

Центр организует получение дополнительного профессионального и доступного высшего образования инвалидам с проблемами передвижения.

В 1997 г. по инициативе актива и лидеров Всероссийского общества инвалидов на основе российского филиала международной общественной организации Всемирный институт по проблемам инвалидности была сформирована Региональная общественная организация инвалидов «Перспектива». Эта организация содействует активной социальной интеграции молодых инвалидов. Ее задачи аналогичны задачам ЦНЖ. «Перспектива» осуществляет:

- поддержку организаций инвалидов в их движении за равные права и возможности инвалидов;
- помощь инвалидам в освоении навыков и приобретении знаний для обеспечения возможности стать полноправными членами общества;
- содействие изменению общественного мнения по отношению к инвалидам, преодолению стереотипов, физических и психологических барьеров.

Некоторые российские ЦНЖ действуют в виртуальном режиме, предоставляя нормативно-правовую информацию, информацию о возможностях образования и занятости, содействуя трудоустройству инвалидов через территориальную сеть своих координаторов, которые, как правило, являются инвалидами-колясочниками. Оказывает интернет-услуги этого рода, например, Виртуальный

центр независимой жизни молодых инвалидов Магаданской области. Этот центр организовал также виртуальную службу знакомств, проводит тематические дискуссии и обмен мнениями по вопросам, интересующим молодежь. Аналогичную работу проводит Санкт-Петербургский благотворительный фонд «Общение», координаторы которого функционируют во всех районах города. Они связывают инвалидов, занимающихся ручным кустарным трудом, с работодателями и заказчиками, помещая на интернет-сайтах соответствующие объявления.

При анализе этих примеров правомочен вывод, что общество находится накануне существенных перемен в образе жизни инвалидов и социальных стереотипов отношения к ним.

Принцип комплементарности дает возможность полноценного участия организаций инвалидов во всех областях деятельности, и это изменит традиционные стигмы отношения к ним как к социальному балласту, нуждающемуся в милосердии. Социальный институт, в рамках которого они будут осуществлять независимую жизнь, будет несравненно менее затратным, более мотивированным, гуманным и компактным, чем самая совершенная система социального обслуживания. Общество получит стимул для дальнейшего развития демократических норм и идеологии. Будут направлены на его совершенствование свободные и организованные человеческие ресурсы.

1. Зозуля Т.В., Свистунова Е.Г., Чешихина В.В. и др. Комплексная реабилитация инвалидов. М.: Издательский центр «Академия», 2005.
2. Нестерова Г.Ф., Безух С.М., Волкова А.Н. Психолого-социальная работа с инвалидами: Абилизация при синдроме Дауна. СПб.: Речь, 2006.
3. Общество для всех к 2010 году: Резолюция ООН // Международные нормы и стандарты, касающиеся проблем инвалидов: обзор. М., 2000.
4. Психологическое и социальное сопровождение больных детей и детей-инвалидов: Учебное пособие / Под ред. С.М. Безух, С.С. Лебедевой. СПб., Речь, 2007.
5. Трудотерапия как метод реабилитации инвалидов / Под ред. И.В. Лебедева, А.Н. Дашкиной и др. М.: СТИ, 2001.
6. Федеральный закон РФ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» от 24.11.95 № 181-ФЗ в ред. от 22.08.04 № 122-ФЗ.
7. Холостова Е.И. Социальная работа с инвалидами. М.: Дашков и Кс, 2006.
8. Холостова Е.И., Дементьева Н.Ф. Социальная реабилитация. М.: Дашков и Кс, 2004.
9. Храпылина Л.П. Основы реабилитации инвалидов. М., 1998.
10. Ярская-Смирнова Е.Р., Наберушкина Э.К. Социальная работа с инвалидами. СПб.: Питер, 2004.

ПЛАТОНОВА ЮЛИЯ ЮРЬЕВНА

кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной работы и социальных наук
СПбГИПСР

ТЕХНОЛОГИИ ФАНДРЕЙЗИНГА В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

АННОТАЦИЯ. Данная статья посвящена анализу применения новой инновационной технологии фандрейзинга в деятельности социальных организаций. Рассмотрены основные подходы к определению фандрейзинга, направления финансирования некоммерческих организаций, а также представлены принципы применения технологий фандрейзинга.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: фандрейзинг, некоммерческие организации, принципы фандрейзинга, классификация некоммерческих организаций, классификация источников финансирования некоммерческих организаций.

