансовым вопросам – с другим отделом. Следующая структура – это Академия наук Татарстана. Я общаюсь с президентом, и со всеми вице-президентами, с учеными. Потом Казанский научный центр, мы поддерживаем отношения практически со всеми научно-исследовательскими институтами, потому что мы с ними проводим конференции. А когда ты проводишь конференцию, то ты общаешься и с руководителем, и с заместителем руководителя, с советом молодых ученых. У нас очень широкая сеть контактов через музей Республики Татарстан, по-моему, нет ни одного музея, с которым мы не поддерживали бы постоянный контакт. По крайней мере, один раз или два раза в год мы обязательно общаемся с каждым музеем, а с кем-то и гораздо чаще. Следующая сеть – это аппарат президента РТ, в основном это Евроотдел, поскольку мы являемся участниками Евроклуба, и отдел по связям с общественностью (Герентьев и Роман Беляков). В госсовете мы постоянно общаемся с комиссией по делам нанонауки, культуры и межнациональных отношений (Валеев Марсель Исмагилович). И поскольку мы готовили законопроект, то мы постоянно встречаемся с представителями комитетов по законодательству, поддерживаем контакты. СМИ – тоже, конечно: наши проекты, мероприятия освещаются как в печатных изданиях, так озвучиваются и по местному телевидению. Членами попечительского совета нашего лицея является главный редактор журнала «Казань» Балашов Юрий Анатольевич. С бизнесом так же поддерживаем отношения, членами попечительского совета являются Семенов Юрий Алексеевич (генеральный директор «Тандем-Д») и Садриев Наиль Замилович (генеральный директор АТП 4). Да, еще очень тесные контакты с технопарком «Идея», с психологическим центром «Лестница», с компьютерным лагерем «Байтик». И это далеко не все наши контакты. Конечно, у нас есть свой сайт, который мы постоянно обновляем, рассказываем о жизни лицея, о всех проектах, в которых участвуем (ж., директор Академического лицея им. Н.И. Лобачевского, Казань).

Руководитель организации инвалидов «Ковчег» (Калининград) видит свою миссию в организации безбарьерной среды для инвалидов. Такая задача требует регулярных контактов с многими акторами: властями, предпринимателями, партиями, общественными организациями и СМИ.

Два основных направления – это консультационная помощь по техническим средствам реабилитации и создание безбарьерной среды в городах, в которых работает организация. Я это отстаиваю как представитель «Ковчуга» и всех остальных инвалидных организаций в общественном совете при главе города, конкретно курирую эту тему в «Народном фронте», тоже в штабе. Очень широкие контакты. Я уже не понимаю, откуда они берутся. Я два дня на почте не сидел,

у меня 318 непрочитанных писем... Со СМИ хорошо, с жителями города хорошо, с госструктурами всё хорошо. Они приезжают и говорят: мы вас любим и будем поддерживать. И это на самом деле так. У общественного совета калининградского первым решением было решение по безбарьерной среде. То есть все как-то так «за», все! И мэр неплохо в эту сторону смотрит, хотя хотелось бы, чтобы всё двигалось быстрее. Есть комитет по социальной политике, мы сейчас просто в связке работаем. У нас все эти решения есть, мы их предлагаем, мы их продвигаем, мы для них находка, они для нас находка. Активно мы работаем, ну, с «Аппарэль» мы работаем, вот, в принципе, живая организация здесь, в Калининграде, просто у нас немножко разные взгляды на жизнь. Очень плотно работаем с... благотворительный фонд местного сообщества «Калининград», Маргарита Гришечкина. Мы в общественном совете помогаем друг другу, отстаиваем интересы: мы – их, они – наши. Сама Маргарита ездила с нами в Литву, неделю мы там жили, с тремя девчонками жила в коттедже, полностью им помогала (ООО «Обсервер», организация инвалидов «Ковчег», Калининград).

Создатель конно-спортивного клуба «Золотая лошадь» решил, что и производственные задачи, и социальная миссия будут решаться успешнее, если они не будут отдельными; будут существовать в одних и тех же видах деятельности. Иными словами, здесь заявлена идея кооперации, которая реализуется на регулярной основе. Поэтому, в частности, подростки, которые не могут оплачивать занятия, помогают ухаживать за лошадьми. Какую-то работу могут выполнять и родители, приехавшие для реабилитации больных детей.

Хозяин клуба ориентируется не только на индивидуальных потребителей, но и на «оптовых покупателей» услуг. Это могут быть государственные учреждения, например, школы, детские дома, предприятия, общественные организации. Благодаря такой стратегии клуб приобрел известность среди населения и репутацию в органах власти, что, впрочем, не избавляет его от финансовых проблем.

Мы много с кем общаемся. В принципе, со всеми клиентами приходится общаться каждый день. Общаемся мы и с организациями, с которыми заключены договоры на оказание услуг: школы, отдельные предприятия, один из заводов города. Приходится в силу необходимости общаться с органами власти, такими как налоговая служба, например. С ними уровень общения очень высокий. Добровольцев достаточно много. У нас это сотрудничество происходит на взаимовыгодных условиях. Те люди, которые не могут оплачивать нам занятия (например, подростки), они как подсобные рабочие выполняют какие-то функции минимальные, а мы занимаемся с ними. СМИ время от времени выходят на нас самостоятельно для того, чтобы нас как-то осветить. У нас в социальных сетях открыта группа в «Одноклассниках» и «ВКонтакте». Там единомышленников еще больше, чем в городе. Т.е. в отсутствие общения с себе подобными мы не страдаем. Мы работали с приютом. Мы работали с казачьим обществом. Мы работали с некоммерческой организацией, я точно название не помню, но что-то вроде «Помоги ребенку». Это общероссийская НКО, направленная на улучшение жизни детей из неблагополучных семей. С кем еще мы работали? Со школами систематически. Мы даже работали с ТОСами. Просто с людьми, например, с группой семей, которые как-то организовываются. Мы работали с «Гардарикой» – это организация реставрационная, они занимаются реставрацией средневекового оружия. В принципе, перечислять можно еще очень долго. Если брать среднюю цифру, то это 2-3 раза в месяц мы организуем что-то совместное с другими организациями. Мы, например, сотрудничали с организацией, которая занимается профессиональной фотосессией, там были профессиональные фотографы, модели, потом это все публиковалось. Они к нам самостоятельно пришли, мы их идею откорректировали. Они даже не думали, что мы такие инициативные (м., конно-спортивный клуб «Золотая Лошадь», Камышин).

Самая обширная (из обследованных случаев) социальная сеть, созданная на принципах кооперации, создана центром развития познавательного туризма «Город-музей» в Коломне. Можно утверждать, что авторам проекта удастся сформировать сообщество там, где могли бы быть лишь отношения разветвленной функциональной взаимозависимости. Заявлена и реализуется на практике ориентация на формирование местного сообщества, объединенного идеологией «общего дела». Эта стратегия сформулирована как «новая жизнь старого города», где город – не просто улицы и дома, а люди, которые живут в этих домах и ходят по

этим улицам. «Новая жизнь» предусматривается проектом не только для туристов, но и для горожан, и это не только новые рабочие места в индустрии туризма, но и собственная жизнь, со своими культурными проектами, событиями и праздниками.

Сохранить любое здание, памятник – это федеральный статус или просто гражданская застройка, – просто расставив руки перед бульдозером, невозможно, а сохранить можно только если ты даешь новую жизнь, наполняешь здание такой деятельностью, которая позволяет жить и не ходить с протянутой рукой. Мы, когда писали устав некоммерческого партнерства, там есть под номерами деятельность, и у нас там чего только нет, и это то, чем реально мы занимаемся. Это и научные исследования, и реставрация, и культурологическая работа, музейная деятельность и выставочная деятельность, образовательная деятельность, вплоть там же выращивания садов. И кондитерское производство. То есть те музеи, которые мы проектируем, так как они связаны с забытыми брендами, ныне не существующими, то часть этих музеев является мини-производством, это бизнес-составляющая, которая позволяет музеям самостоятельно жить (ж., Коломенский центр развития познавательного туризма).

Случай с Коломенским центром показывает, что на формирование сообщества работает не только успешная деятельность, но и легенды, реальные или вымышленные люди либо события, связанные с местом и призванные формировать не только привлекательный туристический бренд, но и собственную позитивную идентичность. В случае Коломны это: Венедикт Ерофеев, Лажечников, коломенская пастила, Куликовская битва, коломенский рубль, коломенский калач и др.

Бренды и связанные с ними легенды начинают работать на формирование сообщества не просто самим фактом своего изобретения. Они становятся работающими тогда, когда начинают вплетаться в повседневную жизнь горожан: когда местные жители работают в местах, связанных с этими брендами, или покупают сами эти продукты (пастилу или калачи), или участвуют в праздниках, посвященных этим брендам. Когда они связывают людей, формируют из них сообщество, т.е. не столько легенды, сколько лидеры, которые способны создать отношения кооперации и, тем самым, капитализировать сеть.

10.2. Выгоды участников сети, возникающей вокруг социального предприятия

Специфичность каждого актора, включенного в сеть, может стать средством капитализации тогда, когда найдены эффективные способы кооперации. Их выбирает либо консультант, когда образец предприятия заимствуется извне, либо предприниматель в случае реализации инновационной идеи или адаптации образца.

Для того чтобы потенциальные партнёры вложили в сотрудничество свои ресурсы, для них должны быть очевидны выгоды от такого сотрудничества. Они должны не просто подразумеваться, но быть сформулированными в качестве предложений потенциальным партнёрам даже тогда, когда потенциальный партнёр – не какое-то юридическое лицо, а субъект, не имеющий четких социальных границ, но выделенный из социума по какому-то значимому для предприятия признаку, например, родители детей-инвалидов или жители города, округи. Взаимные выгоды должны быть найдены, а в идеальном случае – прописаны в каких-то формальных соглашениях.

С местными властями все опрошенные руководители стараются поддерживать хорошие отношения. Для социальных предпринимателей выгоды таких хороших отношений очевидны. Это благоприятный режим аренды помещений, налоговые льготы, информационная поддержка и пр. Для властей – это привлекательность поселения как места жизни и туристического объекта, репутационные дивиденды. Местные власти благодаря сотрудничеству с социальными предпринимателями могут делегировать им часть своих функций в социальной сфере (и соответствующее финансирование), оставив за собой задачи по контролю того, как предприниматель соблюдает государственные стандарты в своей сфере деятельности.

Когда получше встанем на ноги, когда не только из моего кармана будут деньги, а будут деньги грантов, то у нас появится третье направление помощи. Это функция соцслужб теоретически, но они не очень хорошо с этим справляются. Это не оттого, что они плохо работают, а просто это по-другому должно быть. В Дании, в Швеции там есть конкретно патронаж. Вот Майстер, она хорошая тетенька, но она не знает, какие им нужны коляски, она не знает, как и что! Это я знаю, потому что я 10 лет в этой заднице, я уже профессор тут. Я знаю, как это через государственные органы провести всё, и вот тут должна быть просто связка. В Скандинавских странах там это сделано так, что есть связка общественных организаций и государства (ООО «Обсервер», организация инвалидов «Ковчег», Калининград).

В первую очередь постоянные контакты с администрацией Юго-Камского поселения. В общем-то, он всегда помогает во всех вопросах, без всяких проволочек, без задержек, с пониманием. Видно, что у человека есть конкретный интерес, то, что появился в поселке новый такой объект, он нужен не только для города, он также нужен для сельчан (м., директор ООО «Сервис Парк» – «Юго-Камские горки», пос. Юго-Камск).

Деловые партнёры – это те, кто непосредственно участвует в производстве товара или услуги, и коллеги – организации и люди, занятые в той же сфере деятельности. Если говорить о вторых, то тут отношения амбивалентные. Есть общие интересы, связанные с определением стандартов деятельности, обменом опытом, выработкой общей позиции в отношениях с властями, сложением ресурсов тогда, когда нужна кооперация.

Мы контактируем со всеми частными школами республики. Причем у нас нет с ними конкурентной борьбы, мы, наоборот, поддерживаем друг друга, советуем, делимся опытом, участвуем в семинарах, конференциях. Просто можно было бы еще чаще встречаться, просто нет такой физической возможности. У нас большие контакты не только здесь в республике, но в ассоциации негосударственных образовательных учреждений, мы тесно контактируем с учебными заведениями Москвы, Санкт-Петербурга, Московской области (ж., директор Академического лицея им. Н.И. Лобачевского, Казань).

Мы друг другу отправляем гостей. Много ведь иностранцев путешествуют по Транссибирской магистрали, начиная с Иркутска, с Владивостока, едут сюда в Москву, Нижний Новгород, Санкт-Петербург, либо наоборот, поэтому у нас вот эта линейка. Помогаем найти жильё. Из Нижнего Новгорода в Казань очень часто едут и наоборот. Ну, Москва, Питер – у меня нижегородцы постоянно спрашивают, какой посоветуешь? Я им уже говорю, какой хороший. Друзья постоянно тоже спрашивают в других городах. В прошлом году летала в Стамбул по делам, вот шла тоже в хостел, поэтому спокойно эти связи налаживаются. Интернет, на самом деле, социальные сети, конкретно (ж., ООО «Горький хостел», Нижний Новгород).

Есть общие интересы и тогда, когда социальные инновации становятся товаром. В нашей выборке встретились такие случаи, но их немного. Во-первых, потому что у предпринимателей ещё слишком мал опыт деятельности, а во-вторых, потому что превращение технологий в товар – это особая работа, требующая усилий профессионалов.

Из других хостелов советуются постоянно, из других городов. Пишут ребята, которые хотят открыть. «ВКонтакте» находила сайты, люди, группы хостелов, которые уже были открыты. Я задавала вопросы, которые мне были непонятны. Так и налаживались! Кто-то, наоборот, у меня спрашивал, и теперь уже открылись! Я уже задумываюсь о франшизе, потому что востребованы. И невозможно, чтобы мы с нуля это разрабатывали и просто так отдавать! Поэтому, я думаю, есть люди, которым проще забрать полный пакет документов (ж., ООО «Горький хостел», Нижний Новгород).

Но интересы становятся разными тогда, когда возникают конкурентные отношения. В нашей выборке таких случаев оказалось немного. Вероятно, это потому что сейчас социальный бизнес в России делает лишь первые шаги, много незанятых ниш и потенциальные конкуренты не мешают друг другу. Пока выгоды от сотрудничества важнее потерь от конкуренции. Но там, где в той же сфере работают государственные структуры или крупный бизнес, конкуренция становится ощутимой.

