

Абрамов Л.К., Азарова Т.В.



Центр місцевої активності для розвитку громади



Інформаційний бюлетень «НДО-Інформ».
- Кіровоград: ІСКМ, ЦПТІ, 1999-2011.



«НДО-Інформ» є серйозним інформаційним ресурсом для громадських активістів України, які спрямовують свою діяльність на розвиток територіальних громад. Завдяки цьому виданню вони регулярно отримують інформацію про позитивний досвід вирішення соціальних проблем, про успішні форми взаємодії між різними секторами суспільства, як в нашій країні, так і за кордоном.



Азарова Т.В., Абрамов Л.К.
Технологія оцінки соціальних програм та проєктів. Кіровоград: ІСКМ, 2007. - 100 с.

Розробка посібника здійснена за підтримки Фонду Стефана Баторія в рамках проєкту «Вдосконалення системи розробки та оцінки соціальних програм». Видання складається з наступних розділів:

теоретичні основи оцінки соціальних програм та проєктів; основні етапи оціночної діяльності; додатки.



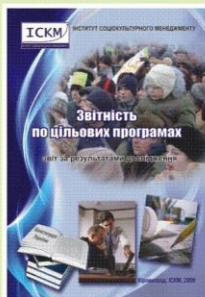
Абрамов Л.К., Азарова Т.В.
Інформаційний компонент діяльності НДО. – Кіровоград: ІСКМ, 2009. – 80 с.

Видання розроблене в рамках проєкту «Підтримка громадських ініціатив», що підтримується Фондом Стефана Баторія за рахунок коштів наданих Фондом Форда. У посібнику висвітлюється роль інформаційного фактора в діяльності громадської організації, детально

розглядаються поняття інформація, інформаційний обмін, інформаційний простір, аналізуються інформаційні ресурси та проблеми використання інформації як інструменту впливу на громадську думку та органи влади.

Звітність по цільових програмах: Звіт за результатами дослідження. – Кіровоград: Інститут соціокультурного менеджменту (ІСКМ), 2009. – 24 с.

Видання розроблене в рамках проєкту «Підтримка громадських ініціатив», що підтримується Фондом Стефана Баторія за рахунок коштів наданих Фондом Форда. У посібнику висвітлюється роль інформаційного фактора в діяльності громадської організації, детально розглядаються поняття інформація, інформаційний обмін, інформаційний простір, аналізуються інформаційні ресурси та проблеми використання інформації як інструменту впливу на громадську думку та органи влади.



Азарова І.В., Абрамов Л.К. Ресурсне забезпечення громадських ініціатив. - Кіровоград: ІСКМ, 2008. - 100 с.

Розробка посібника здійснена за підтримки Фонду Стефана Баторія в рамках проєкту «Ресурсне забезпечення громадських ініціатив». Видання складається з наступних розділів: ресурси в діяльності громадських організацій; людські ресурси-вирішальний чинник діяльності НДО; поняття «фандрейзинг», джерела фінансування громадських ініціатив; корпоративне спонсорство та методика залучення коштів у підприємств; соціальне замовлення як форма залучення бюджетних коштів; грант як метод отримання донорської підтримки; додатки.



Азарова Т.В., Абрамов Л.К.
Інформаційне забезпечення процесу рішення соціальних проблем на місцевому рівні. – Кіровоград: ІСКМ, 2003. - 116 с.

ІСКМ в рамках проєкту «Розвиток незалежного інформаційного простору в Україні», підтриманого Фондом Євразія за рахунок коштів USAID, видав навчально-методичний посібник. Дане видання містить наступні розділи: рішення соціальних проблем на місцевому рівні; інформаційний простір та інформаційний обмін; роль інформаційного обміну у вирішенні соціальних проблем;

інформаційний потенціал третього сектору; ЗМІ та громадянське суспільство; традиційні форми взаємозв'язку НДО та ЗМІ та ін. Підручник містить велику кількість вправ та завдань для самоконтролю.

ІНСТИТУТ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Абрамов Л.К., Азарова Т.В.

ЦЕНТР МІСЦЕВОЇ АКТИВНОСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ ГРОМАДИ

Розробка та тиражування цього видання була здійснена Інститутом соціокультурного менеджменту (ІСКМ) у межах проекту «Школа громадської участі» за фінансової підтримки Фонду ім. Ч.С. Мотта. Зміст видання є винятковою відповідальністю ІСКМ та не обов'язково відображає точку зору Фонду ім. Ч.С. Мотта. Будь-яку частину цього видання не можна відтворювати, використовувати у будь-якому форматі (включаючи графічний, електронний, ксерокопіювання чи інший) без відповідного посилання на оригінальне джерело.

Інститут соціокультурного менеджменту

Видання розповсюджується безкоштовно

ББК 60.56

УДК 319

ISBN 978-966-2466-14-0

A 16

Абрамов Л.К., Азарова Т.В. **Центр місцевої активності для розвитку громади** – Кіровоград: ІСКМ, 2012. – 144 с.

Видання, створене на основі позитивного досвіду, який є в світі та в Україні описує шляхи вирішення проблем територіальних громад. Воно познайомить вас із технологією анімації громадської діяльності, соціальним капіталом як індикатором розвитку громади та діяльністю центрів місцевої активності як суспільного інституту розвитку громади.

Abramov L.K., Azarova T.V. **Center of local activity for community development.** - Kirovograd: ISCM, 2012. - 144 p.

The publication created on the basis of positive experience, which exists in the world and in Ukraine describes solutions of the problems of local communities. It will acquaint you with the technology of animation of public activity, social capital as an indicator of community development and activity of centers of local activity as a social institution for community development.

Тиражування: *ФОП Александрова М.В.*

Замовлення: *№ 2553 від 03.05.2012 р.*

Формат: *60x84/16*

Умовних друкованих аркушів: *7,2*

Наклад: *1000 примірників*

Редагування: *Набока О.І., Калашнік М.Т.*

Дизайн: *Калашнік М.Т.*

© Абрамов Л.К., Азарова Т.В.

© ІСКМ, 2012

ЗМІСТ:

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I. Розвиток громади - основна мета діяльності громадського активіста	5
1.1. Поняття «громада». Структура громади	5
1.2. Розвиток громади як стратегія вирішення соціальних проблем.....	14
1.3. Участь громадян у розвитку місцевої громади.....	21
РОЗДІЛ II. Центр місцевої активності як суспільний інститут розвитку громади	32
2.1. Історія створення та функціонування Центрів місцевої активності.....	32
2.2. Центр місцевої активності, його завдання та функції.....	41
2.3. Центр місцевої активності і соціокультурне середовище громади.....	46
РОЗДІЛ III. Анімація громадського життя як технологія розвитку громади	54
3.1. Технологія анімації як спосіб спонукання громадян місцевої громади до позитивних дій.....	54
3.2. Просування інтересів громадян в органах влади.....	68
3.3. Соціальне партнерство в громаді.....	97
3.4. Корпоративне спонсорство і методика збору коштів у підприємців.....	109
Розділ IV. Соціальний капітал - індикатор розвитку громади	119
4.1. Категорія «соціальний капітал» в суспільних науках.....	119
4.2. Вимірювання соціального капіталу.....	123
ЛІТЕРАТУРА	135
ІНФОРМАЦІЯ ПРО ІНСТИТУТ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	141
ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ ВИДАННЯ	143

ВСТУП

Реальне життя будь-якого суспільства значно багатше, ніж будь-яка теорія, що його описує, але, не зважаючи на це, науковий опис позитивного практичного досвіду є важливим для сталого розвитку. Все це, на нашу думку, стосується діяльності Центрів місцевої активності (ЦМА), що працюють на теренах української держави. Вже більше десяти років ці формалізовані та неформалізовані організації намагаються по-сучасному вирішувати нагальні потреби територіальних громад. Саме для нашої організації, Інституту соціокультурного менеджменту, розвиток ЦМА є однією з пріоритетних задач, оскільки в основу нашої діяльності покладено наступні тези: наша мета – розвиток громад, індикатором за яким оцінюються цей розвиток є стан соціального капіталу, який вимірюється рівнем довіри між людьми, інструментом, що працює в цьому напрямку в громадах є Центр місцевої активності, а форма діяльності – соціальна анімація.

Саме спираючись на практичний досвід нашої організації та діяльність наших партнерів, що поділяють нашу точку зору, ми розробили наступне видання, яке ви тримаєте в руках.

Наша організація та автори мають надію, що воно стане корисним всім тим, хто є небайдужим до вирішення проблем територіальних громад та намагається для цього використовувати позитивний досвід, який є в світі та в Україні.

РОЗДІЛ I. Розвиток громади – основна мета діяльності громадського активіста

1.1. Поняття «громада». Структура громади

Людина - соціальна істота і її саморозвиток, самоактуалізація відбувається в середовищі її проживання - у сім'ї, в спілкуванні з друзями, сусідами, в освітньо-виховному закладі, у виробничому колективі і т.п. В цих спільнотах виникає певне ставлення до явищ або проблем соціального життя, що зачіпають спільні інтереси, усвідомлюються актуальні соціальні проблеми, які потребують вирішення, зіставляються і стикаються різні погляди і позиції з обговорюваного питання, схвалюються, підтримуються або, навпаки, заперечуються, засуджуються ті чи інші дії, вчинки або лінії поведінки людей. Іншими словами: життєвим простором для особистості є група, тобто обмежена в розмірах спільність людей, яка виділяється із соціального цілого на основі певних ознак. Група може бути великою (колектив школи, підприємства чи установи) і малою (сім'я, громадська організація, ініціативна група, дворова компанія і т.д.). У великих групах виробляються норми поведінки, громадська думка, громадські та культурні цінності і традиції, які за посередництва малих груп доводяться до свідомості кожного індивіда. У великій групі завжди є регулюючі її діяльність структурні утворення, і якщо ці структури перестають функціонувати, то група перетворюється в стихійно діючу спільність - натовп.

Групу людей, яка має загальні ознаки, повне або часткове самоврядування називають громадою. Громада завжди впливає на формування суспільної свідомості. Відповідно до української соціологічної традиції громада є центральним осередком соціального життя. Виникнувши в епоху розпаду родових стосунків і склавшись в період феодалізму, вона мала громадське землеволодіння, при якому певні ділянки землі належали селянській громаді. Спочатку громади були основними територіально-адміністративними одиницями, пов'язані з однією оселею, існували також церковні громади, громади спільного користування майном. Характерною ознакою спільнот-громад було широке самоуправління (громадське вече), яке функціонувало в містах і селах України впродовж тривалого історичного періоду.

Згодом, громади у значенні територіально-адміністративних одиниць поступаються місцем спільнотам-громадам, як осередкам культурного та громадсько-політичного життя української інтелігенції (друга пол. XIX – поч. XX ст.). Так, у Петербурзі М. Костомаров, В. Білозерський, Т. Шевченко, П. Куліш згуртували навколо себе більше десятка молодих українців, утворивши так звану «Громаду». Ця група прагнула покращити долю українців і особливо селянства. Водночас у Києві також утворилась громада, яка зосередила зусилля на розвитку мережі недільних шкіл для не писемного селянства.

Отже, для українського народу протягом усієї історії його існування якраз довкола громад будувалося соціальне життя, через них людина входила в це життя і здійснювала зв'язки з ширшими соціальними інститутами, як от держава або політичні партії, рухи.

В даний час термін «місцева громада» широко використовується на сторінках періодичної преси, в наукових статтях і монографіях. І тим не менш, однозначного визначення цього поняття поки не існує.

У деяких країнах Східної Європи громадою називають низову адміністративно-територіальну одиницю, крім того – ланкою суспільно-політичної організації. Таке уявлення про громаду поширене і в Україні. Більшість людей на питання про те, чим на їхній погляд є громада, відмічають, що це – люди, які проживають в селі або невеличкому районному центрі. При конкретизації цього поняття, опитувані зазвичай вказують на наявність у членів громади формалізованих структурних елементів, таких як влада, бізнес, установи культури, охорони здоров'я, громадські організації та політичні партії.

Конституція України (Стаття 140) стверджує право територіальної громади на самостійне вирішення питань місцевого значення. При цьому, під територіальною громадою розуміються жителі села чи добровільного об'єднання у сільську громаду жителів кількох сіл, селищ та міста.

Основними ознаками територіальних громад як людських спільнот є:

- Приналежність до території з абсолютно визначеними межами;
- Відокремленість місця проживання, що дозволяє виділити його в окреме місто, селище, село;
- Постійність проживання;

- Відображення населеного пункту в адміністративно-територіальному устрої держави.

Я.Варда и В.Клосовські пропонують розглядати територіальну громаду в Україні в таких якостях:

- Як колектив самостійних суб'єктів права – фізичних осіб;
- Як носія певного культурного надбання, якому можуть бути притаманні місцеві традиції та звичаї, носія духовно - інтелектуального потенціалу;
- Як концентрацію трудових ресурсів;
- Як первинного суб'єкта місцевого самоврядування та елемент системи місцевого самоврядування;
- Як суб'єкта права комунальної власності;
- Як суб'єкта бюджетного права, за яким визнаний відповідний бюджет місцевого самоврядування [9; с.42].

У наукових дослідженнях громада найчастіше розглядається в аспекті проблематики, досліджуваної тією чи іншою наукою.

Так, наприклад, це складне утворення можливо досліджувати з позиції філософського вчення про соціальний просторово-часовий континуум. В українській культурі час і простір – це засоби згуртування людей. Соціальний час і простір розглядаються сучасною філософією як форми руху буття соціально-історичних процесів, суб'єктами яких є соціальні спільноти, групи, покоління. Тобто громаду можна розглядати як соціальну спільність, яка є суб'єктом зміни того світу, в якому розгортається її буття.

Громада має свій соціальний час у вигляді минулого, теперішнього і майбутнього. При цьому минуле в громаді – це те, що перестало бути актуальним для людей завдяки подальшого розвитку (відстала техніка, технології, наукові знання, соціальні відносини, форми управління і т.п.). Однак, найбільш цінні елементи минулого переходять у теперішнє, стають актуальними у даний час (мистецтво, література та інше). Теперішнє постає діяльністю даних членів громади, що проявляють активність в досягненні поставлених завдань, реалізації інтересів. Теперішнє пов'язано з переживаннями членів громади, з тим, як вони оцінюють своє буття, як задовольняють свої потреби. Майбутнє громади пов'язано з можливим, воно існує у вигляді різних перспектив розвитку, в планах проектах, програмах, котрі ще не ввійшли в практику. Саме тут функціонують моральні цінності та ідеали, які стимулюють людську діяльність у бік прогресу [51;].

Соціологія як генералізуюча наука про становлення та функціонування соціальних спільнот вивчає весь соціокультурний простір громади, тобто досліджує всі соціальні процеси громади, незалежно від того, якими вони є: економічними, політичними, правовими, творчими, релігійними, філософськими, етнічними та ін. Крім цього, ця наука спроможна дати знання про реальний стан громади, зміни в ній, нові процеси та явища, які раніше не зустрічалися.

Соціальну психологію цікавить проблема психологічної характеристики громади, закономірності спілкування та взаємодії, поведінки і діяльності людей, зумовлені фактом включення їх в громаду.

Політологію цікавлять багато аспектів життя громади, а насамперед ті, які пов'язані з функціями держави, структурою державної влади, а також системою сучасного суспільства. Як в громаді затверджується законність і правопорядок? Як захищається економічний базис громади? Як регулюються соціальні конфлікти в громаді і як забезпечується узгодженість інтересів потреб окремих членів громади і різних груп, що складають її? Як забезпечується екологічна безпека, розумне використання природних ресурсів? Як функціонують органи місцевого самоврядування? Ось далеко неповний перелік питань, які досліджує політологія в рамках вивчення місцевих громад. Крім цього, досліджуючи структуру громадянського суспільства, політологія вивчає особливості функціонування у місцевій громаді політичних партій та громадських об'єднань, які відіграють важливу роль у суспільно-політичному житті місцевого соціуму. Особливо великого значення у місцевій соціальній політиці набувають громадські організації, які є своєрідною з'єднувальною ланкою між органами місцевої влади і відповідними діячами членів місцевої громади. Громадські об'єднання можуть надавати велику допомогу місцевим владним структурам у виконанні функцій управління. Громадські організації привертають увагу членів місцевої громади до найбільш гострих проблем, пропонують способи їх вирішення, вимагають від владних структур їх вирішення.

Таким чином, увага суспільних наук до проблематики, пов'язаної з вивченням громади, свідчить про те, що ця спільність є життєво важливою для кожного її члена. Саме у громаді відбувається засвоєння і відтворення індивідом соціального досвіду. Тут здійснюється

соціальне навчання кожного члена громади і його взаємодія з іншими людьми. Залежно від ступеня зануреності в різноманітні стосунки, людина в громаді навчається регуляції соціальної поведінки. З іншого боку, короткий огляд основних напрямів дослідження громади переконує в тому, що громада - це складне, багатоаспектне, багаторівневе утворення, і кожна наука акцентує увагу на одній із сторін досліджуваного феномена.

Особливий напрямок складають дослідження, в яких міститься спроба визначення ролі неурядових організацій в житті громади. У вирішенні цього питання можна виділити дві протилежні точки зору. Одні автори ототожнюють місцеву громаду з місцевою спільнотою, в якій головну роль відіграють окремі особи, а неурядові організації або місцева влада є тільки певними складовими елементами. Інші вважають, що в сучасних умовах громадські організації є головною дієвою особою в місцевій громаді, так як вони «...активізують та інтегрують суспільство. Вони є стимулятором для місцевого самоврядування в питанні вирішення місцевих проблем. Окрім того, вони є одним із найпростіших каналів ідентифікації суспільних потреб. Організації добре володіють ситуацією в своєму середовищі, знають найважливіші проблеми групи, для якої працюють. Місцеві громади і неурядові організації нерозривно пов'язані між собою» [42; с. 8].

Своє бачення проблеми намагаються дати автори "Громади України: на шляху відродження". Акцентуючи увагу на питаннях розвитку громади, вони пишуть: "...слово "громада" означає будь-яку групу людей, об'єднану сталими взаєминами з метою покращання себе та світу, в якому вони живуть" [17; с. 21]. У цьому визначенні подані найбільш загальні та суттєві ознаки даного поняття. Громада - це, перш за все, група, яка має соціально значиму мету, спрямовану на позитивні зміни як окремого індивіда, що входить в неї, так і навколишнього його світу. Наявність цієї мети, прагнення її досягти, обумовлює виникнення між членами громади різних відносин і взаємозв'язків, які мають більш менш стійкий характер.

Таким чином, наукові та життєві уявлення про громаду мають довгу історію розвитку і широке коло аспектів вивчення. Це зумовлено надзвичайною складністю громади як соціального утворення, її багатоманітністю та багатогранністю. З огляду на це дамо загальне визначення громади з точки зору сучасних суспільних наук. В широкому значенні цього слова **територіальна громада** – це

сукупність всіх способів взаємодії та форм об'єднання людей, які є мешканцями певної низової адміністративно-територіальної одиниці і взаємозалежні один від одного. У більш вузькому сенсі місцева громада виступає структурно або генетично визначеним типом спілкування людей, посталим як певна історична цілісність або система.

Найбільш характерними ознаками громади є:

- спільність території, на якій проживають люди;
- наявність взаємодії та спілкування між членами громади;
- цілісність і сталість громади як певного єдиного цілого;
- автономність і самодостатність, самоуправління, саморегуляція, саморозвиток;
- здатність підтримувати і відтворювати високу інтенсивність внутрішніх зв'язків;
- певний рівень розвитку культури з усталеною системою норм, цінностей, які лежать в основі соціальних зв'язків між людьми.

Громада, як форма об'єднання людей, завжди представлена взаємозв'язками та взаємозалежностями, які утворюються між її членами. Разом з тим, ця спільність представляє собою системну цілісність, яка складається з єдності компонентів, які входять до її складу. Іншими словами: громада має власну структуру, яка представляє собою сукупність стійких зв'язків цієї спільності, що забезпечують її цілісність та тотожність до самої себе. Проблема визначення структурних елементів громади постає достатньо складною. Вирішення цього питання пов'язане з вибором уявлень про природу суспільства взагалі та його структури зокрема. Не занурюючись у подробиці різних точок зору стосовно соціальної структури, вкажемо на найбільш поширені підходи до вирішення цієї проблеми. Одні автори [65; 12;77; 39] йдуть шляхом виділення в суспільстві самостійних підсистем, кожна з яких здійснює вплив на інші, одночасно зазнаючи на собі зворотні дії. У зв'язку із цим виділяються наступні підструктури:

- економічна;
- соціальна;
- політична;
- культурна

Ці підструктури представлені у вигляді соціальних інститутів, які є головними механізмами, що забезпечують функціонування та

збереження соціальної системи. На думку А.Р. Редкліфа-Брауна «соціальна структура є організацією особистостей в певних відносинах та регулюється інститутами, що представляють собою встановлені зразки поведінки чи набір зразків поведінки, які відносяться до певної галузі соціального життя. Процес функціонування соціальної структури як раз і являє собою соціальне життя, спільні дії та взаємодію акторів, які включаються в соціальні відносини шляхом соціальної структури» [77; с.312].

Як бачимо, соціальні інститути за концепцією Редкліфа-Брауна, утворюють головний зміст соціальної структури, так як вони встановлюють межі, варіації соціальної дії, які припиняють носити випадковий характер, оскільки спрямовуються та регулюються вимогами економічних, соціальних, політичних, культурних інститутів.

Інший напрямок пов'язаний з розглядом структури спільноти з точки зору соціальних процесів та явищ, які у ній відбуваються. Беручи до уваги цей показник, автори навчального посібника з соціології [53:] виділяють наступні елементи:

- Соціальні дії та взаємодії;
- Зв'язки та взаємовідносини;
- Соціальні цінності і норми.

Перераховані вище елементи реалізуються в різноманітних формах соціальної діяльності членів спільноти. Соціальна діяльність – це індивідуальні чи колективні дії суб'єктів, які прямо чи опосередковано впливають з інтересів суспільних груп і цінностей, що вони поділяють.

Соціальну діяльність можна розглядати в широкому й вузькому значенні. У широкому розумінні соціальна діяльність постає як реалізація суспільних відносин, взаємодія різних соціальних спільностей та окремих осіб для здійснення певних соціальних інтересів. У вузькому значенні соціальна діяльність – це методи й засоби виконання соціальних функцій певними індивідами, соціальними групами, а також засоби протидії їм.

Доктор соціологічних наук, професор Львівського державного університету, Н.Черниш пропонує поєднати ці підходи, доповнюючи їх трьома рівнями системного аналізу суспільства: макрорівнем (суспільство в цілому), мезорівнем (соціальні спільноти та соціальні інститути), мікрорівнем (людина). Таку структуру можливо побудувати, якщо дотримуватися наступних процедур:

- “схематично уявити соціальну систему як пласку піраміду, елементи якої функціонують на трьох рівнях: макро-, мезо- та мікрорівнях;
- наповнити цю піраміду об’ємністю із додаванням чотирьохбічних сторін відповідно до підсистем або сфер: економічної, політичної, соціальної та культурної;
- просякнути цю багатовимірну піраміду прямими та наискісними стрілками, які позначають соціальні взаємодії” [62; с. 14-15].

Відповідно до цього підходу структуру громади складає другий рівень (мезорівень), який супроводжується створенням різних соціальних інститутів. Соціальні інститути – історично обумовлені утворення, вони склалися для повноцінного функціонування спільностей, завдяки якому людина входить у життя суспільства та виконує в ньому певні соціальні ролі та функції. Вперше термін «соціальний інститут» ввів англійський філософ та психолог Герберт Спенсер, він підкреслює, що соціальні інститути створюються спільностями людей для кращої організації їх внутрішнього життя та для удосконалення стосунків між ними.

Соціальні інститути - це механізми самоорганізації спільного життя людей. Вони забезпечують перетворення асоціальної за природою людини в соціальну істоту, здатну до спільних дій. Г.Спенсер виділяє такі типи соціальних інститутів:

- Домашні інститути – сім’я, шлюб, проблеми виховання.
- Обрядові (церемоніальні) – покликані регулювати повсякденну поведінку людей, встановлюючи звичаї, обряди, етикет і т. д.
- Політичні - поява пов’язана з перенесенням внутрішньо групових конфліктів на сферу конфліктів між групами; у становленні політичної і класової структури суспільства вирішальну роль грали конфлікти і війни (потреба оборони або завоювання найбільше згуртовують суспільство).
- Церковні - храми, церкви, парафіяльні школи, релігійні традиції.
- Професійні та промислові інститути – виникають на основі поділу праці; професійні (гільдії, цехи, професійні союзи) – консолідують групи людей по професійних заняттях; промислові – підтримують виробничу структуру суспільства. Значення суспільного виробництва, зростає в міру переходу від воєнізованих суспільств до індустріальних: супроводжується підвищенням ролі трудових відносин,

а пряме насильство поступається місцем внутрішньому самообмеженню [26; с.414].

Даний підхід до класифікації соціальних інститутів можливо використовувати для виділення структурних компонентів громади, за умови конкретизації політичного інституту за рахунок введення в нього таких утворень як місцеве самоврядування та недержавні громадські організації. При цьому місцеве самоврядування – це політико-правовий інститут, у межах якого здійснюється управління місцевими справами в низових адміністративно територіальних одиницях (громадах) через самоорганізацію місцевих жителів, за згодою і при підтримці держави. Громадські організації – це добровільні об'єднання громадян, що виникають внаслідок їхнього вільного волевиявлення на основі спільних інтересів і завдань.

Таким чином, якщо в складній, багаторівневій структурі громади виділити окремі елементи у вигляді соціальних інститутів, тоді цілком очевидно, що структурними компонентами громади будуть сім'я, місцева влада, неурядові організації, церква, релігійні конфесії, державні підприємства, які працюють на цій території, місцевий приватний бізнес.

Цікавий підхід до визначення структури громади міститься в навчально-методичному посібнику «Громади України: на шляху відродження». Автори використовують так звану модель «серця», яка складається з чотирьох елементів. «Серце» оточене трьома концентричними колами. Ось як автори описують дану структуру:

Серце посередині символізує пересічних людей, які взяли на себе обов'язок працювати разом над поліпшенням своєї громади.

Друге коло, що оточує серце, може символізувати тих людей і організації, які працюють безпосередньо з “серцем” і з волонтерськими групами, щоб стимулювати і підтримувати процеси розвитку громади. Це той рівень, на якому знаходяться працівники, лідери розвитку громади. До цього кола входять також місцеві чи обласні органи виконавчої влади, а також регіональні недержавні ресурсні центри. Їхня роль полягає у навчанні ініціативних груп та пересічних громадян на рівні “серця”, а також громадських організацій шляхом надання підтримки, інформації та технічної допомоги. Їхнє призначення – підтримувати “серце”, але вони ніколи не повинні займати його місце або виконувати його роботу.

Третє коло, що оточує “серце”, символізує регіональні та загальнодержавні владні та економічні структури, які можуть утворювати позитивне, або негативне середовище для процесів розвитку громади через законодавство, визначення політичного курсу та бюрократичні процеси.

Четверте коло уособлює міжнародні сили та зовнішні умови, що впливають на розвиток громадянського суспільства” [17; с.38-39].

Таким чином, громада як системне соціальне утворення, має свою структуру. Основоположними елементами цієї структури є діяльність найважливіших соціальних інститутів, перш за все таких, як економіка, політика, культура, сім'я та інші, які контролюють, врегульовують і спрямовують діяльність членів громади у найважливіших сферах життєдіяльності. До соціальних явищ і процесів, що становлять громаду, відносяться також соціальні дії та взаємодії, соціальні відносини, соціальні цінності та норми. Структура забезпечує не тільки стабільність, стійкість громади, але і її успішний розвиток.

1.2. Розвиток громади як стратегія вирішення локальних соціальних проблем

Громада як досить складне соціальне утворення, що має різноманітні соціальні зв'язки, стосунки, взаємодії, постійно зазнає змін. Ці зміни стосуються всіх складових елементів громади, всіх сфер життя людей, що проживають в ній. Спрямовану, необоротну зміну називають розвитком. У результаті розвитку виникає новий якісний стан соціального об'єкта, його складу або структури.

Весь історичний досвід розвитку суспільства свідчить про те, що в соціальному житті постійно відбуваються зміни, а, отже, здійснюється і його розвиток.

Категорія «розвиток» відносно до життя громади розглядається в двох аспектах:

- Як спосіб, шлях вирішення локальних соціальних проблем;
- Як принцип пояснення історії суспільства.

У контексті обговорюваної в цьому розділі теми нас цікавить перший аспект – вибір підходу до вирішення соціальних проблем на місцевому рівні. Однак це завдання виявляється розв'язуваним лише в тому випадку, якщо ми візьмемо до уваги другий аспект. У зв'язку з

цим розглянемо, як суспільні науки пояснюють джерела та рушійні сили розвитку суспільства.

В історії суспільствознавства є декілька напрямків дослідження цієї проблеми:

- Визначення факторів розвитку (зовнішні або внутрішні);
- Вивчення причин розвитку (суб'єктивні або об'єктивні);
- Пояснення характеру зв'язків, що лежать в основі розвитку (причинно-наслідкові або випадкові);

Деякі дослідники, зокрема представники географічного напрямку, стверджують, що провідні чинники розвитку соціальних систем знаходяться за межами цієї системи, тобто головним джерелом розвитку є зовнішні умови існування суспільства (клімат, ґрунт, ландшафт та ін.). Дійсно, на ранніх етапах розвитку людства люди об'єднувалися в громади на основі родинних зв'язків. Така соціальна спільність створювалася як засіб виживання, як спосіб захисту від стихійних сил природи, диких тварин і нападів сусідніх племен. Іншими словами: люди об'єднувалися в громади, керуючись зовнішніми причинами, прагненням забезпечити своє існування у ворожому і небезпечному для них світі.