Формирование рыночных отношений в обществе оказало влияние на работу учреждений некоммерческой сферы, в том числе и организаций системы социального обслуживания. Термины рыночной экономики: маркетинг, менеджмент, фандрейзинг, имидж стали активно внедряться в их практическую деятельность. Изменившиеся социально-экономические условия поставили перед социальными организациями проблему – не только существовать на средства, выделяемые государством, но и искать другие, современные способы обеспечения своего функционирования. В таких условиях крайне важным становится привлечение и аккумуляция внешних источников финансирования, таким как благотворительные и спонсорские взносы, государственные субсидии, гранты и т.д. Одной из эффективных инновационных технологий поиска и привлечения дополнительных источников финансирования являются широко используемые в опыте зарубежных социальных организаций технологии фандрейзинга.

В современной литературе можно встретить различные определения фандрейзинга. Так, известный экономист А. Бондунген определяет фандрейзинг как «специально организованный процесс сбора пожертвований для некоммерческих и благотворительных организаций или для обеспечения социально значимых программ». По его мнению, «это – не выпрашивание денег, как часто думают! Выпрашивают милостыню, а организация, которая работает в социальной сфере, нуждается не в подачках, а в пожертвованиях, сделанных осознанно» [1, с. 53].

Бадльевич Л.В. в своей работе дал следующее определение фандрейзинга – «это наука и искусство систематической работы с многообразными источниками финансирования по сбору средств и привлечению ресурсов для обеспечения финансирования некоммерческих организаций,

выполнения благотворительных акций, поддержки иной некоммерческой деятельности или финансирования деятельности индивидуальных лиц, ведущих значимые исследования или обучающихся по социально значимым специальностям» [1, с. 2].

Ряд специалистов под фандрейзингом понимают поиск источников финансирования, необходимых для осуществления деятельности неприбыльных организаций, включая реализацию неприбыльных программ и проектов.

Наиболее структурированное определение дано Е.И. Холодовой, где фандрейзинг представляет собой:

- многоэтапный или разовый процесс;
- взаимодействия, с предысторией или без нее, как правило, двух сторон физических или юридических лиц – просителя и спонсора;
- процесс, имеющий целью сбор средств и привлечение ресурсов на реализацию социально значимой деятельности одной стороной и принятия решения об их предоставлении другой стороной;
- процесс, проходящий в присутствии консультантов, посредников и соперников;
- в атмосфере конкуренции (очной, явной или заочной), конкурентной борьбы за ограниченный ресурс или средства;
- процесс, в рамках согласованной или предложенной одной из сторон процедуры;
- процесс в форме, являющийся в данное время легитимной для среды, где он осуществляется [5, с. 46].

Фандрейзинг рассматривается нами как целенаправленный систематический поиск спонсорских средств для осуществления тех или иных проектов, программ, акций и поддержка тех или иных социальных институтов, который может осуществляться в виде бизнеса, благотворительной и спонсорской деятельности [3, с. 16].

В социальной сфере фандрейзинг непосредственно связан с благотворительностью

и деятельностью некоммерческих организаций. **Некоммерческая организация**, в соответствии с Федеральным Законом РФ, – это организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками [4].

Основная задача некоммерческих организаций в сфере фандрейзинга – разработка и реализация разнообразных фандрейзинговых стратегий: подготовка проектов на донорские организации, социальное партнерство с органами власти, корпоративный фандрейзинг и т.д.

Под **донором** некоммерческой организации понимают юридическое или физическое лицо, оказывающее материальную, финансовую, организационную и иную благотворительную помощь неприбыльным организациям на добровольной бескорыстной основе. Как показывает практика фандрейзинга, донор сам находит проекты или организации, которым он хочет помочь, но чаще организации сами приходят к донорам.