Нашими конкурентами являются все сильные школы Республики Татарстан, нашего города. Но все равно, я считаю, что мы не являемся конкурентами частным школам, потому что мы очень от них отличаемся по некоторой специфике деятельности. Я не рассматриваю другие частные школы как конкурентов – каждый находит для себя какие-то пути. А вот что касается лицей при университете – конечно, мы конкуренты. Но мы в худшей ситуации по сравнению с ними, потому что у них бесплатное обучение, бесплатные прекрасные условия для обучения, и, соответственно, это дает возможность проводить конкурсные наборы, отбирать детей на соответствующем уровне. Учитывая, что у нас стоимость обучения составляет не менее 100 тысяч рублей в год, нам трудно состязаться с ними в этом плане (ж., директор Академического лицея им. Н.И. Лобачевского, Казань).

Имбирное печенье, если шведское брать, польское, очень дорогое. Наше печенье не менее качественное, но цена среднего ценового сегмента. Вот в таком плане пока нет конкурентов. Но ритейлы, несколько супермаркетов, не позволяют развиваться местным предпринимателям. Потому что правила сейчас такие, что сети зарабатывают... не на наценке. Не это главный заработок сетей. А плата поставщиков. Чтоб в сеть войти, надо заплатить, чтобы удержаться на полке, надо платить. В итоге продажная стоимость продукции максимально приближена к себестоимости. Минимум прибыли получается (ж., ИП «Весёлый пряник», Тольятти).

Особенно ощутима конкуренция тогда, когда предприятию нужен не только интеллектуальный капитал, но и современное дорогостоящее оборудование, а инвестора или спонсора для модернизации производства привлечь не удалось.

Раньше мы делали альбомы, папки, скоросшиватели и прочую такую белиберду. У нас этим делом занималось человек 250. Так вот сейчас весь третий этаж пустой, потому что сейчас мы все пользуемся китайской продукцией. Богатых людей у нас много, деньги они знают куда девать. Они настроили вокруг предприятия типа нашего. Мы раньше одни здесь были. Вот в этом кабинете стояла очередь. А сейчас мы где-то там внизу, потому что нас опередили по всем направлениям. Вооружены они технически лучше. Я же уже сказал, что мы на уровне 1905 года, а они современные. Если мы хотим сделать что-то подобное, то возникают проблемы с деньгами (м., ООО «Картонно-переплётная фабрика», г. Волжский).

Доноры – это государственные учреждения, частные лица или организации (фонды), которые дают социальному предприятию деньги (беспроцентный) кредит или грант на какой-то конкретный проект или вид деятельности.

В нашем исследовании встретился только один случай, когда для создания социальных предприятий использовались средства одного **донора** («Светоч», Химки). Его целью, помимо сформулированной гуманитарной миссии, было создание комфортных социально-экономических условий ведения бизнеса. Однако предприниматель вкладывал свои деньги не в какое-то уже существующее социальное предприятие, а создавал такие предприятия (школы, дома для престарелых) заново, контролируя все этапы создания – начиная от строительства и оснащения оборудованием и заканчивая подбором персонала. Видимо, такая стратегия использования донорских средств для развития социального предпринимательства будет более популярной, чем вложение средств в уже имеющиеся организации, поскольку позволяет избежать потенциальных рисков, связанных с возможной недобросовестностью или некомпетентностью партнёров.

Некоторые респонденты пытаются использовать в своём социальном бизнесе средства множества доноров (магазин «Благодарение», Волгодонск, ООО «Горький хостел, Нижний Новгород). Но, похоже, такая практика в нашей стране ещё не прижилась.

Сейчас нарабатываем проект краудфандинг. Это когда общество привлекается к спонсорству. Любой может внести спонсорскую поддержку! И сейчас в России создаются такие сайты. Мы будем выкладывать, наверное, в начале февраля, бумстартером, называется. Мы пишем, что нам нужно: нужен компьютер, мы хотим для гостей поставить wi-fi, доступный для всех, пуфики, чтобы удобная зона была общения, работы, отдыха и прочее. И, значит, там выставляется на

60 дней, и любой желающий может войти и оставить нам поддержку. Минимальный платеж 50 рублей. До 50 тысяч любой желающий может перевести. Поэтому вот в таком виде, если только спонсорскую, надеемся, что... Там если набирается сумма, то она нам перечисляется. Если она не набирается, то она возвращается владельцам (ж., ООО «Горький хостел», Нижний Новгород).

Все опрошенные – получатели грантов фонда «Наше будущее». Соответственно, этот фонд упоминался практически в каждом интервью. Респонденты подчеркивали, что помощь от фонда – это не только деньги, но и технологии, консультации, репутационная поддержка.

И, естественно, Вагит Алекперов, фонд «Наше будущее», с ним постоянный контакт. Во всех вопросах, когда будут какие-то трудности, сложности, они всегда по первому звонку помогают. Мы и в Перми встречались, и ходили в администрацию с представителями фонда (м., директор ООО «Сервис Парк» – «Юго-Камские горки», пос. Юго-Камск).

Выгоды для *окрестного населения* – рабочие места, комфортная и безопасная среда обитания, качественные услуги.

Жители стараются помочь нам хоть чем-то: кто-то идеями, кто-то связями и т.д. Люди сами изъявляют желание принять какое-то участие в развитии того, чем мы сейчас занимаемся (м., конно-спортивный клуб «Золотая Лошадь», Камышин).

Для *общественных организаций* выгода от сотрудничества с социальными предприятиями – реализация собственных программных целей.

С тем же «Союзом студентов», где я была председателем. Там они проводят разные мероприятия... ребята из разных городов приезжают в Нижний Новгород, в том году они жили у нас, не знаю, как в этом году. Пока не говорили они ещё по плану, когда будут проводить. Им проводят экскурсии по университету, рассказывают, какие у них изобретения или ещё что-то, какие особенности. Мы их размещаем по бюджетной цене, группам и друзьям делаем скидки (ж., ООО «Горький хостел», Нижний Новгород)

Выгоды для *добровольцев* – опыт деятельности, общение, интересный досуг. Но иногда труд добровольцев используется не только для разовых работ, в эпизодически возникающих проектах, как, например, концерты или «ресторанные дни» в «Горьком хостеле», но строятся на основаниях кооперации, долговременного сотрудничества тогда, когда доброволец заинтересован в целях предприятия и собственной профессионализации, а предприятие – в квалифицированных работниках.

10.3. Способы капитализации сети

В отсутствие больших капиталовложений социальные предприниматели пытаются использовать ресурсы взаимной поддержки, найти способы капитализации сети. Но синергетический эффект сети не возникает сам по себе. Должны быть совершены некоторые усилия для того, чтобы сеть функционировала и развивалась. Например, это усилия по установлению и поддержанию функциональной взаимозависимости; определению общих стандартов продукта или услуги; кооперации (сложению ресурсов); личностных контактов. Такие усилия в российских условиях во многом зависят от отношения властей к проектам социального предприятия. Это отношение, в свою очередь, может определяться многими обстоятельствами: потенциальными или актуальными репутационными дивидендами; коммерческим интересом или его отсутствием, личностными особенностями, связанными с компетентностью того или иного чиновника, либо с его установкой на инновации либо отсутствием оной. Хорошая иллюстрация этого – случай со сменой власти в Перми и его последствия для многих социальных проектов, в том числе для проекта АНО «Реалмед», которое при новом руководстве стало испытывать большие трудности в своей деятельности.

Когда мэром был Игорь Шубин, ситуация отличалась кардинально. Просто как небо и земля. Мы открыли этот травмпункт как автономную некоммерческую организацию, то есть состоялись как социальные предприниматели при Игоре Николаевиче Шубине. И единственный вопрос был у Игоря Шубина: «А где-то в России такое уже есть?» Голубев говорит: «Да нет, нигде нету». «Отлично! Подписываю!», – и тут же подписал. Сейчас, когда мы предлагаем: давайте то сделаем, давайте се сделаем, нас сразу спрашивают: «А где-то в России уже это есть?». Мы говорим: «Нет, нету», – нам говорят: «Давайте подождем. Не будем торопиться, подумаем, посчитаем...» Недаром Шубин, государственный человек, он сейчас сенатор, именно потому что у него государственное мышление. С уходом Игоря Шубина всякая поддержка прекратилась, ни одна наша инициатива не нашла отклика (м., АНО «Реалмед», Пермь).

Но отношение властей к проблемам социальных предприятий – это лишь характеристика внешнего контекста. Собственные усилия – это повседневная работа по поддержанию и развитию связей. Это может быть:

Кооперация по сложению ресурсов тогда, когда у инициаторов недостаточно собственных.

О такой возможности рассказывают многие предприниматели. Например, Академический лицей в Казани регулярно использует интеллектуальные ресурсы научных учреждений и музеев для того, чтобы сформировать у детей профессиональные интересы. Международный образовательный центр «Монтессори-педагогика» обращается к «внеплановым» знаниям и умениям сотрудников и родителей, когда можно провести с детьми интересные занятия. Директор ООО «Сервис Парк» из посёлка Юго-Камск рассчитывает на инвестиции в свой проект окрестных бизнесменов.

Выработка общих стандартов на продукт или оказание услуги.

Там, где предприятие работает под зарегистрированным брендом (Образовательный центр «Монессори-педагогика») или принимает имя, включающее определённое нормативное и культурное содержание (хостел), оно обязано стремиться реализовывать стандарты деятельности, подразумеваемые этим брендом или именем. Сложнее обстоит дело там, где таких стандартов нет. В нашем случае – это, например, конно-спортивный клуб из Камышина. Организатор клуба, с одной стороны, ориентируется на универсальные стандарты оказания оздоровительных услуг, а с другой стороны, изучает опыт аналогичных предприятий для того, чтобы применять или отвергать какие-то наработанные коллегами стандарты.

Выработка этических норм взаимодействия в сообществе.

Это, пожалуй, самый сложный процесс, потому что регламенты и стандарты по оказанию услуги можно разработать и сделать обязательными. Этические нормы нельзя сделать обязательными, но их принятие – это проявление способности сети к саморазвитию, когда участники не только воспроизводят заданные при создании отношения, но и вносят свои идеи, способствующие тому, чтобы отношения функциональной взаимозависимости вели к формированию отношений взаимного доверия и групповой идентичности. Такой стратегии придерживается, например, руководитель Центра познавательного туризма «Город-музей» в Коломне, когда реализует принципы взаимной поддержки персонала (в том числе работников-инвалидов). Создает и поддерживает отношения солидарности в сообществе руководитель ООО «Обсервер» в Калининграде, когда согласует позиции по созданию безбарьерной среды или организует работу по оказанию услуг инвалидам в городе многообразных участников сети: представителей власти, активистов и руководителей инвалидных общественных организаций, предпринимателей.

10.4. Выводы

- Рассмотрение социального предпринимательства как формы гражданского участия позволило найти эмпирические индикаторы критериев, которые используются для идентификации этого вида предпринимательской деятельности. Предприятие не может считаться «социальным» лишь потому, что оно оказывает услуги в социальной сфере или предоставляет рабочие места представителям низкоресурсных групп. Эти критерии могут быть необходимыми, но их недостаточно, потому что предприниматель может получать хорошую прибыль на этом бизнесе и эксплуатировать инвалидов. При идентификации предприятия как социального со всеми вытекающими из такой идентификации предпочтениями необходимо учитывать наличие пяти признаков, которые должны существовать вместе: 1) организационная автономия; 2) инвестиция прибыли в поддержание и развитие предприятия, на социальные нужды; 3) сеть социальных контактов вокруг бизнеса; 4) наличие долговременных социальных проектов, ориентированных на работников и внешнее сообщество; 5) новаторство в создании образцов и правил.
- На наш взгляд, важными составляющими социального предпринимательства являются: 1) социальное новаторство и 2) социальные сети, сообщества, которые складываются вокруг социальных предприятий. Мы анализируем эти признаки не как ресурс, а как результат деятельности социальных предпринимателей. На наш взгляд, это позволяет обогатить концепт «социальное предпринимательство», сделать его более прозрачным и тогда, когда это нужно для исследовательских целей, для разработки обоснования закона о социальных предприятиях, и тогда, когда встаёт практическая задача оценить «социальность» социального предприятия.
- Исследование зафиксировало, что морфогенез социального предпринимательства идет двумя способами: 1) сначала собственно деятельность, затем – идентификация её как социальной благодаря заимствованию концепта; 2) сначала – знакомство с правилами и образцами, а затем – деятельность. Первый способ чреват ошибками, убытками и потерей темпов развития. Вторым демонстрируют более успешные предприниматели. Мало этого, именно вторые демонстрируют большую активность не только в освоении существующих правил и образцов деятельности, но и новаторский подход к этим правилам. Они чаще становятся инициаторами экономических, организационных, социальных новшеств. Это внутренние регламенты, новая логистика решения задач, новая мода или стиль жизни.
- Освоение опыта коллег для социальных предпринимателей становится важным направлением работы. Здесь у социальных предпринимателей часто возникают проблемы, связанные с закрытостью, нежеланием делиться наработками. Логистику решения задач, технологические наработки, внутренние регламенты деятельности бывает подчас легче получить за границей, чем у отечественных предпринимателей, занятых аналогичной деятельностью. Поэтому актуальной задачей становится создание инфраструктурных проектов, консалтинг в сфере социального предпринимательства. Такой работой занимаются в ООО «Бренд-стор» (Москва), но они еще в самом начале пути. Алгоритмы деятельности социальных предприятий могут стать и уже становятся товаром, но пока нет закона о социаль-

ном предпринимательстве, сохраняется большие области неопределённости. Закон может появиться тогда, когда будут найдены и согласованы основания для статуса «социальное предприятие» и модели, формы, которые может иметь этот вид деятельности.