Однак поступово в процесі історичного розвитку зовнішні умови як спонукальні сили розвитку все більше поступаються місцем внутрішнім, суб'єктивним чинникам людського життя, тому більшість сучасних учених вважає, що джерела розвитку суспільства в цілому та окремих його спільнот слід шукати в самому суспільстві, в самій громаді. І тим не менше, не можна повністю виключати зовнішній (природний) по відношенню до суспільства фактор розвитку. Невипадково в останні роки все більше стверджується так звана «нова екологічна парадигма» на противагу домінуючій раніше соціальній парадигмі. Відмінності цих парадигм наводить О. А. Яницький [69;] в наступній таблиці:

Домінуюча соціальна парадигма	Нова екологічна парадигма
<i>Низька цінність природи</i> <ul style="list-style-type: none">• Природа існує для вироблення благ;• Панування людини над природою;• Надання переваги економічному зростанню	<i>Висока цінність природи</i> <ul style="list-style-type: none">• Природа є цінною сама по собі;• Гармонія людини і природи;

	<ul style="list-style-type: none"> • Надання переваги захисту довкілля
<p>Співчуття лише до тих, хто поруч і близький</p> <ul style="list-style-type: none"> • Експлуатація людиною інших істот для задоволення своїх потреб • Байдужість до потреб інших людей • Інтерес лише до людей свого покоління 	<p>Співчуття як життєвий принцип стосовно до</p> <ul style="list-style-type: none"> • Інших живих істот; • Інших людей; • Інших поколінь
<p>Згода на ризик з метою досягнення багатства</p> <ul style="list-style-type: none"> • Наука, техніка, технології несуть величезне благо для людей; • Швидкий розвиток атомної енергетики; • Пріоритет добувним ресурсозатратним технологіям; • Применшення значення регулювання, використання ринкових механізмів, індивідуальна відповідальність за ризик 	<p>Продумане планування і дії з метою уникнення ризику</p> <ul style="list-style-type: none"> • Наука, техніка, технології не завжди благо; • «ні» дальшому розвиткові атомної енергетики; • пріоритет ресурсозберігаючим технологіям; • державне регулювання з метою захисту природи і людини, Їх взаємна відповідальність
<p>Зростання без обмежень</p> <ul style="list-style-type: none"> • Природні ресурси невичерпні; • Пріоритет виробництву і споживанню 	<p>Обмежене зростання</p> <ul style="list-style-type: none"> • Природні ресурси обмежені; • Пріоритет збереженню
<p>Збереження традиційного суспільства</p> <ul style="list-style-type: none"> • Люди по-хижацьки руйнують природу і свій організм; • Ієрархія й ефективність 	<p>Потреба у якісно новому суспільстві</p> <ul style="list-style-type: none"> • Люди в міру використовують природу; • Відкритість і співучасть
<p>Домінуюча соціальна програма</p> <ul style="list-style-type: none"> • Надання переваги ринку; • Змагання і конкуренція; • Стили життя, які є складними і швидкозамінюваними; • Праця з метою задоволення економічних потреб 	<p>Нова соціальна програма</p> <ul style="list-style-type: none"> • Надання переваги суспільному благу; • Кооперування; • Прості стилі життя; • У праці головне – задоволення нею

Стара політика	Нова політика
<ul style="list-style-type: none">• Експертиза;• Надання переваги механізмам ринкового контролю;• Відмова від прямих дій, використання існуючих соціальних інститутів;• Збереження старої, «право-лівої політико-партійної системи»	<ul style="list-style-type: none">• Консультації та співучасть;• Надання переваги передбаченню і плануванню;• Готовність до прямих дій;• Нова політико-партійна структура, орієнтована на нові проблеми.

Із зіставлення двох парадигм видно, що не можна ні перебільшувати роль зовнішнього, природного фактора розвитку суспільства, ні ігнорувати його. Те чи інше розуміння ролі природи в соціальних змінах впливає і на зміст соціального устрою, і на політичні процеси, і на спрямованість соціальних програм.

Надзвичайно важливим є і підхід до з'ясування причин поступу людства, оскільки той чи інший погляд на цю проблему в остаточному підсумку визначає напрямок розвитку, вірніше спосіб його здійснення.

Відповідно до марксистської концепції, розвиток – це природно-історичний процес руху і зміни суспільно-історичних формацій. Рушійною силою розвитку є боротьба протилежностей, яка виявляється в усіх сферах суспільного життя. Це, перш за все, боротьба між антагоністичними класами, вона призводить до соціальної революції, яка є виразом суперечностей між продуктивними силами і виробничими відносинами. Соціальна революція, з точки зору марксизму – це не аномалія, а нормальна, закономірна форма поступального розвитку суспільства. Усі країни і народи, просуваючись у суспільному розвитку, нібито обов'язково повинні пройти через революцію.

Більшість соціологічних шкіл і напрямів негативно ставляться до соціальних революцій, які, як правило, супроводжуються грубим насильством, розрухою, зубожінням народу. Рушійну силу розвитку вчені бачать у властивих будь-якому суспільству конфліктах і протиріччях. При цьому вони вважають, що ці соціальні конфлікти піддаються раціональному регулюванню, що призводить до «контрольованої еволюції», яка є необхідною умовою соціальної стабільності. Іншими словами: більшість вчених пріоритет у розвитку

суспільства віддає реформам, поступовим еволюційним змінам, його вдосконаленню.

Наступне питання, на якому слід зосередити увагу при розгляді джерел і рушійних сил розвитку – це проблема їх об'єктивності і суб'єктивності. Принциповими на даному рівні розгляду є питання про те, чи є суспільство суб'єктною або об'єктною системою. Іншими словами: суспільство – це суб'єкт чи об'єкт? Традиційне розрізнення цих понять йде по лінії активності – пасивності.

Суб'єкт – це індивід чи група як джерело пізнання і перетворення дійсності; носій активності, який здійснює зміни в інших людях і в собі самому як іншому. Суб'єктність людини виявляється в його вітальності, діяльності, спілкуванні, самосвідомості [30;]. Об'єкт – це фрагмент реальності, на яку направлена активність взаємодіючого з нею суб'єкта.

Як бачимо, суб'єкт завжди активний в той час коли об'єкт є пасивною субстанцією. Причину активності (пасивності) суб'єкта (об'єкта) слід шукати в самому суб'єкті (об'єкті). На думку російських соціологів А.Бороноєва, Ю.Письмак, П.Смірнова, які займаються проблемою моделювання соціологічних систем, такою внутрішньою властивістю, що робить об'єкт суб'єктом, є несамодостатність суб'єкта, тобто неможливість його тривалого існування без об'єкта. Об'єкт, навпаки, для свого існування не має потреби ні в чому. Він самодостатній. Суспільство не може існувати без споживання навколишнього середовища. І тому воно є системою суб'єктивного типу [7;]. У зв'язку з проблемою розвитку громади, питання про соціальну активність її членів набуває особливої актуальності. Умовою для розвитку соціальної активності виступає як комплекс всіх «факторів місця», так і такі види людської діяльності як спілкування, пізнання, праця, громадська та інші види діяльності.

Проблема визначення характеру зв'язків, що лежать в основі соціальних змін, також не знаходить однозначного рішення. Одні вважають, що розвиток суспільства обумовлено причинно-наслідковими зв'язками, інші стверджують, що в цьому процесі переважають випадковості.

Перший напрямок є більш поширеним, і саме його має бути покладено в основу розвитку громади. У відповідності з поглядами, які затверджуються в даній концепції, громаду слід розглядати як систему, що складається з окремих підсистем. Кожна з підсистем знаходиться в

причинно-наслідковій залежності від інших. Всі ці підсистеми складають ієрархічну структуру, знаходяться в певній субординації, підпорядкованості.

Прихильники випадкового характеру соціальних змін нечисленні, і це цілком закономірно: адже вони розглядають суспільство і будь-яку форму його організації як безструктурну сукупність особливостей або компонентів, а зміни, що відбуваються в суспільстві, пояснюють випадковими варіаціями. Цілком очевидно, що такі погляди призводять до заперечення сенсу людського життя і моральних цінностей людства.

Таким чином, розгляд теоретичних основ суспільства як цілісної системи дозволяє сформулювати висновки щодо розвитку громад:

- Зовнішні умови громади як збуджувальні сили розвитку сьогодні все більше поступаються місцем суб'єктивним чинникам людського життя, тому джерела розвитку громади слід шукати в ній самій. Громада має потенційну здатність до саморозвитку і соціальних змін, вона втілює у собі повсякденні потреби і далекосяжні інтереси людського існування

- Рушійна сила розвитку полягає в притаманних будь-якому суспільству конфліктах і протиріччях. Соціальний конфлікт піддається раціональному регулюванню, що призводить до «контрольованої еволюції». Еволюційний шлях, шлях реформ є необхідною умовою соціальної стабільності.

- Спільнота – система суб'єктивного типу, тому вона є носієм соціальної активності, яка проявляється в потребі членів громади змінювати або підтримувати основи своєї життєдіяльності відповідно до своїх ціннісних орієнтацій. Істинно соціальна активність полягає в спрямованості на зміну обставин життя людей і на само зміну з користю для себе та інших людей.

- Громада – це система, що складається з окремих підсистем. Кожна з підсистем знаходиться в причинно-наслідковій залежності від інших. Всі ці підсистеми складають ієрархічну структуру. Знаходяться в певній субординації, підпорядкованості.

Тепер доцільно звернутися до практичних аспектів розвитку громад. Найбільш повно і всебічно це питання представлено в роботі учасників українсько-канадського Проекту розвитку громадянського суспільства «Громади України: на шляху відродження». Автори визначають розвиток громади наступним чином: «Це особливий вид змін, що допомагає людині реалізувати свій позитивний потенціал особистості

як члена родини та громади» [17; с. 28]. У цьому визначенні підкреслюється суттєва сторона розвитку: спроможність членів громади до саморозвитку, до позитивної зміни себе та інших.

У подальшому автори уточнюють: «Отже, розвиток громади – це певний підхід до розв’язання людських потреб, який сприяє налагодженню стосунків на основі довіри, єдності та співпраці, необхідних людям для того, аби вони могли працювати разом над усвідомленням та аналізом своїх проблем, і знаходити справедливі та ефективні розв’язання цих проблем» [17; с.29].

Як бачимо розвиток громади автори розглядають як стратегію вирішення соціальних проблем. Ця стратегія допомагає налагодити людям стосунки на основі довіри, взаєморозуміння та співпраці.

Джерела та рушійні сили розвитку громади учасники Проекту розкривають у конкретизації наступних принципів:

- *Люди здатні перетворювати світ.* В цьому принципі підкреслюється провідна роль суб’єктивного чиннику у розвитку громади. Розвиток громади пов’язаний зі свідомою діяльністю індивіда, на перший план виходить індивідуальна свідомість та її спонукальний вплив на динамічні зміни у громаді.

- *Розвиток відбувається зсередини.* «Доки людина не матиме бажання змінити себе саму, ніхто інший не може змінити її. Оточення може лише надавати підтримку, дещо радити, але вирішальне значення у прийнятті рішення відіграє сама особа, лише вона вирішує, що для неї добре, а що ні, якою дорогою іти і що робити» [16; с.85]. Цей принцип також підкреслює велике значення суб’єктивних факторів в розвитку громади. Тобто у розвитку переважають чинники, пов’язані з раціональною, вмотивованою поведінкою та діяльністю суб’єкта – людської особистості.

- *Взаємопов’язаність: цілісний підхід.* «Говорячи про розвиток громади, будьте свідомі, що все взаємопов’язано, і по справжньому зрозуміти окрему проблему розвитку можна лише зважаючи на відносини, які існують між цією проблемою та іншими ділянками життя» [16; с.93]. Цей принцип підкреслює причинну зумовленість усіх соціальних процесів. Кожна підсистема, що входить в структуру громади існує не ізольовано. А знаходиться у причинно-наслідковій залежності від інших.

- *Двигуном і рушієм розвитку є участь.* «Лише тоді, коли людина робить свій внесок в загальну справу, тобто починає брати в ній участь,

можна здійснювати процес розвитку та досягти бажаного результату» [17; с.94].

Автори навчального посібника із розвитку громади розглядаючи механізми побудови демократії шляхом розвитку громад та посилення впливу громадськості на вирішення нагальних проблем, формулюють наступні принципи роботи в громаді:

- Бажання змінити своє життя і готовність до відповідальності як основний принцип дій

- Позитивне мислення, гнучкість
- Збереження культурних традицій громади
- Участь як умова розвитку громади
- Розвиток партнерства
- Спільне вирішення конфліктів
- Готовність до навчання [43; с 26-28].

Отже, розгляд основних джерел і рушійних сил розвитку громади дозволяє визначити її стратегію, тобто виділити ті питання теорії і практики, які охоплюють планування та організацію розвитку громади, розробку способів і форм розвитку, розподіл ресурсів для досягнення поставлених цілей.

1.3. Участь громадян у розвитку місцевої громади

Однією з найбільш актуальних потреб сучасного українського суспільства є сталий розвиток територіальних громад, розташованих в малих містах і сільській місцевості. Дослідження останніх років, а також дані державної статистики свідчать про скорочення чисельності сільського населення і малих міст за рахунок міграції його у великі індустріальні центри України, а також за кордон. Основна причина даної ситуації полягає в тому, що люди не мають можливості на місцях задовольнити свої життєво важливі потреби у працевлаштуванні, отриманні медичної та соціальної допомоги, в якісному навчанні та вихованні дітей і молоді, тобто в тому, що стосується їх благоустрою та соціалізації. Рішенням даних проблем на локальному рівні займаються органи місцевого самоврядування. Разом з тим відомо, що людина, якій делеговані повноваження, ніколи не буде більш зацікавлена в правильному їх використанні, ніж пересічний громадянин. Розвиток місцевої громади та її поліпшення - це продукт участі та роботи самих громадян. Іншими словами: ефективність вирішення місцевих проблем

значно підвищується, якщо в цьому процесі беруть добровільну участь і пересічні громадяни. Зарубіжний і вітчизняний досвід свідчить про те, що без участі громадян регіональна політика перетворюється в байдуже «управління територіями».

Аналізуючи характер громадської участі в 22 країнах, Н. Кеннет і Дж. Хейко відзначають, що ця форма активності поряд з людським щастям, демократією, економічним добробутом є ключовою умовою і компонентом життєвого світу сучасної людини [75; с.29]. В останні роки зростає інтерес до феномену участі як серед дослідників, так і серед практиків. У наукових дослідженнях феномен участі розглядається в аспекті вивчення соціальних мереж, соціального капіталу, соціальної ідентичності, проблем місцевих співтовариств, партнерства, громадянського суспільства і т.д. Осмислення нових соціальних практик привело, з одного боку, до диференціації проблематики участі, виділення окремих його видів у самостійні напрямки дослідження: вивчається політична, цивільна, громадська, індивідуальна, горизонтальна, вертикальна участь, участь в житті спільноти і т.д. З іншого боку, досліджуються процеси інституціоналізації участі: розглядаються сфери, норми, правила технології реалізації участі.

У найбільш широкому сенсі участь характеризується сьогодні як «ситуативна практика», що реалізується в рамках певного територіального і соціального простору з властивими політичними, соціальними, культурними та історичними особливостями [72; с. 51].

Умовою виникнення участі є суспільний інтерес. Участь здійснюється шляхом об'єднання індивідів у спільноти різного ступеня формалізації. На думку сучасних теоретиків громадянського суспільства, будучи майданчиком добровільних колективних дій, навколо спільних інтересів, цілей, цінностей, громадянське суспільство і складається з подібних формалізованих і неформалізованих об'єднань і асоціацій.

В літературі зустрічаються два терміни: «громадянська участь» і «громадська участь».

Громадянська участь (civic, citizen participation) – участь осіб в різних структурах та демократичних інститутах. Айвазян А.А. досліджує феномен «громадянської участі» як дієвий аспект громадянської культури людини [5;]. На думку М. Р. Холмської [60;] під поняттям "громадянська участь" мається на увазі включення, або

залучення, тих ким управляють до управління (до обговорення та розробки політичних, соціально-економічних, культурних програм і проєктів), впливу на прийняття рішень та контроль за їх виконанням, самоуправління на «низовому» (місцевому) рівні. Під громадянською участю розуміється один із принципів громадянського суспільства, побудованого на засадах конституційної демократії. Мова йде про реальну можливість громадян публічно висловлювати свою позицію, консолідуватися з однодумцями для обміну думками, для пропаганди своїх поглядів, для надання організованого впливу на органи влади, висувати свою кандидатуру на виборах і т. п. При цьому під цивільною участю маються на увазі найменш політизовані форми політичної участі, які передбачають при цьому не просто участь жителів, а участь саме громадян країни, тобто частини населення з активістською політичною культурою, або культурою участі.

Близьким за змістом до поняття "громадянська участь" є поняття "громадська участь". Цей термін майже не використовується сьогодні у вітчизняній політологічній літературі, проте, застосовується у виданнях, які розглядають діяльність недержавних, некомерційних громадських організацій (НГО). У зарубіжній літературі це поняття отримало найбільше поширення у виданнях, присвячених аналізу методів участі громадськості в рішеннях екологічних проблем.

Саме в одній з таких робіт наведено наступне визначення: громадська участь - це безперервний двонаправлений процес взаємодії між громадянами та органом влади (установою, відомством), що відповідають за прийняття рішення та включає: заходи, що сприяють повному розумінню громадськістю процесів і механізмів підготовки та прийняття рішень відповідальним відомством; повне інформування громадськості про статус та просування розробки та впровадження проєктів, планів, програм, про вироблення пріоритетів політики або проведення оцінки; активний збір думок усіх зацікавлених громадян, відомостей про сприйняття ними цілей і завдань, а також про їх уподобання щодо використання ресурсів та альтернативних стратегій розвитку або управління будь-якої іншої інформації, що стосується прийнятого рішення [54;].

Більшість досліджень, присвячених розкриттю феномену «участь» акцентують увагу на особливостях взаємодії спільноти і держави. Так, Сунгуров А. визначає участь як безперервний двонаправлений процес взаємодії між громадянами та органом влади (установою, відомством)

[54;]. Гончаров Д. та Гоптарева І. розглядають участь як інструментальну активність, за допомогою якої громадяни намагаються впливати на уряд таким чином, щоб він вживав бажаних для них заходів [13;]. Аналогічне трактування феномену участі зустрічається і в працях, де розглядається практика вирішення проблем в різних сферах (освіті, містобудівництві, екології тощо). При цьому взаємодія з органами влади розглядається як основний, а часто й єдиний інструмент вирішення даних проблем [37;].

Більш широке розуміння участі зустрічається в американській дослідницькій літературі. Тут підкреслюється, що участь реалізується через колективну діяльність по досягненню спільного соціально значимого результату. При цьому держава, державні установи можуть виступати лише одним із суб'єктів даної взаємодії, разом з окремими індивідами, групами, громадськими об'єднаннями, недержавними організаціями та спільнотами. У розвинених суспільствах участь найчастіше проявляється в асоціативному житті і сприяє формуванню зв'язків, соціального капіталу та загальних норм між людьми формуючи довіру і почуття ідентичності [78;].

Найчастіше подібні форми колективності сприймаються і інтерпретуються дослідниками як соціально конструктивні, як певне суспільне благо, але поряд із зміцненням згуртованості і капіталу участь може сприяти соціальному розколу, а прагнення до асоційованості може сприяти просуванню втому числі і соціально радикальних цілей, наприклад неофашистських, ультранаціоналістичних, сприяти створенню мафіозних кланів, стимулювати насильство [76;].

Однак незалежно від цілей колективна участь завжди унормована і процес вироблення норм відбувається в процесі спільної діяльності. Саме в процесі спільної діяльності створюються установи і структури, які, дозволяючи і заохочуючи участь, утворюють взаємозміцнюючу систему, яка заохочує більш широку участь. Такою структурою в Україні є Центри місцевої активності (ЦМА), які ініціюють і створюють умови для участі громадян у вирішенні локальних соціальних проблем.

Поняття «участь» пов'язане з поняттям «соціальна активність». «Соціальна активність - це сукупність форм людської діяльності, свідомо орієнтованої на вирішення завдань, що стоять перед

суспільством, класом, соціальною групою в даний історичний період» [31; с. 179].

В якості суб'єкта соціальної активності може виступати особистість, колектив, соціальна група, шар, клас, суспільство в цілому. Суб'єкти соціальної активності складають соціальний ресурс місцевої громади, значущість якого важко переоцінити. У багатьох територіальних громадах для їх успішного розвитку бракує матеріальних (природних) і фінансових ресурсів. Однак є величезні соціальні ресурси.

Соціальні ресурси мають ряд особливостей, що відрізняють їх принципово, скажімо, від природних ресурсів. «По-перше, природні ресурси вичерпні як, наприклад, родовища корисних копалин, тоді як соціальні ресурси у відомому сенсі невичерпні. Їх використання не означає їх вичерпання, а навпаки, сприяє прогресуючій зміні, переходу суспільства на новий, більш високий рівень його розвитку. По-друге, соціальні ресурси - це не тільки частково, але й цілком поновлювані ресурси. Використовуючи, наприклад, інтелектуальний або комунікативний ресурс, ми аж ніяк не зменшуємо і не знищуємо їх, а, навпаки, навіть нарощуємо. Чим активніше використовуємо ці ресурси, тим в більшій мірі сприяємо їхньому розвитку. По-третє, природні ресурси можна тримати в запасі і від цього вони не збільшуються і не зменшуються. Інша річ - соціальні ресурси. Їх не можна тримати про запас, бо вони починають швидко знецінюватися і деградувати» [61;].

Соціальні ресурси - це продукт спільної соціальної активності населення, яку ініціює громада. Чим вищий соціальний ресурс місцевого співтовариства, тим більше можливості має в своєму розпорядженні населення для вирішення своїх нагальних місцевих проблем.

Центр місцевої активності використовує широкий набір способів і методів оптимального використання соціального ресурсу, а саме:

- оперативне вивчення і стратегічне узгодження територіальних міжгрупових і внутрішньогрупових потреб та інтересів;
- демонстрація досягнутих містом, селом успіхів;
- підвищення авторитету людей, які беруть активну участь у вирішенні місцевих проблем.
- підвищення рівня соціальної інформованості населення;
- сприяння освіті і розвитку неформальних об'єднань і громадських організацій;

• забезпечення та поглиблення «спільності переживань»; підвищення культури спілкування в спільній діяльності [1; с. 64].

У доповіді громадської палати Російської Федерації виділяються наступні види соціальної активності:

а) споживацька активність - скарги та прохання, спрямовані на те, щоб інші (влада, бізнес і т.п.) вирішили проблеми мешканців, у тому числі й ті, за які влада не відповідає («Перекладання»);

б) протестна активність - виникає з бажання жителів протидіяти діям і планам влади, майже не замислюючись про альтернативні плани. Така активність розвивається у формах пікетів, мітингів, колективних скарг, перекриттів доріг, узгодженого бойкоту виборів вулицею, мікрорайоном, протестного голосування на виборах;

г) фіктивно-демонстративна активність. При використанні населення як статистів для реалізації рекламних або політичних проєктів. Самостійна активність імітується за рахунок найнятих та сплачених активістів, а також публікацій у ЗМІ, інших методів;

в) конструктивна активність - ініціативи, спроби коригування дій влади та підприємств для створення більш сприятливих умов життєдіяльності території. Партнерська взаємодія влади та населення.

Як показує практика, громаді необхідна спеціальна інституція (ЦМА), яка спонукає мешканців громади до прояву конструктивної активності, яка завжди спрямовується на зміну ситуації з урахуванням ступеню ефективності результатів цього перетворення. У стані такої активності людина піднімається над стандартом, реалізує неординарні зусилля для досягнення суспільно значущої мети. Соціально-активний громадянин здатен підніматися над рівнем вимог ситуації, він ставить цілі, надмірні з точки зору вихідної задачі. Завдяки конструктивній активності людина справляється з внутрішніми та зовнішніми обмеженнями своєї діяльності.

Тим не менш численні дослідження свідчать про низький рівень соціальної активності громадян. Особливе місце серед чинників, що обумовлюють низьку соціальну активність населення, займають низький рівень міжособистісної довіри, громадської ініціативності та відповідальності, нерозвиненість соціальних зв'язків і взаємодій в рамках певної території - те, що в цілому характеризує ступінь самоорганізації місцевого співтовариства, його здатність самостійно організувати взаємодію з метою забезпечення свого оптимального функціонування і розвитку. Щоб бути ефективними, будь-які

перетворення, що торкаються широких верств населення, потребують безпосереднього залучення різних людей та соціальних груп, а не тільки очевидних прихильників і зацікавлених осіб. Тобто успішні зміни потребують масової підтримки, в загальній зацікавленості людей в благоустрії свого міста, району, села. Така підтримка здійснюється Центром місцевої активності, який підвищує зацікавленість людей шляхом залучення їх до спільної діяльності і формує довіру, терпимість у стосунках між ними.

Можливими шляхами підвищення локальної активності в сучасних умовах можуть стати спроби участі громадян у вирішенні проблем, пов'язаних з реструктуризацією місця проживання (прокладання доріг, водопроводів, будівництва мостів, тощо), екологічних проблем (вирубки дерев, порушення зеленої зони, забруднення навколишнього середовища і т.п.), вирішення конкретних завдань (облаштування і покращення роботи шкіл, організація зон відпочинку, дитячих і спортивних майданчиків, допомога людям похилого віку, організація дозвілля, спортивних і культурних заходів, тощо). Іншими словами: важливою формою прояву соціальної активності є активна участь членів громади у здійсненні позитивних змін як у власному житті, так і в житті оточуючих людей.

Таким чином, в сучасній науковій літературі є різні підходи до визначення феномена «участь». Подібна широта інтерпретації участі передбачає якісну різноманітність їх видів. Підсумовуючи види участі, що зустрічаються в літературі, І.А. Скалабан систематизував їх наступним чином:

За сферами участі:

- Політична участь
- Громадянська участь
- Громадська участь
- Участь у житті спільноти і т.д.

За ступенем структурованості:

- структуроване – неструктуроване
- інституціоналізоване і неінституціоналізоване
- неформальне – формальне

За ступенем залучення суб'єктів у процес участі:

- пасивне – активне
- індивідуальне – колективне
- разове - постійне (поточне)

За спрямованістю:

- вертикальне (спрямоване на залучення громадян до процесу соціального управління) - горизонтальне (спрямоване на колективну діяльність в рамках асоціації або спільноти).

По відношенню до соціальних змін:

- спрямоване на опір соціальним змінам – стимулюючий зміни.

За мотивацією:

- спрямоване на задоволення власних інтересів – альтруїстичне
- безкоштовне - оплачуване.

За обраною стратегією:

- реакція у відповідь - випереджаюча [50;].

Цікавий підхід до класифікації видів та форм участі використовує Європейське соціальне дослідження (ESS), яке проводиться в режимі моніторингу в країнах Євросоюзу (27 країн) кожні два роки, починаючи з 2002–2003 рр. [12;]

Види участі	Форми участі
Традиційна (загальноприйнята) політична участь.	голосування; участь в політичних кампаніях; звернення до політичних та державних посадовців; вступ у члени; робота чи передача засобів на потреби політичних організацій; прояв інтересу до політики; обговорення політики.
Нетрадиційні (протестні) політичні поведінки	законні демонстрації, підпис петицій, бойкот продуктів; свідомо відмова від покупки деяких продуктів по політичним, етнічним чи екологічним переконанням.
Участь в діяльності громадських об'єднань	членство, сприяння без членства, передача коштів та добровільна робота в об'єднанні
Неформальна громадська участь	Різні форми індивідуальної і групової участі в суспільному житті поза організаціями та асоціаціями.
Неформальна допомога	різноманітні форми активної індивідуальної і групової допомоги іншим поза соціальними та благодійними об'єднаннями

Визначаючи роль участі у розвитку громади, автори підручника з розвитку громади пишуть: «Участь є початком змін. Участь є невід’ємною та необхідною складовою не лише процесу розвитку громади, а й всіх інших процесів, котрі відбуваються під час життєдіяльності людини. Участь для розвитку – те ж саме, що рух для танцю, або утворення звуків для музики. Так само, як музика неможлива без звуків, а танець неможливий без руху, так і розвиток громади неможливий без участі кожної людини, яка до неї належить» [17; с. 95].

Рівні участі в спільній справі можуть бути різними. В «Практичному посібнику для тренерів з розвитку громади» [44;] автори наводять шкалу, за якою можна визначити рівень участі громадян у житті громади:

- *Пасивна участь* - люди беруть участь у суспільній роботі вже тим, що просто слухають виступ адміністратора, менеджера, лідера, у якому презентується будь-який проект, міститься звіт про результати проведеної членами громади роботи і т. і. Пасивна участь є односторонньою, тому що думка пасивного учасника по обговорюваних питаннях не вислухується.