Технологии фандрейзинга в социальной сфере могут реализовывать различные некоммерческие организации, которые можно разделить на шесть групп:

- 1) производители и одновременно потребители фандрейзинговых услуг;
- 2) разнообразные по своим целям, задачам и характеру деятельности финансирующие (в том числе донорские) организации;
- 3) оказывающие дополнительные услуги коммерческие и некоммерческие структуры;
- 4) фандрейзинговые фирмы (консалтинговые услуги);
- 5) консалтинговые школы (обучение);
- 6) фандрейзинговые информационные центры (предоставление информации).

Как показывает практика, основными источниками финансирования некоммерческих организаций, является следующее:

- привлеченные средства – к ним относятся благотворительные, спонсорские средства, средства доноров, гранты фондов, членские взносы и т.д.;
- государственные средства – прямое финансирование (регулярные субсидии государства на содержание и развитие некоммерческих организаций, разовое финансирование отдельных проектов, программ и т.д.) и косвенное (государственные дотации частным лицам на культурно-просветительские цели, отчисление местных властей по их усмотрению на различные социальные цели, льготы некоммерческих организаций по уплате налогов и т.д.);
- собственные средства – доходы от основной (выставочная, социальная, образовательная) и коммерческой деятельности.

Фандрейзинговая политика некоммерческих организаций как эффективная форма привлечения финансирования в рыночных условиях приобретает в российских условиях большое значение. Сложное финансовое положение отечественных некоммерческих организаций заставляет последних заниматься поиском новых источников доходов, особое место среди которых занимают

привлеченные источники финансирования.

Для коммерческих организаций участие в социальных проектах, программах является на сегодняшний день основным признаком лояльности бизнеса к населению. Современные компании и организации воспринимают участие в донорских проектах как наиболее эффективный путь достижения некоторых своих целей, среди которых:

- донорство как вид альтернативной прибыли;
- формирование положительной репутации;
- формирование нужного информационного пространства вокруг компании;
- поиск новых партнеров, налаживание связей и уровней взаимодействия.

При этом ожидаемый эффект для коммерческих организаций от участия в социальных акциях, программах, проектах зависит от:

- масштаба и актуальности самой акции, программы, проекта;
- целей акции, программы, проекта;
- программы действий некоммерческой организации.

Для повышения привлекательности социальной программы (акции) в глазах потенциальных доноров, приступая к деятельности по привлечению дополнительных средств некоммерческим организациям, исходят из основных принципов фандрейзинга:

1. Всегда нужно знать свой «продукт», который состоит из миссии самой организации, ее проектов, программ и услуг, а также выгод, которые может получить конкретный спонсор (донор) взамен на свою помощь.
2. Настраиваться на победу, думать не только о деньгах, но и об уникальном опыте, который можно приобрести.
3. Установить финансовые цели, проработать бюджет проекта или программу всей организации.
4. Продумать стратегию фандрейзинга, определить все финансовые источники и разработать творческие способы работы с ними.
5. Установить план по поиску средств, а именно составить фандрейзинговый план, в котором будут прописаны все действия организации по сбору средств и привлечению ресурсов.

В 2008 году Санкт-Петербургским государственным институтом психологии и социальной работы было проведено исследование опыта использования технологий фандрейзинга в деятельности. В исследовании приняли участие руководители восемнадцати социальных и некоммерческих организаций различного профиля г. Санкт-Петербурга.

Результаты исследования показали, что среди руководителей некоммерческих и социальных организаций знание технологий фандрейзинга присутствует (100%). В то же время около 60% руководителей уточнили, что их знания фандрейзинга недостаточно для правильной и приносящей плоды работы. Это связано с тем, что фандрейзинг – новый метод сбора средств и привлечения ресурсов на

реализацию некоммерческих проектов, и интерес и желание продолжить свое обучение навыкам фандрейзинга выразили около 80% респондентов.

Все опрошенные руководители некоммерческих и социальных организаций признали, что в фандрейзинг присутствует в деятельности социальных организаций в различных его направлениях. В своей деятельности организации – респонденты также используют элементы фандрейзинга. В основном это долгосрочное и стратегическое планирование, проведение благотворительных и фандрейзинговых мероприятий, различные способы сбора средств, публикации в специальной литературе о деятельности учреждений по привлечению потенциальных доноров. Некоторые члены некоммерческих организаций посещают семинары по фандрейзингу. Наиболее известным семинаром является «Белые ночи фандрейзинга», который проводится в Санкт-Петербурге ежегодно.