- ◆ Обследованные социальные предприятия находятся на разных стадиях развития. Общая тенденция для большинства – это подъем. Одни только планируют выйти на ожидаемые результаты, другие собираются расширяться – в любом случае с помощью решения текущих проблем, в расчете, прежде всего, на собственные силы и в надежде на улучшение условий деятельности со стороны в первую очередь местных властей. Большинство планируют развивать заданное направление деятельности. Немногие, самые успешные, ориентированы на диверсификацию, освоение новых направлений. Те, кто существует на грани рентабельности, подумывают о сокращении, а то и полном свертывании социальных программ, если не будет средств спонсоров или государственного финансирования.
- ◆ Исследование позволило выделить феномен, который мы назвали «социально-культурный проект» предпринимателей. На наш взгляд, это ключевой момент в идентификации предприятия как социального. Мы предложили эмпирические признаки, типологию и описали формы бытования социально-культурных проектов. Социально-культурный проект в нашем случае – бизнес-стратегия, которая предполагает достижение заявленной социальной цели. Это, с одной стороны, развитие предприятия с опорой на человеческий творческий потенциал как главный ресурс развития и конкуренции. С другой – это принятие некоторой миссии: создание новой ценностной и коммуникативной среды, тиражирование новых форм общежития, оказания социальных услуг.
- ◆ Наиболее успешные сейчас и имеющие лучшие перспективы развития – это социально-культурные проекты, ориентированные на диверсифицированные цели для всех слоёв потребителей. Здесь нам встретилось три варианта: 1) бизнес может существовать автономно, являясь донором для социальных проектов; 2) бизнес – основа и центр социального проекта, предметно связан с ним; 3) бизнес и социальные проекты предметно не связаны, но дополняют друг друга, создавая эмерджентный эффект.
- ◆ Все включенные в выборку предприятия заявлены как социальные, поэтому руководители подчеркивают, что они предоставляют рабочие места социально незащищенным людям (молодым специалистам, студентам, инвалидам). Конечно, само по себе рабочее место для инвалида – уже благо. Но качество этого рабочего места (например, посильная интеллектуальная сложность работы) и отношение к работнику-инвалиду не как к «нагрузке», а как к ценному сотруднику – это особая культурная концепция, которая встречается далеко не везде.
- ◆ Способность лидера создать социальную сеть вокруг предприятия – это не просто известность, помогающая найти потребителя продукта или услуги. Это важный ресурс развития, помогающий концентрировать финансовые, интеллектуальные, технологические и творческие ресурсы. Социальные сети помогают выстоять в конкуренции с более сильными игроками.

Приложение 1. Основные положения программы исследований по проекту «Условия активизации гражданского участия в малых и средних городах России»

Цели проекта

Изучение актуального уровня и потенциала гражданского участия, а также факторов, определяющих его уровень и формы. В частности, предполагается проанализировать институциональные возможности и социальные условия для развития гражданского участия в малых и средних городах России. Реализация проекта позволит понять, какие виды деятельности реализуются с помощью гражданского участия; каков его потенциал.

Задачи проекта

1. Выявить и описать виды гражданского участия, существующие в малых и средних городах.
2. Выявить и описать потенциал гражданского участия в средних и малых городах России.
3. Выявить и описать социальную среду гражданского участия, определить наличие связи между уровнем и видами гражданского участия и характеристиками среды по критериям: социальных ресурсов жителей (занятость, материальное положение, образование, и пр.); отношению жителей к проявлениям гражданского участия; распространённости практик помогающего поведения.
4. Выявить масштабы институционального добровольчества – включенность в работу НКО жителей малых и средних городов.
5. Выявить и описать содержание деятельности (актуальные общественно значимые дела) и траектории развития НКО, включенных в разные формы гражданского участия в малых и средних городах России.
6. Выяснить потенциал гражданского участия в малых и средних городах России в сравнении с крупными городами и с Россией в целом.
7. Выделить факторы, влияющие на развитие потенциала гражданского участия в малых и средних городах.
8. Проанализировать возможности (социально-экономические, нормативные, организационные условия и ресурсы) и особенности (содержание деятельности, характеристики социальных сетей, условия и траектории развития) социального предпринимательства в малых и средних городах (глубинные интервью с собственниками или руководителями социальных предприятий).

Практическая польза

Полученное по результатам исследования развернутое и социологически обоснованное описание гражданского участия в малых и средних городах может служить основанием для разработки социальной политики с учетом специфики этих типов населенных пунктов и особенностей гражданского участия в них, которые выявлены в ходе исследования.

Основные исследовательские гипотезы

1. Существует прямая связь между ресурсным потенциалом жителей и гражданским участием. Чем выше ресурсный потенциал жителей (определяемый в первую очередь мате-

риальным благополучием и образованием), тем интенсивнее актуальное и потенциальное гражданское участие.

2. Существует прямая связь между наличием общей для многих производственной инфраструктуры города (например, предприятие – доминирующий работодатель) и интенсивностью личностных и функциональных контактов. В свою очередь, личностные и функциональные контакты предполагают более или менее интенсивное общение, в ходе которого формируются солидарные практики
3. Существует прямая связь между воспринимаемой политикой городских властей по отношению к гражданскому участию и актуализированным и потенциальным гражданским участием, а также оценками его эффективности.
4. Социально-психологическими предпосылками гражданского участия являются:
 - Локальная (житель города) позитивная идентичность.
 - Принятие ответственности за свою судьбу и судьбу более или менее четко очерченного сообщества.
 - Ориентация на изменение некоторых правил, регулирующих сферу жизнедеятельности сообщества, которая является объектом попечения или беспокойства.
 - Наличие представлений о возможности самопомощи при решении актуальных проблем.
 - Наличие представлений об эффективности собственных усилий для решения общей проблемы или проблемы какой-то группы (могу помочь – не могу помочь).
 - Престижность гражданского участия, мода на него (нормативность гражданского участия)

Источники данных

1. Опрос жителей средних и малых городов России, проведенный по репрезентативной выборке.

Время проведения полевого этапа исследования – с 17 февраля по 3 марта 2014 года.

Объем и описание выборки. Объем выборки – 1500 человек. Выборка репрезентирует население средних и малых городов России, поселков городского типа в возрасте 18 лет и старше за исключением населения Чеченской республики. Допустимая статистическая погрешность – 3,8%.

Всероссийская трехступенчатая территориальная стратифицированная выборка: первая ступень – отбор административных районов России, вторая ступень – отбор избирательных участков, третья ступень – отбор домохозяйств маршрутным методом. Отбор респондента в домохозяйстве проводится с применением квот по полу и возрасту (связная квота)

Метод и технология опроса. Опрос проходил по формализованной анкете в режиме «face-to-face» по месту жительства респондентов. Анкета состоит из 54 закрытых вопросов (Приложение 3). При ответе на закрытый вопрос респондент должен был выбрать наиболее подходящий для него вариант ответа – один или несколько – из числа предложенных. В ряде случаев интервьюер показывал респонденту карточку с перечнем вариантов ответов.

2. Всероссийский репрезентативный опрос населения по технологии «ФОМнибус».

Период проведения опроса – с 19 февраля 2014 года по 23 февраля 2014 года.

Количество включенных вопросов – 6 закрытых вопросов.

Фрагмент анкеты, посвященный гражданскому участию, дан в Приложении 4.

3. Фокус-группы в малых и средних городах (пять фокус-групп с активистами НКО и пять фокус-групп с рядовыми жителями).

Период проведения дискуссионных фокус-групп – с 16 декабря 2013 года по 16 февраля 2014 года.

Гайд дискуссионной фокус-группы дан в Приложении 5.

4. Глубинные интервью с руководителями социальных предприятий (15 интервью).

Период проведения глубинных интервью с социальными предпринимателями – с 16 декабря 2013 года по 16 февраля 2014 года.

Гайд интервью дан в Приложении 6.

5. Интервью с экспертами – специалистами по проблемам гражданского общества и деятельности социальных предприятий. Гайд интервью дан в Приложении 7.

Описание выборочной совокупности.

1. Опрос в малых и средних городах России. Опрошено 1500 респондентов. Из них:

мужчин – 45%, женщин – 55%.

Структура опрошенных рабочих по возрасту: 18 – 30 лет – 25%; 31 – 45 лет – 26%; 46 – 60 лет – 27%; старше 60 лет – 22%.

Среднее общее образование или ниже среднего имеют 31% опрошенных; начальное профессиональное или среднее специальное – 44%; высшее или незаконченное высшее – 25%.

В городах с численностью населения от 100 до 250 тыс. чел. опрошено 401 чел (27% выборочной совокупности). В городах с численностью населения от 50 до 100 тыс. – 316 чел (21% выборочной совокупности). В городах с численностью населения менее 50 тыс. – 591 чел (39% выборочной совокупности). В посёлках городского типа – 192 чел (13% выборочной совокупности).

Средний месячный доход опрошенных – 16090 рублей. Минимальный – 60 руб., максимальный – 150000 руб. Не было дохода в предыдущем месяце у 11%; отказались ответить на вопрос о доходе – 18%. Затруднились ответить 1%.

2. Опрос по технологии «Фомнибус»

Опрос граждан 18+ проходит в режиме личного интервью (face-to-face) в 100 населенных пунктах (городах и селах) 47 субъектов РФ.

Выборка – многоступенчатая стратифицированная территориальная случайная.

Объем выборки – 1500 респондентов.

Статистическая погрешность не превышает 3,6%

3. Проведение дискуссионных фокус-групп.

10 фокус-групп в пяти городах: Ангарск, Гатчина, Зеленодольск, Камышин, Черняховск

В каждом из пяти городов проведено по две фокус-группы: одна – с «активистами», другая с «добровольцами».

4. Проведение глубинных интервью с социальными предпринимателями.

Всего проведено пятнадцать интервью с социальными предпринимателями (владельцами или руководителями) в городах: Волгодонск (Ростовская обл.), Казань, Калининград, Камышин (Волгоградская обл.), Нижний Новгород, Юго-Камск (Пермский край), Пермь, Санкт-Петербург, Тольятти, Волжский (Волгоградская область), Коломна, Москва, Химки (Московская область), Краснодар.

5. Проведение интервью с экспертами.

Всего проведено пять интервью с экспертами в области гражданской активности в целом и социального предпринимательства в частности.

Методы и технологии анализа данных. Методы математического анализа данных включали следующие технологии: 1 – простая группировка; 2 – перекрестная группировка; 3 – таксономия (эмпирическое определение групп по некоторому набору признаков).

Приложение 2. Отчет о полевых работах

Описание исследования

Исследование «Условия активизации гражданского участия в малых и средних городах России» проводилось Фондом Общественное Мнение с 01 ноября 2013 года по 31 мая 2014 года.

Методы сбора информации:

- формализованное личное интервью по специально разработанной анкете,
- глубинные интервью с руководителями социальных предприятий,
- дискуссионные фокус-группы,
- интервью с экспертами.

1. Проведено два массовых опроса: среди жителей малых и средних городов России и среди всего населения России (тема «Гражданское участие» была включена в еженедельный опрос ФОМа по технологии «Фомнибус»).

По анкете «Гражданское участие в малых и средних городах России» опрашивались жители малых и средних городов России с контрольными параметрами квот (пол, возраст, образование).

Продолжительность заполнения анкеты варьировалась от 20 до 55 минут.

Общее число заполненных анкет – 1500.

В репрезентативном опросе населения по технологии «ФОМнибус» опрашивались граждане 18+ с контрольными параметрами квот (пол, возраст, образование), опрос проходил в режиме личного интервью (face-to-face).

Объем выборки опроса – 1500 респондентов.

Перед началом работы все интервьюеры прошли полный инструктаж по проведению интервью.

2. Проведено 10 фокус-групп в пяти городах: Ангарск, Гатчина, Зеленодольск, Камышин, Черняховск

В качестве участников фокус-групп рекрутировались:

– участвующие в деятельности общественных организаций в малых и средних городах России (добровольцы) – 5 фокус-групп.

– жители малого и среднего города, эпизодически участвующие в решении общегородских проблем (например, в субботниках, в публичных слушаниях, в процедурах выборов, в демонстрациях или пикетах, и пр.) (активисты) – 5 фокус-групп.

В каждом из пяти городов проведено по две фокус-группы: одна – с «активистами», другая с «добровольцами».

3. Проведено пятнадцать интервью с социальными предпринимателями (владельцами или руководителями) в городах: Волгодонск (Ростовская обл.), Казань, Калининград, Камышин (Волгоградская обл.), Нижний Новгород, Юго-Камск (Пермский край), Пермь, Санкт-Петербург, Тольятти, Волжский (Волгоградская область), Коломна, Москва, Химки (Московская область), Краснодар.

4. Проведено пять интервью с экспертами:

1. Бахмин Вячеслав Иванович – председатель Правления Сетевого Института Общественных Инноваций.
2. Павлова Ирина Анатольевна – заместителем директора Фонда «Наше будущее», руководитель Дирекции по развитию и поддержке социального предпринимательства Фонда региональных социальных программ "Наше будущее".
3. Оберемко Олег Алексеевич – ведущий научный сотрудник Центра социального предпринимательства и социальных инноваций НИУ ВШЭ.
4. Задорин Игорь Вениаминович – генеральный директор исследовательской группы «Циркон».
5. Рябова Ольга – Член Координационного совета Торгово-промышленной палаты РФ по вопросам развития социального бизнеса и предпринимательства, независимый эксперт в области социального предпринимательства, постоянный участник Глобального саммита социального бизнеса и Европейского форума социального бизнеса.

Анкета и сценарии исследования

1. Анкета опроса по теме «Условия активизации гражданского участия в малых и средних городах России» состояла из 54 вопросов, включая два открытых вопроса (возраст и доход в рублях), расположенных на 16 страницах, и 22 вспомогательных карточки к анкете.
2. Блок вопросов в еженедельный опрос «Фомнибус» состоял из 6 содержательных закрытых вопросов и объективных данных респондента.
3. Гайды для проведения фокус-групп и глубинных интервью включали 21-25 основных вопросов и дополнительные вопросы, которые задавались тогда, когда дискуссанты затруднялись сформулировать свои реакции на основной вопрос.

Подготовка полевого этапа

Для проведения массового опроса населения в регионах была привлечена 51 организация – постоянный партнер Фонда Общественное Мнение по РФ.

Инструктаж интервьюеров проводился по стандартной схеме, используемой ФОМом в подобных исследованиях. Инструктаж был организован в два этапа: сначала проводился инструктаж бригадиров, они, в свою очередь, проводили инструктаж интервьюеров.

Перед началом работы были проведены пилотажные интервью, направленные на ознакомление интервьюеров с вопросником, выявление возможных проблемных мест в анкете и определения степени подготовленности интервьюеров к полевым работам.

Перед началом исследования региональные партнеры получили по электронной почте следующие методические материалы: географию опроса, выборку, письмо руководителю опроса, инструкцию интервьюеру, анкету, карточки к анкете.

Каждый интервьюер получил комплект полевых документов:

- перечень адресов с контактами респондентов;
- маршрутную карту;
- инструкцию к анкете, анкету и карточки к анкете;

- визитные карточки Фонда Общественное Мнение с указанием ФИО интервьюера и даты посещения респондента.

Дополнительно были высланы программа ввода и формулы проверки массива.