- *Участь в наданні інформації.* Кожен член громади має свій індивідуальний досвід життя в громаді, він є носієм цінної інформації, аналіз якої дозволить зацікавленим особам визначити найбільш актуальні потреби місцевого соціуму й шляхи їхнього вирішення. Беручи участь у різних видах опитування, анкетування як реципієнт, опитуваний опосередковано впливає на процес прийняття відповідних рішень.

- *Участь шляхом консультування.* Члени громади іноді звертаються за консультативною допомогою до фахівців у державні або громадські організації. «Цей процес, - підкреслюють автори, - не припускає жодної їхньої думки в прийнятті рішень, а фахівці не зобов’язані використовувати думки людей» [44; с. 170]. Однак це все-таки участь, оскільки знання, отримані шляхом консультування, члени громади використовують для поліпшення свого життя або життя навколишніх людей.

- *Участь за матеріальні стимули.* Член громади бере участь у програмі розвитку за винагороду (гроші, речі). Цей вид участі значно впливає на процеси розвитку громади: люди виконують різні види робіт, приймають відповідні рішення, однак при цьому, як правило,

втрачають інтерес, якщо матеріальний стимул зникає.

- *Функціональна участь.* Для вирішення заздалегідь передбачених завдань проекту розвитку громади ініціатори або фасілітатори створюють певні групи. Діяльність цих груп вносить безпосередні зміни в життя громади, хоча самі члени групи залежать від ініціаторів.

- *Участь шляхом взаємодії (інтерактивна участь)* Цей рівень активності автори розкривають у такий спосіб: «Участь відбувається шляхом спільного аналізу, результатом якого стає план дії та формування нових місцевих інституцій чи зміцнення вже існуючих, які мають за мету зміни в існуючій системі» [44; с. 171].

- *Самомобілізація.* Члени громади висовують власні ініціативи щодо зміни існуючої системи та укладають угоди з зовнішніми інституціями задля отримання необхідних ресурсів та технічної допомоги й зберігають контроль над їх використанням.

Використання даної шкали дозволить людям, які взяли на себе відповідальність працювати разом над поліпшенням добробуту своєї громади, визначити, яку участь може взяти той або інший член громади в підготовці й проведенні конкретних заходів щодо розвитку громади. При цьому необхідно мати на увазі, що та сама людина залежно від ступеню зацікавленості й життєвого досвіду може виявляти різні рівні активності в різних справах. Обумовлено це, по-перше, індивідуальною своєрідністю особистості, по-друге, тим, що кожен член громади одночасно може входити в різні спільності. Наприклад, фермер може бути одночасно представником певної сім'ї, студентом-заочником сільськогосподарської академії, парафіянином православного храму, членом громадської екологічної організації «Чисті руки». У кожній із цих спільнот він є носієм відповідної соціальної ролі й здобуває своєрідний життєвий досвід. Природно припустити, що цей фермер може бути пасивним учасником, коли в громаді обговорюються заходи, пов'язані з підготовкою святкування ювілейної дати відомого художника, що колись жив у його місцевості. Функціональну участь він виявить, як член екологічної громадської організації, при реалізації проекту по очищенню ставка. Інтерактивні дії й участь шляхом самомобілізації він виявить розробці й впровадженню інноваційного екологічного проекту.

Таким чином, розвиток територіальної громади багато в чому визначається рівнем участі громадян у вирішенні соціальних проблем.

Центр місцевої активності для розвитку громади

Як буде показано в наступному розділі, для забезпечення ефективності цього процесу громаді необхідна спеціальна інституційна структура - Центр місцевої активності (ЦМА).

РОЗДІЛ II. Центр місцевої активності як суспільний інститут розвитку громади

2.1. Історія створення та функціонування Центрів місцевої активності

Історія виникнення Центрів місцевої активності починається із початку минулого століття, коли з'явилася необхідність розвитку демократії на місцях. Такі Центри виникають у США, Великобританії, Росії.

У США громадські активісти зробили спробу використання шкільних будівель після закінчення навчальних занять у якості місцевих соціальних центрів. Протягом багатьох років шкільні будівлі використовувалися для проведення заходів місцевої громади. На першому етапі ініціатори цього руху використовували школи для адаптації емігрантів до нових умов життя в США, для забезпечення вільного доступу до освіти та організації дозвілля місцевого населення. Трохи пізніше було визначено нове призначення соціальних центрів, яке було направлено на подолання існуючого в той час розшарування між класами, етнічними групами та недовірі, що виникає на цій основі між ними. Завдання полягало вже не тільки в проведенні розважальних заходів для дорослих, а й у створенні умов для поліпшення всіх сфер життя місцевого співтовариства, у встановленні гармонії відносин між різними верствами суспільства та організації співпраці. Як стверджував родоначальник даного руху Роберт Фішер, соціальний центр діє як магніт залучення громадян до вирішення місцевих проблем. Мері Паркер Фоллетт, яка очолювала рух муніципальної ліги розширеного використання шкільних будівель, назвала соціальні центри установами «для подолання громадянської апатії, досягнення взаєморозуміння між різними групами, а також створення місцевих структур для інтеграції церкви, торгових асоціацій, лож і молодіжних груп».

Слід зазначити, що даний рух викликав велике занепокоєння серед державних службовців і чиновників, адже у соціальних центрах вони бачили альтернативу своїй діяльності. Але, не зважаючи ні на що, новий напрямок розвивався. Великий внесок у цей процес вніс Едвард Дж. Уорд, місцевий пресвітеріанської міністр, який почав активно пропагувати та спрямовувати національну кампанію. У 1909 р. в університеті штату Вісконсін, він організував Вісконсінське бюро

громадського та соціального розвитку. Завдяки зусиллям цього бюро ідея соціальних центрів отримала широке розповсюдження. Так, у 1918 р. громадські центри (пізніша назва - «соціальні центри») існували у 107 містах, у 1924 році їх вже налічувалося 230, а у 1930 тільки в Нью-Йорку їх було – 500.

Організатор одного з найбільш відомих соціальних центрів у штаті Нью-Йорк Клінтон Чілде пише, що «громада організована навколо такого центру для досягнення своїх політичних та соціальних прав та їх вираження; вона може зазирнути у свою власну думку і життя, відкрити для себе свої власні соціальні потреби, а потім подивитися, чи відповідають вони політичній сфері, сфері охорони здоров'я, відпочинку, освіти або промисловості, такі організації є необхідними, якщо демократичне суспільство хоче досягти успіху та вижити».

Початок руху громадських центрів та асоціацій у Великобританії також відноситься до першої третини двадцятого сторіччя. В основі створення центрів лежала ідея про необхідність людям різних соціальних верств зустрічатися, спілкуватися і працювати разом для вирішення актуальних проблем місцевого соціуму. З цією метою створювалася мережа універсальних та всеохоплюючих (всеосяжних) районних організацій. У розвитку цих організацій брали участь три органи: Національна рада соціального обслуговування, Федерація населених пунктів, а також Асоціація з питань освіти в населених пунктах. У Великобританії з'являються так звані клуби соціального обслуговування.

До 1939 року налічувалося близько 2300 таких клубів, за участю близько 250 тисяч членів. Вони надавали безробітним людям можливість працювати і організовуватися разом в інтересах місцевих громад.

У перших законодавчих паперах були наступні визначення громадських центрів та асоціацій:

Громадський центр може бути визначений як будівля, яка (1) слугує громаді організованій в асоціацію, яка відповідає за управління будівлею і (2) створює умови для розвитку рекреаційного, культурного та особистого добробуту членів цієї спільноти, і (3) являє собою місце зустрічі для громадських організацій та інших груп у суспільстві, яким необхідна будівля.

Громадська асоціація може бути визначена як добровільне об'єднання сусідів демократично організованих у рамках географічної

області, які зібралися разом або в якості членів існуючих організацій або окремих осіб, або в обох якостях, щоб забезпечити для себе та своєї громади послуги, яких вимагає громада. Кількість громадських центрів зросла з 300 у 1947 році до 929 в 1960 році, а число зайнятих повний робочий день, збільшилася з приблизно 60 в 1947 році до 221 в 1956 році. Проте із фінансовими скороченнями після нафтової кризи в 1974 році, і зростанням «тетчеризму» в кінці 1970 і початку 1980-х років, та провалом у формулюванні та доведенні внесків громадських об'єднань та центрів для зміцнення місцевого життя і здоров'я відбулося значне скорочення обсягу державної підтримки. Людей, які працювали повний робочий день замінювали адміністраторами. Години, в які будівлі були відкриті для загального користування скоротилися через неспроможність платити за утримання, прибирання та ремонт. Підвищена увага була приділена заходам, які приносили прибуток: весіллям, спортзалам та барам.

Для організації Центрів місцевої активності певне значення мають педагогічні концепції С.Т. Шацького, який розпочав у Росії свою діяльність зі створення у 1905 році клубів для дітей та підлітків. У дитячому клубі були надані всі можливості вчитися життя і всі головні елементи, які беруть участь у творенні життя. Із 1909 року С.Т. Шацький керував товариством «Дитяча праця і відпочинок», а у 1911 році разом з дружиною створив літню трудову колонію «Бадьоре життя». Після 1917 р. він розгорнув теоретичну і дослідно-експериментальну роботу по створенню школи нового типу. Це був комплекс науково-дослідних установ, дитячих садів, шкіл, позашкільних установ для дітей та культурно-просвітницьких організацій для дорослих, де на основі єдиної дослідницької програми розроблялися і на практиці перевірялися форми і методи виховання в соціальному середовищі. Основоположною позицією в розробці теорії і практики соціально-педагогічної роботи колективами під керівництвом С. Т. Шацького була ідея тісної взаємодії всіх компонентів соціокультурного середовища, співробітництво школи з сім'єю, населенням, громадськими організаціями. Таким чином школа ставала не тільки центром виховання дітей, а й соціокультурним центром свого району.

Ідея співпраці школи з населенням втілюється в суспільно-орієнтованій освіті, історія якої починається з того моменту, коли з'явилися школи, близькі до церкви, церковної громади. Вони були

центрами соціокультурного життя. Це було особливо важливо в невеликих населених пунктах, селах, де школа була не тільки освітнім, але й інформаційним та дозвільним центром.

Особливу актуальність дана ідея набула у 30-ті роки минулого сторіччя за часів Великої депресії, коли загострилися економічні і соціальні проблеми, особливо в промислових регіонах. Молоді нічим було зайнятися у поза навчальний час, процвітали безробіття і вандалізм, соціальна апатія. Загальнодержавну проблему, що виникла необхідно було вирішувати. І початком діяльності в цьому напрямку стала робота по залученню всіх членів співтовариства в процес суспільно-орієнтованої освіти. Саме в цей час підприємець Чарльз Стюарт Мотт і вчитель фізкультури зі школи Хедлі г. Флінта Френк Менлі прийшли до думки, що школа може бути корисна жителям спільноти, вирішуючи їх проблеми, і навпаки. Це і послужило початком руху суспільно-орієнтованої освіти, принципи якого реалізуються в освітніх системах різних країн світу майже вісімдесят років і активно просуваються і підтримуються Фондом Мотта. У його основу лягло розуміння того, що будівлі шкіл, при необхідності, можна було б використати 24 години на добу, підвищуючи віддачу витрачених на них коштів, приносячи користь для кожного члена суспільства.

Концепція суспільно-орієнтованої освіти в даний час інтенсивно втілюється в практику так званих громадсько-активних шкіл (ГАШ) у посткомуністичних країнах: у Росії, Україні, Чехії, Польщі, Румунії. Громадсько-активна школа, усвідомлюючи свій величезний потенціал, бере активну участь у вирішенні проблем місцевого соціуму, вона формує активну громадянську позицію, налагоджує партнерські відносини з навколишнім соціумом, а головне вона є об'єднуючим початком, де не тільки вчителі, діти та їхні батьки, а й місцеві жителі, представники комерційних і державних структур, громадські організації працюють разом для вирішення проблем, які стоять перед місцевим співтовариством.

Багато сучасних шкіл України також проходять шлях соціальної активності учнів до створення громадсько-активної школи. Ось наприклад, як бачить майбутнє завуч з виховної роботи ОАШ № 27 (м. Одеса): «Школа зможе використати свої ресурси більш ефективно в інтересах всіх людей, що проживають у її мікрорайоні. Перетворюючись у центр мікрорайону (центр культури й утворення), школа зможе одержувати реальну допомогу й сприяння від місцевого

співтовариства, комерційних структур, влади. Це співробітництво стане взаємовигідним. Школа ще ширше відкрила свої двері для громади, а громада, у свою чергу, одержить можливість одержувати від школи необхідні їй послуги, а також брати участь у розвитку освітнього процесу. Навколо школи почнеться процес самоорганізації й розвитку місцевих співтовариств, здатних самостійно вирішувати не тільки завдання утворення, але й інші соціальні проблеми» [36; с. 30]. Як бачимо, Центри, створені при загальноосвітніх школах, планують свою роботу на основі співробітництва з різними групами місцевого співтовариства, і в такий спосіб прискорюють процес розвитку місцевої громади.

Іншою сучасною моделлю інтеграційної структури для розвитку місцевих громад є польські Центри активності локальної (ЦАЛ) і українські Центри місцевої активності. І в Польщі, і в Україні подібні центри створюються при місцевих державних установах культури (районні будинки культури, бібліотеки). І це не випадково, адже місцеві установи культури у відповідності зі своєю місією формують, розвивають і задовольняють соціальні, творчі, національно-культурні потреби місцевої громади. Найбільш актуальні проблеми, що виникають в місцевому співтоваристві (молодь, жінки, сім'я, захист навколишнього середовища, розвиток сільського господарства, мистецтво) у тій або іншій формі (об'єднання по інтересах, клуби дозвілля, літературно-музичні вітальні, клуби ерудитів і т.п.) реалізуються в діяльності установ культури. Іноді представники відповідного напрямку НДО, а також члени місцевої громади використовують потенціал установ культури (приміщення, устаткування, кадри) для проведення заходів, що є частиною вирішення певної проблеми місцевого соціуму. На цих заходах закладаються основи для налагодження між людьми відносин довіри, єдності, без яких неможлива спільна діяльність членів громади в інтересах процвітання й добробуту кожного. Зв'язок між працівниками культури й членами місцевої громади двосторонній, тому що й установи культури одержують від місцевого співтовариства підтримку в зміцненні матеріально-технічної бази, кадрового й інформаційного потенціалу. Однак така взаємодія, як правило, носить стихійний, неорганізований, отже й некерований характер. Як показав досвід Польщі й України, цілеспрямованість, системність взаємовигідного обміну ресурсами між членами громади, з одного боку, і установами

культури, з іншого, значно активізують процеси місцевих соціальних ініціатив.

У Польщі Варшавський ресурсний центр «BORIS» створив дворічну школу аніматорів, куди на конкурсній основі приймають працівників установ культури. Аніматор - це людина, що живе на території громади, має бажання, знання й уміння, а також особистий практичний досвід у питаннях розвитку громади. Основне призначення цієї людини - створювати для членів громади сприятливі умови в просуванні їхніх ініціатив. Аніматори допомагають громаді зробити процес розвитку громади більш продуктивним: надають технічну, організаційну, фінансову підтримку й діляться тими знаннями, уміннями й навичками, яких бракує громаді.

Розвиток ЦАЛів багато в чому виявився можливим завдяки фінансовій підтримці, що їм спочатку надав Варшавський Центр філантропії. Поступово Центри навчилися вирішувати соціальні проблеми, використовуючи в основному місцеві ресурси. У громадах створюються комунальні фонди, кошти яких ідуть на реалізацію громадських ініціатив місцевого співтовариства. Примітно, що кожен член громади, починаючи від дитини й закінчуючи мером, бере безпосередню участь у зборі коштів для поповнення фонду. Так, мер містечка може брати участь у благодійному спектаклі. Під час великодніх свят продаються яйця, розфарбовані різними людьми: це й звичайні городяни, і імениті члени громади, творча продукція яких користується величезним попитом і оцінюється недешево. Фінансовий збір, проведений під час подібних заходів, є одним із джерел поповнення комунального фонду.

Одним з перших польських ЦАЛів став клуб «Сурма», який працює в районі «Полювання» Варшави, де проживає близько 90 000 чоловік. Клуб реалізує програми, спрямовані на мешканців різного віку і соціальних категорій. Так, програма «Перший крок» адресована мамам з маленькими дітьми, які на базі Клубу зустрічаються, спілкуються, діляться досвідом, з ними працює психолог.

Інша цікава програма - курси комп'ютерної грамотності для літніх людей. Це навчання ініціював і проводить один з жителів району. На курси ходять люди старше 70 років. Клуб «Сурма» допоміг поширити інформацію про курси серед мешканців та надає приміщення для занять.

Волонтери клубу багато працюють з дітьми. Наприклад, в рамках проекту «Зачарована ковдра» молоді добровольці розповідають дітям від 3 до 6 років казки, займаються з ними малюванням, моделюванням, аплікацією і так далі.

У рамках іншого творчого гуртка - «Стара шафа - нові ідеї» волонтери та співробітники Клубу допомагають жителям району поповнити свій гардероб, переробляючи і оновлюючи старі речі.

Клуб орієнтований переважно на жителів конкретного мікрорайону, в якому проживають 30 000 жителів. Однак Клубом реалізовані партнерські проекти, спрямовані на всіх жителів району. Так, в 2001 році була створена Коаліція на користь району, яка об'єднала понад 30 організацій району - школи, поліцію, будинки культури, бібліотеки, громадські організації і т.д. Одне з основних досягнень коаліції - створення путівника по організаціям району, які можуть бути корисні сім'ям і батькам (довідник шкіл, поліклінік, ясел і т.д.). Примітно, що автори довідника спочатку його підготували до друку, а потім звернулися до глави району з проханням профінансувати видання тиражу. Главі нічого не залишалося робити, як погодитися. Тепер коаліція готує аналогічний путівник по району для літніх людей.

Інший цікавий проект коаліції називається «Відкрита школа». Назва говорить сама за себе, - школи залишаються відкритими після занять для учнів та їх батьків, які переважно займаються спортом і фізкультурою в шкільних спортзалах.

В рамках проекту «Соціальний адвокат» створено пункт цивільної інформації для людей, що потрапили у важку життєву ситуацію. Юрист – волонтер консультує цих людей по телефону.

Клубом також реалізується безліч творчих програм і проектів - це і активізація жителів за допомогою мистецтва, і видання газет і журналів, де публікується творчість жителів району, і проведення конкурсів дитячих малюнків і т.д.

Центри місцевої активності при будинках культури з'являються і в Україні в контексті пошуку шляхів відродження місцевих спільнот, механізмів становлення громадянського суспільства як свого роду ресурсні центри їх розвитку. Центр місцевої активності об'єднує активних, творчих людей, які орієнтовані на ідеали громадянського суспільства, на демократизацію всіх сфер соціального життя, на перетворення клубів, розташованих у малих містах і селах, на просвітницькі та культурні центри місцевих громад. Основна ідея

Центру місцевої активності полягає в тому, що будинок культури не може існувати окремо від потреб жителів населених пунктів, саме клуб може стати ініціатором розвитку цієї спільноти.

Праобразами Центрів місцевої активності в Україні є інформаційно-консультативні пункти (ІКП) при закладах культури, які виникли в 1999 році, в умовах величезного бюджетного дефіциту і вкрай недостатнього фінансування культури, і були орієнтовані на пошук та залучення позабюджетних коштів і додаткових ресурсів, необхідних для їх виживання. При цьому ініціатива створення ІКП належить громадським організаціям.

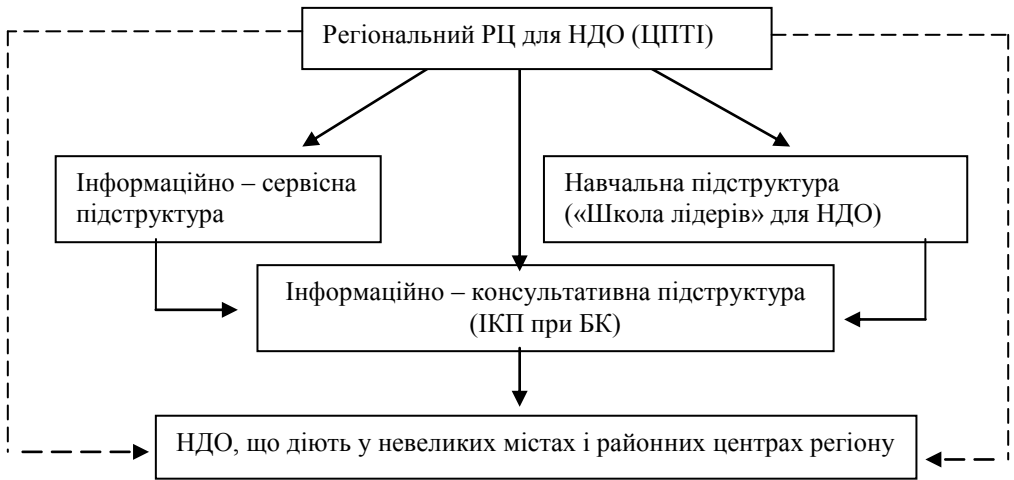
На початку 1998 р. група представників окремих НДО міста Кіровограда зіткнулася з проблемою інформаційної ізоляції третього сектору регіону від процесів, що відбувалися в інших частинах України. Це мало наслідком повільні темпи розвитку НДО на фоні великих міст і Західної України. Дуже обмежена кількість організацій, підтриманих міжнародними фондами, мали гарні стартові умови, але при цьому були «закритими» для інших організацій. Так, НДО, розташовані у малих містах і районних центрах, фактично були виключені з регіонального і місцевого інформаційного простору, що приводило до нестійкості їхнього існування. Ініціатором позитивних змін у цьому напрямку став Кіровоградський ресурсний центр – Центр підтримки творчих ініціатив (ЦПТІ). Для підвищення життєздатності НДО Кіровоградської області Центр обрав заклади культури і на їх базі розробив модель інформаційно-методичної мережі.

Це був час стрімкої зміни нашого суспільства. Для того, щоб відповідати вимогам часу, організації були змушені шукати нові форми роботи, все частіше стали лунати слова демократія, відкритість, громадські ініціативи. Такі стрімкі зміни торкнулися і сфери культури, в першу чергу будинків культури та бібліотек, розташованих у районних центрах. В основу інноваційних змін було покладено дві ідеї: ідея єдиного соціокультурного простору територіальної громади і соціального партнерства. Побудова моделі центру громадської активності при установі культури спиралося на переконання в тому, що клуб не може існувати окремо від соціокультурного простору свого регіону, від потреб жителів оточуючої клуб спільноти, саме заклад культури може стати ініціатором розвитку цієї спільноти. Центр місцевої активності дозволяє організувати дозвілля мешканців місцевої громади і одночасно створити навколо себе громадянське суспільство.

Соціальне партнерство включає в себе тісніше співробітництво не тільки з найближчим співтовариством, але і з владою, бізнесом, різними державними структурами, громадськими організаціями і т.д. Воно, з одного боку, оптимізує роль будинку культури як культурно-дозвілльєвого інституту, підвищує його значущість у житті місцевого співтовариства, а з іншого - дозволяє спиратися на підтримку конструктивних громадських та державних сил, які зацікавлені у підвищенні якості різноманітних аспектів життя своєї громади.

Саме ці концепції дозволили по-новому подивитися на функції районних установ культури, які стали полем активної взаємодії держави, бізнесу та суспільства. Продуктивна діяльність, притаманна інформаційно-консультативним пунктам при будинках культури була спрямована на перетворення місцевого населення в місцеве співтовариство. Переосмислення будинком культури своїх завдань, ролі і статусу в мікрорайоні, розвиток технологій по взаємодії з НГО і співтовариством дозволило йому вийти на новий рівень, стати центром співтовариства, об'єднуючим началом для вирішення не тільки своїх проблем, але й проблем всієї спільноти і, тим самим, мінімізувати наслідки кризи в місцевих спільнотах .

Основним структурним елементом інформаційно-методичної мережі був регіональний ресурсний центр (ЦПТІ), розташований у Кіровограді, ця інституція відіграла координуючу і інтегруючу роль в інформаційному забезпеченні процесу соціального розвитку територіальних громад регіону. На місцях, тобто в малих містах і районних центрах, на базі будинків культури (БК) створювалися інформаційно-консультативні пункти (ІКП), що були представницькою структурою ЦПТІ і поєднували місцеві недержавні організації, ініціативні групи, надаючи їм різнопланову інформаційну і консультативну допомогу. Визначити місце інформаційно-консультативного пункту в функціональній структурі ресурсного центру для НДО дозволяє наступна схема [2; с. 7].



Таким чином, центри місцевої активності мають давню історію, проте, ідея інтеграції місцевого співтовариства на базі клубів, шкіл та інших структурних утворень місцевої громади не втратила своєї актуальності і сьогодні. При пошуку сучасних форм і методів роботи центру важливо спиратися на попередній досвід, на те позитивне, що накопичено на всіх етапах розвитку ідеї залучення громадян до вирішення проблем місцевого соціуму

2.2. Центр місцевої активності, його задачі та функції

Центр місцевої активності - це установа культури, яка ставить за мету не просто надання послуг у сфері дозвілля, а й розвиток спільноти, залучення жителів до вирішення соціальних та інших проблем, що стоять як перед клубом, так і перед спільнотою. Будинок культури, який став центром місцевої активності, є для жителів територіальної громади, її організацій та установ активним партнером у вирішенні місцевих проблем. Це клуб, який прагне стати не лише культурним дозвіллевим закладом, а й цивільним, громадським ресурсним центром мікрорайону, селища, села.

Модель Центру місцевої активності надає можливість клубу і місцевій громаді стати активними учасниками у справах всього населення територіальної громади. На базі будинку культури, розташованого в невеликому місті, селі, активізується участь жителів у конкретних справах щодо поліпшення їхнього життя. При цьому важливо відзначити, що запропонована модель дозволяє клубу стати суспільно-активним без шкоди для його основних функцій як установи, що створює умови для творчості та впливає на суспільство за допомогою художньої діяльності.

Актуальність функціонування Центру місцевої активності посилюється у світлі результатів досліджень, які свідчать про те, що соціокультурні процеси, які відбуваються в сучасних суспільствах, характеризуються синдромом «втрати ідентичності». У зв'язку з цим виникає питання про необхідність створення нової системи соціальних зв'язків і відносин. Відповіддю на це питання стала ідея Центру місцевої активності, яка орієнтує працівників будинків культури на формування відповідних соціальних зв'язків за місцем проживання. Акцент у діяльності Центру ставиться на створенні «вузла контактів» на певній території як факторі формування всередині територіальної громади нових соціальних зв'язків. Об'єднання людей, до якого спонукає Центр місцевої активності дає можливість не тільки ідентифікуватися з місцевим співтовариством, досягти поставлених завдань, але й переконатися у своїх можливостях та силі. Адже досить часто перешкодою для участі людей у житті місцевого співтовариства є їхній власний чи чужий невдалий досвід. І хоча б мінімальний успіх на цьому поприщі допомагає подолати переконаність людей у своїй непотрібності і некомпетентності в даному питанні, що в свою чергу зміцнює віру в себе та власні сили, формує вміння взаємодіяти з іншими людьми при досягненні своїх цілей і вирішенні своїх проблем. Центр місцевої активності має набагато більший доступ до офіційних управлінських структур і менше шансів залишитися непочутими або проігнорованими. Центри місцевої активності наводять мости між публічною сферою та органами влади. Вони бачать себе помічниками формальних інститутів влади. Їх завдання - «подолати безсилля роз'єднаних індивідів, створюючи зв'язки між людьми» [22;].

З урахуванням вище сформульованих завдань у діяльності Центру місцевої активності виділяються два взаємозалежних напрями: культурно-творче та соціальне.

Центр місцевої активності дозволяє однаково успішно і в нерозривній єдності ефективно вирішувати соціальні та культурні проблеми. Культурно-мистецька складова Центру місцевої активності дозволяє залучати місцеве населення до культурних традицій України, кращих вітчизняних і світових культурних зразків, популяризувати творчість професійних і самодіяльних авторів, що отримали визнання, сприяти у надбанні знань, умінь і навичок у різних видах художньої творчості, розвивати творчі здібності населення. Соціальна складова спрямована на створення умов для стимулювання та реалізації ініціатив громадян щодо вирішення актуальних проблем різних сфер соціального життя, на перетворення Будинку культури в найважливіший ресурс функціонування та розвитку місцевих спільнот.

Таким чином, Центри місцевої активності на базі закладів культури є реальним механізмом об'єднання активних, творчих людей, які орієнтовані на ідеали громадянського суспільства, на демократизацію всіх сфер соціального життя місцевої громади, на перетворення клубів на просвітницькі та культурні центри.

Одне з головних завдань Центру місцевої активності - допомогти кожному, хто бажає знайти ефективну соціальну компетентність, озброїти здатністю активно і успішно жити у своєму співтоваристві.

У найзагальнішому вигляді будинок культури, який став Центром місцевої активності - це клуб, який:

- виробляє у місцевих жителів систему цінностей громадянського суспільства, навички жити в умовах вільної самоврядної громади, сприяє укоріненню демократичного устрою в житті спільноти, в оточуючому будинок культури соціальному просторі;

- забезпечує підвищення рівня культури населення, включає людей у різноманітні соціальні практики, суспільно-корисну діяльність, використовує ресурси співтовариства для підвищення ефективності роботи клубу, а ресурси будинку культури для розвитку, консолідації та національного самоусвідомлення спільноти;

- перетворює естетичну спрямованість культури в активну силу демократичних реформ, а взаємодію окремих громадян, спільноти, органів влади, бізнес-структур, різних організацій та установ на рушійну силу соціально-культурного інституту відкритого типу.