Как показало исследование, у каждой организации имеется своя база доноров и меценатов,

оказывающих нематериальную и финансовую помощь в реализации некоммерческих проектов, но не все организации предлагают что-либо взамен. Большинство некоммерческих организаций упоминает имя дарителя, рекламирует его или другими методами сообщает, что именно этот донор оказал помощь данной организации в реализации конкретного проекта.

Большинство исследуемых некоммерческих и социальных организаций собирают достаточно большое количество средств. Однако каждая собирает сумму, свойственную только ей. Около 30% собирают около 100 тысяч рублей в месяц, примерно столько же собирает около одного миллиона рублей. 20% некоммерческих организаций собирают около 500 тысяч рублей, и только 10% собирают более 1 миллиона рублей. Сумма, собираемая некоммерческими организациями различной социальной направленности, зависит от количества постоянных спонсоров и меценатов, от суммы их пожертвований и от того, насколько успешно были проведены фандрейзинговые мероприятия.

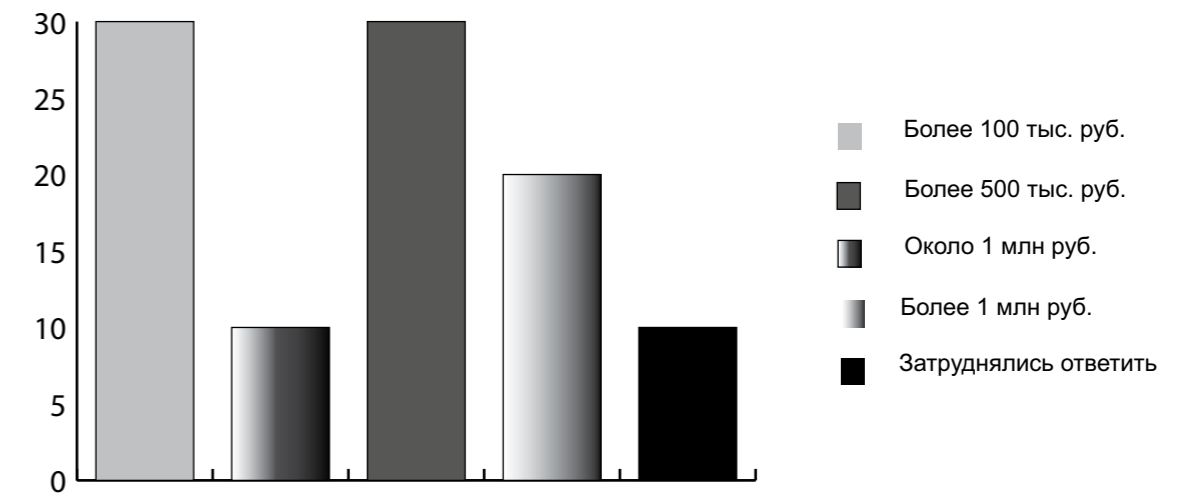


Рис. 1. Средства, собираемые некоммерческими организациями в течение года

Исследование показало, что на сегодняшний день для социальной сферы очень важно качественное развитие, для которого важны новые ресурсы и новые тенденции. Фандрейзинг для России достаточно новое направление, которое захватывает все новые и новые области деятельности в социальной сфере, при помощи фандрейзинга можно привлечь большее количество ресурсов и привлечь больше средств. Использование технологий фандрейзинга позволяет сделать

социальную работу более интересной и в некотором смысле более простой.

В настоящее время все больше некоммерческих организаций различного профиля прибегают к современным методам управления и развития для более успешной реализации своей деятельности. Использование технологий фандрейзинга позволяет сделать работу некоммерческих организаций более открытой и доступной как для непосредственных потребителей их услуг (обычных людей), так и для коммерческих организаций и государства в целом.