Проведение полевых работ

В полевых исследованиях по массовому опросу на тему «Условия активизации гражданского участия в малых и средних городах России» участвовали 70 интервьюеров с опытом работы от 1 года до 10 лет. Средняя нагрузка на одного интервьюера составила 21-22 анкеты – в зависимости от опыта работы и степени занятости интервьюеров.

100% интервью было проведено в сроки, предусмотренные в графике работ по данному проекту.

На этапе полевых работ было собрано 1500 анкет по массовому опросу «Условия активизации гражданского участия в малых и средних городах России» и 1500 анкет по репрезентативному опросу ФОМа по технологии «ФОМнибус».

Контроль работы интервьюеров

Вся работа интервьюеров в каждом исследуемом регионе находилась под наблюдением опытных супервайзеров, ответственных за контроль над полевыми работами, включая административную работу, контроль процедуры выбора домохозяйств, проверку количества проведенных интервью.

Исследование предполагало строгий контроль качества, процедура осуществления которого включала как минимум:

- проверку правильности процедуры прохождения маршрута и заполнения маршрутной карты;
- 100%-ную проверку анкет на полноту заполнения;
- 100%-ную проверку анкет на правильность набивки;
- 30%-ную проверку анкет по телефону;
- 10%-ную проверку анкет в виде личного посещения с заполнением контрольной анкеты независимым контролером.

Интервью, проведенных с нарушением методологии, выявлено не было.

Результаты контроля доведены до сведения руководителей региональных отделений.

Приложение 3.

Анкета для массового опроса в средних и малых городах

Код опроса 14ГрУч

Код регионального партне-
ра

№ анкеты

№ интервьюера

Число

Месяц

Гражданское участие в малых и средних городах России

ЗДРАВСТВУЙТЕ!

Разрешите представиться.

Я – интервьюер Фонда Общественное Мнение.

*Мы просим Вас принять участие в нашем опросе. Это не отнимет мно-
го времени. Мы гарантируем конфиденциальность полученной
от Вас информации.*

Заранее благодарны за сотрудничество!

Несколько вопросов о Вас лично.

1. Пол (*Интервьюер! Закодируйте, не задавая вопроса.*)

1. мужской
2. женский

2. Сколько лет Вам исполнилось? (*Интервьюер! Напишите число полных лет респонден-
та.*)

_____ лет

3. Какое у Вас образование? (*Карточка №1, поз.1-7. Один ответ.*)

Карточка №1

1. неполное среднее или ниже
2. среднее общее (школа)
3. начальное профессиональное (ПТУ, профессиональный лицей)
4. среднее специальное (колледж, техникум)
5. незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома)
6. высшее (диплом специалиста, бакалавра, магистра)
7. аспирантура, учёная степень, звание
8. затрудняюсь ответить

4. А если говорить о других членах Вашей семьи, то какой у них самый высокий уровень образования? (Карточка №1, поз.1-7. Один ответ.)

Карточка №1

1. неполное среднее или ниже
 2. среднее общее (школа)
 3. начальное профессиональное (ПТУ, колледж, лицей и т.п.)
 4. среднее специальное (ссуз, техникум, медицинское училище и т.п.)
 5. незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома)
 6. высшее (диплом специалиста, бакалавра, магистра и т.п.)
 7. аспирантура, учёная степень, звание
8. нет других членов семьи
 9. затрудняюсь ответить

Поговорим о социально-бытовых услугах в нашем городе.

5. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных на карточке услуг из тех, что есть в городе, пользуетесь Вы, Ваша семья? (Карточка №2, поз.1-20. Любое число ответов.)

Карточка №2

1. медицинская помощь
2. уход за больными, престарелыми
3. продажа лекарств
4. уход за дошкольниками (детские сады, ясли)
5. общее начальное, среднее образование (школы, лицеи)
6. спортивные занятия
7. досуговые занятия, художественная самодеятельность
8. ветеринарная помощь
9. химчистка, стирка
10. парикмахерская
11. баня
12. строительство и ремонт жилья
13. ремонт одежды, обуви
14. ремонт бытовой техники, изготовление ключей
15. общественный транспорт
16. общественное питание
17. продажа продуктов питания
18. продажа товаров повседневного спроса
19. выдача денег в долг, ссуды
20. юридическая помощь

21. другое

22. никакими

23. затрудняюсь ответить

----- переход к в.№8

6. А какие из услуг, которыми пользуетесь Вы, Ваша семья, оказывают частные лица или негосударственные организации? *(Интервьюер! Речь идет только о тех услугах, которые респондент назвал при ответе на вопрос №5. В ответах на вопрос №6 не должны быть выбраны услуги, не отмеченные в ответах на вопрос №5. Карточка №2, поз.1-20. Любое число ответов.)*

Карточка №2

1. медицинская помощь
2. уход за больными, престарелыми
3. продажа лекарств
4. уход за дошкольниками (детские сады, ясли)
5. общее начальное, среднее образование (школы, лицеи)
6. спортивные занятия
7. досуговые занятия, художественная самодеятельность
8. ветеринарная помощь
9. химчистка, стирка
10. парикмахерская
11. баня
12. строительство и ремонт жилья
13. ремонт одежды, обуви
14. ремонт бытовой техники, изготовление ключей
15. общественный транспорт
16. общественное питание
17. продажа продуктов питания
18. продажа товаров повседневного спроса
19. выдача денег в долг, ссуды
20. юридическая помощь

21. другое

22. никакие

23. затрудняюсь ответить

----- переход к в.№8

7. Кто, по Вашему мнению, предоставляет более качественные услуги – государственные (муниципальные) организации или частные? Или качество услуг у них одинаковое? *(Один ответ.)*

1. государственные (муниципальные) организации
2. частные организации
3. качество одинаковое
4. затрудняюсь ответить

8. Скажите, пожалуйста, если говорить в целом, Вы довольны или не довольны работой городских властей? *(Один ответ.)*

1. доволен(-льна)
2. не доволен(-льна)
3. затрудняюсь ответить

9. Как Вы думаете, жители нашего города могут или не могут повлиять на власти для решения проблем города? Если могут, то какие из перечисленных на карточке способов влияния, на Ваш взгляд, наиболее эффективны? (Карточка №3, поз.1-13. Не более трёх ответов.)

Карточка №3

1. коллективные письма, прямые обращения жителей в местную администрацию
 2. участие в общественных слушаниях
 3. обращение в организацию территориального общественного самоуправления
 4. публичные выступления экспертов, специалистов по проблеме
 5. обращение в суд
 6. проведение разрешенных властями митингов и демонстраций
 7. проведение неразрешенных акций протеста
 8. обращение в городской совет (совет депутатов, городская дума)
 9. обращение в региональные (областные, краевые) органы власти
 10. обращение к президенту РФ
 11. обращение в правозащитные организации
 12. обращение к лидерам партий
 13. обращение в СМИ
14. жители нашего города не могут повлиять на власти
15. затрудняюсь ответить

10. А как Вы думаете, жители нашего города готовы или не готовы объединяться, чтобы решать городские проблемы? (Один ответ.)

1. готовы
2. не готовы
3. затрудняюсь ответить

Поговорим о жителях нашего города.

11. По Вашему мнению, между какими группами людей в нашем городе есть острые противоречия? (Карточка №4, поз.1-10. Не более трёх ответов.)

Карточка №4

1. чиновники и обычные граждане
 2. работодатели и работники
 3. богатые и бедные
 4. молодежь и взрослые
 5. люди разных вероисповеданий
 6. предприниматели и чиновники
 7. жители разных районов
 8. русские и не русские
 9. местные и приезжие
 10. между другими группами (укажите, между какими именно)
-

11. нет острых противоречий
12. затрудняюсь ответить

Люди в разной мере чувствуют ответственность за то, что происходит в их семье, в их городе, стране. Скажите, пожалуйста, Вы чувствуете или не чувствуете ответственность за то, что происходит...

12. ...в доме, во дворе, где Вы живёте? (Один ответ.)

1. чувствую ответственность
2. не чувствую ответственности
3. затрудняюсь ответить

13. ...в нашем городе? (Один ответ.)

1. чувствую ответственность
2. не чувствую ответственности
3. затрудняюсь ответить

14. ...в нашей стране? (Один ответ.)

1. чувствую ответственность
2. не чувствую ответственности
3. затрудняюсь ответить

15. Как Вы считаете, большинство людей в нашей стране могут или не могут отстаивать свои права? (Один ответ.)

1. могут
2. не могут
3. затрудняюсь ответить

16. А если говорить о людях, которые окружают лично Вас, то они могут или не могут отстаивать свои права? (Один ответ.)

1. могут
2. не могут
3. затрудняюсь ответить

17. Есть люди, готовые объединяться с другими людьми для того, чтобы отстаивать свои права. И есть люди, не готовые объединяться с другими, чтобы отстаивать свои права. К каким людям Вы отнесли бы себя – к первым или ко вторым? (Один ответ.)

1. к первым (к готовым объединяться)
2. ко вторым (к не готовым объединяться)
3. затрудняюсь ответить

18. Как Вы считаете, большинству людей можно доверять или в отношениях с людьми следует быть осторожными? (Один ответ.)

1. большинству людей можно доверять
2. в отношениях с людьми следует быть осторожными
3. затрудняюсь ответить

19. А если говорить о людях, которые окружают лично Вас, то большинству из них можно доверять или в отношениях с ними следует быть осторожными? (Один ответ.)

1. большинству можно доверять
2. в отношениях с людьми моего окружения следует быть осторожными
3. затрудняюсь ответить

20. Есть люди, готовые объединяться с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают. И есть люди, не готовые объединяться с другими для совместных действий, даже если их идеи и интересы совпадают. К кому бы Вы отнесли себя – к первым или ко вторым? (Один ответ.)

1. к первым (к готовым объединяться)
2. ко вторым (к не готовым объединяться)
3. затрудняюсь ответить

21. Вы за последний год помогали кому-либо безвозмездно? (Один ответ.)

1. помогал(-а)

2. не помогал(-а)

3. затрудняюсь ответить

-----переход к в.№23

22. Кто были те люди, которым Вы помогали безвозмездно? (Карточка №5, поз.1-9. Любое число ответов.)

Карточка №5

1. друзья
2. родственники
3. соседи
4. знакомые
5. коллеги, сослуживцы, соученики
6. прихожане моей церкви, члены религиозной общины
7. участники моей досуговой группы, общественной организации
8. участники интернет-сообщества
9. незнакомые люди

10. другие

11. затрудняюсь ответить

А сейчас давайте рассмотрим несколько случаев из жизни.

23. Представьте себе, что произошло чрезвычайное происшествие (пожар, наводнение, землетрясение). Предлагается провести сбор средств для пострадавших. Вы лично готовы или не готовы принять участие в этой акции? Если готовы, то каким образом? (Карточка №6, поз.1-4. Любое число ответов.)

Карточка №6

1. да, готов(-а) участвовать в подготовке и организации этой акции

2. да, готов(-а) участвовать в проведении этой акции

3. да, готов(-а) пожертвовать деньги для проведения этой акции

4. нет, не готов(-а) принимать участие в этой акции или поддерживать её деньгами

5. затрудняюсь ответить

24. Представьте себе, что Ваши соседи по месту жительства, дачному кооперативу, садовому товариществу предлагают собраться и очистить от мусора соседнюю лесопарковую зону. Вы лично готовы или не готовы принять участие в этой акции? Если готовы, то каким образом? (Карточка №6, поз.1-4. Любое число ответов.)

Карточка №6

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. да, готов(-а) участвовать в подготовке и организации этой акции2. да, готов(-а) участвовать в проведении этой акции3. да, готов(-а) пожертвовать деньги для проведения этой акции4. нет, не готов(-а) принимать участие в этой акции или поддерживать её деньгами |
|---|
5. затрудняюсь ответить

25. Представьте себе, что в нашем городе во время выборов были массовые фальсификации результатов голосования. Кто-то призывает провести акцию протеста против фальсификации. Вы лично готовы или не готовы принять участие в этой акции? Если готовы, то каким образом? (Карточка №6, поз.1-4. Любое число ответов.)

Карточка №6

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. да, готов(-а) участвовать в подготовке и организации этой акции2. да, готов(-а) участвовать в проведении этой акции3. да, готов(-а) пожертвовать деньги для проведения этой акции4. нет, не готов(-а) принимать участие в этой акции или поддерживать её деньгами |
|---|
5. затрудняюсь ответить

Сменим тему.

26. Как лично Вы относитесь к людям, которые занимаются общественной деятельностью, – с одобрением или с неодобрением? (Один ответ.)

1. с одобрением
2. с неодобрением
3. затрудняюсь ответить

27. На Ваш взгляд, какие из перечисленных проблем нашего города могли бы полностью или частично решить общественные организации, инициативные группы граждан? (Карточка №7, поз. 1-20. Любое число ответов.)

Карточка №7

1. алкоголизм
 2. качество социального обеспечения, социальной защиты населения
 3. коррупция, взяточничество в органах власти
 4. коррупция, взяточничество в правоохранительных органах, в судебной системе
 5. наркомания
 6. недоступность, дороговизна жилья
 7. неудовлетворительное состояние жилищно-коммунального хозяйства
 8. высокие цены на услуги ЖКХ
 9. низкий уровень зарплат
 10. низкий уровень пенсий, стипендий, пособий
 11. положение дел в сельском хозяйстве
 12. положение дел в сфере промышленного производства
 13. преступность
 14. рост цен на товары и услуги
 15. ситуация в сфере здравоохранения
 16. ситуация в сфере образования
 17. ситуация с занятостью населения, с безработицей
 18. ситуация с приезжими, мигрантами, конфликты на межнациональной почве
 19. состояние дорог, ситуация на дорогах
 20. экологическая ситуация, состояние окружающей среды
21. другие
 22. ни одну из перечисленных
 23. затрудняюсь ответить

28. Скажите пожалуйста, в каких из перечисленных общественных дел Вы добровольно и бесплатно участвовали за последние год-два? (Карточка №8, поз.1-12. Любое число ответов.)

Карточка №8

1. благотворительные акции (включая денежные пожертвования нуждающимся)
2. проведение массовых мероприятий (олимпиады, универсиады, городские праздники и т.п.)
3. публичные акции по поводу важных не политических проблем (например, снос детского сада, строительство автостоянки и т.п.)
4. ликвидация последствий стихийных бедствий (наводнения, пожары и т.п.)
5. поиск людей, работа поисковых групп на полях прошлых сражений
6. наблюдение за порядком (народные дружины и т.д.)
7. донорство крови
8. публичные слушания
9. общественные работы по месту жительства (субботники, мероприятия по благоустройству дома, собрания жильцов и т.п.)
10. публичные дискуссии, конференции, семинары, в том числе в интернете
11. уход за животными в приютах, охотничьих хозяйствах
12. подпись обращений, петиций в защиту общественных интересов
13. всё перечисленное

14. ничего из перечисленного

15. затрудняюсь ответить

-----переход к в.№32

29. Кто, какие люди участвовали вместе с Вами в этих общественных делах? (Карточка №5, поз.1-9. Любое число ответов.)