Модель Центру місцевої активності забезпечує перетворення будинків культури зсередини, яке є проявом їх природного зростання, а

також інтеграцію клубу і спільноти, в результаті чого формується цілісний соціально-культурний простір місцевої громади.

Центр місцевої активності на базі закладів культури виконує наступні функції:

- ефективне використання ресурсів громади в інтересах всіх людей;
- різноманітні культурно-дозвіллеві послуги для всіх жителів місцевої громади, а також послуги, пов'язані з вирішенням інших нагальних соціальних проблем місцевої громади;
- інформаційно-консультативна підтримка місцевих ініціатив;
- взаємовигідна активна співпраця між клубом і співтовариством, місцевою владою, громадськими організаціями та ініціативними групами;
- залучення громадян до місцевої самоорганізації й до громадянського самоврядування.

Основні функціональні напрямки діяльності Центру місцевої активності представляють собою найважливіші умови, як корінного перетворення стилю клубної роботи, так і підтримки клубом громадянських ініціатив в усіх сферах соціального життя.

Центр місцевої активності сприяє розробці та реалізації проектів, спрямованих на вирішення найбільш актуальних проблем місцевої громади, і залучає додаткові ресурси з коштів спільноти (мешканці села, інвестиції бізнесу, участь у конкурсах, в тому числі в рамках пріоритетних національних проектів). Розробка і реалізація проектів підвищує соціальну і громадянську активність, актуалізує громадянську позицію учасників.

Кожен Центр громадської активності розвивається своїм шляхом. Це обумовлено гнучкістю його структури, яка визначається ентузіазмом людей, усвідомленням своєї соціальної ролі, а також актуальними потребами місцевого співтовариства. Незважаючи на всі відмінності, Центри місцевої активності мають спільні стратегії діяльності.

Керівництво та лідерство. Гарне керівництво і лідерство - запорука інституційного та функціонально розвитку Центру. При хорошому керівництві місія узгоджена з партнерами для того, щоб кожен розумів, куди рухається співтовариство, а працівники будинку культури знають свої обов'язки, і мають підтримку для ефективної роботи. Керівник використовує свою владу і вплив на благо суспільства, відповідально ставиться до покладених на нього обов'язків по створенню соціокультурного середовища. Лідер віддає свій час, сили і енергію,

використовує всі наявні в його розпорядженні ресурси для поліпшення життя людей і розвитку територіальної громади.

Розвиток спільноти. Всі Центри місцевої активності залучені в розвиток територіальної громади. Вони є активними носіями позитивних змін і розвитку місцевих спільнот. Вони допомагають членам місцевої громади в отриманні необхідних знань та навичок для вирішення існуючих місцевих проблеми та задоволення актуальних потреб.

Послуги. Центр місцевої активності - головний ресурс місцевої громади, він пропонує широкий спектр послуг. Надані послуги визначаються насамперед актуальними потребами місцевої громади у сфері естетичної культури. Крім цього, Центри надають громадянам інформацію про позитивний досвід вирішення соціальних проблем в інших регіонах і за кордоном, а також консультують ініціативних громадян та членів громадських організацій з питань менеджменту, фандрейзингу, стратегічного планування та соціальних технологій для розвитку місцевого співтовариства. Важливим напрямком діяльності центрів місцевої активності є надання приміщень для інших організацій і можливості іншим установам та організаціям надавати послуги на базі будинків культури. Вони активно підтримують і просувають ці послуги.

Партнерські відносини. Центри місцевої активності встановлюють міцні партнерські стосунки з іншими професіоналами та організаціями спільноти. Таке партнерство дозволяє різним установам працювати разом, надаючи більш якісні послуги і підтримуючи один одного. Для партнерських відносин важливо знати, хто за що відповідає, спільно залучати і ділитися ресурсами, обмінюватися інформацією. Це допомагає центрам створити сприятливі умови для розвитку місцевої громади.

Формування соціального капіталу. Центри місцевої активності надають всім представникам місцевого співтовариства доступ не тільки до культурних цінностей, а й інших послуг, незалежно від статі, віросповідання, соціального стану, рівня доходу, фізичних можливостей. Центри ламають стереотипи, надаючи можливість кожному отримати доступ до культури, знань та інших ресурсів. Таким чином, Центри громадської активності сприяють єднанню спільноти, допомагаючи конфліктуючим групам дізнатися більше один про одного, зміцнюючи їх довіру і прагнення співіснувати мирно. Це дуже

важливо для створення сприятливого соціального середовища, в якому у громадян немає стереотипів або негативних образів.

Поширення участі у вирішенні місцевих проблем. Центр місцевої активності створює умови для активної добровільної участі громадян у житті місцевої громади і з цією метою використовує різноманітні методи: особисті контакти (сім'я, друзі, знайомі), проводить інформаційні заходи про волонтерський рух, використовує засоби масової інформації для інтерв'ю з волонтерами і т. д.

Таким чином, Центр місцевої активності на базі закладів культури є реальним механізмом об'єднання активних, творчих людей, які орієнтовані на ідеали громадянського суспільства, на демократизацію всіх сфер соціального життя місцевої громади, на перетворення клубів на просвітницькі та культурні центри спільнот.

2.3 Центр місцевої активності і соціокультурне середовище громади

Потреба територіальних громад у корінних перетвореннях зумовила необхідність пошуку нових шляхів і підходів до вирішення всієї сукупності соціальних і культурних проблем. Інноваційний пошук концепцій розвитку установ культури, розташованих у малих містах і сільській місцевості, в даний час стає актуальним. Це обумовлено, по-перше, прискоренням змін в соціокультурному середовищі села, районного центру, по-друге, зростаючою потребою сучасного соціуму цих територіальних утворень в якісних соціальних послугах. Значимість даної проблеми обумовлена також загостреним протиріччям між зростаючою сьогодні функцією районного будинку культури як центру збереження, розвитку і споживання результатів творчості місцевим соціумом, а також недостатньо адекватною його адаптацією до сучасних соціально-економічних, культурних, ідеологічних умов українського і європейського суспільства взагалі та територіальної громади, зокрема. Для вирішення даного протиріччя необхідна цілеспрямована інтеграція всіх сил суспільства, необхідна економічна, соціально-політична, духовно-інформаційна взаємодія всіх елементів навколишнього соціокультурного середовища, бо саме в цьому просторі жителі місцевої громади себе формують, розвивають, вдосконалюють, виявляють свою діяльну сутність, відображаючи себе у світі і світ у собі. Коли установа культури повністю інтегрується у

виробниче, соціальне, культурне життя села чи невеликого міста, вона стає важливим фактором цього середовища, духовною складовою його соціального життя. Ось чому розвиток територіальної громади за допомогою Центрів місцевої активності не можна раціонально зрозуміти тільки «зсередини» діяльності цього структурного утворення (будинку культури). Тут потрібно враховувати особливості середовища розвитку в широкому сенсі цього слова.

Багато дослідників при вивченні соціокультурного середовища тієї чи іншої установи застосовують теорію систем, підкреслюючи при цьому, що людина розглядається як складна, відкрита, саморозвинена система. У загальнонауковій методології системного підходу виділяється теорія «синергетики» (В. Г. Афанасьєв, Т. Парсонс, В. П. Казначєєв, М. М. Моїсеєв, Е. Г. Юдін, Ю. А. Урманцев та ін.). На відміну від традиційних наукових напрямків, що розглядають в основному жорстко детерміновані явища, що реалізуються в замкнених системах, синергетика робить акцент на вивчення систем відкритого типу, основними принципами існування яких є самоорганізація і саморегуляція. Ці системи здійснюють постійну, активну взаємодію з навколишнім середовищем. Іншою особливістю саморегулюючих систем є можливість гнучкої та недетермінованої ієрархії структурних елементів, що передбачає інформаційно-енергетичну відкритість і активність системи за рахунок постійної взаємодії з іншою системою або зовнішнім середовищем.

Дослідження показують, що розвиток членів територіальної громади багато в чому залежить від того, вплив яких систем (відкритих чи закритих) переважає в їхньому досвіді. Впливи тих чи інших систем будуть формувати і відповідний індивідуально-психологічний склад людини, який, у свою чергу, з певного моменту починає впливати на самостійні вибори його зовнішніх зв'язків і відносин, причому умовою найбільш успішного розвитку індивіда є забезпечення відкритої взаємодії (діалогу) його в навколишньому середовищі.

Системний аналіз проблем взаємодії середовища і діяльності установ культури дозволяє розглядати різні інтервали часу (від коротких до тривалих), протягом яких відбувалися зміни у світосприйнятті членів місцевої громади. Такі зміни можуть бути безпосередньо пов'язані зі структурними перетвореннями в житті суспільства, зародженням і розвитком нових тенденцій у культурі,

мистецтві, професійній, громадській і творчій діяльності. Ці зміни формують середовище як відкриту систему

Соціокультурне середовище - це складна структура соціальних, матеріальних і духовних умов, в яких реалізується діяльність людини. Середовище будинку культури є істотною умовою естетичного та культурного розвитку особистості членів територіальної громади; в той же час під впливом діяльності людини естетичне і культурне середовище зазнає змін. Ось чому необхідно розглядати проблему взаємин людини і середовища в рамках місцевого співтовариства.

Культурно-естетичне (художнє) середовище, в якому функціонує і яке створює будинок культури, є перш за все підсистемою соціокультурного середовища, сукупності історично сформованих факторів, обставин, ситуацій, тобто цілісністю спеціально організованих культурних умов розвитку особистості.

Розглядаючи соціокультурне середовище в широкому сенсі слова, Ю. Кулюткін і С. Тарасов [29;] виділяють у його структурі кілька взаємопов'язаних рівнів. До глобального автори відносять загальносвітові тенденції розвитку культури, економіки, політики, освіти, глобально-інформаційної мережі та ін. До регіонального рівня (країни, великі регіони) - освітню політику, культуру, систему освіти, життєдіяльність відповідно до соціальних і національних норм, звичаїв і традицій, засобів масової комунікації та ін. До локального рівня - установи культури, освіти (їх мікрокультура, мікроклімат), а також найближче оточення і сім'ю.

Багато дослідників під соціокультурним середовищем розуміють систему ключових факторів, що визначають розвиток людини. Це: природне середовище, суспільно-політичний лад, засоби масової інформації, школа, заклади культури, люди, які впливають на культурні й освітні процеси, а також випадкові події.

Концепція соціокультурного середовища може стати одним з теоретичних і практичних орієнтирів у виборі альтернативних шляхів розвитку районного будинку культури і територіальної громади.

Будинок культури, розташований в невеликому місті чи селі, завжди усвідомлював життєву потребу в налагодженні контактів між клубом і місцевою громадою і по можливості зміцнював цей зв'язок на основі принципу співробітництва. Практика показує, що встановлення співпраці - процес багатоскладовий, тривалий і залежить від багатьох факторів. Однак проблеми виникають вже на етапі теоретичного

осмислення - при обґрунтуванні концептуальних основ створення соціокультурного середовища.

Аналіз сучасних наукових досліджень дозволяє стверджувати, що на сьогоднішній день серед вчених відсутнє єдине розуміння парадигми соціокультурного середовища, що пояснюється, очевидно, багатомірністю, поліфункціональністю і варіативністю соціуму, що оточує будинок культури

Можна виділити декілька підходів до обґрунтування феномена соціокультурного середовища.

Одні автори під соціокультурним середовищем розуміють доцільно організоване середовище, що оточує окрему людину або велику кількість людей [38;]. Слід зазначити, що даний підхід не враховує того, що людина є суб'єктом діяльності, а соціокультурне середовище являє собою результат її творчої і інтеграційної діяльності. Для того, щоб склалася доцільно організована середа, необхідно визначити основні її компоненти, зв'язки між ними, а також включити в ці зв'язки діяльність самих людей. Тільки в цьому випадку соціокультурне середовище місцевої громади може стати суттєвим чинником її розвитку. При такому розумінні структурною одиницею соціокультурного середовища є культурна або інша установа, а основним механізмом створення цього простору стає взаємодія колективів, які керуються єдиними завданнями, принципами та підходами до розвитку місцевої громади.

Інші дослідники розглядають соціокультурне середовище як частину середовища будь-якого закладу, в якій панує певний сформований тип життя [34;]. У цьому випадку взаємодія всіх учасників визначається найчастіше моделлю ідеального способу життя. Цей підхід недооцінює, по-перше, суб'єктну роль самих членів даного структурного об'єднання, а по-друге, взаємодію самої установи з іншими компонентами місцевого середовища.

Плідним для Центрів місцевої активності, на наш погляд, є третій підхід, згідно з яким середовище постає як динамічна мережа взаємопов'язаних культурних, освітніх та інших соціальних подій, створюваних зусиллями соціальних суб'єктів різного рівня (колективних та індивідуальних), яка виступає інтегрованою умовою особистісного розвитку як окремого члена місцевої громади, так і її цілісності [15;]. У цьому випадку механізмом створення соціокультурного простору стає співіснування членів громади, в якому

ключовим технологічним моментом служить їхня спільна діяльність. Виникаючи як новації, яскраві, емоційно насичені справи стають значущими як для всієї громади, так і для окремого її члена. Члени громади усвідомлюють цінність, значимість повсякденного життя, стають активними учасниками повсякденних подій. При цьому сприйняття події здійснюється через спосіб спільного буття, що реалізується на основі діалогу, який базується на загальних цінностях, і в результаті якого досягається спільна мета, відкритість учасників, встановлюється рівноправність їх відносин, виникає готовність взаємозбагачення та зближення учасників для вирішення завдань спільної діяльності. Як бачимо, цей підхід, орієнтується на співпрацю, взаємодію та активну дієву позицію всіх суб'єктів.

Отже, незважаючи на те, що у філософських, соціологічних, культурологічних теоріях не склалося на сьогодні однозначного розуміння феномену соціокультурного середовища, найбільш прийнятним для будинків культури, розташованих у невеликих містах і села є підхід, в якому виділяються інтеграційні процеси, взаємозв'язки і взаємодії структурних компонентів різного рівня організації соціуму, в результаті чого створюється специфічний комплекс соціальних, культурних, соціально-педагогічних умов розвитку місцевої громади.

Залежно від рівня організації виділяються наступні структурні одиниці соціокультурного простору:

- зовнішній соціокультурний простір як певна частина єдиного соціокультурного простору;
- соціокультурний простір певного культурного, освітнього, професійного співтовариства (установи);
- соціокультурний простір малих груп і т.п.

Зовнішній соціокультурний простір будинку культури представлений соціокультурними інститутами місцевої громади. Філософія під цим інститутом розуміє елемент соціальної структури, історичні форми організації та врегулювання суспільного життя. До соціально-культурних інститутів належать численні установи та організації, за допомогою яких здійснюється накопичення та передача культурного досвіду, освоєння культурних форм суспільного життя, набуття культурологічних знань.

Терміном «соціально-культурний інститут» позначаються:

- сім'я;
- державні і комунальні структури;

- виробничі об'єднання і підприємства;
- недержавні громадські організації;
- заклади системи освіти;
- засоби масової інформації;
- спеціальні заклади соціально-культурного профілю: театри, музеї, бібліотеки і т. ін. [15; с. 108].

Соціально-культурний інститут об'єднує людей для спільної діяльності по задоволенню соціально-культурних потреб людини або вирішення конкретних соціально-культурних завдань.

Інтегруючими механізмами комплексу умов розвитку соціокультурного простору є співпраця, спільна діяльність, взаємодія за умови активної позиції всіх суб'єктів соціальної, культурної та виховної діяльності.

Таким чином, соціокультурне середовище може бути охарактеризоване як сукупність соціальних, культурних, а також спеціально організованих в установі культури умов, активна взаємодія яких призводить до вирішення найбільш актуальних проблем місцевого соціуму.

Для будинку культури, розташованого в невеликому місті чи сільській місцевості, актуальним є найближчий соціокультурний простір. При цьому необхідно розрізняти емпіричне сприйняття соціокультурного регіону як механічної сукупності виховних та культурних установ і цілісний соціокультурний аналіз оточення будинку культури з точки зору особливостей культури, менталітету, мовних, етнічних і соціальних відносин і т.д. Для соціокультурного простору сільської установи культури мають значення народні та національні традиції в галузі педагогіки, медицини, культури, які склалися в певному населеному пункті, культурний і освітній рівень населення, тип поселення (селище, село), історична основа його створення, це є чинники, які впливають на процес становлення людини [18;]. Таким чином, соціокультурний простір сільського регіону - це характеристика комплексу соціальних, культурних, соціально-педагогічних умов розвитку особистості, які склалися на певній території в результаті історичного, соціально-економічного та культурного розвитку. «Сільське середовище характеризується змішанням різної культури, відсутністю жорсткої форматизованої структури, перевагою неформальних, нерегламентованих соціальних

відносин, широким діапазоном і різноманітністю форм спілкування, складною багаторівневою системою контактів» [18; с. 104].

У сучасних соціологічних і філософських дослідженнях є декілька підходів до визначення природи соціального: інтерактивний, структурно-функціональний, ментально-трансцендентальний, діяльнісний та інші.

Інтерактивний підхід припускає, що зв'язки в соціокультурному просторі здійснюються завдяки взаємним діям індивідів, включених в загальну систему діяльності.

З позицій структурно-функціонального підходу соціокультурне оточення сільського будинку культури необхідно розглядати як цілісну сукупність виробничих, соціальних, освітніх, культурних, громадських закладів та утворень територіальної громади, які взаємодіють між собою і таким чином здійснюють певний вплив на життєдіяльність місцевої громади.

Ментально-трансцендентальний підхід розуміння соціокультурного середовища поставив етнічну проблематику, а також розглядає абсолютні або вищі цінності, нормативи, зразки як основу соціальних явищ і процесів.

Якщо говорити про соціокультурне середовище самого будинку культури, то в ньому можна виділити наступні компоненти:

Архітектурно-естетична організація життєвого простору будинку культури та його символічний простір: архітектура будинку, дизайн інтер'єрів, просторова структура глядацького залу, рекреацій, кабінетів, приміщень для гурткових занять; різні символи - герб, гімн, традиції та ін.

Змістовно-методичний компонент: змістовна сфера (концепції естетичного та художнього навчання і виховання, програми гурткової роботи та художніх колективів, сценарії проведення свят та інших заходів; репертуар художніх колективів); форми і методи роботи (гурткова, студійна, концертна діяльність)

Комунікаційно-організаційний компонент: особливості суб'єктів соціокультурного середовища (розподіл статусів і ролей, статовікові і національні особливості учасників та керівників гуртків, художніх колективів, їх цінності, установки, стереотипи і т.п.); комунікаційна сфера (стиль спілкування суб'єктів соціокультурного середовища); організаційні умови (особливості управлінської культури, наявність творчих об'єднань, ініціативних груп та ін.);

Сьогодні перед будинками культури постає завдання цілеспрямованої організації соціокультурного простору територіальної громади, де особливе значення мають: діагностування, проектування і продукування результату її розвитку. Якщо говорити коротко, то в основі діагностування лежить набір дій, що дозволяє судити в цілому про середовище та його складові. Проектування - це, по суті, моделювання простору та прогнозування можливостей середовища. Продукування висловлює технологію формування та розвитку особистості через середовище, що перетворюється діями суб'єкта на засіб активізації творчості, посилення впливу результатів творчості на місцевий соціум.

Таким чином, перспективним напрямом вдосконалення будинків культури є концепція соціокультурного середовища, орієнтуються на організацію інтеграційних процесів, взаємозв'язків і взаємодії структурних компонентів різного рівня організації соціуму, в результаті чого створюється специфічний комплекс соціальних, культурних, соціально-педагогічних умов розвитку місцевої громади.

РОЗДІЛ III. Анімація громадського життя як технологія розвитку громади

3.1. Технологія анімації як спосіб спонукання громадян місцевої громади до позитивних дій

Поняття «анімація» має латинське походження (anima - вітер, повітря, душа; animatus - натхнення) і означає насагу, одухотворення, стимулювання життєвих сил, залучення до активності [11; с.6].

Термін «анімація» вперше з'явився на початку ХХ ст. у Франції у зв'язку з введенням закону про створення різних неполітичних асоціацій (1901 рік). До цього року різні соціальні об'єднання людей (за інтересами, за способом заповнення дозвілля і т.і.) існували поза конкретною політичною дією, очевидно або прихованою. Після 1901 року ситуація різко змінилася: збільшився обсяг вільного часу населення за рахунок поступового скорочення робочого часу. Почали отримувати розвиток аматорські асоціації (об'єднання), що потребувало відповідного юридичного оформлення. У той час асоціація розглядалася в якості підозрілого посередника між індивідом і державою, що прагнув всіляко принизити владу останнього».

Спочатку виникає анімація як діяльність, спрямована на те, щоб провокувати і посилювати живий інтерес до культури, художньої творчості.

Сьогодні термін «анімація» використовується у вузькому і широкому значенні слова. Вузький сенс характеризує організацію дозвільної діяльності: «Анімація (сфера розваг) - організація дозвілля в готелях, на корпоративних заходах, дитячих святах; напрямом, що припускає особисту участь відпочиваючих у культурно-масових заходах» [6;]. Анімація у вузькому сенсі слова розглядається як діяльність з розробки та поданням спеціальних програм проведення вільного часу. Анімаційні програми включають спортивні ігри та змагання, танцювальні вечори, карнавали, ігри, хобі, заняття, що входять до сфери духовних інтересів і т.п. Отже, аніматор у вузькому значенні слова – спеціаліст, що займається розробкою індивідуальних і колективних програм проведення дозвілля, що орієнтує людину в розмаїтті видів дозвілля, організує повноцінне дозвілля. Деякі дослідники проводять аналогію між сучасним аніматором в області дозвілля та «масовиком-витівником» радянських часів. В Україні та за

кордоном в поняття культурного дозвілля вкладається різний сенс. У нашій країні традиційно дозвілля розглядається не лише як «чистий» відпочинок, а носить виховний і пізнавальний характер. Ця традиція зберігається і сьогодні, особливо при організації дитячого та юнацького дозвілля. Таким чином, одна з актуальних проблем, пов'язана з моральним оздоровленням суспільства і його майбутнім, - пошук оптимальних варіантів, а також визначення пріоритетів в організації і змісті дозвілля. Аніматор дозвільної діяльності повинен перш за все допомогти людині зорієнтуватися в різноманітті видів дозвілля, здійснити інтенсивний пошук «дозвільної справи» з урахуванням його особистісних потреб. У завдання такого аніматора входить уміння організувати культурний відпочинок, який є засобом не тільки позбавлення від втоми, але і нейтралізації негативних впливів повсякденного життя. При організації такого відпочинку необхідно продумати програму розваг, здатних відвернути людину від її повсякденних проблем. Відпочинок, що поєднується з розвагами, завжди буде активним, буде відрізнятися високим рівнем емоційності і тому буде давати психологічну розрядку. Важливо тільки правильно його планувати, наповнювати яскравими видовищними заходами, обмінами, поїздками, походами, змаганнями, жартами, іграми.

О.І. Черниш [63;] проаналізувала діяльність традиційних культурно-дозвільних організацій Франції, що мають досвід анімаційної роботи. Сотні театрів і кінозалів, розгалужена мережа спортивних майданчиків, чудові парки – все це є доступним для кожного «середнього» городянина. Однак все більше і більше жителі міст країн Західної Європи воліють проводити своє дозвілля, вдавшись до допомоги Асоціації культурного розвитку (АДАК), які зародилися у 1990-х роках в Парижі. АДАК підпорядковується управлінню культури міської мерії. Основною метою діяльності асоціації є надання людям можливості вибрати собі хобі до смаку, спробувати відкрити в самому собі якісь незвідані здібності. У 25 міста у Франції зараз працюють приблизно по 400 майстерень, що охоплюють у цілому 175 найрізноманітніших напрямків. Так, наприклад, у культурному центрі в Парижі, що об'єднав кілька майстерень, працюють секції ікебани і китайського живопису, тут також можна спробувати свої сили у заняттях музикою за допомогою комп'ютера. Є майстерні, які називаються ательє: палітурної і столярної справи, класичного танцю і скульптури, ритмічної гімнастики, тощо. Ці ательє виступають свого

роду культурними центрами міських кварталів, місцем, де можуть зібратися ентузіасти, щиро захоплені тією чи іншою справою. Більшість людей, що постійно відвідує майстерні, живуть неподалік від них, є сусідами. Подібні центри допомагають пізнати одне одного, а іноді пізнати і самих себе, свої нерозкриті можливості і здібності. Не випадково дослівний переклад із французької офіційної назви цих центрів звучить приблизно так – «ательє культурного самовираження і добросусідства»

Таким чином, анімація у Франції спочатку зачіпала лише культурний аспект. Даний досвід важко переоцінити. Разом з тим не слід обмежувати сутність і специфіку анімації лише дозвіллевою діяльністю, оскільки вельми важливою складовою цього процесу є світоглядний (смысловий) потенціал.

Включення до складу анімації світоглядного потенціалу наближає нас до розуміння анімації в широкому розумінні слова як соціокультурного явища. У цьому аспекті поняття «анімація» дозволяє, з одного боку, досить точно охарактеризувати цілі соціокультурної діяльності, виявити її консолідуєчий (об'єднуючий) характер, а з іншого - позначити внутрішній аспект взаємовідносин суб'єктів соціокультурного процесу (особливі способи спілкування, діалогу, наповненого участю, почуттям, дією). У зв'язку з цим слід зазначити, що в сучасній науці застосування поняття «анімація» пов'язане здебільшого з іншим аспектом, тобто це поняття використовується в основному для характеристики відносин. У цьому плані типова думка дослідника проблематики соціокультурної анімації. Так, Анн-Марі Гурдон підкреслює, що при згадуванні слова анімація мова йде не про поживлення тіла та неживої матерії, а про поживлення відносин між індивідами та соціальними групами. Схожу думку висловлює і М. Сімоно, визначаючи соціокультурну анімацію як галузь суспільного життя, учасники якого ставлять перед собою за мету певну зміну поведінки в міжособистісних і колективних відносинах шляхом прямих впливів на індивідів. Зрозуміло, що цей вплив здійснюється аніматором головним чином за допомогою різноманітних видів діяльності. Якщо говорити про функції аніматора, то потрібно сказати, що він виконує роль активатора або каталізатора локальних процесів розвитку місцевих спільнот. У його завдання входить надання послуг, спрямованих на надання допомоги місцевій громаді або якоїсь групи громадян у самостійному вирішенні їхніх проблем.

Поступово через Європейську раду в Страсбурзі та ЮНЕСКО соціальний аспект поняття «анімація» поширюється в багатьох європейських країнах і США.

Досвід Швейцарії показує можливість існування єдиної системи, яка формує «повсякденну культуру» рівня країни. Поняття «анімація» визначається швейцарськими фахівцями як свідома діяльність, спрямована на розвиток і зміну соціального спілкування людей, громадських структур та вдосконалення умов для дій окремих індивідів і соціальних груп з метою більш повної реалізації потенціалу різнобічних людських можливостей. Анімація розглядається як складова частина всієї соціальної діяльності. В даний час у всій Швейцарії анімація стала широко визнаним поняттям на всіх рівнях і використовується в багатьох сферах соціального і культурного життя.

Завдання соціально-культурної анімації мають суспільну значущість. Адже вона виходить з цілей формування соціально зрілої людини, розвитку її різнобічних можливостей, відродження етичних цінностей, значною мірою втрачених нині, особливо в середовищі молоді, а також духовного оновлення суспільства в цілому.

Анімація стимулює розвиток комунікації - основи всіх соціальних відносин, сприяє досягненню таких цінностей, як самореалізація і високий рівень життя.

У Швейцарії соціально-культурну анімацію розглядають у вузькому і широкому значенні. У вузькому сенсі вона являє собою нову професію, що має власну ідентичність. Для підготовки до цієї професії існують спеціальні школи соціально-культурної анімації. Створена і організація, яка координує діяльність усіх цих шкіл.

Анімація в широкому розумінні позначає певний спосіб ведення соціально-культурної роботи в різних сферах суспільної діяльності. Цей спосіб включає в себе особливі методичні прийоми, спрямовані на розвиток соціального контексту. Соціально-культурна анімація в цьому сенсі спирається на принцип партнерства і містить нормативні елементи - такі, як «участь», «критична позиція», «інновація», «орієнтація на потреби особистості», та інші, які можуть гарантувати спрямованість громадської діяльності в русло розвитку демократичних норм життя.

В даний час в Швейцарії в сфері соціально-культурної анімації існує вже більше двох тисяч різного роду установ і центрів. Тільки в

німецькій Швейцарії створено три центри з підготовки аніматорів, які все більшою мірою підтримуються державою.

Соціально-культурна анімація вносить сьогодні помітний внесок у суспільний розвиток країни, особливо в галузі соціальної роботи, освіти і культури. Вона широко поширена в роботі з молоддю – в молодіжних клубах, різних дитячих і юнацьких організаціях, громадських центрах, дозвіллевих закладах і т. п.

Важливою формою роботи аніматорів є робота в житлових кварталах. Вона спрямована на поліпшення життєвих умов у певному житловому просторі. Нові центри соціокультурної анімації створюються і на підприємствах, особливо в сфері обслуговування широких кіл громадськості. Ці центри у фінансовому плані перебувають у більш сприятливій ситуації і можуть собі дозволити витрати для організації різного роду акцій і заходів.