1. Бадылевич Л.В. Фандрейзинг как средство развития научно-исследовательской деятельности будущих социальных работников / Автореферат. Тамбов, 2004.
2. Основы фандрейзинга и процесс соискания грантов Пособие для общественных организаций Минск, 2002.
3. Папкова О. Честное партнерство вместо закулисных интриг. // Вестник благотворительности. № 4 (46), апрель 2000.
4. ФЗ РФ «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996. № 7-ФЗ.
5. Холостова Е.И. Генезис социальной работы в России: Учебное пособие. М., 2006. 232 с.
6. Шекова Е.Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций: Учебное пособие. СПб., 2003 г.

ТЮРИНА ЭЛЕОНОРА ИГНАТЬЕВНА

*кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой гендерологии и фамилистики
СПбГИПСР*

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СЕМЬИ – МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНАЯ СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена рассмотрению развития системы подготовки студентов социального профиля к освоению целенаправленной работы с семьей и ее членами по передаче семейных ценностей подрастающим поколениям. Представлено описание учебного курса «Технологии социокультурной работы с семьей».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: семейные ценности, социокультурная деятельность, преемственность поколений, народная педагогика, этнокультурная самоидентификация, технологии социокультурной работы, дополнительное образование, служба семейного досуга.

Семья и все ее ценности порождены культурой. Эти ценности уникальны, неповторимы, их не могут заменить никакие блага. На протяжении веков людей связывали родственные отношения. Родство и семья – неразрывные социальные институты, ставшие фундаментом построения культуры человечества. Через них воспринимается многовековой опыт, традиции и обычаи, то есть реализуется закон преемственности и сохранения постоянства в культуре. Вместе с тем им свойственен динамизм, и с помощью родственных связей осуществляется закон развития в культуре.

В современном обществе, когда идет процесс формирования глобальных информационных полей, общеинтеграционные тенденции охватывают все больше стран и народов, получает признание приоритет общечеловеческих ценностей, потеря, утрачивание «своих» ценностей в культуре оборачивается нарастанием ряда противоречий. Среди них нельзя не назвать противоречия между признанием особой важности трех основ благополучной семьи: супружество, родительство, родство – и недостаточным использованием лучшего нравственного опыта семейных отношений и передачи его из поколения в поколение; между культивированным в образовательном процессе и лучшей практике семейного воспитания общепризнанных ценностей семьи и дискредитацией в ряде случаев этих ценностей средствами массовой информации; между стремлением старших поколений передавать свои ценности культуры и нежеланием молодых их принимать вследствие своеобразия новых социокультурных условий и неосознанности ценностей родителей и прародителей.

Между тем потенциал семьи безграничен. Необходимо создавать условия, в которых члены каждой семьи смогли бы в первую очередь реализовать свои творческие начала, неповторимые особенности, что сделает общую культуру богаче и многообразнее. Семья всегда была тесно связана

с прошлым, она относится к инерционным институтам. Естественно, что для ее развития необходимо осмысление того, что из прошлого работает на расширение возможностей для гуманных отношений между людьми. Не случайно немецкий социолог М. Вебер считал, что человеческое поведение только тогда становится осмысленным, когда соотносится с ценностями. Поэтому важно понять, что ценность – это элемент культуры, разделяемые всеми убеждения относительно целей, к которым следует стремиться.

Исторические развития культуры подтверждает идею о том, что человечество нуждается в единстве, однако внутри обретенного единства люди должны опираться на многообразие ценностей. Человек предстает творцом всех ценностей, но созидает их не на пустом месте, основа их заложена предыдущими поколениями. Вот почему социокультурная деятельность семьи направлена на обновление культуры человечества с опорой на вечные ценности. Передача опыта, традиций, обычаев от старшего поколения к младшим реализует закон преемственности. Исходя из этого, К.Д. Ушинский называл народными педагогами деда, бабушку, людей старшего поколения, умудренных жизненным опытом.

Смысл воспитания семьи – это укрепление преемственности поколений на вековых гуманистических традициях народа. А семейная традиция – это ценность, благодаря которой происходит сознание принадлежности к своим корням. Чем дальше, глубже в прошлое проложены эти корни, тем они сильнее. Это основополагающий принцип народного воспитания. Народная педагогика близка к природе и человеку, и она воспринимается как природная и естественная. Знание традиционной духовной культуры своего этносоциума способствует зарождению интереса к традициям и культуре других народов, что является основой формирования социально-этнических норм