Карточка №5

1. друзья
2. родственники
3. соседи
4. знакомые
5. коллеги, сослуживцы, соученики
6. прихожане моей церкви, члены религиозной общины
7. участники моей досуговой группы, общественной организации
8. участники интернет-сообщества
9. незнакомые люди
10. другие
11. затрудняюсь ответить

30. Скажите пожалуйста, Вы общаетесь более или менее регулярно с людьми, вместе с которыми участвовали в общественных делах, или не общаетесь? (Один ответ.)

1. общаюсь

2. общаюсь только с организаторами мероприятий

3. не общаюсь

4. затрудняюсь ответить

-----переход к в.№32

31. Скажите, пожалуйста, какие способы общения с Вашими знакомыми активистами, общественниками Вы используете? (Карточка №9, поз.1-4. Любое число ответов.)

Карточка №9

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. личные встречи2. телефон3. электронная почта4. социальные сети (ВКонтакте, Facebook, и др.)5. другое6. затрудняюсь ответить |
|---|

Некоторые люди занимаются общественными делами регулярно, являются членами общественных организаций или инициативных групп граждан.

32. Вы сами или ваши знакомые являетесь членами общественных организаций, инициативных групп? (Один ответ.)

1. я сам(-а) являюсь членом таких организаций
2. я сам(-а) не являюсь членом таких организаций, но есть такие знакомые
3. ни я, ни мои знакомые не являются членами таких организаций
4. затрудняюсь ответить

33. Вы участвуете в деятельности каких-либо инициативных групп, организаций или объединений помощи и самопомощи? Если участвуете, то в каких именно? (Карточка №10, поз.1-9. Любое число ответов.)

Карточка №10

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. общества инвалидов2. ветеранские объединения («афганцев», ветеранов Великой Отечественной войны, ветеранов силовых органов, «чернобыльцев» и т.п.)3. благотворительные организации, фонды, помогающие детским приютам, жертвам насилия, беженцам, бездомным и т.п.4. группы самопомощи («анонимные алкоголики», объединения родителей больных детей и т.п.)5. общества помощи пострадавшим в катастрофах и военных конфликтах («Красный крест» и подобные организации)6. благотворительные инициативы / акции (сбор денег / вещей бездомным, детским домам, пострадавшим, нуждающимся и т.п.)7. благотворительные интернет-сообщества8. потребительские кооперативы, кассы взаимопомощи9. организации, благотворительные фонды, помогающие талантливым людям, творческим коллективам |
|---|
10. другое
 11. не участвую
 12. затрудняюсь ответить

34. А если говорить о самоуправлении и защите коллективных интересов жителей, Вы участвуете в деятельности таких инициативных групп, организаций или объединений? Если участвуете, то в каких именно? (Карточка №11, поз.1-9. Любое число ответов.)

Карточка №11

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы2. органы территориального общественного самоуправления3. инициативные группы по обустройству территории (озеленение, детские площадки, вывоз мусора и т.п.)4. старшие по домам, подъездам5. инициативы по защите интересов жителей6. группы, органы школьного / студенческого самоуправления (студенческие советы, советы общежитий и т.п.).7. добровольные народные дружины, группы по охране безопасности8. обманутые дольщики, вкладчики9. интернет-сообщества района, города |
|--|
10. другое
 11. не участвую
 12. затрудняюсь ответить

35. А в деятельности профессиональных ассоциаций, инициативных групп, объединений Вы участвуете / или не участвуете? Если участвуете, то в каких именно? (Карточка №12, поз.1-5. Любое число ответов.)

Карточка №12

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. профессиональные ассоциации / творческие союзы (клубы молодых учёных, общества художников, ассоциации журналистов, адвокатов, и т.п.)2. профсоюзы работников отдельных предприятий или отраслей3. ассоциации, объединения малого и среднего бизнеса (в том числе фермеров)4. инициативные группы творческой молодежи5. профессиональные интернет-сообщества |
|--|
6. другое
 7. не участвую
 8. затрудняюсь ответить

36. А если говорить о защите гражданских и политических прав, Вы участвуете или не участвуете в деятельности таких инициативных групп, организаций или объединений? Если участвуете, то в каких именно? (Карточка №13, поз.1-7. Любое число ответов.)

Карточка №13

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. правозащитные организации (фонды защиты прав женщин, молодёжи, потребителей, заключённых и т.п.)2. общества, фонды защиты свободы слова и независимые информационные агентства («Репортеры без границ», «Агентство социальной информации» и т.п.)3. общества защиты от национальной и расовой дискриминации4. благотворительные фонды, финансирующие правозащитную деятельность5. правозащитные интернет-сообщества6. организации по защите избирательных прав7. экологические организации |
|---|
8. другое
 9. не участвую
 10. затрудняюсь ответить

37. А в деятельности каких-либо инициативных групп, организаций или объединений по интересам Вы участвуете или не участвуете? Если участвуете, то в каких именно? (Карточка №14, поз.1-14. Любое число ответов.)

Карточка №14

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. церковные приходы, религиозные общины, организации, движения2. этнические общины, землячества (например, общества по сохранению культурного наследия какого-то народа)3. сословные общества (например, дворянские собрания, казачьи общества)4. общества дружбы с другими странами, народами, городами5. культурные объединения (любителей книги, музыки, кино, живописи, театра, танцев и т.п.)6. объединения любителей ролевых игр (например, игр по мотивам исторических событий или сюжетам книг)7. краеведческие объединения, группы8. спортивные общества, группы, клубы9. туристические, охотничьи, автомобилистские объединения (клубы туристов, охотников, рыболовов, автолюбителей и т.п.)10. общества коллекционеров11. творческие группы, художественная самодеятельность (музыкальные ансамбли, общества поэтов, художников и т.п.)12. благотворительные фонды, помогающие развитию культуры, образования, спорта13. молодёжные политические организации и движения («Наши», «Россия молодая» и т.п.)14. интернет-сообщества по увлечениям, интересам |
|--|
15. другое
 16. не участвую
 17. затрудняюсь ответить

Интервьюер! Если респондент отметил позицию «не участвую» в ответах на все вопросы №№33-37, переходите к вопросу №42.

38. Что даёт Вам участие в инициативной группе, общественной организации? (Карточка №15, поз.1-17. Любое число ответов.)

Карточка №15

Участие даёт:

1. общение с интересными людьми
2. новые знания, квалификацию
3. полезные знакомства
4. уважение окружающих
5. опыт работы
6. продвижение своих идей
7. доступ к нужной информации
8. удовлетворение от возможности помогать людям
9. интересную работу
10. друзей
11. защиту своих прав
12. любимое дело, хобби
13. перспективы профессиональной карьеры
14. связи с влиятельными людьми
15. опыт общественно-политической деятельности
16. возможность улучшить жизнь в своём городе
17. возможность улучшить жизнь в стране
18. другое
19. затрудняюсь ответить

39. Если говорить в целом, скажите, пожалуйста, как Ваша семья относится к тому, что Вы участвуете в общественной деятельности, – одобрительно или неодобрительно? (Один ответ.)

1. одобрительно
2. неодобрительно
3. затрудняюсь ответить

40. А как в целом реагируют малознакомые люди, узнав о том, что Вы участвуете в общественной деятельности, – одобрительно или неодобрительно? (Один ответ.)

1. одобрительно
2. неодобрительно
3. затрудняюсь ответить

41. Скажите пожалуйста, какая-нибудь из общественных организаций, в деятельности которых Вы участвуете, оказывает или не оказывает платные услуги населению или организациям?

(Интервьюер! Если респондент участвует в работе нескольких организаций, вариант 1 отмечается, если платные услуги оказывает хотя бы одна из них. Один ответ.)

1. оказывает
2. не оказывает
3. затрудняюсь ответить

Перейдём к другой теме.

42. Одни люди стремятся сделать карьеру, другие к этому не стремятся. К каким людям Вы себя относите – к первым или ко вторым? (Один ответ.)

1. к первым
2. ко вторым
3. затрудняюсь ответить

43. Посмотрите, пожалуйста, на карточку и скажите, что из перечисленного Вам доводилось делать за последние год-два? (Карточка №16, поз.1-6. Любое число ответов.)

Карточка №16

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. отдыхать, путешествовать по России2. ходить по магазинам для удовольствия3. заниматься физкультурой, спортом4. посещать музеи, галереи, концертные залы, театры5. посещать кинотеатры6. отдыхать, путешествовать за границей |
|--|

7. всё перечисленное
8. ничего из перечисленного
9. затрудняюсь ответить

44. Скажите, пожалуйста, а в связи с Вашей профессиональной деятельностью что из перечисленного Вам доводилось делать за последние год-два? (Карточка №17, поз.1-6. Любое число ответов.)

Карточка №17

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. менять работу, сферу занятости2. работать сверхурочно, в выходные дни3. добиваться повышения своей зарплаты4. помогать коллегам5. ездить за границу в командировку, по делу6. учиться профессии, повышать квалификацию |
|--|

7. всё перечисленное
8. ничего из перечисленного
9. я не работаю
10. затрудняюсь ответить

45. Скажите, пожалуйста, что из перечисленного Вам доводилось делать за последние год-два? (Карточка №18, поз.1-8. Любое число ответов.)

Карточка №18

1. участвовать в деятельности политических партий
 2. собирать подписи в поддержку конкретного политика, политической партии, агитировать на выборах
 3. быть наблюдателем на выборах
 4. жертвовать деньги кандидатам / партиям на выборах
 5. работать в составе участковой избирательной комиссии
 6. интересоваться политикой, обсуждать с окружающими политические темы
 7. участвовать в политических демонстрациях, пикетах, митингах в поддержку политика, партии и т.п.
 8. участвовать в протестных политических митингах, демонстрациях, пикетах, голодовках и т.п.
9. всё перечисленное
10. ничего из перечисленного
11. затрудняюсь ответить

46. Скажите, пожалуйста, каков Ваш род занятий в настоящее время? (Интервьюер! Если пенсионер или студент работает, то кодируйте его как работающего (поз.1-6, 11, 12). Если студент не работает, то кодируйте поз.10. Карточка №19, поз.1-10. Один ответ.)

Карточка №19

1. бизнесмен, предприниматель, фермер
 2. руководитель высшего звена предприятия, учреждения, фирмы
 3. руководитель подразделения
 4. специалист
 5. служащий, технический исполнитель
 6. рабочий
-
7. неработающий(-ая) пенсионер(-ка)
 8. не работаю и не планирую искать работу
 9. не работаю, но ищу работу
 10. студент(-ка), курсант(-ка) и т.п.

-----переход к в.№48

11. другое
12. затрудняюсь ответить

47. У Вас на работе полная занятость, частичная или Вы работаете по договору, на дому? (Карточка №20, поз.1-4. Любое число ответов.)

Карточка №20

1. полная занятость в учреждении, офисе, на предприятии
2. частичная занятость в учреждении, офисе, на предприятии
3. работаю по договору, на дому полная занятость
4. работаю по договору, на дому частичная занятость
5. затрудняюсь ответить

48. Укажите, пожалуйста, хотя бы приблизительно, Ваш личный доход в предыдущем месяце. (Интервьюер! Вопрос открытый. Напишите цифрой доход респондента. Один ответ.)

_____ рублей

- 1. в предыдущем месяце у меня дохода не было
- 2. отказ от ответа
- 3. не знаю, затрудняюсь ответить

49. Какое высказывание точнее всего описывает материальное положение Вашей семьи? (Карточка №21, поз.1-6. Один ответ.)

Карточка №21

1. денег не хватает даже на питание
2. на питание денег хватает, но одежду, обувь купить не можем
3. на одежду, обувь денег хватает, но крупную бытовую технику купить не можем
4. на бытовую технику денег хватает, но автомобиль купить не можем
5. на автомобиль денег хватает, но квартиру или дом купить не можем
6. на квартиру или дом денег хватает

Наша последняя тема – интернет.

50. Приходилось ли Вам лично пользоваться интернетом? Если да, то когда Вы последний раз пользовались интернетом? (Один ответ.)

1. никогда не приходилось пользоваться

-----конец опроса

2. в последние сутки
3. в последнюю неделю
4. в последний месяц
5. в последние три месяца
6. в последние полгода

7. в последний год
8. более года назад
9. затрудняюсь ответить
10. не знаю, что такое интернет

-----конец опроса

51. Где Вам приходилось пользоваться интернетом за последние полгода? (Карточка №22, поз.1-7. Любое число ответов.)

Карточка №22

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. дома2. на работе3. по месту учёбы4. у друзей, знакомых5. в специальных местах, где предоставляется доступ к интернету (интернет-кафе, игровой клуб, почта и др.)6. в общественных местах <u>с личного устройства</u> для выхода в интернет (кафе, ресторан, вокзал, аэропорт и др.)7. в любом месте с помощью услуг сотовой связи |
|--|

8. другое (напишите, где именно) _____

9. затрудняюсь ответить

10. не пользуюсь интернетом

52. Тип населённого пункта, где живёт респондент. (Интервьюер! Закодируйте, не задавая вопроса.)

1. город с населением 1 млн и более
2. город с населением от 500 тыс. до 1 млн
3. город с населением от 250 до 500 тыс.
4. город с населением от 100 до 250 тыс.
5. город с населением от 50 до 100 тыс.
6. город с населением менее 50 тыс.
7. посёлок городского типа
8. село

53. Код точки опроса.

54. Номер избирательного участка.

Приложение 4. Вопросы в анкету массового общероссийского опроса

33. Вы участвуете в деятельности каких-либо инициативных групп, организаций или объединений помощи и самопомощи? Если участвуете, то в каких именно? (Карточка №13, поз.1-9. Любое число ответов.)