У США проголошений принцип загального включення населення до вирішення проблем, що впливають на побут і повсякденне життя мешканців територіальної громади, облаштування сприятливої соціальної дійсності. Б.Вул, розкриваючи основну тезу спільнотної роботи в США говорить: «Ми віримо у здатність людей впливати на навколишнє середовище і характер суспільства. Ми віримо в ідею, що всі люди повинні бути залучені до вирішення проблем, які впливають на їх побут і повсякденне життя. Створення демократичного суспільства вимагає активних, думаючих громадян, які не бояться відповідальності, активно експериментують в різних життєвих сферах. Ми шукаємо шляхи включення людей нашої громади до вирішення спільних проблем при максимальному заохоченні участі людей у справах громадськості»

У США існує поняття – ком'юніті (community, в перекладі з англ. - громада).

Общинний підхід США базується на ряді концептуальних положень:

1. Поліпшення якості людського життя відбувається шляхом створення в суспільстві ком'юніті культури і піклування, які мають коріння в економічній та соціальній справедливості.

2. Заперечення відірваності і роз'єднаності людей, пошук способів залучення всіх сегментів суспільства на основі реального життя.

3. Різноманіття відмінностей характеризує взаємодію людей. Різницю класів, рас, релігій, статі, віку розглядаємо як джерело достатку, багатства, що дає можливість людині розвиватися.

4. Різноманіття відмінностей сприяє спільній допомозі і підтримці, взаємоповазі, але зовсім не обов'язково згоді і схваленню.

5. Свобода може бути розширена тільки шляхом підвищення соціальної відповідальності. Тільки через соціальні взаємини і соціальні структури люди зможуть захистити права і розширити потенційні здібності індивідуума.

В якості конкретизації цих принципів наведемо приклад організації громадської діяльності в ком'юніті «Годдард - Ріверсайд».

В Годдард – Ріверсайді вважають, що кожен член громади повинен мати можливість спілкування з іншими людьми, залучатися у діяльність співтовариства і що кожне співтовариство збагачує інші спільноти і таким чином вирішує проблеми місцевого соціуму.

Через свої програми «Годдард-Ріверсайд» прагне включити людей в різні спільноти і забезпечити канали, через які кожен може стати корисним і важливим членом громади. Різноманітність спільноти «Годдард - Ріверсайд» за представленими в ньому класами, расами, статями, віковими категоріями, вірою і походженням стало джерелом динамізму і дозволяє вчитися один у одного через конфлікт, боротьбу і співробітництво, щоб отримати вигравш з цих відмінностей і придбати більш фундаментальне прийняття одне одного і довіру.

«Годдард - Ріверсайд» розташований у Верхньому Вест-Сайді, в Манхеттені і обслуговує головним чином територію між 72-ою і 96-ою вулицями. У ньому проводяться денні та нічні програми для людей різного віку, від дошкільників до жителів старшого віку. Є цілорічний табір в Ріфтоні, Нью-Йорці, доступний різним групам в різний час протягом року.

Наприклад, молодіжна програма «Вибір» контори «Годдард-Ріверсайд» відкриває двері освіти та кар'єрі. Гордістю «Вибору» став величезний комп'ютеризований банк даних, який містить відомості про різноманітні програми допомоги в досягненні кар'єри, освіти, фінансової підтримки. Штатом контори та добровольцями збиралися ці відомості протягом десяти років. Але банк даних - лише один з ресурсів, що пропонуються клієнтам «Вибором».

Велику популярність серед людей старшого віку отримав «Табір добрих зустрічей» «Годдард-Ріверсайд». «Ми руйнуємо міф про те, що літні люди малорухливі і живуть минулим, - говорить Херрі Хекелман, директор табору, - «У нас немає телевізора, тому що телевізор чинить ізолюючий вплив. У нас є африканські танці, театр імпровізації, йога,

подорожі на плотах і дискусійні групи. Ми показуємо фільми, які викликають дискусії, і обговорюємо питання, які в цих фільмах зачіпаються. Ми випускаємо нашу власну газету».

У «Таборі добрих зустрічей» створили табір для різних вікових груп. Молоді люди приїхали з одноденного табору «Годдард - Ріверсайд», щоб переночувати і взяти участь в програмах старших. Мешканці табору від 8 до 80 років спілкувалися, танцювали, робили разом морозиво, готували, займалися театральним мистецтвом і творчістю. Щоб інтеграція не стала суто символічною, місця в їдальні були розподілені штатом, щоб під час перебування молодих людей в таборі, дорослі і діти їли разом, за загальними столиками.

Студенти отримують розподіл для роботи з людьми похилого як частина однорічної програми в рамках міста, спонсорами якої є Відділення старіння і Рада з освіти. Студенти роблять покупки для мешканців, відвідують їх вдома і в лікарні, працюють за проектами занять ремеслом і навіть допомагають з мовними труднощами [51;].

У Фінляндії протягом сімдесяти років працює Маннергеймська Ліга захисту дітей, яка сприяє реформам і захисту прав дітей та інтересів сім'ї. Основна мета Ліги: спонукати людей допомагати собі та оточуючим.

Багато сучасних служби соціальної допомоги виникли з ініціативи Маннергеймської Ліги захисту дітей та молоді. Приблизно в двохстах комунах країни існують об'єднання дорослих добровольців, підготовлених Маннергеймською Лігою, які піклуються про дітей, тимчасово не відвідують звичайні дошкільні установи через хворобу. Ліга активно прагне спонукати сім'ї допомагати один одному. Вона організовує школи для батьків, де їх навчають правильній взаємодії з дітьми.

У своїй діяльності Маннергеймська Ліга розглядає молодих людей скоріше як партнерів, ніж як клієнтів.

Бажання допомогти дітям і підліткам, традиційний фінський дух, який можна виразити девізом «Допоможи сусіду», об'єднує багато тисяч членів Маннергеймської Ліги захисту дітей та молоді.

У місцевих відділеннях члени Ліги намагаються впливати на уряд і громадську думку, організовують різні акції і беруть участь в них. Існує 100 різних видів діяльності: допомога хворим дітям, психологічне консультування, керівництво клубом, допомога школам початківців батьків і т. п.

Таким чином, на сучасному етапі розвитку суспільства актуалізується завдання створення спеціальних анімаційних інформаційно-методичних центрів не тільки з організації діяльного дозвілля, а й з розвитку територіальної громади.

Про доцільність створення таких об'єднань свідчать результати дослідження Л. В. Тарасова, який узагальнив основні напрямки, діяльність і методи роботи Європейської асоціації аніматорів (ENOA), що об'єднує аніматорів багатьох європейських країн. Мета ENOA полягає в тому, щоб показати, що в кожного є можливість щось робити для поліпшення свого життя; повернути людям бажання працювати для себе і суспільства; задіяти потенціал конкретних учасників проекту і місцевих організацій; закріпити зв'язки конкретних людей з місцевими організаціями для здійснення спільних проектів надалі; використовувати навички конкретного індивіда для того, щоб забезпечити його участь у тій сфері діяльності, що могла б забезпечити його подальший розвиток у плані самоорганізації [49;].

В.З. Дуліков описує один із проектів ENOA у таборах біженців Боснії і Герцеговини [18;]. Ініціатори проекту констатують, що гуманітарна допомога біженцям найчастіше концентрується навколо задоволення основних потреб людини у їжі, житлі і безпеці. Але проблеми біженців мають і психологічний характер. Сотні людей, позбавлених житла, проводять багато часу в таборах. У них народжуються діти, які взагалі не мають уявлення про цивілізоване життя. У результаті цього люди стають пасивними, сприймають себе викинутими із соціального, культурного і політичного життя, як у таборі, так і за його межами. Почуття безпорадності, розпачу, безсилля – звичайні явища серед них. Люди вважають, що не можуть ні на що впливати в суспільстві і не можуть змінити своє власне життя. Методика проекту передбачає втручання аніматорів у повсякденне життя біженців на рівних з ними умовах. Головним завданням є активізація здібностей біженців для того, щоб зробити їх самодостатніми і здатними до самореалізації. Аніматори стверджують, що крім „основних” потреб біженці мають соціальні потреби. Одна з них – потреба в активному суспільному, культурному і політичному житті. Аналіз методики соціокультурної анімації в таборах Боснії і Герцеговини показує, що її культурно-дозвіллева частина є тільки початковим етапом роботи, що дозволяє створити довірливі стосунки для подальшої роботи. Перший крок – встановлення дружньої

атмосфери з населенням табору. Щоб привернути увагу і підняти інтерес до того що відбувається, використовуються техніки вуличної анімації: театралізовані вистави, ігри. Вони допомагають знайти контакт як з молодим, так і з дорослим населенням. Ці контакти служать твердим фундаментом для формування подальших робочих відносин. Вулична анімація – перший крок до розпізнання того, чого хочуть молоді люди, які навички вони мають. Але у визначений момент, пишуть автори проекту, використання цієї техніки треба припинити, інакше анімація ризикує стати розвагою [20; с.63].

За початковим етапом іде сходитка, що має на меті виявити навички людей. Якщо конкретних навичок аніматори не змогли знайти, то за допомогою „нерегламентованого мозкового штурму” виявляються приховані здібності, такі, як артистизм, рукоділля, кулінарія тощо. Головні питання, на які людина повинна відповісти, наступні: „Що я вмію?”, „Як я можу це використовувати?”, „Як я можу влитися в роботу табору?”. Виявлені навички використовувалися надалі у процесі анімації. Так вулична анімація переростає в соціокультурну. На основі виявлених навичок формуються майстерні, починається розвиток соціальних зв'язків. На цьому етапі головним завданням є допомога в реалізації конкретних ідей. Ключове питання звучить так: „Що найбільш цінне для біженців у їх соціокультурній реабілітації?” Прикладом роботи на даному етапі може бути робота в „конструкторській майстерні”. Метою відкриття даної майстерні було залучення чоловіків (дорослих і підлітків) до поліпшення власних умов життя, стимулювання чоловіків до праці. Завдання аніматора тут зводилося до того, щоб заохочувати ініціативу, прийняття людьми відповідальності на себе і стимулювати активну участь у житті табору. У цьому процесі центр уваги поступово переміщується на ті види діяльності, що далі можуть бути продовжені без участі аніматорів [20; с. 65].

Таким чином, робота з біженцями свідчить про те що анімація може застосовуватися не лише з метою культурно-дозвілєвої діяльності, проведення вільного часу, а й сприяння психологічній реабілітації, виходу особистості з кризової ситуації, сприяння саморозкриттю і самореалізації людини.

Теоретичне обґрунтування широкого сенсу поняття анімація пов'язане з організацією всіх компонентів соціокультурного середовища спільноти. Узагальнюючи теоретичні ідеї анімації та досвід

організації соціально-культурної діяльності в низці зарубіжних країн, один з провідних вітчизняних фахівців у галузі культурно-дозвільної діяльності Є. Б. Мамбеков [35:] стверджує, що анімацію не можна просто віднести до однієї з багатьох професійних галузей людської діяльності. Аніматорів виявляють не лише у сфері культури і мистецтва, але також у світі комерції, праці, охорони здоров'я, юстиції та ін. Є.Б. Мамбеков пише, що соціокультурна анімація стосується всього ансамблю повсякденного життя індивіда - праці, громадянської та політичної активності, стосунків з оточуючими, їх культури. Не можна розцінювати соціокультурну анімацію як просту техніку організації дозвілля. Дослідник визначає соціокультурну анімацію як частину культурної та виховної системи суспільства, яка може бути представлена у вигляді особливої моделі організації соціокультурної діяльності:

- як сукупність елементів (установи, державні органи, організації, добровільні асоціації, аніматори, аудиторія), що знаходяться в постійних відносинах;
- як сукупність занять, видів діяльності і відносин, які відповідають інтересу, що проявляється особистістю в її культурному житті і особливо в її вільний час;
- як своєрідна соціально-педагогічна система, в якій провідну роль відіграють аніматори, професійні або добровільні, що володіють спеціальною підготовкою та використовують, як правило, методи активної педагогіки.

Таке розгорнуте визначення в цілому справедливо відображає специфіку і навіть структуру анімаційної діяльності в місцевій громаді. По-перше, тут підкреслюється єдність трьох рівнів анімації: організаційного, діяльнісного та технологічного.

Організаційний рівень відповідає на питання: хто ініціює і хто бере участь у даному процесі. Це можуть бути різні структурні елементи соціокультурного середовища: загальноосвітня школа, клуб, спортивна школа, державні органи опіки, недержавні громадські організації, ініціативні групи та прості громадяни. Головне полягає в тому, що ці компоненти знаходяться у взаємозв'язку і мають стійкі відносини. Наприклад, літні люди, пенсіонери в громаді є однією із слабо захищених соціальних груп. Проте люди старшого віку мають життєвий досвід і здатні принести користь суспільству. Не можна допускати, щоб пенсіонери замикалися в собі й своїх проблемах.

Активна взаємодія з оточуючими, розширення соціокультурних контактів - головна умова гідного життя. Соціально-культурна робота з літніми людьми спрямована на оптимізацію життя літньої людини в суспільстві і реалізується за допомогою ряду програм. У розробці та реалізації культурно-дозвіллевої програми пріоритет належить працівникам будинку культури; оздоровчо-консультативну проводить персонал медичної установи, інструктор з лікувальної фізкультури, психолог; в просвітницько-освітніх програмах беруть участь фахівці місцевої громади: вчителі, клубні працівники, бібліотекарі, зоотехніки і т.п. При цьому ініціатором, координатором та менеджером реалізації цих програм може бути громадська організація, яка встановлює партнерські відносини з установами соціального захисту населення, школою, бібліотекою, клубом, органами місцевого самоврядування, бізнесом.

Діяльнісний рівень показує з якою метою і що роблять аніматори. До змісту аніматорської діяльності входить усе те, що відповідає інтересам і потребам громадян з вирішення соціальних проблем місцевої громади. Це можуть бути проблеми:

- соціальної незахищеності найуразливіших категорій громадян (ветерани, інваліди, самотні матері, безпритульні діти, особи без певного місця проживання та ін.);
- поширення ВІЛ-інфекції, СНІДу, алкоголізму, наркоманії;
- скорочення тривалості життя в результаті екологічних катастроф, відсутності ефективної системи охорони здоров'я населення, профілактики захворювань, пропаганди здорового способу життя;
- відсутність стабільних ресурсів для відродження та розвитку національної культури, духовності, охорони та утримання об'єктів культури, пам'яток історії та архітектури;
- низький рівень самоорганізації громадян за місцем проживання;
- ріст безробіття та ін.

Рішення кожної з цих проблем вимагає включення громадян у різноманітні види діяльності.

Методичний та технологічний аспект представлений способами взаємодії аніматора з аудиторією. Аніматор використовує інтерактивні технології, які засновані на психології людських взаємин і взаємодій. У діяльності аніматора центральне місце займає група взаємодіючих людей, які, обговорюючи актуальні проблеми громади, сперечаються і

погоджуються між собою, стимулюють і активізують один одного. До методів такої взаємодії можна віднести: евристичну бесіду, дискусію, круглий стіл, мозковий штурм, ділову і рольову гру, конкурси проєктів з їх обговоренням. Ефективним методом навчання в громаді є тренінг з метою формування компетентності, активності та спрямованості особистості у спілкуванні. Тренінг перетворює групу учасників у наочну модель практичних ситуацій і соціокультурних процесів, що відбуваються в громаді та спонукає учасників до пошуку оптимальних рішень місцевих проблем. Дуже часто аніматор звертається до технології фасилітації. Цю методику часто використовують, коли необхідно надати членам громади допомогу «в процесі розуміння напруження та незадоволення, які вони відчують, у такий спосіб, щоб спонукати їх до започаткування позитивних дій» [17; с. 98].

Автори посібника з розвитку громади підкреслюють величезну роль у цьому процесі особи, що «сприяє цьому процесові, котра бере на себе обов'язки проаналізувати, узагальнити та направити в конструктивне русло ідеї, що виникли у людей в умовах напруги та протиріч» [17; с. 114-115]. Цю особистість вони називають фасилітатором. Фасилітатор – «це особа, яка допомагає громаді зробити процес розвитку більш продуктивним, надає технічну підтримку, має ті навички, яких бракує громаді, а також особистий досвід та щире бажання допомагати» [17; с. 278]. Автори ототожнюють фасилітатора з фахівцем у питаннях розвитку громади. При професійній підготовці аніматорів особлива увага приділяється формуванню в них фасилітативних навичок. За основу цієї роботи можна взяти методичні матеріали для проведення тренінгів з розвитку навичок фасилітації, розроблені під керівництвом доктора психологічних наук П.В.Лушина [32;].

До фасилітативних навичок автори відносять:

- створення атмосфери абсолютного прийняття;
- активне слухання;
- керування груповою динамікою.

Розглянемо ці навички.

Створення атмосфери абсолютного прийняття здійснюється за рахунок того, що фасилітатор уважно вислуховує відповіді членів групи, намагається зрозуміти зміст і емоційну забарвленість кожного висловлювання, проявляє відкритість, щирість, доброзичливість. Таке тло спілкування знімає негативні переживання й установки учасників групи (страх, тривога, низька самооцінка). Комфорт, створений

атмосферою абсолютного прийняття, спонукає тих, яких навчають, до вирішення проблеми, що виникла, в проблемному інтелектуальному середовищі, створеному фасилітатором.

Активне слухання - це вміння, що проявляється в адекватному відбитті сприйнятої інформації. Для того, щоб в учасників групи з'явилося бажання ділитися своїми думками, почуттями, переживаннями, кожний, а тим більше фасилітатор, повинен уміти слухати. Слухання - це не тільки мовчання, а більш складний процес, у ході якого між людьми встановлюється взаєморозуміння. У будь-якому висловлюванні є два рівні: інформаційний і емоційний. При активному слуханні звертається увага не тільки на змістовний аспект повідомлення, але й на почуття мовця. Відбиваючи почуття мовця, фасилітатор показує, що він розуміє емоційний стан співрозмовників. Прийомів активного слухання досить багато (спонукання, парафраз, пояснення, відображення, схвалення та ін.), і вони детально описані в літературі з психології спілкування.

Керування групою динамікою опирається на знання етапів розвитку групи. У цьому процесі автори методичного посібника «Учимося фасилітувати» виділяють кілька стадій:

- директивність;
- конфронтація;
- фасилітація;
- співробітництво;
- розширення можливостей;
- завершення (байдужість).

Автори відзначають, що дана динаміка не завжди зберігається. Залежно від рівня розвитку групи деякі етапи можуть випадати з динамічного процесу. Швидкість проходження стадій залежно від попереднього досвіду й навичок критичного, толерантного, творчого мислення так само може бути різною. Наведемо інтерпретацію, що дають автори цим стадіям.

Директивність. Позиція фасилітатора на цій початковій стадії досить тверда, тому що керування групою носить директивний характер. До складу групи входять громадяни з різними мотиваційними установками. Одні, наприклад, ідуть тому, що їм хтось порадив це зробити, інших спонукає до суспільної діяльності проста цікавість, треті бажають одержати конкретні відповіді на хвилюючі їх питання. Фасилітатор опирається на цей рівень мотивації для того, щоб

об'єднати членів групи в єдиний значеннєвий простір на рівні розуміння проблеми. Директивність виражається в тому, що фасилітатор спонукає членів групи ознайомитися із задалегідь підготовленою для них проблемною ситуацією, підключає до процесу пошуку більш істотні мотиваційні процеси, у порівнянні з тими, які були в учасників на початковому етапі.

Уже на цьому етапі вводяться елементи недирективної роботи (розподіляється відповідальність за керування, установлюються правила дискусії, критерії взаємної й групової оцінки). Учасники вчаться на практиці використовувати встановлені правила роботи в групі. Важливо так само і те, що доброзичливі відносини задаються не тільки прийнятими правилами, але і позицією фасилітатора щодо абсолютного прийняття позицій учасників, що дозволяє активізувати більш глибокі значеннєві рівні взаємодії з учасниками. Крім цього на цьому етапі фасилітатор повинен «спровокувати» більш активну участь членів групи шляхом введення такої ситуації, що, з одного боку спонукає членів групи до дискусії, а з іншого - не порушує паростки довіри й абсолютного прийняття в групі.

Конфронтація. Для того, щоб члени групи взяли на себе відповідальність за ті процеси, які в ній відбуваються, фасилітатор ніби «розхитує» беззаперечність свого авторитету, тобто він ніби спонукає членів групи до конфронтації у свою адресу. На цьому етапі фасилітатор виступає у двох позиціях. З одного боку, він змушений відстоювати власну позицію, з іншого боку - він повинен бути надзвичайно уважним до позицій учасників. Знаходження оптимального сполучення цих протилежних позицій необхідно для підтримки переживання комфорту від перебування в групі.

На цьому етапі можлива поява групових лідерів, чії позиції підтримують інші учасники. Це приводить до утворення підгруп, що дотримуються конфліктуючих позицій.

Фасилітація. На цій стадії відбувається спільне вирішення назрілих конфліктів. Фасилітатор займає позицію об'єднуючого початку. Використовуючи техніки активного слухання, перефразовуючи висловлювання, відображаючи прихований зміст, він прагне сам осмислити конфліктуючі позиції, а також зробити їх зрозумілими й доступними для обговорення в групі. Осмислення інших позицій викликає в учасників почуття єдності думок і дій. У такий спосіб формується обстановка, що поєднує всіх.

Співробітництво. На цій стадії фасилітатор ніби звільняється від вантажу «зайвої» відповідальності за груповий процес і завдяки цьому займає стосовно учасників рівноправну позицію. Учасники, визначивши свою позицію, і зрозумівши, а також прийнявши позицію інших, переживають почуття емоційного зв'язку, згуртованості. Іноді, в результаті групової роботи на цьому етапі у декого виникає інсайт.

Розширення можливостей. Усвідомлюючи, що груповий процес наближається до завершення, фасилітатор відмовляється від керування групою. Учасники починають експериментувати з розширенням меж змістовного простору групи. Все частіше виникають теми, що не стосуються змісту дискусії. Згуртованість відчувається групою тільки на емоційному рівні.

Завершення (байдужість). На цій стадії можлива поява нової конфронтації. Фасилітатор змінює свою позицію убік директивності, група переходить на новий виток розвитку. На цій стадії проявляється байдужість, що свідчить про паростки нового росту: учасники можуть створювати нові групи, об'єднуючись із іншими людьми, але вже в іншому місці на новому рівні.

Отже, величезна роль у розвитку громади належить аніматору - людині, що має професійну підготовку по наданню допомоги членам громади в збільшенні їхнього творчого потенціалу для самостійного вирішення проблем.

Для підготовки кваліфікованих фахівців у галузі анімації необхідно використовувати вже накопичений досвід та нові досягнення.

3.2. Просування інтересів громадян в органах влади

Важливим напрямком діяльності Центрів місцевої активності є просування інтересів громадян шляхом впливу на органи влади.

В Україні вже є позитивний досвід просування інтересів окремих груп громадян. Наприклад, Луганська правозахисна жіноча організація "Чайка" зібрала кілька організацій, разом вони розробили план, за рік провели лобістську кампанію й примусили Міністерство праці й соціального захисту відмінити інструкцію, яка дискримінувала гірників, які працюють під землею. Тобто через ту інструкцію година страйку їм не зараховувалася до стажу. Ця інструкція була протизаконна, суперечила Конституції, але чиновники користувалися нею роками й сотні гірників через це постраждали - їм не зараховувався пільговий стаж вони отримали мізерні пенсії. Луганська коаліція НДО

розробила стратегію, тактику, провела ряд заходів, декілька інформаційних кампаній, відкрила громадську приймальню для потерпілих, зібрала велику кількість скарг, зробила аналіз законодавства, аналіз хибної практики, виявила, що цей механізм застосовується владою, щоб перешкоджати страйкам, а отже, це порушення прав людини, коаліція застосувала різні методи тиску - були листи до влади, журналістські розслідування, систематичні публікації в ЗМІ. Окрім обласних депутатів, вони залучили до кампанії 4 депутатів Верховної Ради, вони працювали з комітетами, з окремими депутатами, з виборцями. Одночасно в Луганську були круглі столи, переговори з владою, були судові позови. І вони досягають мети.

І все-таки подібні ініціативи в Україні носять швидше одиничний характер. Технологія просування суспільних інтересів поки що не одержала широкого поширення. Це пояснюється, насамперед, відсутністю в нашому суспільстві традиції впливу на владу, а також обмеженістю досвіду соціальної активності населення.

Причини слабого впливу громадськості на владу різні.

По-перше, недовіра владним структурам. Стереотип, відповідно якому вважається, що на корумповані структури влади всіх рівнів неможливо натиснути, перешкоджає усвідомленню громадянами реальних можливостей зміни ситуації силами громадських організацій.

По-друге, громадяни погано поінформовані про діяльність і результати впливу на владу силами громадськості. Так, результати соціологічного дослідження, проведеного Фондом «Європа» у рамках проекту "Громадянське суспільство: крок за кроком", показали, що 97% громадян взагалі не знають про можливості впливу на владу через неурядові організації

При розробці технології просування інтересів громадян у владних структурах аніматору доцільно враховувати позитивний досвід вирішення цієї проблеми, як за кордоном, так і в Україні. У цьому сенсі важливим є розгляд загального поняття - *«громадянське представництво»*.

Незважаючи на те, що в останні роки в Україні в діяльності громадських організацій певну частку займає громадянське представництво, його сутність не розкрита. Одні автори звужують це поняття, ототожнюючи його з лобізмом, інші невинувато розширюють, включаючи в нього будь-які форми діяльності організації.

У США й інших демократичних країнах використовується термін «адвокасі», що не маючи точного перекладу на українську мову, використовується в нас як «громадянське представництво». У матеріалах Advocacy Institute (США) знаходимо наступне тлумачення даного поняття: "Адвокасі - це пошук впливу на наслідки, серед яких - публічна політика й вирішення щодо розподілу ресурсів у політичних, економічних та соціальних системах та інституціях, які безпосередньо впливають на життя людей. Громадянське представництво складається з організованих зусиль та дій, побудованих на реальності того "що є". Ці організовані дії спрямовані на висвітлення критичних проблем, які ігноруються й применшуються з метою впливу на ставлення громадськості, прийняття та реалізацію законодавства та публічної політики з тим, щоб бачення того, "як все має бути" у справедливому, чесному суспільстві, стало реальністю. Права людини - політичні, економічні й соціальні - є загальною рамкою для таких бачень" [48;]. Як бачимо, громадянське представництво містить у собі систему організованих дій шляхом впливу на суспільну думку й політику з метою позитивних змін у житті людей. Громадянське представництво використовує безліч методів і механізмів по захисту суспільних інтересів. Це: стратегічний судовий позов; пошук союзників серед політиків; політичний тиск на уряд; доведення до владних структур думки про те, яких саме змін у законодавстві або на практиці від них очікують; інформаційні акції; ультиматум; колективні акції прямого тиску; переговори із представниками влади; захист ЗМІ; створення коаліцій.

На жаль, у вітчизняній літературі відсутні фундаментальні дослідження, присвячені цій проблемі. Одна з перших спроб у цьому напрямку належить В.Азарову, який вважає, що «формулювання інтересів і ефективне вирішення проблем суспільних груп в Україні вимагає потужної структури, здатної домагатися успіху в нашій неправовій, корумпованій державі. Цю роль може зіграти суспільне представництво - коаліція НДО, що створюється для просування низових громадських ініціатив за рішенням проблем населення [1; с. 121]. Автор вважає, що реальною силою здатною просувати інтереси громадян в органах влади можуть бути ті структури, які, по-перше, щиро зацікавлені в задоволенні потреб тубільного населення, бідних, етнічних меншостей, жінок, непрацевдатних і інших осіб, позбавлених соціальних благ. По-друге, ці структури повинні бути незалежними від

держави і не бути представниками влади. Таку силу в Україні представляють організації третього сектору. На основі аналізу досвіду діяльності організацій, що домоглися позитивних результатів у просуванні інтересів громадян у місцевих і вищих органах влади можна виділити три аспекти:

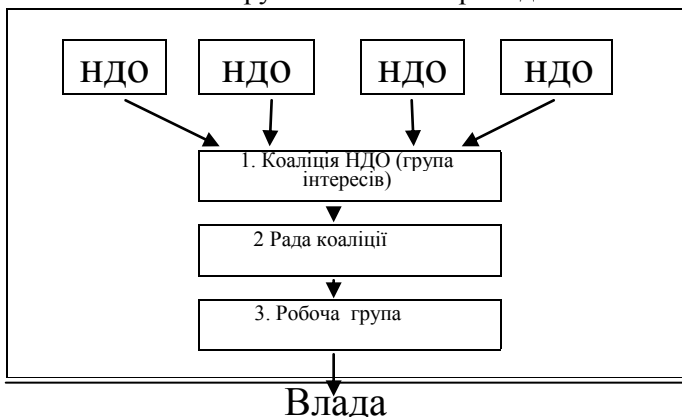
- Створення громадської структури для просування інтересів громадян в органах влади;
- Розробка й вибір механізмів впливу на владу;
- Організація самої кампанії по просуванню громадського інтересу.

Розглянемо послідовно кожну із цих сторін.