Карточка №23

1. общества инвалидов
 2. ветеранские объединения («афганцев», ветеранов Великой Отечественной войны, ветеранов силовых органов, «чернобыльцев» и т.п.)
 3. благотворительные организации, фонды, помогающие детским приютам, жертвам насилия, беженцам, бездомным и т.п.
 4. группы самопомощи («анонимные алкоголики», объединения родителей больных детей и т.п.)
 5. общества помощи пострадавшим в катастрофах и военных конфликтах («Красный крест» и подобные организации)
 6. благотворительные инициативы / акции (сбор денег / вещей бездомным, детским домам, пострадавшим, нуждающимся и т.п.)
 7. благотворительные интернет-сообщества
 8. потребительские кооперативы, кассы взаимопомощи
 9. организации, благотворительные фонды, помогающие талантливым людям, творческим коллективам
10. другое
 11. не участвую
 12. затрудняюсь ответить

34. А если говорить о самоуправлении и защите коллективных интересов жителей, Вы участвуете в деятельности таких инициативных групп, организаций или объединений?

Если участвуете, то в каких именно? (Карточка №14, поз.1-9. Любое число ответов.)

Карточка №24

1. товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы
 2. органы территориального общественного самоуправления
 3. инициативные группы по обустройству территории (озеленение, детские площадки, вывоз мусора и т.п.)
 4. старшие по домам, подъездам
 5. инициативы по защите интересов жителей
 6. группы, органы школьного / студенческого самоуправления (студенческие советы, советы общежитий и т.п.).
 7. добровольные народные дружины, группы по охране безопасности
 8. объединения обманутых дольщиков, вкладчиков
 9. интернет-сообщества района, города
10. другое
 11. не участвую
 12. затрудняюсь ответить

35. А в деятельности профессиональных ассоциаций, инициативных групп, объединений Вы участвуете или не участвуете? Если участвуете, то в каких именно? (Карточка №15, поз.1-5. Любое число ответов.)

Карточка №25

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. профессиональные ассоциации / творческие союзы (клубы молодых учёных, общества художников, ассоциации журналистов, адвокатов, и т.п.)2. профсоюзы работников отдельных предприятий или отраслей3. ассоциации, объединения малого и среднего бизнеса (в том числе фермеров)4. инициативные группы творческой молодежи5. профессиональные интернет-сообщества |
|--|
6. другое
 7. не участвую
 8. затрудняюсь ответить

36. А если говорить о защите гражданских и политических прав, Вы участвуете или не участвуете в деятельности таких инициативных групп, организаций или объединений? Если участвуете, то в каких именно? (Карточка №16, поз.1-7. Любое число ответов.)

Карточка №26

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. правозащитные организации (по защите прав женщин, молодёжи, потребителей, заключённых и т.п.)2. общества, фонды защиты свободы слова и независимые информационные агентства («Репортёры без границ», «Агентство социальной информации» и т.п.)3. общества защиты от национальной и расовой дискриминации4. благотворительные фонды, финансирующие правозащитную деятельность5. правозащитные интернет-сообщества6. организации по защите избирательных прав7. экологические организации |
|--|
8. другое
 9. не участвую
 10. затрудняюсь ответить

37. В деятельности каких-либо этнических, религиозных, досуговых инициативных групп, организаций или объединений Вы участвуете или не участвуете? Если участвуете, то в каких именно? (Карточка №17, поз.1-14. Любое число ответов.)

Карточка №27

1. церковные приходы, религиозные общины, организации, движения
 2. этнические общины, землячества (например, общества по сохранению культурного наследия какого-то народа)
 3. сословные общества (например, дворянские собрания, казачьи общества)
 4. общества дружбы с другими странами, народами, городами
 5. культурные объединения (любителей книги, музыки, кино, живописи, театра, танцев и т.п.)
 6. объединения любителей ролевых игр (например, игр по мотивам исторических событий или сюжетам книг)
 7. краеведческие объединения, группы
 8. спортивные общества, группы, клубы
 9. объединения туристов, охотников, рыболовов, автолюбителей и т.п.
 10. общества коллекционеров
 11. творческие группы, художественная самодеятельность (музыкальные ансамбли, общества поэтов, художников и т.п.)
 12. благотворительные фонды, помогающие развитию культуры, образования, спорта
 13. молодёжные организации и движения («Наши», «Россия молодая» и т.п.)
 14. интернет-сообщества по увлечениям, интересам
15. другое
 16. не участвую
 17. затрудняюсь ответить

Интервьюер! Если респондент отметил позицию «не участвую» в ответах на все вопросы №№33-37, переходите к вопросу №39.

38. Что даёт Вам участие в инициативной группе, общественной организации? (Карточка №18, поз.1-17. Любое число ответов.)

Карточка №28

Участие даёт:

1. общение с интересными людьми
 2. новые знания, квалификацию
 3. полезные знакомства
 4. уважение окружающих
 5. опыт работы
 6. продвижение своих идей
 7. доступ к нужной информации
 8. удовлетворение от возможности помогать людям
 9. интересную работу
 10. друзей
 11. защиту своих прав
 12. любимое дело, хобби
 13. перспективы профессиональной карьеры
 14. связи с влиятельными людьми
 15. опыт общественно-политической деятельности
 16. возможность улучшить жизнь в своём городе
 17. возможность улучшить жизнь в стране
18. другое
 19. затрудняюсь ответить

Приложение 5. Сценарий дискуссионной фокус-группы с активными жителями малых и средних городов

Тема – гражданское участие в малых и средних городах России

Разминка (15 мин.)

55. Для начала давайте познакомимся. Я попрошу каждого из вас коротко представиться. Назовите вашу профессию, и, если есть, увлечения, интересы вне работы.

Часть 1. Опыт участия в решении общегородских проблем (20 мин.)

56. Расскажите пожалуйста, о вашем опыте участия в решении общегородских проблем. Если Вы не один раз участвовали в разных общественных делах, перечислите коротко, что это были за дела?

Если участники испытывают затруднения в перечислении дел, в которых они участвовали:

- Например, это могли быть субботники, участие в важной для всех работе, например, ремонт дороги или очистка русла реки; общегородские праздники в которых вы выступали как участники самодеятельности, публичные слушания, участие в демонстрациях, пикетах, митингах для привлечения внимания к проблемам жителей или в случае угрозы экологии, участие в выборах в качестве агитаторов или наблюдателей, поиск пропавших людей, и другие дела.

57. Теперь давайте вспомним последний или наиболее запомнившийся вам случай, когда вы участвовали в общественно значимых делах. Что это было за дело и какой случай, какая ситуация Вас подтолкнула к тому, чтобы этим заняться?

58. Вы сами решили включиться в это дело или вас кто-то позвал, пригласил?

- Если вас пригласили, то кто это был? Представитель какой-то общественной организации, политической партии, работодатель, представители властей или это были знакомые либо родственники?
- Если сами решили, что надо включиться, то куда вы пошли, к кому обратились, чтобы предложить свои услуги? Как Вы узнали, куда надо отправиться или позвонить?

59. Вы пробовали пригласить с собой на это мероприятие своих родственников, знакомых, сослуживцев? Они согласились присоединиться к вам?

60. Если вы знаете, то кто финансировал это мероприятие: власти, спонсоры, какое-то ведомство, или использовались средства добровольцев, участвовавших в работе?

Часть 2. Мотивы и трудности гражданского участия (30 мин.)

61. Почему Вы решили, что та проблема, которой вы занимались, – это ваше дело?

62. Как вам кажется, участие в этих делах было полезным для вас? Как бы вы определили, в чём была польза?

Если участники испытывают затруднения в описании пользы для себя:

- Например, некоторые считают, что такая деятельность помогает приобрести полезные знания и навыки. Для других важно, что участие в общественных делах уважается людьми, это почетно, престижно. Третьи считают ценным новые знакомства, встречи

с интересными людьми, единомышленниками. Четвертым это просто поручили в вузе или на работе. А что Вы скажете о себе?

Важно выделить артикулированность четырёх групп мотивов: 1- альтруизм, осознание значимости своих усилий для какого-то сообщества, вера в то, что эти усилия могут что-то изменить; 2 – личные мотивы, связанные с самореализацией: приобретение полезных навыков; 3 – включенность в значимое сообщество, приобретение друзей; 4 – внешние стимулы: поручили на работе, нужно было участвовать по должности

63. Вы остались довольны тем, как была организована работа? Какие сложности, неожиданности Вам встретились, когда вы участвовали в этом мероприятии? Как Вы с ними справлялись?

Если участники испытывают затруднения в описании сложностей:

- Например, это может быть недостаток информации о том, где ваше участие нужнее, или не хватало инструментов, оборудования, или вы не понимали, какие у вас есть права, или организаторы проводили это мероприятие явно «для галочки». А что Вы скажете о тех сложностях, с которыми пришлось столкнуться Вам?

Здесь получаем информацию о барьерах, мешающих закреплению первичного интереса к гражданскому участию

Часть 3. Институциональные возможности и социальные условия (15 мин.)

64. Как Вы или те, кто организовывал мероприятие, находили решения трудностей? К кому обращались? Вам кто-то помогал, или вы сами находили решение?

65. Какие есть проблемы в городе, которые, на ваш взгляд, можно было бы решить с участием граждан, но которые не решаются? Почему это происходит, на ваш взгляд?

66. Есть ли законы или правила, которые препятствуют участию граждан в решении общегородских проблем? Какие это законы или правила? Как Вы думаете, эти законы и правила можно изменить? Кто этим должен заниматься?

67. Расскажите, пожалуйста, как разные люди относятся к тому, что вы участвуете в общественных мероприятиях? Как относятся к этому родственники, друзья? А как – мало знакомые люди? Какое, по вашему мнению преобладает отношение к гражданскому участию в городе: одобрение или настороженное, а то и негативное отношение? Как-то менялось со временем это отношение?

68. А как к вам относятся те, кому вам приходилось помогать? С благодарностью или настороженно, подозрительно? Как-то менялось со временем это отношение?

Часть 4. Социальная сеть (20 мин.)

69. Расскажите, пожалуйста: те, кто участвовал в мероприятии, были вашими знакомыми, сослуживцами, соседями, или у вас появились новые знакомые, когда вы участвовали в общественных делах или мероприятиях? Если новые знакомые появились, то после совместной работы вы поддерживали с ними какие-то контакты? Расскажите об этом подробнее.

70. Было ли так, что вы с новыми знакомыми стали вместе планировать своё участие в каких-то других общественных делах? Что это были за планы и как они реализовались?

71. Было ли так, что вы с новыми знакомыми стали вместе проводить досуг – ходить в кино, в гости друг к другу, или что-то ещё? Было ли так, что Вы познакомились с друзьями и членами семьи ваших новых знакомых? Если было, расскажите, как это происходило.
72. Если Вам или кому-то из ваших новых знакомых по участию в совместных мероприятиях понадобится помощь других – они могут рассчитывать на неё? Были ли такие случаи? Если да, то расскажите об этом.
73. Для того, чтобы включиться в какое-то общественное мероприятие, люди часто используют интернет. А вы пользовались интернетом для облегчения своих контактов? Если пользовались, то как: через сайт какой-то организации, или через общественные сети в интернете?
74. Было ли такое, что после знакомства с другими активными людьми вы начинали какие-то новые дела или находили решения своих проблем? Если было, то расскажите об этом. Например, иногда контакты помогают о чём-то важном узнать или решить конкретную задачу. Было ли такое?

Часть 4. Планы на будущее (10 мин.)

75. И последний вопрос — о ваших планах. На ваш сегодняшний взгляд, вы будете продолжать участвовать в общественных делах? Как вы предполагаете, это участие будет эпизодическим, или вы планируете включиться в деятельность какой-то общественной организации или партии, или, может быть, сами организуете какую-то общественную организацию? Если такие планы есть, расскажите о них

СПАСИБО ВАМ БОЛЬШОЕ — И ЗА ВАШУ РАБОТУ, И ЗА УЧАСТИЕ В НАШЕМ ИССЛЕДОВАНИИ!

Приложение 6. Сценарий дискуссионной фокус-группы с добровольцами некоммерческих организаций

Тема – гражданское участие в малых и средних городах России

Разминка (15 мин.)

76. Для начала давайте познакомимся. Я попрошу каждого из вас коротко представиться. Назовите вашу профессию, и, если есть, увлечения, интересы вне работы. Поскольку главной нашей темой сегодня будет именно ваш опыт участия в деятельности общественных некоммерческих организаций, было бы особенно интересно, как давно вы впервые стали участвовать в такой работе, и когда в последний раз вы что-то делали как член общественной организации, что это была за работа.

Задача «разминки» – не только познакомиться с участниками группы и начать разговор, но и с помощью вопросов-фильтров убедиться, что все присутствующие действительно имеют опыт участия в общественной деятельности, а также выявить тех, кто имеет самый большой и при этом относительно «свежий» опыт такого рода.

77. Сейчас употребляются различные названия для людей, занятых безвозмездной социально значимой работой: добровольцы, волонтеры, активисты. На Ваш взгляд, есть ли между ними что-то общее, и какая разница? Как вам было бы удобнее называть себя?

Часть 1. Как становятся добровольцами (20 мин.)

78. Мы будем называть всех людей, которые бесплатно работают в общественных организациях, добровольцами. Расскажите, пожалуйста, как вы стали заниматься добровольческой деятельностью? Какой случай, какая ситуация Вас подтолкнула к тому, чтобы включиться в эту работу?

79. Расскажите, что это была за организация, в которой вы начали работать? Или вы сами создали инициативную группу, которая затем была зарегистрирована как некоммерческая общественная организация? Чем она занималась?

80. На какие средства существовала организация? Это были гранты от властей, членские взносы или средства спонсоров? Или вам самим приходилось вкладывать личные деньги в реализацию проектов?

81. Есть ли в организации практика компенсации затрат для добровольцев, например, на поездки, питание, покупку расходных материалов, или что-то ещё?

82. Если вспомнить начало вашей добровольческой деятельности: это была ваша инициатива или вас кто-то пригласил к участию в добровольческой работе? Расскажите, кто это был?

Вопрос для тех, кто сам решил стать добровольцем:

- Вспомните, пожалуйста, ваши первые шаги: почему Вы решили, что та проблема, которую Вы хотели решить, – это ваше дело?
- К кому Вы обратились, с чего начали?

- Насколько легко было поначалу? Какие сложности, неожиданности Вам встретились? Как Вы с ними справлялись?

Вопросы для всех:

83. Когда Вы только включились в добровольческую деятельность, вы думали о том, как долго вы можете этим заниматься? Какие были предположения на этот счет?
84. Как получилось, что ваша добровольческая деятельность стала более или менее регулярной? Если это было какое-то событие, то что это было за событие?

Интересны обстоятельства и мотивы возникновения первичного интереса к добровольчеству и превращения этого интереса в устойчивый. Чего здесь больше: подтверждения ожиданий или трансформации мотивов по мере знакомства с предметом? Важен мотив принятия ответственности за конкретных людей или судьбу некоего сообщества, в помощь которому включён активист. Есть ли этот мотив, или доминируют другие, внешние по отношению к проблемам сообщества мотивы (например, общение, карьера, опыты работы, и пр.)

Часть 2. Мотивы и трудности добровольческой работы (30 мин.)

85. Что даёт вам участие в добровольческой деятельности?

Если участники испытывают затруднения в описании своих мотивов:

Например, некоторые считают, что такая деятельность помогает приобрести полезные знания и навыки; приобрести опыт работы. Для других важно, что добровольчество уважается людьми, это почетно, престижно. Третьи считают ценным новые знакомства, встречи с интересными людьми, единомышленниками. Четвертым это просто поручили в вузе или на работе. А что Вы скажете о себе? Что важно для Вас в вашей добровольческой работе?

Важно выделить артикулированность четырёх групп мотивов: 1- альтруизм, осознание значимости своих усилий для какого-то сообщества, вера в то, что эти усилия могут что-то изменить; 2 – личные мотивы, связанные с самореализацией: приобретение опыта работы, полезных навыков, 3 – включенность в значимое сообщество, приобретение друзей, связей, знакомств; 4 – внешние стимулы: поручили на работе, входило в программу тренинга, необходимо было получить соответствующую строку в резюме и т. д.

86. Возникало ли желание уйти из добровольческой деятельности? Если возникало, то Такое желание было сильнее в первый период вашей деятельности, или позже, через какое-то время?

87. С чем было связано желание уйти из добровольческой деятельности?

Если участники испытывают затруднения в описании препятствий:

Например, некоторые сталкиваются с недостатком информации о том, кому, чем, каким образом можно помочь; иногда не хватает навыков, знаний в той области деятельности, которой приходится заниматься. Иногда администрация учреждения не слишком охотно принимает добровольцев. Подчас не хватает денег на поездки, подарки; часто добровольцы испытывают чрезмерную физическую, психологическую нагрузку. Иногда добровольцы сталкиваются с недоброжелательностью, настороженностью со стороны персонала больницы или

детского дома, например. Бывает и настороженность, недоверие со стороны самих адресатов помощи. А что Вы скажете о тех сложностях, с которыми пришлось столкнуться Вам?

Здесь получаем информацию о барьерах, мешающих закреплению первичного интереса к добровольчеству и тех, которые возникают позже, по мере накопления проблем или усталости

Часть 3. Институциональные возможности и социальные условия жобровольческой деятельности (15 мин.)

88. Как Вы или те, кто организовывал труд добровольцев, находили решения трудностей? К кому обращались? Кто помогал Вам?
89. Какие есть проблемы в городе, которые, на ваш взгляд, можно было бы решить с участием добровольцев, но которые не решаются? Почему это происходит, на ваш взгляд?
90. Есть ли законы или правила, которые мешают Вам в Вашей деятельности? Какие это законы или правила (например, те, правила, которые диктуются властями или спонсорами)? Вы пытались как-то повлиять на то, чтобы эти законы и правила были изменены? Если да, то были ли эти попытки успешными?

Если участники испытывают затруднения в описании барьеров:

Например, иногда участники добровольческих инициатив сталкиваются с тем, что существуют административные барьеры, увеличивающие количество проблем? Приходилось ли Вам сталкиваться с чем-то подобным, и что Вы и ваши товарищи делали в этом случае? Расскажите об этом подробнее.

91. Расскажите, пожалуйста, какие новые формы работы или идеи для решения проблем в той сфере, где Вы работаете добровольцем, возникали у Вас или у ваших товарищей, руководителей, и как они реализовывались на практике?

Если участники испытывают затруднения в описании новых идей или организационных решений:

Например, иногда нет нужных управленческих решений, возникают проблемы с властями, проблемы с подопечными, проблемы с законодательством... что еще? Что Вы и ваши товарищи делали в этом случае?

92. А как эти новые идеи для решения проблем в той сфере, где вы работали, воспринимались вашими товарищами и как представителями властей, если вы к ним обращались?
93. Расскажите, пожалуйста, как разные люди относятся к тому, что вы занимаетесь добровольческой деятельностью? Как относятся к этому родственники, друзья? А как – мало знакомые люди? Какое, по вашему мнению преобладает отношение к добровольчеству в городе: одобрение или настороженное, а то и негативное отношение? Как-то менялось со временем это отношение?
94. А как к вам относятся те, кому вы помогаете? С благодарностью или настороженно, подозрительно? Как-то менялось со временем это отношение?

Часть 3. Социальная сеть (20 мин.)

95. Расскажите, пожалуйста, Вы поддерживаете отношения с вашими товарищами по добровольческой деятельности, или вы общаетесь главным образом с организаторами? Бывает ли так, что вы вместе проводите досуг – ходите в кино, на дни рождения друг к

другу, или что-то ещё? Бывает ли так, что Вы знакомитесь с друзьями и членами семьи ваших товарищей по добровольческой деятельности, и они становятся вашими друзьями? Расскажите, как это бывает.

96. Если Вам или кому-то из ваших товарищей понадобится помощь других – они могут рассчитывать на неё? Были ли такие случаи? Если да, то расскажите об этом.
97. Есть ли какой-то круг единомышленников, людей, которые занимаются аналогичной деятельностью в других организациях? Есть ли с ними контакты и какого рода эти контакты? Это участие в совместных проектах, повседневная работа, или периодические встречи, конференции, семинары?
98. Если у Вас есть своя сеть контактов в интернете, то как она организована? Через сайт организации, или через какие-то общественные сети в интернете?
99. Было ли такое, что после знакомства с другими активистами, добровольцами вы начинали какую-то новую деятельность или находили решения своих проблем? Если было, то расскажите об этом. Например, иногда контакты в другом городе помогают о чём-то важном узнать или решить конкретную задачу. Было ли такое?
100. Приходилось ли вам учиться каким-то навыкам добровольческой деятельности? Если да, то где и оказалась ли учёба полезной? Возможно, у вас были консультанты, кто они (например, юристы или психологи, работники властных структур)?

Часть 4. Планы на будущее (10 мин.)

101. И последний вопрос — о ваших планах. На ваш сегодняшний взгляд, как долго вы еще будете связаны добровольческой деятельностью? Ваши перспективы больше связаны с вашей личной ситуацией или с внешними условиями?

СПАСИБО ВАМ БОЛЬШОЕ — И ЗА ВАШУ РАБОТУ, И ЗА УЧАСТИЕ В НАШЕМ ИССЛЕДОВАНИИ!

Приложение 7. Сценарий интервью с социальными предпринимателями

Целевая группа – руководители или собственники предприятий (организаций), занимающихся производством или оказанием платных социальных услуг.

Тема – деятельность социального предприятия и условия его развития

Объективная информация о респонденте и организации, которую он представляет

- Полное название предприятия (организации), краткое название
- Год регистрации предприятия (организации).
- Страна, город регистрации
- Организационная форма (ООО, АО, ПБЮЛ)
- Чем занимается организация (направления, сферы деятельности)
- Количество штатных сотрудников
- Контакты (мейл, сайт)
- Имя респондента, его должность в организации
- Дата проведения интервью

Вступление (2 минуты)

Интервьюер представляется, объясняет в общих чертах задачу интервью, договаривается о регламенте.

Тема 1. Портрет руководителя социального предприятия

1. Расскажите, пожалуйста, немного о себе: сколько Вам лет, откуда Вы родом, где и по какой специальности Вы учились?
2. Как получилось, что Вы решили заняться социальным предпринимательством?

Если респондент не упомянул:

- Давайте уточним, какова Ваша нынешняя должность. Что входит в круг Ваших должностных обязанностей? Как давно Вы работаете на этой должности?
- Кем Вы работали до этого

Тема 2. Основные направления деятельности социального предприятия

3. Для начала расскажите, пожалуйста, об истории социального предприятия: Кто и когда его создал?
 - Как возникла идея создания предприятия?
 - Предприятие создавалось по какому-то образцу, аналогу, или это была чья-то оригинальная идея? Расскажите, что это был за образец или чья идея?
 - Какой проект был вначале, а какие появлялись потом? Расскажите, как это происходило, кто был инициатором новых проектов?
 - Новые проекты развиваются в рамках предприятия или становятся самостоятельными организациями, предприятиями?
4. А какие сейчас основные направления деятельности, проекты?

Если есть разные направления деятельности:

- Расскажите пожалуйста, как возникают другие направления деятельности: откуда приходят идеи, и как они потом развиваются: становятся организационно самостоятельными, или сохраняется связь с основной деятельностью?
5. Скажите, пожалуйста, сколько человек сейчас работает в Вашей организации?
 6. Вы работаете только для жителей города или района, или география Вашей деятельности шире? Какие близлежащие населённые пункты как-то включены в вашу деятельность?
 7. За счет чего существует Ваша организация: это собственная прибыль, спонсорская помощь, грантовая поддержка властей, или есть несколько источников?
 8. Скажите пожалуйста, есть ли проекты, направления деятельности, которые вы могли бы назвать социальными, т.е. такими, которые не дают или почти не дают прибыли? Что это за проекты? Можете ли вы объяснить, что заставляет Вас тратить деньги, время, усилия на заведомо неприбыльные проекты.
 9. А есть ли проекты чисто благотворительные, т.е. требующие только расходов, но не дающие никаких доходов?
 10. А какие проекты, направления деятельности можно считать прибыльными?
 - Если прибыль есть, куда она идёт, в основном? Если можно, назовите три главные статьи расходов.
 - Кто решает, как следует распределять прибыль?
 11. Скажите, пожалуйста, ощущаете ли вы конфликт, противоречие между необходимостью получать прибыль и выполнять социальную функцию, т.е. реализовывать социальные проекты, заниматься благотворительностью? Если такой конфликт есть, то как Вам удаётся его разрешать?

Тема 3. Законы и правила

12. Когда люди открывают новое дело, им приходится придумывать заново алгоритмы, правила деятельности, или откуда-то заимствовать их. Как было в вашем случае: всё пришлось придумывать самим или был какой-то пример, образец, на который Вы ориентировались?
13. Приходилось ли придумывать какие-то регламенты, уставы, правила деятельности? Или эти регламенты появлялись по ходу дела и никак не фиксировались на бумаге? Как это происходило, участвовали ли в этом партнёры по бизнесу, рядовые сотрудники? Приведите, пожалуйста, пример.
 - Расскажите, как вы договаривались о правилах с вашими партнёрами и сотрудниками.
14. Есть ли законы или правила, которые мешают Вам в Вашей деятельности? Какие это законы или правила (например, те, правила, которые диктуются властями или спонсорами)?
 - Вы пытались как-то повлиять на то, чтобы эти законы и правила были изменены? Если да, то были ли эти попытки успешными?
 - Если Вы не пытались менять правила, то как удавалось к ним приспособиться?

Тема 4. Социальная сеть

15. Расскажите, пожалуйста, с кем Вы поддерживаете постоянные или периодические контакты? Это люди и организации, с которыми Вы ведете бизнес; непосредственные

участники проекта или производства (например, поставщики и реализаторы товара или услуги), или Ваши контакты шире?

Если респондент не упомянул:

- Расскажите, есть ли контакты с людьми, предлагающими инициативные проекты, как Вы друг друга находите?
 - А есть ли личные, более или менее продолжительные контакты с потребителями ваших услуг или товара?
 - А есть ли контакты с добровольными помощниками? Кто они, как появляются и надолго ли задерживаются?
 - Есть ли консультанты, как Вы устанавливаете с ними контакт, кто они?
 - Есть ли контакты с получателями благотворительной помощи, или эти контакты безличные?
 - Есть ли контакты с предпринимателями, бизнесом? Что становится поводом для таких контактов, как они происходят?
 - А СМИ интересуются Вашей деятельностью?
16. Есть ли у Вас какой-то круг единомышленников, людей, которые занимаются аналогичной деятельностью, и с которыми Вы поддерживаете постоянные контакты?
- Какого рода эти контакты? Это участие в совместных проектах, повседневная работа, или периодические встречи, конференции, семинары?
17. Если у Вас есть своя сеть контактов в интернете, то как она организована? Через сайт организации, или через какие-то общественные сети в интернете?
18. Ваша организация состоит в каком-нибудь профессиональном объединении? Если да, то в каком?
19. Есть ли у Вас опыт совместных действий с другими социальными предприятиями и НКО? Если да, то расскажите, пожалуйста об этом опыте: какие это были совместные действия, кто был организатором?
20. Скажите пожалуйста, где Вы приобрели навыки для организации работы социального предприятия? Вы учились этому специально на каких-то курсах?
21. Если учились, то есть ли у вас сейчас контакты с бывшими соучениками или преподавателями? Что это за контакты (совместные проекты, обмен новостями или идеями, что-то ещё)?
22. Как Вы думаете, знают ли многие люди о вашей организации в городе?
23. А как складываются ваши отношения с соседями, с теми, кто живёт поблизости? Они интересуются вашей работой, проявляют интерес к сотрудничеству, или наоборот, чем-то недовольны?

Тема 5. Условия развития

24. Как Вы сами оцениваете: сегодня организация успешна? Или есть проекты менее и более успешные?
- Что, на ваш взгляд, стало предпосылкой успеха организации?
 - А каковы, на Ваш взгляд причины трудностей, если они были? Удалось ли их преодолеть, и как?
25. Есть ли у Вас конкуренты? Если есть, то они были изначально или появились потом? Можно ли предполагать, что они как-то заимствовали ваши идеи и ваш опыт?

26. Скажите, пожалуйста, как Вы оцениваете сегодняшнюю ситуацию в городе с точки зрения условий развития социально ориентированного бизнеса? В частности, есть ли возможность расширить сеть получателей услуг или потребителей продукции?
27. Пытались ли Вы получить какую-либо помощь (административную, методологическую, финансовую, информационную, консультационную и т.п.) у властей? Если да, то получили или не получили.

Если респондент не упомянул:

- Поддерживались ли какие-то ваши проекты грантами из регионального или местного бюджета?
 - А с помещением местные власти как-то вам помогали?
28. А какие-то фонды, объединения предпринимателей поддерживали Вашу организацию материально или как-то иначе (например, оказывали организационную или юридическую поддержку)?
 29. А были какие-то проблемы с проверяющими органами?
 30. Что, на Ваш взгляд, должно измениться в политике государства, чтобы создать условия для социально ориентированного бизнеса?