Створення громадської структури для просування інтересів громадян в органах влади. Досвід країн, що мають сталі демократичні традиції, свідчить про те, що інститут впливу на владу строго структурований. Специфіка становлення демократії в Україні також вимагає чіткої структури інституту впливу. Однак, як справедливо думають політологи й громадські діячі, ця структура буде багато в чому відрізнятися від моделей Заходу й Америки. З огляду на специфіку українського соціуму, В. Азаров пропонує використати наступну структуру впливу на владу:

Схема 1. Громадська структура впливу на владу

Групи населення громади



Структура громадської кампанії з адвокації завжди визначається змістом інтересів громадян, які мають потребу в їх просуванні в органах влади, а також їхньою спільністю для певних груп населення. От чому будь-яка кампанія з адвокації починається з визначення

пріоритетів потреб тих громадян, інтереси яких представляє громадська організація, і впевненості в тім, що ухвалення відповідного рішення на локальному, регіональному або національному рівні призведе до повної або часткової домовленості по невирішених питаннях. Громадська організація повинна знати свої можливості для того, щоб впливати на процес ухвалення рішення. При цьому необхідно мати на увазі, що рішення владних структур може стосуватися питань залучення громадян до участі в різних сферах життєдіяльності, а також посилення моментів підзвітності, прозорості діяльності виборних органів влади. Особливої уваги заслуговують також дії, спрямовані на вирішення проблеми шляхом внесення виправлень у закон, зміни політичного курсу, прийняття відповідного підзаконного акту. Складність і відповідальність завдання впливу на тих, хто приймає рішення, що впливають на життя людей, вимагає консолідації зусиль громадян. Як показує практика, найбільш ефективною формою такої взаємодії є коаліція.

Коаліція - це організація, що поєднує інші організації для досягнення цілей адвокації при збереженні автономності організацій-учасників.

Фундаментом для створення коаліції є спільність пріоритетів і підходів різних організацій до вирішення тієї або іншої соціальної проблеми. Природним процесом для громадських організацій територіальної громади є структурування за сферою інтересів, коли організації одного профілю діяльності (економіка, освіта, екологія, молодь і т.п.), знаходячи між собою точки дотику, поєднуються для просування суспільного інтересу у владних структурах. Коаліція громадських організацій є необхідним структурним елементом громадської кампанії з адвокації, оскільки вона є легітимним органом. У ст. 10 Закону України «Про об'єднання громадян» сказано, що об'єднання громадян мають право на добровільних основах засновувати або вступати між собою в спілки (союзи, асоціації тощо), утворювати блоки, укладати між собою угоди про співробітництво і взаємодопомогу. Легітимність коаліції дає їй значні переваги в порівнянні з можливостями впливу окремих громадян і організацій на процес прийняття рішень. Крім цього, коаліція, збільшуючи кількість притягнутих людей, дає більше шансів на успіх у просуванні того або іншого інтересу. І, нарешті, коаліція створює сприятливі умови для

концентрації сил і засобів в організації просування інтересів в органах влади.

Залежно від масштабу проблем, які вирішуються можна виділити:

1. Окремо взяту НДО. Вона захищає своїх членів у рамках своєї організації й має більшу можливість для узгодження інтересів своїх членів. Однак при цьому обмеження контактів з іншими організаціями впливає на політико-соціальні процеси

2. Об'єднання НДО регіону в регіональну коаліцію. Таке об'єднання НДО створює сприятливі умови для третього сектору регіону, вирішуючи місцеві й регіональні проблеми. Цей вид коаліції має більш широкі контакти з іншими НДО й здатний впливати на владні структури регіонального рівня.

3. Об'єднання регіональних НДО в національну мережу регіональних організацій. НДО, що входять у національну мережу, прагнуть зробити світ краще, вирішуючи державні й міжнародні проблеми на основі широких контактів з іншими громадськими організаціями. Цей вид коаліції істотно впливає на соціально-політичні процеси в масштабах країни, однак, у рамках такого об'єднання є ускладнення в узгодженні інтересів всіх її членів.

Сьогодні в Україні поширені коаліції іншого виду. Вирішуючи свої завдання, кожна НДО територіальної громади встановлює зв'язки з іншими організаціями, що мають спільні з нею інтереси, і, об'єднавшись у коаліцію, складають важливий елемент структури по просуванню інтересів громадян в органах влади.

При створенні коаліції необхідно враховувати сильні сторони цього об'єднання, Аналіз вітчизняного й закордонного досвіду [1; 19; 45] дозволяє виділити наступні моменти щодо цього. Коаліція:

- Надає більше ресурсів для досягнення мети: члени коаліції можуть використовувати людські й матеріальні ресурси й досягти таким чином більшого.

Максимальна легітимність захисних дій НДО в очах даної групи населення через представництво в коаліції великої кількості лідерів, що зарекомендували себе провідниками інтересів цієї суспільної групи, що не дає супротивникам громадянського представництва заперечити його повноваження як представника думки даної групи населення.

- Збільшує безпеку завдяки масовості: державі важче зломити декілька груп, ніж загрозувати одній.
- Збільшує довіру осіб, які приймають рішення.
- Розширює базу підтримки, оскільки об'єднання зусиль зближує різних спостерігачів, із якими працює кожен з учасників.
- Розширює межі діяльності кожної організації: робота в коаліції покращує діяльність і потенційний вплив кожної організації.
- Робить внесок у покращення громадянського суспільства: чим більше членів громадянського суспільства спілкуються, тим більше воно в змозі контролювати осіб, які приймають рішення.

Створення й діяльність коаліції потребує особливих навичок від керівників організацій, що вирішили прийняти в ній участь. В коаліції необхідна ефективна організація роботи, при якій створюються умови для узгодження інтересів, розробляються функції відповідно до досвіду й уподобань членів коаліції, формуються взаємини, засновані на принципах довіри й авторитету.

Деякі дослідники вважають, що об'єднання НДО в коаліцію для просування суспільного інтересу у владних структурах носить тимчасовий характер. Щоб уникнути бюрократизації третього сектора після досягнення цілей кампанії з адвокації коаліція повинна бути розпущена [1;].

Із представників громадських організацій, які об'єдналися в коаліцію необхідно сформувати **Раду коаліції**, що буде здійснювати керівництво кампанією по адвокації. При формуванні Ради необхідно враховувати перешкоди, які можуть при цьому виникнути:

- Різний рівень знань та досвіду в керівників НДО регіону;
- Боротьба за лідерство в коаліції;
- Невміння слухати в керівників НДО;
- Різний культурний рівень розвитку;
- Неадекватність сприйняття однакової інформації;
- Невміння бачити проблеми;
- Неконструктивна агресивність;
- Заздрість, невинуваті амбіції;
- Страх втратити незалежність та мати невдачу [45; с. 6].

До Ради повинні увійти досвідчені й професійні лідери НДО, що усвідомлюють, що в досягненні соціальної справедливості необхідні зміни, осмислення й підтримка. Члени Ради коаліції повинні підсилувати позиції організацій у просуванні соціальних інтересів завдяки тому, що застосовують демократичні, кооперативний і відкритий стилі керівництва, прагнуть зрозуміти потреби організацій й потреби громадян, не накопичують, а поширюють інформацію, використовують свою владу для впливу на державні установи й поліпшення життя місцевої громади.

Рада коаліції здійснює управлінські функції в організації кампанії з адвокації: планування, організація, мотивація й регулювання, контроль.

Значне місце в діяльності Ради коаліції займає *розробка стратегічного плану кампанії з адвокації*, що дозволяє на основі аналізу внутрішніх і зовнішніх можливостей визначити реальні стратегічні завдання й послідовність конкретних заходів, спрямованих на досягнення мети кампанії з адвокації. Стратегічний план передбачає також визначення людських, матеріально-технічних, фінансових ресурсів, необхідних для діяльності по просуванню інтересу в органах влади. Послідовність етапів стратегічного планування може бути наступною:

- Визначення мети лобістської кампанії;
- Аналіз оточення;
- Аналіз засобів;
- Вибір стратегії;
- Впровадження стратегії;
- Вимір та контроль кроків та наслідків.

При визначенні й уточненні *мети* лобістської кампанії можна, наприклад, скористатися рекомендаціями, розробленими Маргарет А.Шулер, яка вважає, що право й політика впливають на статус особистості, тому що вони регулюють соціальні й трудові відносини, а також визначають ступінь доступу до економічних ресурсів. Автор вважає, що право й політика можуть бути несправедливими: а) за змістом - коли закони, програми або бюджет є дискримінаційними й порушують основні права громадян; б) за структурою - коли

політичний курс і закони не діють або коли вони діють у несправедливій формі, віддаючи переваги одним верствам населення й нехтуючи іншими; в) за культурою - коли громадяни не знають про існування певного політичного курсу або права або коли їх чинність порушено соціальними нормами й поведінкою, тобто коли закон на практиці не існує. Це характерно, наприклад, для ситуації з бідними людьми, які не знають про свої права й не мають засобів для їх захисту в порядку, передбаченому законом. Використовуючи даний підхід до аналізу політико-правової системи в стратегічному плануванні кампанії з адвокації, можна домогтися більш чіткого визначення характеру змін, на які вона спрямована.

Оцінюючи зовнішнє середовище, необхідно, насамперед, визначити ті його компоненти, які впливають на досягнення мети. Найчастіше це бувають економічні й цивільні норми права, які недотримуються, ігноруються або взагалі відсутні в законодавстві. Крім цього важливо враховувати, що зовнішнє середовище існує не тільки у формі джерел (економічних, правових та ін.), але й у вигляді конкретних осіб, їхніх груп, соціальних об'єднань. Доцільно провести класифікацію цих елементів з погляду позитивного або негативного відношення цих елементів зовнішнього середовища до ідеї просування соціального інтересу: супротивники, союзники, потенційні союзники.

До числа *союзників* відносяться ті, хто відкрито підтримує цілі кампанії з адвокації й готові співпрацювати з коаліцією в справі захисту інтересів.

Потенційні союзники - це ті, кого можна переконати в необхідності надання підтримки в просуванні інтересу або ті, хто ще не визначив свою позицію стосовно цієї справи.

Супротивниками є ті, хто твердо виступає проти просування даного інтересу у владних структурах і при цьому активно й відкрито про це заявляє.

Інститут Адвокатів (США) рекомендує замислитись над наступними питаннями щодо союзників і супротивників:

- Скільки людей входить до цієї групи, компанії чи установи?
- Яка їх фінансова ситуація?
- Які політичні чи законотворчі зв'язки вони мають?
- Яка в них репутація?
- Які їхні негативні риси?

- Наскільки вони спроможні мобілізувати громадськість (на голосування, збір коштів, збори)?
- Чи мають вони професійні навички (юридичні, політичні, ділові)?
- Як до них ставляться ЗМІ? Чи є вони суб'єктами національного масштабу, відомими людьми?
- Чи можуть вони запропонувати Вам дослідження, доступ до лідерів, додаткових співробітників?
- Як вас розглядають ваші союзники й опоненти?
- Якщо ви маєте широку підтримку в масах, але слабкі зв'язки в політичних колах, ви можете використати свою популярність у масах для укладання альянсів із політичними лідерами? [19]. Стосовно кожної групи необхідно спланувати генеральну лінію поведінки для того, щоб супротивники по можливості стали потенційними союзниками, а союзники з потенційної групи перейшли в реальну. Функціональний обов'язок Ради коаліції полягає в тому, щоб за допомогою різних механізмів міжгрупової взаємодії встановити адекватні поставленим завданням відносини із соціально значимим оточенням.

Аналіз засобів при стратегічному плануванні припускає виділення сильних і слабких сторін, насамперед - фінансових, матеріальних і людських ресурсів, які є в розпорядженні коаліції. Аналізуючи фінансові й матеріальні ресурси, необхідно розглянути основні джерела фінансування, їх розмаїтість, наявність запасних варіантів фінансування, види доходів, наявних в організаціях (пожертви, індивідуальні внески, прибуток від інвестування, членські внески, донорська підтримка та ін.). При оцінці членів організацій і волонтерів необхідно, наприклад, звернути увагу на знання в області права, на наявність літературних схильностей або комунікативних умінь, на здатності в області маркетингу, збору грошей, публічних виступів, встановлення зв'язків із громадськістю. Важливо проаналізувати також загальну репутацію організацій, що входять у коаліцію, наявність обладнання, необхідного для проведення кампанії з адвокації.

Після аналізу сильних і слабких з сторін коаліції, можна приступати до відпрацювання альтернативних стратегій і вибору стратегічних рішень, коли на основі врахування сильних і слабких сторін кожного варіанта обирається найбільш оптимальне стратегічне рішення. Потім стратегія переноситься на відповідні тактичні плани.

При розробці процедури оцінки наслідків доцільно звернути увагу на наступні питання:

- Чи є стратегія внутрішньо сумісною з можливостями коаліції?
- Чи враховує стратегія допустимий ступінь ризику?
- Чи має коаліція достатню кількість ресурсів для реалізації стратегії?
- Чи враховує стратегія зовнішні небезпечні фактори та можливості?
- Чи є ця стратегія кращим засобом застосування наявних ресурсів?

Співробітник Інституту Адвокаті Д.Шульц виділив дев'ять питань, які допомагали різним організаціям у процесі планування і які, на наш погляд, можливо використовувати Раді коаліції при розробці стратегії кампанії з адвокатури:

1) *Чого ми бажаємо? (завдання).* Будь-які дії починаються з визначення завдань. Важливо розрізнити декілька типів завдань. Які завдання є довготривалими, а які - короткочасними? Які завдання стосуються стану речей (наприклад зміни політики), а які зміни процесу (наприклад, створення спільноти учасників)? Завдання необхідно визначити на початку у спосіб, який допоможе здійснити зусилля, залучити людей і підтримку

2) *Хто може допомогти нам досягти цього? (спостерігачі).* Кого з людей і організацій вам потрібно зрушити з місця? Сюди входять особи, які мають дійсну формальну можливість надавати блага (наприклад, законодавці). Крім того, сюди входять ті, хто може вплинути на осіб, які мають формальну владу (ключові й посередницькі групи, як союзники, так і супротивники). В обох випадках для ефективного захисту необхідно знати, що це за спостерігачі та які існують засоби доступу або впливу на осіб, які приймають рішення й організують громадськість. А для цього необхідно аналізувати владу.

3) *Що слід почути особам, які приймають рішення? (повідомлення).* Щоб зацікавити різних спостерігачів, слід підготувати ряд переконливих повідомлень. Хоча ці повідомлення і базуються на одних і тих самих фактах, їх необхідно укласти різним способом,

залежно від спостерігачів і від того, що вони бажають почути, у більшості випадків повідомлення захисників складаються з двох елементів: звернення до справедливості й до особистих інтересів спостерігачів.

4) *Від кого їм слід почути? (промовець)*. Одне й те ж саме повідомлення може мати різний ефект залежно від того, хто його представляє. Хто є найбільш довіреним джерелом повідомлень для різних спостерігачів? У деяких випадках, ці промовці є експертами, довіра до яких базується на професіоналізмі. В інших випадках, нам доводиться використовувати «автентичні голоси», тобто промовців, які можуть говорити з точки зору власного досвіду. Що нам слід зробити, щоб забезпечити таких промовців у сенсі інформації й забезпечення їх статусу захисників?

5) *Як можна примусити їх вислухати це (доставка повідомлення)*. Повідомлення можна доставити різними шляхами. Сюди входять непрямі впливи і прямі (безпосередні дії) методи. У різних ситуаціях можуть виявитися різні способи. Головне оцінити їх і правильно застосувати, комбінуючи їх дію для досягнення позитивного результату.

6) *Які наші переваги? (ресурси)*. Ефективні дії по просуванню інтересів потребують обережного застосування наявних захисних ресурсів. Які сильні сторони вашої організації? Сюди входить уже проведена в цій галузі захисна робота, створені союзи, персонал і співробітники, можливості, інформованість та політичний досвід інших людей. Наприклад, чи можете ви здійснити аналіз влади чи організатора? Коротко кажучи ви не починаєте з чистого аркушу, ви вже маєте певну базу.

7) *Що нам слід розвивати? (проблеми)*. Після оцінки наявних ресурсів необхідно визначити, яких із необхідних ресурсів у вас немає? Як їх можна отримати? Це означає огляд союзів, які необхідно створити й можливості такі, як програми допомоги бідним, ЗМІ, дослідження, внутрішні можливості, які є необхідними для будь яких дій.

8) *Як розпочати? (наступні кроки)*. Який шлях ефективний для просування стратегії? Якими є потенціальні короткострокові завдання

чи проекти, що зберуть разом потрібних людей, символізуватимуть велику роботу попереду і створять щось досяжне, що дасть можливість зробити наступний крок?

9) *Як дізнатися, чи система працює? (що змінилося? Що покращилося? Чому?)* Як у будь-якій подорожі, курс необхідно час від часу перевіряти. Стратегію слід від часу переглядати, послідовно звіряючи її з наведеними вище пунктами. Крім того необхідно вміти робити корективи в ході процесу й відкидати елементи стратегії, які після їх застосування не дали бажаного результату [64;].

Важливою функцією Ради коаліції є *пошук фінансових засобів, складання бюджету кампанії з адвокації*. Фінансові засоби складаються із внесків кожної організації створеної коаліції. Крім цього, у фонд коаліції доцільно залучати засоби бізнес-структур, використовуючи при цьому ефективний, перевірений досвід технології корпоративного спонсорства. Бізнес може виступити як спонсор лобістської кампанії в тому випадку, якщо усвідомлює ті переваги, які він одержить у результаті участі в просуванні суспільного інтересу. Це може бути:

- Поліпшення іміджу фірми на місцевому рівні;
- Асоціювання себе з високоякісним і престижним заходом;
- Реклама товарів і послуг;
- Демонстрація соціальної відповідальності фірми;
- Залучення нових партнерів і клієнтів;
- Висвітлення в засобах масової інформації та ін.

У кожному з перерахованих вище випадків рада коаліції повинні обрати адекватну структуру взаємодії з бізнесом. В одних випадках це може бути однобічний зв'язок, коли бізнес безкорисливо підтримує інтерес соціальної групи. Іноді обираються відносно довгострокові партнерські стосунки, спрямовані на реалізацію цілей кампанії з адвокації. Певну користь може принести й співробітництво, при якому організується спільна діяльність по розробці й реалізації проекту лобістської кампанії.

Після визначення цілей і стратегії просування інтересу громадян у владних структурах необхідно скласти бюджет лобістської кампанії. Залежно від змісту діяльності й умов, у яких вона розгортається, статті

витрат можуть бути різними. Однак майже завжди в бюджеті передбачаються витрати на діяльність:

- груп підтримки (НДО, що входять у коаліцію; НДО, що підтримують коаліцію; організації державних і комерційних структур, які є союзниками в просуванні суспільного інтересу);
- робочої групи (експерти, фахівці), що безпосередньо займається питаннями просування інтересу в структурах влади;
- кампанії, проведеної в засобах масової інформації;
- друкованого видання коаліції (інформаційний бюлетень, газета, журнал і т.п.).

Важливим функціональним напрямком Ради коаліції є постійний *контроль над ходом виконання досягнутих у владних структурах домовленостей*. Домовленість між місцевим органом самоврядування й громадських організацій може оформлятися у вигляді Наказу, Рішення, Постанови, Договору і т.д. При цьому необхідно враховувати ту обставину, що державні службовці, що прийняли рішення і таким способом впливають на повсякденне життя місцевої громади, в силу тих або інших обставин не завжди піклуються про його виконання. У зв'язку із цим Раді коаліції обов'язково необхідно використати такий істотний механізм впливу на ситуацію, як громадський контроль.

Таким чином, функції Ради коаліції різнопланові, що потребує від її членів високого рівня професіоналізму та авторитету в місцевій громаді.

Наступним структурним компонентом кампанії з адвокації є робоча група по просуванню інтересу в органах влади. До групи входять фахівці та експерти з тієї проблеми сфери суспільного життя, яка є предметом просування в органах влади. Це можуть бути працівники системи освіти, охорони здоров'я, культури, юристи, політологи, психологи, бізнесмени, соціальні працівники, люди, які раніше були чиновниками і добре орієнтуються в питанні, яке є предметом кампанії по адвокації.

Головна функція робочої групи - розробити та провести конкретні заходи кампанії з адвокації. Для реалізації цієї функції членам робочої групи необхідно:

- зібрати інформацію про стан проблеми, звертаючи увагу на те, як цю проблему вирішують органи влади, а також інституції, які не входять до коаліції.

- Спланувати послідовність заходів кампанії та проаналізувати якість їх проведення

- Скласти ключові повідомлення для органів влади, засобів масової інформації, соціальних мереж і жителів місцевої громади

- Скласти звіт про хід і результати кампанії з адвокації.

На основі розробленої Радою коаліції стратегії члени робочої групи складають тактичний план, куди включають заходи з визначенням строків і відповідальних за їхнє проведення.

Форма проведення цих заходів може бути різною:

- Складання й поширення інформаційних (ключових) повідомлень, адресованих владним структурам, які повинні прийняти відповідне рішення, або тим соціальним групам, які потенційно можуть підтримати просування інтересу.

- Інші інформаційні акції, які також спрямовані на те, щоб викликати в більш широкого кола людей адекватне ставлення до проблеми, що просувається в органах влади (вуличний театр, петиції, марші, демонстрації, мітинги і т.і.)

- Пред'явлення ультиматуму місцевим органам влади, у якому міститься попередження про початок акцій прямого тиску у випадку, якщо вони в певний строк не зроблять конкретних кроків по ухваленню відповідного рішення.

Як бачимо, у кампанії з адвокації використовуються різні способи впливу на владу. Однак, з огляду на основне призначення цієї діяльності - одержання необхідного рішення від влади за допомогою передачі їй інформації від зацікавленої групи основну увагу варто приділяти *інформаційному забезпеченню цієї діяльності*.

Особливу актуальність являє собою отримання і *аналіз відомостей про об'єкт впливу*, тобто про тих осіб, від яких залежить ухвалення рішення. Як відзначає В.Азаров «...тут просто необхідна докладна, достовірна інформація про характеристики й оточення чиновника, лідера групи, начальника владної структури. У необхідний набір

входять їхній характер звички, світогляд, упередження» [1; с.132]. Труднощі у вивченні об'єкту впливу й ситуації, у якій він перебуває, обумовлені тим, що органи влади володіють корпоративною, а отже, закритою інформацією. Проте, ця інформація вкрай необхідна для того, щоб орієнтуватися в ситуації, чітко планувати правові дії, а в деяких випадках і для маніпуляції супротивником. Певну допомогу у вирішенні цього протиріччя можуть надати рекомендації Р.Роніна, щодо джерел інформації й можливостей їхнього використання:

1. Експерт. Фахівець, професійні знання якого забезпечують бездоганну орієнтацію в питанні, що лобіюється. У ролі такого експерту звичайно виступають чиновники органу місцевого самоврядування або чиновники обласної структури, що дублює функції необхідного органу.

2. Внутрішній інформатор. Людина з організації або найближчого оточення об'єкта лобістської обробки, що поставляє інформацію з матеріальних або моральних міркувань.

3. Легковажний інформатор. Простіше кажучи базіка, що розкриває цікаві факти в дружній чи інтимній бесіді. Небезпека використання такого каналу в тому, що, поряд, з найціннішою інформацією, він може нести перебільшення або навмисну дезінформацію [46; с. 8].

Інформація, отримана з різних джерел, повинна аналізуватися, систематизуватися й узагальнюватися.

Важливе місце в проведенні лобістської кампанії належить *інформуванню*, що повинне сприяти усвідомленню потреб групи громадян, розумінню напруження та незадоволення, яке вони відчують, спонуканню місцевих чиновників до прийняття відповідних рішень. Інформування варто розглядати як психологічний вплив робочої групи на представників влади й громадськість. У цьому процесі акцент робиться на ознайомлення чиновників і громадян із проблемою, переконання їх в актуальності й значимості цієї проблеми, у необхідності проведення відповідних змін, які виявляться можливими завдяки ухваленому рішенням в органах місцевого самоврядування.

У будь-якій формі інформування, як психологічний вплив, повинно виходити з певних мотивів і орієнтуватися на конкретні цілі. При цьому необхідно взяти до уваги, що об'єкт впливу вибірково ставиться

до змісту інформації. Причина полягає в тому, що на шляху інформаційного впливу постає психологічний захист - тобто своєрідний фільтр, що відокремлює бажаний вплив від небажаного, корисний від шкідливого, відповідний потребам, ціннісним орієнтаціям людей, що приймають рішення, від тих, що їм суперечать. Свідомість людей більш відкрита для висновків, що лежать у прийнятному для них діапазоні. Тому логічно припустити, що чим більше розбіжність між поглядами, ідеалами установками об'єкту впливу із змістом інформаційного повідомлення, тим менше шансів у зміні вихідної позиції того, на кого ми намагаємося зробити вплив. Це правило стосується також і джерела комунікативного впливу. Авторитетність джерела, довіра до нього значно підвищує цінність інформації для реципієнта й істотно впливає на зміну його первісної позиції. Державний чиновник легше змінить свою первісну думку, якщо довідається, що вона суперечить думці авторитетних для нього людей. У зв'язку із цим необхідно, по-перше, використати переконливі аргументи для того, щоб переконати тих, хто має найбільший вплив і здатність втілити зміни в життя, по-друге, важливо при цьому спиратися на значимі для реципієнта джерела. Для досягнення цієї мети важливо мати різносторонню інформацію про людей, що приймають рішення і їхнє найближче оточення (інтереси, захоплення, політичні орієнтації, світогляд, темперамент, характер та ін.). Необхідно так само здійснювати диференційований підхід до організації інформаційного впливу.

Диференціація інформування здійснюється за рахунок чіткого виділення однорідних груп впливу за ознакою їхніх можливостей у плані ухвалення необхідного рішення, а також із врахуванням відношення до особи що просуває інтерес. У зв'язку з цим в техніці адвокації можна виокремити кілька груп:

- Група людей (або окремий її представник), що має владні повноваження для ухвалення необхідного рішення, однак, при цьому в силу різних причин займає відкриту позицію протистояння.
- Група людей (або окремий її представник), що має владні повноваження для ухвалення необхідного рішення, однак, через

погану поінформованість нейтрально ставиться до необхідності втілення відповідних змін у життя.

- Група людей (або окремих її представників), що, маючи владні повноваження, відкрито підтримують групу суспільного інтересу.

- Люди, які не приймають владні рішення, однак, їхня підтримка в процесі його прийняття виявляється надзвичайно важливою, тому що їхня позиція як членів комітетів, комісії, аналітичних груп і т.д., є значимою для особи, що приймає рішення.

- Люди, які не приймають владні рішення й не є представниками влади, однак, при цьому мають тісні зв'язки в органах влади й здатні вплинути на владний об'єкт, спонукаючи його до ухвалення необхідного рішення.

Інформаційний вплив буде різним залежно від приналежності об'єкту впливу до тієї або іншої групи, тому важливо проаналізувати зібрану інформацію про цільову аудиторію, тобто про ту групу, на яку необхідно зробити вплив. За основу аналізу зібраної інформації можна взяти наступні показники:

- Рівень обізнаності об'єкту впливу про організацію, що входять у коаліцію.

- Рівень обізнаності об'єкту впливу про сутність проблеми, яка потребує відповідного рішення органів місцевого самоврядування.

- Рівень погодження об'єкту впливу з необхідністю прийняття відповідного рішення.

- Рівень вашого спілкування з об'єктом впливу на цей момент.

- Рівень взаємодовіри.

Оцінку даних показників можна проводити по п'ятибальній шкалі. Співставлення інформації, отриманої про об'єкт впливу, зі своєю попередньою діяльністю по організації взаємодії з ним дозволить спрогнозувати рівень впливу кампанії з адвокації на владні структури. При організації впливу на владний об'єкт необхідно враховувати закономірності психологічного впливу.

У зв'язку з тим, що в кампанії з адвокації пріоритет віддається інформаційному впливу, основну увагу варто приділяти складанню тих

блоків інформації, які передаються цільовій групі для того, щоб активізувати й прискорити процес ухвалення необхідного рішення. Цю інформацію називають *ключовими повідомленнями*.

Ключові повідомлення доводять до відома громадськості, союзників, владних структур, засобів масової інформації. Послідовність передачі, зміст, адресність ключових повідомлень залежить від етапу просування суспільного інтересу, завдань, які вирішуються, а також від наявності інформації з даного питання (факти, аргументи, докази).

На початкових етапах кампанії з адвокації доречно заручатися підтримкою громадян місцевої громади, і визначити тих, хто може виступити в ролі союзників. Саме суспільний резонанс у відповідь на виклад проблеми, підтримка з боку місцевого соціуму надає значимість і легітимність кампанії. У зв'язку із цим ключові повідомлення повинні стати невід'ємним елементом PR-технологій.

Прицільно обрана система ключових повідомлень є також важливим інструментом для впливу на чиновників. Як відомо, влада рідко зважається на зміни і йде на них тільки в тих випадках, коли відчуває сильний суспільний тиск або усвідомлює, що зміни узгоджуються з її власними інтересами. Ключове повідомлення, адресоване владній структурі, показує, яких саме змін очікує від них громадськість.

Ключове повідомлення - це особлива комунікативна дія, у якій реалізується управлінська, інформативна й фактична (пов'язана із встановленням контактів) функції.

По співвідношенню цих функцій умовно розрізняють повідомлення:

- Спонукальні (переконання, навіювання, наказ, прохання)
- Інформативні (передача реальних або вигаданих відомостей);
- Експресивні (що викликають емоційне переживання);
- Фактичні (встановлення й підтримка контакту).