Тема 6. Планы на будущее

31. Как Вы думаете, сохранится ли Ваше предприятие в нынешнем виде, или возможно освоение новых видов деятельности, смежных или совсем других, реализация других проектов?
32. Если у Вас есть новые идеи для развития бизнеса, то какие нужны ресурсы для их реализации?
33. Как вы думаете, вам нужна помощь для развития предприятия? От кого можно ожидать эту помощь?

Приложение 8. Гайд для интервью с экспертами по теме «Гражданское участие в малых и средних городах России»

Сейчас Фонд «Общественное мнение» проводит большое исследование, посвященное гражданскому участию в малых и средних городах России. Мы получили первые результаты этого исследования, и они вызывают много споров. Хотелось бы обсудить некоторые из этих вопросов с Вами.

Принято считать, что чем меньше ресурсов у населения (ниже достаток и образование, выше возраст), тем слабее потенциал гражданского участия. В целом наши данные подтверждают эту закономерность, но есть основания полагать, что она не прямая. Так, в средних городах (от 50 до 250 тыс.) выше потенциал гражданского участия, чем в столице и других крупных городах, где обеспеченных, молодых и образованных людей больше.

1. На Ваш взгляд, какие ещё обстоятельства влияют на потенциал гражданского участия, если говорить об условиях жизни в том или ином городе?

Малые города, если говорить в целом, не слишком отличаются по показателям гражданского участия от средних данных по России. Мы предполагаем, что это значит, что существует какая-то внутренняя дифференциация среди малых городов.

2. По вашему мнению, какие признаки существенны, чтобы отличать малые города друг от друга? Какие типы малых городов вы могли бы выделить?

Наши исследования не фиксируют устойчивой связи установок на общественную активность и характеристиками статуса человека и его личностных особенностей. Многие теории говорят о значимости контекста, ситуации для того, чтобы человек проявил активность или воздержался от неё.

3. На ваш взгляд, какие характеристики ситуации, контекста являются здесь ключевыми?

Поговорим о некоммерческих организациях. Сейчас так называют самые разные организации – и те, которые занимаются коммерческой деятельностью, но не имеют прибыли, и общественников, которые объединились по интересам, и денег не зарабатывают. Тем самым статус НКО на наш взгляд, размывается, у тех, кто не зарабатывает деньги, возникают проблемы по оформлению сложной отчетности, соответствующему кадровому обеспечению, и пр.

4. По вашему опыту, какие в связи с этим возникают проблемы у тех, кто не занимается коммерческой деятельностью, у общественных организаций? Стоит ли тех, кто существует на гранты или добровольные пожертвования в организационно-правовом отношении отличать от других НКО, которые можно отнести к коммерческим неприбыльным организациям? Нужны ли изменения в законодательстве об НКО, и какие это должны быть изменения?

5. Можно ли говорить о тех, кто участвует в деятельности НКО, назвать сообществом? Ини эти люди слишком разные, чтобы их так называть? Какие, на ваш взгляд, есть различия, по каким основаниям?

По нашим данным, есть различия между «системным», т.е. организованным какими-то властными структурами, и «несистемным (организованным снизу) гражданским участием.

6. По вашему опыту, чем отличаются эти два вида гражданского участия, если говорить о сферах, в которых оно проявляется, формах активности, составе участников? Возможно ли между ними сотрудничество или более глубокие (например, организационные) альянсы или превращения одного вида в другой?

7. А если говорить о лидерах этих двух форм гражданского участия: есть ли между ними различия, если говорить о каких-то биографических характеристиках или особенности их гражданской стратегии?

Сейчас все чаще говорят об интернете, его мобилизующих и манипулятивных функциях в связи с феноменом гражданского участия.

8. На ваш взгляд, может ли интернет-сообщество превратиться в сообщество реальное, или вначале всё-таки должно существовать реальное сообщество, которое пользуется интернетом, как наиболее удобным инструментом?

Несколько вопросов о социальных предприятиях как форме гражданского участия. Изучая эту тему, мы обнаружили, что здесь практика существует отдельно от юридического, экономического, организационного дискурса. Само понятие заимствовано и не слишком известно даже тем, кто занимается социальным предпринимательством, не говоря о населении. Аналитики дают определения социального предпринимательства и социального предприятия весьма расплывчатые. Исключены из анализа практики деятельности кооперативов (сельскохозяйственных, производственных, кредитных и пр.), которые по всем определениям должны считаться социальными предприятиями. Сами социальные предприятия имеют разный правовой статус, что не способствует правовой определенности их деятельности.

9. Как вы думаете, приживётся ли понятие «социальное предприятие», или нет? Есть ли, на ваш взгляд, неопределенность в этом понятии, и как его можно уточнить, чтобы отделить социальные предприятия от традиционного бизнеса и от НКО? Почему, на ваш взгляд, кооперативы не считаются социальными предприятиями?

10. Каковы, на ваш взгляд, перспективы принятия закона о социальных предприятиях? В чём здесь проблема?

11. Какие бы выделили разновидности социальных предприятий, если говорить не о сфере деятельности, а о социальной миссии, которую они провозглашают?

12. Каковы, на ваш взгляд, сила и слабости социальных предприятий по сравнению с традиционным бизнесом?

Приложение 9. Основные характеристики вошедших в выборку социальных предприятий

| № п/п | Основная сфера деятельности | Характеристики социальных предприятий |
|----------|--------------------------------|--|
| 1 | Торговля | <p>Предприятие – Социальный магазин «Благодарение»</p> <p>Предприниматель – Русанова Клавдия Петровна,</p> <p>Сфера деятельности – обеспечение населения доступными товарами</p> <p>Организационная форма – ИП</p> <p>Время существования бизнеса – с 2012 г.</p> <p>География бизнеса – г. Волгодонск, Ростовская обл.</p> <p>Количество занятых – 1 человек</p> <p>Адрес – serdze88@rambler.ru, сайта нет.</p> |
| 2 | Образование, педагогика | <p>Предприятие – Негосударственное образовательное учреждение «Академический лицей им. Н.И. Лобачевского»,</p> <p>Предприниматель – Беспалова Татьяна Вениаминовна, учредитель, директор.</p> <p>Сфера деятельности – образовательные услуги, соответствующие требованиям государственных образовательных стандартов. Уровень образования – основная школа, ступень общеобразовательной программы – основное общее образование.</p> <p>Организационная форма – НКО.</p> <p>Время существования бизнеса – с 2003 г..</p> <p>География бизнеса – Казань. Татарстан</p> <p>Количество занятых – 60.</p> <p>Адрес – E-mail: academliceum@yandex.ru, Сайт: www.academliceum.ru</p> |
| 3 | Социальная помощь | <p>Предприятие – региональная общественная организация инвалидов «Ковчег».</p> <p>Предприниматель – Аранин Роман.</p> <p>Сфера деятельности – информационно-просветительская помощь инвалидам-колясочникам, производством колясок и продвижение интересных решений по безбарьерной среде</p> <p>Организационная форма – НКО.</p> <p>Время существования бизнеса – с 2013 г.</p> <p>География бизнеса – Калининград, Калининградская обл. Сочи, Москва, Екатеринбург, Мурманск, Липецк, Воронеж, Тамбов, Новороссийск.</p> |

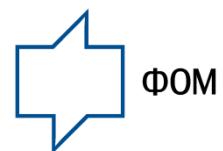
| | | |
|----|--|--|
| | | <p>Количество занятых – 15.</p> <p>Адрес - www.39kovcheg.ru; roma@aranin.ru</p> |
| 4 | Туризм, спорт, досуг, оздоровительные услуги | <p>Предприятие – Конно-спортивный клуб «Golden Horse».</p> <p>Предприниматель – Червяков Александр, руководитель предприятия.</p> <p>Сфера деятельности – оказание оздоровительных услуг населению</p> <p>Организационная форма – ИП.</p> <p>Время существования бизнеса – с 2009 г.</p> <p>География бизнеса – Пермский Край, другие регионы России</p> <p>Количество занятых – 3 конюха-разнорабочих, 2 тренера-инструктора, 1 психолог, 1 руководитель, 1 бухгалтер.</p> <p>Адрес – Россия, Волгоградская область, г. Камышин. http://goldenhorse.su/</p> |
| 5 | Туризм, спорт, досуг, оздоровительные услуги | <p>Предприятие – ООО «Горький Хостел».</p> <p>Предприниматель – директор Екатерина Смирнова</p> <p>Сфера деятельности – молодежные гостиницы</p> <p>Организационная форма – ООО</p> <p>Время существования бизнеса – с 2011 года.</p> <p>География бизнеса – Нижний Новгород, другие регионы России</p> <p>Количество занятых – 6</p> <p>Адрес - gorkijhostel@gmail.com</p> |
| 6 | Туризм, спорт, досуг, оздоровительные услуги | <p>Предприятие – ООО Сервис-парк», «Юго-Камские горки»</p> <p>Предприниматель – директор, Александр Васильевич Портных</p> <p>Сфера деятельности – туризм, организация активного отдыха, производство строительных материалов</p> <p>Организационная форма – ООО</p> <p>Время существования бизнеса – 2011 г.</p> <p>География бизнеса – Пермь, другие регионы России</p> <p>Количество занятых – 7 человек</p> <p>Адрес -8904-84-30-916, 238-57-86, http://ugo-kamsk.ru/, servis-park@mail.ru</p> |
| 7. | Медицина | <p>Предприятие – АНО «Медицинское объединение «Реалмед»</p> <p>Предприниматель – директор, Сафронов Владимир Витальевич</p> <p>Сфера деятельности – медицинские услуги населению</p> <p>Организационная форма – АНО</p> |

| | | |
|-----|--|--|
| | | <p>Время существования бизнеса – с 2008 г.</p> <p>География бизнеса – Пермь, близлежащие районы Пермского края</p> <p>Количество занятых – 64 человека</p> <p>Адрес -264-04-57, www/ realmed.perm.ru, realmed-pravda@mail.ru</p> |
| 8. | Образование, педагогика | <p>Предприятие – АНО «Международный образовательный центр Монтессори-педагогике».</p> <p>Предприниматель – Сергей Стулов, Генеральный директор АНО «Международный образовательный центр Монтессори-педагогике».</p> <p>Сфера деятельности – уход, присмотр, развитие, начальное образование детей по системе Монтессори.</p> <p>Организационная форма – АНО – Автономная некоммерческая организация.</p> <p>Время существования бизнеса – с 2008 г.</p> <p>География бизнеса – Тихвин, Ленинградской области.</p> <p>Количество занятых – 12</p> <p>Адрес – г. Тихвин, ул. Московская, дом 26/28, 8-921-391-50-30, http://www.montessori-tikhvin.ru</p> |
| 9. | Туризм, спорт, досуг, оздоровительные услуги | <p>Предприятие – ИП Филимонов В.В., Тренажерный зал «Атлант»</p> <p>Предприниматель – директор, Филимонов Виктор Викторович.</p> <p>Сфера деятельности – спортивная, тренажерные залы</p> <p>Организационная форма – ИП</p> <p>Время существования бизнеса – с 2010 г.</p> <p>География бизнеса – г. Тольятти</p> <p>Количество занятых – 1 человек</p> <p>Адрес – сайт «Атлант», тренажерный зал в Тольятти. Группа ВКонтакте – «Атлант», тренажерный зал. E-mail – atlantvik@mail.ru</p> |
| 10. | Производство | <p>Предприятие – ИП «Веселый пряник»</p> <p>Предприниматель – предприниматель Федорова Сания Рустемовна</p> <p>Сфера деятельности – кондитерское производство</p> <p>Организационная форма – ИП</p> <p>Время существования бизнеса – с 2010 г.</p> <p>География бизнеса – Тольятти, Самарская область, Москва</p> <p>Количество занятых – 10 человек</p> <p>Адрес -info@pryanik-tlt.ru,</p> |

| | | |
|-----|-------------------------|---|
| 11. | Производство | <p>Предприятие – ООО «Картонно-переплетная фабрика», ООО «КПФ».</p> <p>Предприниматель – Владимир Иванович, директор.</p> <p>Сфера деятельности – производство картона.</p> <p>Организационная форма – ООО, собственность российского общества инвалидов</p> <p>Время существования бизнеса – с 1963 г.</p> <p>География бизнеса – город Волжский</p> <p>Количество занятых – 78.</p> <p>Адрес - www.kpf.ru</p> |
| 12. | Музейная деятельность | <p>Предприятие – Коломенский центр развития познавательного туризма «Город-Музей».</p> <p>Предприниматель – генеральный директор, Наталья Никитина.</p> <p>Сфера деятельности – реставрация, культурологическая работа, музейная деятельность и выставочная деятельность.</p> <p>Организационная форма – НП – некоммерческое партнерство.</p> <p>Время существования бизнеса – с 2008 г.</p> <p>География бизнеса – Россия, Европейские страны</p> <p>Количество занятых – 135 человек.</p> <p>Адрес - www.gorodmuz.ru</p> |
| 13. | консалтинг | <p>Предприятие – ООО "Бренд Стоп" Social store</p> <p>Предприниматель – Антон Журавель, создатель проекта</p> <p>Сфера деятельности – создание информационной инфраструктуры для индивидуальных предпринимателей</p> <p>Организационная форма – ООО</p> <p>Время существования бизнеса – с 2013 г.</p> <p>География бизнеса – г. Москва, Московская область</p> <p>Количество занятых – 10 человек</p> <p>Адрес - http://www.social-store.ru.</p> |
| 14. | Образование, педагогика | <p>Предприятие – «Светоч»</p> <p>Предприниматель – Андрей Семенович Никонов, основатель</p> <p>Сфера деятельности – среднее общее и специальное образование</p> <p>Организационная форма – кооператив</p> <p>Время существования бизнеса – с 2011г.</p> <p>География бизнеса – Московская область, Урал, Египет</p> <p>Количество занятых – 100-150 человек</p> |

| | | |
|-----|--------------|--|
| | | Адрес - http://sunlandclub.ru/ru |
| 15. | Производство | <p>Предприятие – ООО «Темп-Протект».</p> <p>Предприниматель – Иван Александрович Васюченко, генеральный директор.</p> <p>Сфера деятельности –): производство промышленной автоматики для хранения зерна.</p> <p>Организационная форма – ООО</p> <p>Время существования бизнеса – с 2011г.</p> <p>География бизнеса – Россия и ближнее зарубежье</p> <p>Количество занятых – 3</p> <p>Адрес -www.kpf.ru</p> |

123242, Россия, Москва, пер. Капранова, 3
Телефон: +7(495) 745-87-65
Факс: +7(495) 745-89-03



www.fom.ru