У ключовому повідомленні на перший план виставляється спонукальна функція. Наказ і прохання як способи стимуляції майже не використовуються. Основну увагу варто приділити переконанню, хоча в просуванні інтересів громадян іноді використовують і сугестивний вплив на об'єкт. У цьому випадку важливо враховувати розбіжність

між навіюванням і переконанням. Навіювання - це процес впливу на психічну сферу людини, пов'язаний зі зниженням критичності при сприйнятті й реалізації змісту, що навіюється. Інформація, засвоєна по механізму навіювання піддається осмисленню й корекції, являючи собою сукупність "викликаних установок". На відміну від цього, переконання являє собою спосіб впливу, що містить у собі систему доводів, аргументів, що підтверджують висунуту у повідомленні тезу, вона заснована на осмисленому сприйнятті людиною будь-яких відомостей або ідей, на їхньому аналізі й оцінці. Навіювання відбувається практично миттєво. Переконання вимагає більших витрат часу й використання різноманітних відомостей, воно не сприймається в готовому вигляді.

Власне кажучи, в обох випадках мова йде про два способи переконання, які Д. Майерс назвав прямим і непрямим. "Іноді переконання, - пише він, - здійснюється за рахунок того, що аудиторія зосереджує свою увагу на аргументах и занурюється у відповідні міркування. Такий системний або "прямий" спосіб переконання має місце, коли люди від природи схильні аналізувати те, що відбувається, або зацікавлені пропонованою темою. Якщо ж тема не викликає стійкої уваги аудиторії, переконання може здійснюватися за допомогою більш безпосереднього "непрямого" способу, коли люди використовують випадкові ознаки або евристику для поспішних висновків. Переконання, здійснюване прямим способом, є більш аналітичним і менш поверховим, крім того воно більш стійке й з більшою ймовірністю здатне вплинути на поведінку" [33; с.314-315].

Таблиця 2. Види спонувань до дії та їх характеристика

<i>Спонування до</i>	<i>Аудиторія</i>	<i>Процес</i>	<i>Сила переконання</i>
Пряме	Схильна до аналізу й мотивована	Докладено значних зусиль: обмірковування, згода або контраргументація	Вагомі аргументи викликають довгострокове переконання, погодження.

Непряме	Несхильна до аналізу або незацікавлена	Не докладено майже ніяких зусиль: непрямі натяки й обіцянки, пояснення "на пальцях"	Натяки й обіцянки часто викликають короточасну симпатію й схвалення
---------	--	---	---

Що стосується інформативної функції повідомлення, то громадський вплив ніколи не використовує неправдивих повідомлень, а завжди спирається на реальні факти.

Повідомлення повинне викликати в об'єкті впливу емоційно забарвлений стан у формі особливого переживання, а для цього воно має бути експресивним, виразним, здатним відбити емоційний стан суб'єкта інформаційного впливу.

Як відзначає В. Азаров, "...затерті символи й побиті фрази на людей не впливають. Вони запам'ятовують і реагують на яскраві, драматичні образи. Політичні й громадські ініціативи сприймаються суб'єктами суспільного життя настільки, наскільки вони подані драматично. Іншими словами, це повинна бути вражаюча сага, що несе в собі інтригу, яка створює й підіграє інтерес до проблеми" [1; с. 133]. Разом з тим існують певні правила побудови тексту ключового повідомлення. Перерахуємо деякі з них:

- Найбільш переконливий аргумент необхідно розташувати на початку повідомлення;
- Кількість змістовних блоків інформації не повинне перевищувати числа 9;
- Кожний абзац ключового повідомлення може містити в собі не більше чотирьох – п'яти фраз;
- Побудова речень повинна відрізнятися стислістю й лаконічністю;
- Важливо уникати наукоподібних штампів;
- Якомога рідше треба вживати прислівники;
- У повідомленні необхідно використати переконливі і безсумнівні факти;
- По можливості необхідно використати діалоговий режим повідомлення (так само, як і Ви, ми вважаємо, що...).

Із прикладом тексту ключового повідомлення, адресованого Президентові України, Верховній Раді України можна познайомитись в додатку № 1.

Важливим механізмом інформаційного забезпечення лобістської кампанії являються *засоби масової інформації*.

Просування будь-якого інтересу групи громадян повинно базуватись на тісному зв'язку із засобами масової інформації. Медіа кампанії, спрямовані на захист громадських інтересів, використовують стратегії, техніку PR та журналістської діяльності. Роль зв'язків із засобами масової інформації важко переоцінити:

По-перше, завдяки публікаціям у ЗМІ налагоджуються та укріплюються зв'язки з членами всієї територіальної громади, що дозволяє формувати громадську думку, об'єднувати усіх, хто зацікавлений у прийнятті відповідного владного рішення.

По-друге, підвищується рейтинг популярності організацій, що об'єднались у коаліцію для просування певного інтересу. Зачинання коаліції здобувають масову підтримку.

По-третє, громадська структура з адвокації завдяки гласності, може знайти союзників серед спонсорів, представників бізнесу, органів місцевого самоврядування, а також серед людей найрізноманітніших професій, віку та віросповідання.

Преса, зазвичай, зацікавлена у публікації матеріалів, що дають фонову інформацію до новин, а також нариси на тему дня або ж загального характеру. Тут відкриваються широкі можливості для співпраці з журналістами, які завжди мають потребу в нових ідеях, конструктивних пропозиціях.

Відправним пунктом в налагодженні зв'язків із громадськістю є створення бази даних ЗМІ й осіб, через яких можна налагодити комунікацію. У базу даних заносяться відомості про всі засоби масової інформації, до яких можна звернутися з пропозицією інформувати про хід просування суспільного інтересу у владних структурах. Це можуть бути не тільки місцеві, але й обласні ЗМІ. У складені списки ЗМІ необхідно включити ім'я репортера, контактну адресу, контактний номер телефону, факс, а також адресу електронної пошти. Всі засоби масової інформації необхідно класифікувати за такими ознаками:

радіо, телебачення, щоденні газети, тижневики, журнали, електронні засоби масової інформації, авторські стовпчики і т.д.

У кампанії з адвокації використовуються традиційні форми зв'язку із засобами масової інформації: прес-реліз, листи в газету, інтерв'ю, прес-конференція. При цьому при використанні цих форм акцент робиться на переконання в необхідності змін, а також на встановлення довіри до тих, хто лобіює інтереси громадян.

У прес-релізі в короткій і лаконічній формі описується подія, що має відношення до змісту проблеми, що просувається кампанією з адвокації. Це можуть бути новини з життя громадських організацій, повідомлення про створення коаліції, цілі її діяльності, інформування про захід по захисту інтересів суспільства, виклад факту порушення соціальних або цивільних прав людини і т.д. При складанні прес-релізу необхідно враховувати, що він часто слугує лише первинним джерелом інформації для журналістів, які згодом досліджують заявлену тему глибше і пишуть по даній проблемі щось своє. Ось чому в прес-релізі окрім опису події обов'язково необхідно повідомити, куди можна звернутися за додатковою інформацією.

Прес-реліз подається в редакції газет у стандартній формі. Звичайно він друкується на спеціальному бланку, на якому вказується назва організації і контактна інформація.

Текст повідомлення не повинен перевищувати двох друкованих сторінок.

Вважається, що вдалий заголовок - половина успіху всього матеріалу, у зв'язку із цим важливо вибрати коротку, інформативну, цікаву назву.

В першому абзаці прес-релізу подається найважливіша інформація, вона повинна бути якомога коротшою і привертати увагу редактора або репортера. Вже на початку прес-релізу важливо відповісти на ряд питань: Що відбувається? Хто це виконує? Де це відбувається? Коли це відбувається? Наприклад: «15 липня 2012 р. у районному Будинку культури організація захисту прав дітей відкриває виставку творчих робіт дітей-інвалідів».

Наступні абзаци уточнюють, пояснюють і деталізують розповідь про ті явища, заходи, про які говорилося на початку прес-релізу. Тут необхідно подавати деталі в порядку їхньої значимості: від більш важливих до менш істотних. Самі абзаци повинні бути невеликими. Кожній додатковій деталі варто присвятити окремий абзац. Це дозволить редактору якщо буде потреба перегрупувати або скоротити матеріал, не змінюючи його змісту.

Форма викладу в прес-релізі не повинна бути перевантаженою. При побудові речень доцільно використати декларативний стиль. Наприклад, «Місцева правозахисна організація відправила петицію в обласну прокуратуру з вимогою проведення нагляду за дотриманням прав ув'язнених у слідчому ізоляторі міста...». Переваги повинні надаватися дійсному, а не пасивному способу дієслова. Наприклад, "Вчора громадські організації міста провели вуличний театр...". А не "Вуличний театр, проведений громадськими організаціями міста, викликає інтерес у громадян...". Доцільно обирати просту конструкцію речень, уникаючи багатослівних визначень, але при цьому ніколи не слід жертвувати значимими фактами.

Не менш важливим, ніж саме написання, є спостереження за прес-релізом. Якщо робоча група з адвокатиї планує проведення якої-небудь акції, прес-реліз необхідно відіслати в редакцію за день-два до цієї події. При цьому важливо зв'язатися з редактором відділу новин або з тим журналістом, з яким організація підтримує контакт, для того, щоб зацікавити своїм матеріалом у випадку, якщо редакція ще не ознайомила з вашим прес-релізом.

Листа в газету можна посилати на будь-якому етапі кампанії з адвокатиї. Є багато приводів для звернення до редакції за допомогою листа. Це може бути:

- Прагнення робочої групи з адвокатиї звернути увагу громадськості на важливість проблеми, що вона вирішує;
- Висловлення своєї згоди або непогодження з діями чиновників, від яких залежить прийняття необхідного для громадян рішення;
- Звертання до громадян місцевої громади із закликом взяти участь у тих або інших правових діях по захисту суспільного інтересу;
- Висловлення подяки за підтримку, наприклад, за допомогу своєю участю, за гарні результати кампанії по залученню грошей;

- Виправлення наслідків повідомлення, що не відповідало дійсності, чи вирішення суперечки.

У листі в газету звичайно вкладається не більше одного положення (ідеї), яке необхідно викласти чітко й стисло. Як і прес-реліз, лист повинен привернути увагу вже першим абзацом, отже відразу переходьте до справи. Намагайтесь знайти зачіпку й пов'язати її з проблемою. Більшість людей знають про проблему не так вже й багато, так що викладайте її доступно, уникаючи наукоподібних слів та жаргонних виразів.

Лист повинен бути коротким. Припустимий, його обсяг не повинен перевищувати 160 слів, інакше його можуть скоротити. Якщо Ви відчуваєте, що не вкладаєтесь у рамки 160 слів, напишіть листа так, щоб він не втрачав цілісності навіть при скороченні на один-два абзаци.

Навіть якщо ваш лист не опубліковано, він все одно може мати вплив. Той факт, що кілька чоловік написали листи на одну й ту ж тему, може спровокувати редактора опублікувати декілька листів, що виражають протилежні точки зору. Це дозволить редактору переконатися, що проблема існує.

Іноді під час кампанії з адвокації доводиться давати журналістам *інтерв'ю*. Якщо в керівний орган кампанії з адвокації надійшла пропозиція дати інтерв'ю на радіо або телебаченні, з'ясуйте наступні питання:

- Що це за програма?
- Яку інформацію про ваші дії в напрямку просування суспільного інтересу вони мають і чому вони бажають взяти у вас інтерв'ю?
- Про що Вас можуть запитати і як довго дозволять говорити?
- Чи буде інтерв'ю транслюватись у прямому ефірі чи в записі?
- Хто у вашій коаліції може зробити це найкраще?

Важливим засобом інформаційної активності лобістської кампанії є *прес-конференція*, що може проводитися на будь-якому етапі просування суспільного інтересу. Ця форма інформаційного забезпечення лобістської кампанії є значимим чинником, що залучає органи місцевого самоврядування, а також інші об'єкти впливу на сторону тієї суспільної групи, інтерес якої має потребу в законодавчому вирішенні.

У методиці організації й проведення прес-конференції можна виділити кілька етапів:

- Визначення теми
- Підготовча робота;
- Проведення конференції;
- Наступна робота.

Визначаючи тему прес-конференції, важливо подбати не тільки про її актуальність, але й про те, щоб у її формулюванні був наявним елемент новизни. Важливо також передбачити наявність протиріч, які дозволять висвітлитися різним точкам зору, що викличуть багато додаткових питань і дозволять вам висловити свою точку зору повністю та ґрунтовно.

У процесі підготовчої роботи насамперед визначається дата проведення. При цьому враховується, що найкращими днями тижня вважаються дні з вівторка по п'ятницю. Важливо також створити додаткові матеріали, які допоможуть журналістам при підготовці їхніх репортажів і повідомлень (прес-реліз, інформація про учасників конференції, опис події, якому присвячується прес-конференція, презентаційні матеріали, тези доповідачів, фотографії і т. д.). Особливо уважно необхідно віднестися до вибору приміщення для прес-конференції і його обладнання. Приміщення має містити достатньо стільців. Учасникам прес-конференції повинно бути зручно робити нотатки та ставити свої питання.

Для будь-якої прес-конференції існують певні правила їх проведення. Ось деякі з них:

- Доповідач, зазвичай, зачитує короткий текст заяви, в якому говориться про мету такого заходу;
- Репортерів запрошують ставити питання доповідачеві (поряд знаходяться один, два експерти, що знадобляться доповідачеві для відповіді на спеціальні питання);
- Питання ставляться по черзі;
- Репортери мають дотримуватися оголошеної теми.

Навіть тоді, коли ви робите все відповідно встановленим правилам та стандартам проведення прес-конференції, завжди є ймовірність виникнення небажаних моментів. Щоб їм запобігати:

- Відмовтесь від втягнення вас у суперечки, дискусії, дебати;
- Сповільнюйте темп питань, що ставляться, даючи ґрунтовні відповіді на деякі з них;
- Не користуйтеся негативними репліками;
- Намагайтесь обмежити зустріч 30-ма хвилинами. Розпочинайте вчасно. Вчасно закінчуйте.

Після проведення конференції необхідно провести моніторинг у засобах масової інформації, а також розіслати листи-подяки всім учасникам.

Отже, інформування громадськості через засоби масової інформації допомагає змінити ставлення місцевої громади до будь якого питання, а також підготувати думку тих людей, які приймають рішення. Разом з тим, як показує практика, засоби масової інформації не завжди готові до систематичного й тривалого висвітлення всіх етапів просування суспільного інтересу, тим більше в тих випадках, коли цей інтерес перебуває в явному протиріччі з політикою місцевого самоврядування. Причина, мабуть, криється в тому, що зв'язок місцевих ЗМІ з державними структурами часто має характер залежності, оскільки саме від держави те чи інше видання отримує дотації, оплату послуг, певні пільги. Ця обставина спонукає журналістів проявляти лояльність до органів місцевого самоврядування, котрі у своїх орієнтаціях віддають переваги політичним колізіям, лишаючи поза увагою низові громадські ініціативи по просуванню інтересів тієї чи іншої групи населення. Ось чому місцеві видання хоч і друкують повідомлення про просування інтересів громадян в ЗМІ, все ж при цьому цілісно їх не висвітлюють, протягом тривалого часу, на усіх етапах кампанії з адвокації. А за умови невідповідності громадського інтересу політиці влади, ЗМІ у своїй більшості підтримують позицію владних структур.

Одним зі шляхів вирішення даної проблеми може бути використання ЗМІ, підконтрольного донорові або союзникові, а також власних видань громадських організацій. Засоби масової інформації третього сектора, як відомо, є молодією галуззю журналістики. Однак у багатьох регіонах України є видання, які виходять більш менш регулярно й висвітлюють різноманітні аспекти діяльності НДО, у тому числі й проблеми просування суспільних інтересів у владних структурах.

Важливо також використовувати нові, нетрадиційні підходи до організації взаємозв'язку із засобами масової інформації. ЗМІ та громадські організації, що просувають інтереси громадян у владних структурах, мають спільну мету - сприяти демократизації суспільства. Шляхи досягнення цієї мети різні. Для ЗМІ - це інформування, що змінює свідомість, мислення громадськості в напрямку формування її громадянської компетенції. Для громадських організацій - це зміна конкретної ситуації соціуму. Відомо, що одним з найефективніших шляхів досягнення соціально значущих цілей є співпраця, тобто взаємна спрямованість на досягнення спільної мети з урахуванням обґрунтованих інтересів обох сторін. Прикладом ефективною співпраці громадських організацій та ЗМІ може служити досвід Кіровоградського Інституту соціокультурного менеджменту, який організував взаємодію зі ЗМІ в рамках Кіровоградського прес-клубу реформ. Практика показала, що переваги співпраці громадського сектору і ЗМІ на базі прес-клубів, у порівнянні з одиничними зв'язками окремих організацій та певних редакцій газет, радіо, телебачення, очевидна, оскільки забезпечує системність, цілісність, цілеспрямованість інформування замість розрізненості, фрагментарності, стихійності.

Прикладом ефективною організації інформаційної кампанії в місцевих засобах масової інформації може бути досвід Херсонських НДО в ситуації необґрунтованого підвищення мерією міста цін на воду. Ось як про це розповідає Президент Херсонського обласного Фонду милосердя та здоров'я А.Тютюнник: " Ми спробували щось зробити навіть у такій ситуації. У нас є коаліція громадських організацій Херсонщини "Партнерство за прозоре суспільство" , до якої увійшло 9 НДО. Ми об'єдналися з обласною міжрегіональною радою профспілок і створили робочу групу для контролю за тарифами на комунальні послуги. Наша робоча група дослідила, що в цьому підвищенні немає жодного сенсу, просто чиновникам хочеться грошей. Тоді ми провели велику інформаційну кампанію. Ми зібрали всіх журналістів, які є в місті, й провели засідання прес-клубу реформ. Наш прес-клуб - теж член коаліції, ми можемо інформувати через нього

журналістів, коли нам потрібно. Робоча група оприлюднила результати. І всі ЗМІ це надрукували, телебачення й радіо оголосили про результати нашої роботи. А наша газета "Вгору" взагалі матеріали засідань робочої групи друкує постійно. ЗМІ послали інформаційні запити: "Ось ви, шановний водоканал, збираєтесь підвищити ціни, а робоча група громадських організацій і профспілок дослідила, що це необґрунтовано, то скажіть, чому споживачі повинні вам платити і яка від того буде користь громаді?". І їм доводилось відповідати, нікуди не дінешся - інформаційний запит! Ми дуже любимо посилати інформаційні запити... Це дуже гарна тактика. По-перше, ми не просто так "вистрілили" публікацією, ми ще хочемо змін. По-друге, коли ми отримуємо відповідь і друкуємо її, то люди бачать, що ми не просто так, щось прокричали, а вимагаємо від влади щось зробити, вони бачать, що гуртом владу можна "дотиснути" [24;].

Проте інформаційний обмін за допомогою взаємодії НДО з регіональними прес-клубами не вичерпує всіх можливостей для вирішення завдань кампанії з адвокації. Через редакційну політику, що не залежить від журналістів, вони не завжди мають реальну можливість висвітлювати процеси просування громадських інтересів у владних структурах. Істотним інструментом лобювання інтересів громадян в органах влади є використання незалежної інформаційної інфраструктурної платформи на базі мережних інформаційних ресурсів (Інтернет). Як вважає В.Азаров, «при використанні комп'ютерних мереж як інструмента лобювання акценти змінюються: втрачається вирішальне значення професіоналізму лобіста, конкуренція зв'язків і стимулів поступається місцем конкуренції якості інформації й уміння з нею працювати» [1; с.134]. Автор думає, що Інтернет - лобізм є відправною точкою в просуванні суспільного інтересу. При цьому під Інтернет - лобізмом розуміємо «інформаційний вплив за допомогою комп'ютерних комунікацій, орієнтований на певну аудиторію й покликаний реалізувати інтереси різних груп (союзів, об'єднань) громадян шляхом передачі хвилюючих ключових повідомлень» [1; с. 135].

Сьогодні найбільш потужні громадські організації намагаються створити власний Інтернет - ресурс, за допомогою якого можна просувати суспільний інтерес. Інтернет є важливим інформаційно-методичним ресурсом, недооцінка його ролі у просуванні суспільних інтересів значно знижує результативність кампанії з адвокації. Більше того, деякі не без підстави думають, що успіху можна домогтися, використовуючи цю технологію навіть у якості єдиної. Так, у книзі В.Азарова знаходимо наступний переконливий приклад: «Правозахисниця Джоді Уільямс стала одним з ініціаторів всесвітнього руху за заборону протипіхотних мін. Створюючи тільки хвилюючі ключові повідомлення, винятково через Інтернет вона зуміла залучити до руху більше 1000 екологічних, правозахисних, жіночих, дитячих, релігійних організацій. Світ одержав конвенцію по забороні деяких видів мін, а Уільямс - Нобелівську премію Миру 1997 р.» [1; с. 134].

Таким чином, кожен структурний компонент кампанії з адвокації поліфункціональний. Для просування громадських ініціатив створюється коаліція НДО, що підвищує довіру осіб, які приймають рішення. Рада коаліції, створена лідерами організацій, які входять до її складу, визначає основну стратегічну лінію в просуванні громадського інтересу, здійснює інформаційний контроль, а також шукає серед інших громадських організацій та підприємницьких структур союзників. Тактичні завдання просування суспільного інтересу у владних структурах вирішує робоча група.

3.3. Соціальне партнерство в громаді

У сучасних умовах партнерські стосунки між різними соціально-економічними об'єднаннями є одним із шляхів підвищення ефективності їх діяльності.

Партнерство - це взаємовигідні відносини між двома або більше організаціями, кожна з яких при цьому зберігає свою незалежність і самостійність.

Соціальне партнерство не може бути введене законом, а значить, міцність створюваної системи залежить від добровільної згоди всіх сторін дотримуватися ряду принципів:

1. Принцип суб'єктності: всі сторони є суб'єктами відносин, які добровільно об'єдналися в ім'я спільної мети;

2. Принцип балансу інтересів: кожна сторона в рівній мірі зацікавлена в іншій, незважаючи на можливі розбіжності в одержуваних і віддаваних благах (матеріальних, соціальних, символічних і т.д.);

3. Принцип інституційної участі: партнерство створюється не між особистостями, а між організаціями, відповідно, особистий фактор повинен відходити на другий план.

Спочатку термін «соціальне партнерство» розглядався виключно для характеристики соціальної спрямованості ринкової економіки, її соціалізації в рамках створення інститутів і механізмів узгодження інтересів основних учасників виробничого процесу: роботодавців і працівників. Відносини соціального партнерства мають колективний характер, в їх основі лежить колективний інтерес сторін. Колективний характер соціального партнерства виявляється в трьох аспектах: у колективному інтересі всіх суб'єктів у сфері застосування найманої праці; в колективних відносинах у цій сфері; в колективній структурі сторін соціального партнерства [52;].

Стрижнем соціального партнерства є принцип співробітництва між роботодавцями та найманими працівниками, який реалізується у формах проведення переговорів, укладання колективних договорів та колективних угод, узгодження проектів нормативно-правових актів, консультацій при прийнятті рішень соціальними партнерами на всіх рівнях.

У системі соціального партнерства інтереси роботодавців представляються, як правило, спілками підприємців, а інтереси працівників - профспілками. У більшості держав сучасного світу виділяється і третій учасник соціального партнерства - держава, яка є гарантом прийнятих угод. Розвиток системи соціального партнерства дозволяє уникати конфронтації і погодити інтереси працівників і роботодавців на основі співробітництва, компромісу, що призводить до соціального консенсусу. Таким чином, соціальне партнерство є дієвим інструментом поєднання економічної ефективності і соціальної справедливості.

В останні роки все частіше стали говорити про *міжсекторне партнерство*, яке може бути осмислено в аспекті теорії груп. Виділяються великі, середні та малі соціальні групи. До великих груп

можна віднести сукупності людей, що існують в масштабах всього суспільства: соціальні верстви, професійні групи (металурги, шахтарі, вчителі, медики), етнічні спільноти (нації і народності), вікові групи (молодь, пенсіонери). До середніх соціальних груп відносяться виробничі об'єднання працівників підприємств, територіальні спільноти (мешканці одного села, міста, району та ін.). До різноманітних малих груп належать такі групи, як сім'я, дружні компанії, сусідські спільноти, громадські об'єднання (НДО). Для малих груп характерні безпосередні контакти їх учасників один з одним.

Особливістю соціальних груп у країнах з розвинутою економікою в даний час є їх мобільність, відкритість переходу з однієї соціальної групи в іншу. Зближення рівня культури та освіти різних соціально-професійних груп призводить до формування загальних соціокультурних потреб і тим самим створює умови для поступової інтеграції соціальних груп, систем їх цінностей, їх поведінки і мотивації.

В даний час на території пострадянського простору, в тому числі і на Україні, оформилися три сектори, характерні для будь-якого демократичного суспільства: державний, комерційний та некомерційний сектор. Кожен із секторів має свою місію, сфери діяльності, технології роботи, організаційні структури, системи управління, ресурсну базу, нормативну базу і різні сфери використання продукції та ринки товарів і послуг.

Описуючи особливості та відмінності цих трьох секторів, Якимець акцентує увагу на таких компонентах, як форма власності, місія і технологія роботи [66; с.184-186].

Для державного (першого) сектора характерні державна, муніципальна та змішані форми власності. Місія полягає у захисті прав громадян, забезпечення безпеки країни, створення правової бази, формуванні доходної частини бюджету певного рівня і розподілі доходів між територіями і сферами життя, розвитку системи освіти, охорони здоров'я і т. п. Технології роботи першого сектора відрізняються специфікою діяльності гілок влади: виконавчої (адміністративної), законодавчої і судової, а також характером функціонування державних і муніципальних установ.

Таким чином, державні структури та організації виконують різні функції: розвиток законодавства; затвердження законності та правопорядку; регулювання соціальних конфліктів; забезпечення

узгодженості інтересів і потреб індивідів і соціальних груп; контроль за освітою, охороною здоров'я і сферою культури; забезпечення екологічної безпеки; захист інтересів держави у всіх сферах міжнародних відносин.

Для комерційного сектору (бізнесу) характерні приватна та акціонерні форми власності. Сфера бізнесу (виробництво, торгівля, послуги) створює матеріальну базу суспільства. Місія полягає в максимальному отриманні прибутку на основі надання товарів і послуг в конкурентній боротьбі з іншими учасниками внутрішнього і зовнішнього ринку для задоволення або формування попиту на них. Цей бізнес-сектор характеризує широкий спектр застосовуваних технологій роботи в сфері тієї ділової активності, яка є профільною для тієї чи іншої фірми.

Для третього сектору основною формою власності є суспільна, місія полягає в лобюванні громадських інтересів, надання соціальних послуг цільовим групам, громадської експертизи та ін. Технології роботи різноманітні і залежать від профілю діяльності НДО і його взаємин з цільовою групою.

Однак, тільки залишаючись у своїй ніші, сектор не може вирішувати всіх задач. Тому починають вибудовуватися різні лінії поведінки в рамках соціального партнерства

Актуальність використання соціального партнерства пов'язана з потребами сучасного українського суспільства у період становлення демократичного ладу. Перехідний етап нашої країни характеризується наявністю конфліктів і посиленням соціальної несправедливості. У зв'язку з цим необхідні механізми, які були б здатні коригувати подібний стан речей, апелюючи до конструктивної природи конфлікту. Становлення соціального партнерства в цивілізованому ринковому суспільстві базується на принципі згоди, а не протистояння, і є для сучасної України актуальною проблемою.

Таким механізмом може стати взаємодія різних сил на громадській арені, що реалізується в рамках партнерських відносин між владою, бізнесом та громадянами при формуванні суспільства, заснованого на демократичних цінностях, свободах та правах. Відсутність важливих механізмів соціальної взаємодії, їх декларативність або непрацездатність ведуть до того, що багато програм соціальних реформ залишаються в кращому випадку добрими побажаннями. На жаль, останнім часом через відсутність дієвих механізмів все більше

посилюється тенденція до розбалансування підсистем зароджуваного українського громадянського суспільства.

Вивчення цих механізмів, створення науково-обґрунтованої бази для їх грамотного конструювання та акуратного вплетіння в тканину реальної соціальної політики, а також розробка концептуальної бази для формування моделей і методів міжсекторної взаємодії стало гострою необхідністю теперішнього моменту соціально-економічних перетворень в країні.

Найбільш повне обґрунтування концепції міжсекторного соціального партнерства та його різнобічний аналіз представлені в монографії В.М. Якимця [67;]. У даній роботі вперше були систематично описані засади, принципи та механізми міжсекторного соціального партнерства, що визначається як «конструктивна взаємодія організацій з двох або трьох секторів (держава, бізнес, некомерційний сектор) при вирішенні соціальних проблем, що забезпечує синергетичний ефект від «складання» різних ресурсів та «вигідне» кожній із сторін та населенню» [67; с.89]. Автором були введені і вивчені такі поняття, як міжсекторне соціальне партнерство, простір міжсекторного соціального партнерства, механізми міжсекторного соціального партнерства, поля міжсекторного соціального партнерства. У роботі також запропонована і охарактеризована типологія механізмів міжсекторного соціального партнерства, які знайшли своє застосування в регіонах, включаючи, конкурсні, соціально-технологічні, організаційно-структурні, процедурні та комплексні.

В.Н. Якимець представив детальне вивчення трьох типів механізмів соціального партнерства: конкурсні, організаційні та процедурні [68;].

Конкурсні механізми передбачають взаємодію влади (грантодавця) лише з тими суб'єктами, які виграли конкурс. Даний механізм покликаний орієнтувати фінансові потоки туди, де найбільш чітко позначені цілі проекту, етапи та способи його реалізації, наявний досвід. Від грантодавця потрібно чітко визначити правила гри і не допустити передчасного припинення роботи. Також необхідною умовою конкурсу є незалежна неупереджена експертиза проектів. Грантоотримувач, в свою чергу, зобов'язується реалізувати заявлені цілі та дотримуватися фінансової дисципліни. При цьому спрацьовують всі переваги проектного управління. У цю групу входять механізми соціального замовлення, соціального гранту, тендеру, конкурсу на

отримання кредиту, конкурсу соціальних проєктів, громадських ініціатив, авторських варіативних програм і т.д.

Організаційні механізми будуються на тому, що влада спільно з НДО та бізнесом утворює нову організаційну структуру (як правило, юридична особа), якій делегується частина функцій по вирішенню соціально значущих завдань. Прикладами організаційних механізмів соціального партнерства є громадська палата при губернаторі, всілякі центри громадських об'єднань, об'єднання соціального партнерства, палати соціального бізнесу і т.д.

Процедурні механізми встановлюють правила співпраці, необхідні для вирішення спільних завдань партнерів. Ці процедури формуються в ході спільного обговорення і потім через широку інформаційну підтримку стають загальнозначущими способами руху до мети. Прикладами процедурних механізмів є громадські слухання, форуми громадян, круглі столи та конференції, координаційні ради, підписання угод, екологічні експертизи, ярмарки соціальних проєктів, телефон довіри, інтерактивне спілкування з регіональними та муніципальними лідерами за допомогою технічних засобів, голосування з питань розвитку міста через ЗМІ і т.д.

Багато механізмів соціального партнерства є *комбінованими*: діяльність може починатися з конкурсу, за результатами якого будуть реалізовані процедури обговорення проблем і підписання угод, що, в свою чергу, спричинить за собою створення державно-приватних партнерств.

Значення соціального партнерства полягає в тому, що в суспільстві затверджуються цивілізовані форми взаємовідносин між різними соціальними групами та інститутами. Знижується рівень соціальної напруженості, зростає довіра до влади і задоволеність її діяльністю. На зміну стихійним індивідуальним акціям приходить планомірна спільна робота, яка постійно вдосконалюється. Спілкування різних соціальних груп дозволяє виявляти проблеми суспільства на ранніх стадіях їх виникнення. Учасники соціального партнерства як стихійно, так і цілеспрямовано підвищують свій освітній рівень, стають розповсюджувачами сучасних управлінських технологій. Побічним позитивним ефектом розвиненого соціального партнерства є створення нових робочих місць і збільшення частки осіб, які працюють в громадському секторі.

Зі сказаного вище можна зробити висновок про те, що установа культури буде успішно розвиватися в тому випадку, коли встановить партнерські стосунки з організаціями третього сектору, державою і бізнесом.

Партнерські відносини установи культури з організаціями третього сектору утворюються на основі подібності їх мотиваційно-цільових установок і цінностей.

До загальних моментів в цьому аспекті можна віднести наступне:

1) Тісне зіткнення в реалізації кінцевої мети діяльності, а саме: сприяти формуванню якісно нового, більш гуманістичного і культурного способу життя; цивілізовані перетворення у всіх сферах суспільного життя, досягнення морально-естетичної консолідації духу народу, підвищення його ініціативи, творчості та самовираження.

2) Близькість ціннісних орієнтацій, які в свою чергу призводять до спільності більш приватних цілей (завдань), які постають перед суб'єктами партнерських відносин.

<i>Тип цінності</i>	<i>Категорія цінності</i>	<i>Завдання для закладів культури та НДО</i>
Соціальні	Доброзичливі дружні стосунки, основані на спільності інтересів, відсутність конфліктів	Соціальна відповідальність відносно результатів діяльності. Сприятлива атмосфера
Економічні	Корисність. Практичність. Накопичення матеріального та духовного багатства	Отримання прибутку, який буде використовуватися для саморозвитку. Збільшення кількості суспільно активних громадян, бажаючих бути реальними учасниками побудови відкритого суспільства та встановлення демократичних цінностей
Естетичні	Естетична гармонія, форма та симетрія	Формування широких естетичних потреб: <ul style="list-style-type: none">• Морально-естетичне ставлення до широкого кола явищ: мистецтва, природи, суспільства, праці;

		<ul style="list-style-type: none"> • Вміння знаходити прекрасне не лише в мистецтві, але і в оточуючому житті, у стосунках між людьми; • Вміння привносити елементи прекрасного у стосунках між людьми, оточуючу обстановку
Теоретичні	Істина. Знання. Мислення	Оволодіння актуальними знаннями для вирішення професійних завдань, задоволення своїх інтересів, а також формування творчого мислення

3) Спільність мотиваційних спонукань членів НДО і клубних працівників, для яких значними є не тільки економічні, власницькі мотиви, а й престиж, творчість, альтруїзм.

4) Подібність змістовного компонента діяльності установ культури та НДО. Заклади культури та НДО виконують одну й ту ж функцію: задовольняють, формують та розвивають соціальні, національно-культурні інтереси населення. Ось чому найбільш представлені напрямки діяльності громадських організацій (робота з молоддю, з жінками, людьми похилого віку, з родиною, захист навколишнього середовища, розвиток сільського господарства, просвітницька діяльність, мистецтво тощо) в тій чи іншій формі (об'єднання за інтересами, клуби дозвілля, літературно-музичні вітальні, клуби ерудитів і т.п.) реалізуються в діяльності установ культури.

Іноді представники відповідного напрямку НДО використовують потенціал закладів культури для реалізації своїх програмних цілей або, навпаки, надають їм свої послуги.

Недержавні, некомерційні громадські організації та об'єднання, що належать до третього сектору відіграють важливу роль для оптимального функціонування життєдіяльності суспільства. По відношенню до держави третій сектор може виконувати як опозиційну, так і творчу функцію. Перша функція по відношенню до держави спрямована на розлад державних планів і програм, які негативно

впливають на демократичні перетворення. Форми опозиційного відношення можуть бути різними: організація акцій протесту, використання судів для перегляду офіційних рішень, використання засобів масової інформації та неофіційних каналів зв'язку для формування громадської думки.

При встановленні партнерських відносин на перший план виступає творча функція, коли організації третього сектору розвивають власні програми в напрямку розширення послуг для різних верств населення. При виконанні творчої функції недержавні організації по відношенню до державних структур займають позицію співдиректора тих державних служб, які надають населенню послуги.

Відомо, що вирішення проблем, пов'язаних з організацією повсякденного життя громадян можливе лише на місцевому рівні. З центру не розгледіти чи вивозиться сміття з наших дворів, чи є місце для занять спортом наших дітей і чи можемо ми вчасно отримати медичну допомогу. Для вирішення цих та багатьох інших проблем необхідний високий ступінь залученості громадян до системи управління на місцевому рівні. Форми такої участі відомі. Це:

- вибори органів місцевого самоврядування;
- громадський контроль за діяльністю виконавчих органів;
- участь в обговоренні проектів найбільш важливих рішень місцевого рівня, зокрема бюджету;
- внесення пропозицій до програм соціально-економічного розвитку;
- безпосередня участь у заходах щодо соціально-економічного розвитку території місцевої громади.

Ці форми участі громадян у вирішенні місцевих соціальних проблем закріплені законодавчо. Проте досвід показує, що громадяни місцевої громади не використовують повною мірою ці можливості, і що практична реалізація прав громадян на участь у місцевому самоврядуванні можлива лише через громадські об'єднання і некомерційні недержавні організації (НДО) інших типів.

Недержавні некомерційні організації, що працюють на місцевому рівні, це:

1. НДО, що надають послуги в сфері освіти, культури, медицини та спорту;
2. Об'єднання за інтересами, що працюють при районних бібліотеках і будинках культури, тощо;

3. Сусідські громади і комітети територіального громадського самоврядування.

Недержавні некомерційні організації, що працюють за місцем проживання, відрізняє високий ступінь взаємної довіри їх учасників, люди в них знають один одного, а результати їх діяльності на очах у громадян місцевої громади.

Незважаючи на свою різнопрофільність, саме НДО, що працюють на території невеликого міста чи села реально можуть представляти інтереси населення. НДО мають необхідний мобілізаційний потенціал, що дозволяє залучити місцевих жителів до вирішення конкретних проблем з покращення якості життя, формування дружнього соціального середовища.

В Україні чимало прикладів того, як дитячі і підліткові клуби не тільки надають можливості для додаткової освіти хлопцям та дівчатам, але і є ініціаторами екологічних акцій, в яких беруть участь і діти, і дорослі. Неформальні клуби спілкування, які об'єднують в основному людей середнього і старшого поколінь, залучають до своїх лав молодь, прищеплюючи їм інтерес до вітчизняної культури. Вуличні комітети організують жителів на благоустрій прибудинкової території, влаштовують свята своєї вулиці. Громадські організації допомагають у вирішенні питань медичного обслуговування людей похилого віку, залучають підприємців, чії фірми базуються на території міста, села, до участі у благоустрої, підтримці загальноосвітніх шкіл, надання конкретної та адресної допомоги найбільш незахищеним групам населення. При цьому успіх цієї діяльності забезпечується співпрацею з одного боку з органами місцевої влади, а з іншої - з НДО, які працюють на цій же території. Досвід показує, що об'єднання матеріальних ресурсів, наявних у розпорядженні місцевої громади, і ентузіазму, професійної майстерності організацій, що надають послуги у соціальній сфері, є ефективним шляхом підвищення якості життя громадян. Взявши на себе вирішення конкретних питань, чи то організація дозвілля дітей, озеленення території, очищення ставка чи надання допомоги соціально незахищеним громадянам, громадські об'єднання стають реальними учасниками процесу самоврядування. За допомогою членства або участі в роботі НДО жителі місцевої громади виявляються залученими до самостійного вирішення соціально значущих проблем. Досвід спільних дій, самостійне рішення нехай навіть не дуже складних питань скорочують розрив між населенням та

органами місцевої влади. Недержавні громадські організації, що беруть участь у вирішенні соціально значущих проблем місцевих громад, що представляють інтереси певних груп населення, здатні стати містком між жителями та органами місцевої влади. Однак для того, щоб це партнерство склалося, необхідно, з одного боку, розуміння місцевою владою того, що НДО - реальні учасники соціально економічного розвитку району. З іншого боку - лідери громадських організацій також мають усвідомити цю свою місію, навчитися співпрацювати один з одним, відчувати колективну відповідальність за успішність розвитку територіального утворення.

Для того, щоб виникала і встановлювалася взаємна довіра між лідерами недержавних некомерційних організацій, що працюють на одній території, довіра між НДО та органами місцевого самоврядування і, звичайно ж, довіра населення до діяльності громадських об'єднань, необхідно застосовувати спеціальні соціальні технології, які можна назвати технологіями соціального партнерства. Назвемо деякі з них:

- Освітні семінари для лідерів НДО та Державних службовців, що сприяють формуванню нових уявлень про роль НДО в суспільстві;
- Вечори «Спасибі вам!», Учасниками яких є місцева влада, члени територіальних суспільних об'єднань та їх благоотримувачів, службовці державних установ та представники місцевого бізнесу;
- Підготовка та видання книги нарисів про діяльність найбільш ефективних НДО, що працюють на території району, і їх взаємини з владою;
- Формування територіальних та профільних об'єднань НДО;
- Фестивалі і виставки досягнень НДО, що працюють на території місцевої громади;
- Територіальні конкурси соціально-значущих проектів і програм НДО.

Як показує практика застосування цих технологій сприяє встановленню довіри, розвитку змістовних контактів влади і представників громадянського суспільства, формуванню соціального партнерства.

Разом з тим, ряд проблем, тісно пов'язаних з розширенням ролі НДО в житті місцевої громади та їх участю в процесі місцевого самоврядування, вимагає свого рішення.

1. Найбільш актуальною проблемою на сьогодні є проблема приміщень. У гонитві за позабюджетними коштами виконавча влада прагне максимізувати надходження від оренди нежитлових приміщень, що є в її розпорядженні. При цьому НДО, які не мають у своєму розпорядженні коштів для оренди необхідних їм площ на комерційних умовах, виявляються витісненими бізнес-структурами. От і виявляються, наприклад, дитячі клуби в підвалах і напівпідвалах, що не відповідають санітарним нормам. Та й то, як правило, на пташиних правах, у повній залежності від настрою районного начальства.

Необхідно на місцевому рівні створити можливості пріоритетного використання приміщень закладів культури громадськими організаціями, які виконують соціально значимі програми.

2. На жаль, поки що на місцевому рівні не стала звичною і тим більше обов'язковою практика участі громадських об'єднань у формуванні програм соціально-економічного розвитку районів. Як правило, влада лише знайомить, інформує громадськість про прийняті програми. Визнання описаної вище ролі НДО вимагає нормативного закріплення участі недержавних громадських організацій, розташованих на території громади, в плануванні її соціально-економічного розвитку.

3. У більшості розвинених країн світу відбувається так звана приватизація соціальної сфери. Суть цього процесу в тому, що органи влади доручають безпосереднє надання послуг, гарантованих державою, некомерційним організаціям, виділяючи для цього відповідні суми бюджетних коштів і зберігаючи за собою право контролю за їх витрачанням. У нас же на сьогодні відсутнє правове забезпечення передачі частини повноважень органів місцевого самоврядування щодо соціальної підтримки населення найбільш ефективним НДО. Тут є над чим працювати законодавцю. З іншого боку, в деяких містах України прийняті нормативно-правові документи про соціальне замовлення, які дозволяють органам територіального управління вже сьогодні шукати прийнятні форми конструктивного співробітництва з НДО.

Думається, що поступове, але енергійне вирішення перерахованих проблем буде сприяти розвитку недержавних некомерційних організацій, підвищить ефективність роботи органів місцевого самоврядування в Україні, а отже, поліпшить якість життя членів місцевої громади.

3.4. Корпоративне спонсорство та методика збору коштів у підприємців

Корпоративне спонсорство можна визначити як діяльність НДО, в процесі якої встановлюються такі відносини з прибутковим сектором, при яких бізнес структури добровільно здійснюють підтримку у вигляді фінансових, людських, матеріальних ресурсів для реалізації місії громадської організації.

Корпоративне спонсорство включає в себе два етапи: підготовчий та основний.

На підготовчому етапі громадська організація:

- формує психологічну готовність бізнесменів до співпраці з НДО;
- аналізує внутрішні потреби своєї організації;
- аналізує можливості потенційних спонсорів;
- формулює конкретні завдання й складає план;
- використовує різні методи звертання до потенційного спонсора.

Формування психологічної готовності підприємця до співробітництва з організаціями громадянського суспільства. Без психологічної готовності підприємців до співробітництва з організаціями третього сектору корпоративне спонсорство неможливо.

Робота по формуванню готовності бізнесменів до надання підтримки соціальним ініціативам повинна носити цілісний характер в аспекті вибору методів і технологій її формування. Головний напрямок діяльності - це викликати довіру, позитивне ставлення до ініціатив громадських організацій. Іншими словами: важливо організувати суспільну думку з метою підвищення репутації НДО. При цьому в цій роботі необхідно підкреслювати важливість третього сектору не лише для місцевої громади в цілому, а й для підприємницьких структур, зокрема.

У формуванні позитивного іміджу НДО використовуються масові та групові заходи.

До масових відносяться ті форми роботи, які адресовані широкій аудиторії, що включає в себе різні верстви населення. Основними завданнями цієї роботи є наступне:

- Формування у представників влади, бізнесу та громадськості думки про те, що організації третього сектору – реальна сила в побудові громадянського суспільства;

- Закріплення позитивних соціальних почуттів і настроїв різних груп населення по відношенню до НДО;
- Формування громадської думки про діяльність НДО.

Масові заходи можуть проводитися як на національному, так і на локальному рівні. До них, наприклад, можна віднести цикл передач про філантропію, який можна провести на каналі регіонального TV, ярмарку соціальних послуг, які проводять громадські організації місцевої громади. Публікації в національних і місцевих періодичних виданнях також є гарною можливістю для того, щоб розповісти про організацію суспільству й потрапити в поле зору потенційного спонсора.

Групові заходи орієнтовані на цільову аудиторію, тобто на підприємців. Мета таких заходів полягає в тому, щоб представники бізнесу усвідомили власну філантропічну місію і проявили готовність фінансово підтримувати ті ініціативи, які можуть покращити життя місцевої громади.

Аналіз внутрішніх потреб НДО. Ефективність пошуку необхідних фінансових засобів визначається тим, наскільки чітко і ясно персонал і особливо група, відповідальна за цю роботу, уявляє собі ті структурні елементи організації, які забезпечують її функціонування і розвиток. Доводячи потенційному спонсоріві необхідність підтримки того чи іншого проекту, фандрейзер апелює до розуму, логіки бізнесмена. У зв'язку з цим його мова повинна бути послідовною, логічною, доказовою. Найменша неточність, логічне невідповідність можуть різко знизити ефект переконання. Достовірну інформацію для переконуючого психологічного впливу можна одержати тільки на основі всебічного вивчення внутрішнього середовища організації. Значення цього етапу важко переоцінити й у стратегічному відношенні, оскільки завдяки грамотному аналізу, можна отримати відповіді на наступні архіважливі питання:

- Як отримати найкращі результати при найменших витратах?
- Як узгодити свою діяльність із найближчим соціальним оточенням?
- Як краще розпорядитися наявними в організації ресурсами?
- Як краще залучити для реалізації цілей організації фінансові джерела (у тому числі через пожертвування)?

Внутрішній аналіз повинен узгоджуватися з принципом відкритості. Адже корпорація, що інвестує проект, повинна мати максимальну

користь від своїх вкладень і, перш за все, у вигляді відчуття власної значущості, корисності в позитивних соціальних змінах, які відбуваються за межами власного виробництва. А для цього спонсор повинен мати наочний і переконливий доказ, що організація, яку він збирається фінансувати, займає чесну, відкриту позицію по відношенню до нього.

Внутрішній аналіз передбачає вирішення таких завдань:

- Характеристика цілей і місії організації;
- Встановлення відповідності стратегії цілям організації;
- Оцінка сильних і слабких сторін способу реагування на поставлену проблему й показники оцінки результатів її вирішення.
- Визначення відповідності організаційної структури для оптимального виконання планових завдань;
- Визначення збалансованості вхідних і вихідних ресурсів.

Основними методами аналізу є:

- Анкетування зовнішніх експертів, членів організації та клієнтів;
- Співбесіди із зовнішніми експертами, персоналом та клієнтами;
- Вивчення аналітичних матеріалів, які об'єктивно відображають попередню діяльність організації (плани, звіти, базові документи організації та ін.)

Як тільки організація, визначить свою мету, місію, стратегію і усвідомить бажані джерела фінансування, необхідно все це записати. Такі записи допоможуть потенційним донорам краще зрозуміти діяльність організації.

Аналіз можливостей потенційних спонсорів. Потенційним суб'єктом корпоративного спонсорства є підприємство. Ось чому для встановлення плідних контактів з бізнесом НДО повинна проаналізувати можливості й потреби свого комерційного оточення. У цій роботі можна виділити кілька послідовних і взаємозалежних кроків:

- Вивчення специфіки підприємницької діяльності в порівнянні з НДО, визначення можливостей бізнесу в аспекті його співробітництва з організаціями третього сектора;
- Уточнення змісту мотиваційної сфери підприємця, пошук мотивів, які спонукають його не тільки до підприємницької діяльності, а й до благодійності;
- Уточнення комерційного оточення своєї організації, складання бази даних потенційних і реальних спонсорів.

Специфіка підприємницької діяльності. В економічній системі будь-якої держави підприємствам належить одне з провідних місць. Це обумовлено тим, що вони виконують функції товаровиробника й тим самим задовольняють потреби суспільства в продукції, послугах, роботі.

Головний стратегічний напрямок бізнесу – створити таку структуру виробництва та продажу, яка приносила б чистий прибуток власникові. Економічний ефект підприємства визначається середньою нормою прибутку, розмір якої залежить від швидкості обігу виробничих фондів, зниження собівартості продукції, підвищення продуктивності праці, величини створеного додаткового продукту. Слід зазначити, що у великих компаніях розвинених країн середня норма прибутку складає приблизно 12%.

Таким чином, специфіка підприємства, як суб'єкта корпоративного спонсорства полягає в тому, що в якості основного орієнтира підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки є самостійність і рентабельність виробництва. Прибуток, отриманий коректним способом, є мірилом ефективності підприємницької діяльності. У той же час завдяки прибутку підприємство може стати суб'єктом корпоративного спонсорства.

Вивчення мотиваційної сфери особистості підприємця. Рішення про підтримку громадської організації приймають керівники підприємства (менеджери, директори і т.п.). У зв'язку з цим при аналізі можливостей потенційних спонсорів важливо звернути увагу на мотиваційний компонент підприємницької діяльності.

Часто стверджують, що провідним мотивом підприємництва є одержання максимального прибутку. Разом з тим відомо, що максимальний прибуток, отриманий з раптових переваг конкуренції, повертає до себе увагу конкурентів і тим самим підриває шанси на прибуток. Якщо мотиви діяльності обмежені тільки найближчим майбутнім і не включені в систему більш широких, принципівих завдань, має місце коротка мотивація, що створює таке ставлення до підприємницької діяльності, що характеризується відсутністю перспективи, вузькістю горизонту і пасивністю. В цьому випадку найменша невдача може призвести до розчарування в роботі й виникненню бажання змінити її. Джерелом активного, творчого ставлення до підприємництва є далека мотивація, при якій поставлені

цілі ставляться не тільки до найближчого майбутнього, а й до віддаленого.

З'єднання економічного результату, вираженого в нормі прибутку, і перспективної мотивації підприємця дозволяє спрогнозувати можливість одержання спонсорської допомоги.

Таблиця 1. Вірогідність отримання підтримки від бізнесу

Мотивація	Далека	Близька
Рівень прибутку		
Середній	Велика вірогідність отримання допомоги	Зустрічається рідко. Отримання допомоги залежить від ситуативних факторів
Низький	Існує можливість отримання невеликої одноразової допомоги.	Скоріш за все допомоги ви не отримаєте

Вивчаючи бізнес в аспекті його можливостей надання допомоги НДО фандрейзер повинен ознайомитися з типологією, у якій мотиваційні, особистісні та поведінкові характеристики бізнесмена тісно взаємопов'язані. Певну допомогу в цьому питанні може надати типологія, розроблена американським психологом Р. Хісрічем, який зіставив поведінкові й психологічні якості професіоналів в області виробництва. Р. Хісріч виділяє три типи:

- *Традиційного менеджера*, тобто керівника, який наділений якостями підприємця й просто виконує обов'язки як службовець;
- *«інтерпренера»* - людини, яка працює на підприємстві і має задатки і здібності підприємця;
- *власне підприємця*.

Знання поведінкових якостей різних типів бізнесменів може стати орієнтиром для визначення можливостей отримання спонсорської допомоги.

Таблиця 2. Вірогідність прийняття рішення про підтримку НДО різними типами бізнесменів.

Тип бізнесмена	Умови, за яких буде прийняте рішення про підтримку
Традиційний менеджер	Може прийняти рішення, якщо це входить в його компетенцію; погодить це питання з тим,

	хто стоїть вище його за рангом.
Підприємець	Прийме рішення, якщо: аргументи на користь підтримки переконливі; побачить зв'язок результату зі своїми прагненнями
Інтерпренер	Допоможе вплинути на того, хто приймає рішення, якщо: ідея проекту збігається з його аргументами.

Мотиви участі бізнесу в благодійності можуть бути різними: від орієнтації на партнерів, які займаються філантропією до власних переконань. Знання того, яким мотивом керується добродійник, дозволяє вибрати оптимальні методи впливу на нього.

Таблиця 3. Методи впливу на бізнесмена в залежності від його ставлення до благодійності.

Мотив благодійності	Методи впливу
Орієнтація на партнерів, які займаються благодійністю	Закріплення традиції українського благодійництва та меценатства, пропаганда доброчинності в засобах масової інформації, створення ситуацій, в яких бізнесмен є очевидцем благодійних акцій.
Поради близьких, до точки зору яких прислухається бізнесмен	Опосередкований вплив через репрезентативну групу (сім'я, співтовариство друзів) або через людей, які є авторитетними для бізнесмена
Пільги в оподаткуванні	Формування звички використання існуючих норм та законів. Ліквідація несприятливих факторів шляхом впливу на законодавчий орган влади з метою вдосконалення нормативно-правової бази, яка закріплює довіру до благодійників.
Власні переконання	Відкритий вплив, що апелює до переконання, як усвідомленої потреби бізнесмена діяти у відповідності зі своїми ціннісними орієнтаціями. Будується система доводів і аргументації, які дозволяють бізнесменові прийти до висновку, що рішення він прийняв самостійно.

Вивчення комерційного оточення, створення бази даних.

Важливим кроком у діяльності НДО по залученню ресурсів є вивчення комерційного оточення. Мета цієї роботи полягає в тому, щоб створити базу даних потенційних донорів, визначити реальні можливості суб'єктів корпоративного спонсорства. Об'єктом вивчення є підприємства, установи, фірми, які знаходяться в найближчому географічному оточенні.

Джерелами збору інформації про комерційне оточення можуть бути:

- Інтернет, який дозволяє громадським організаціям оперативно обмінюватися інформацією, порадами, швидко і своєчасно отримувати консультації по фандрейзингу;
- Матеріали періодичних видань (газети, журнали бюлетені);
- Дані місцевого статистичного управління про банки, фірми, установи;
- Програми TV;
- Інформація, отримана від друзів, знайомих, волонтерів;
- Матеріали семінарів, круглих столів, конференцій;
- Спілкування з колегами, які мають досвід отримання допомоги від бізнесу.

Інформація, отримана з різних джерел, оформляється у вигляді бази даних, яка може мати наступну структуру:

- Назва підприємства (фабрика, завод, магазин, майстерня тощо);
- Зазначення власника (склад засновників) і місцезнаходження підприємства;
- Предмет (які продукти виготовляються) і мета діяльності підприємства;
- Організаційно-правова форма (приватна, колективна, державна, загальна, іноземна);
- Галузь народного господарства (будівництво, промисловість, наукове обслуговування, невиробнича сфера, торгівля тощо);
- Органи управління підприємством, їх компетенція.

Крім цієї інформації важливо скласти списки тих, хто приймає рішення про надання підтримки НДО. Цей список повинен бути повним. Форма запису може бути наступною:

- ПІБ
- Місце роботи
- Посада
- Адреса

- Робочий і домашній телефони
- E-mail
- Сімейний стан

Враховуючи ту обставину, що списки швидко старіють, вони потребують постійного оновлення.

Виходячи з аналізу даних про комерційне оточення, можна спрогнозувати одержання того чи іншого виду підтримки. При вирішенні цього завдання можна використовувати наступну класифікацію.

Таблиця 4. Види корпоративної підтримки

Критерії класифікації	Види підтримки
Характер підтримки	Фінанси Послуги Волонтерська праця Товари, Приміщення Комплекс перерахованого вище
Спрямованість підтримки	На окремий захід На проєкт в цілому На частину проєкту Адресна допомога (окремій особі чи групі)
Розмір допомоги	Невеликий Середній Великий
Частота надання допомоги	Одноразова Епізодична Постійна
Тривалість підтримки	Короткострокова, середньострокова, довгострокова
Мета підтримки	Безкорислива З певною метою (умовою)

Формулювання завдань і складання плану. На основі аналітичних матеріалів, отриманих при вивченні внутрішніх потреб НДО й можливостей комерційного оточення, складається план взаємодії з бізнесом. Форма планування може бути різною. Наприклад:

<i>Організаційні заходи</i>	<i>Зміст роботи</i>	<i>Час</i>	<i>Відповідальні</i>
Збір інформації про потенційного спонсора	Дані про підприємство, Дані про особу, яка приймає рішення. Огляд попередніх пожертв (скільки, на які потреби). Інформація, яка допоможе вияснити мотиви потенційного спонсора.		
Призначення прохача	Прохач – лідер організації або фандрейзер, або хтось із персоналу. Обов'язковою умовою для прохача є знання того, до кого звертаються за допомогою, а також наявність особистісних контактів.		
Підготовка переконливих аргументів	Прохач повинен мати переконливі аргументи та план звернення до потенційного спонсора		
Перший контакт	Можна звернутися з проханням по телефону, але краще - розмова один на один. Прохач домовляється про зустріч в тому випадку, якщо потенційний спонсор знає про організацію, цікавиться проблемами		
Персональна зустріч	Використовуючи інформацію про потенційного донора, а також про проект, фандрейзер роз'яснює питання, веде переговори, а також завершує справу		
Подяка	Необхідно подякувати спонсорів відразу ж після надання підтримки. Якщо підприємство приймає рішення не надавати підтримку, то все одно необхідно надіслати лист-подяку		

Основний етап починається після отримання згоди підприємця про надання підтримки НДО в реалізації соціального проекту. В залежності від взаємної зацікавленості сторін може бути складено два види договору: ті, що підлягають поверненню, та безповоротні.

Ті, що підлягають поверненню, називають угоди, в яких власницькі дії спонсора (передача коштів, надання послуг та ін.) відповідають власницькому обов'язку НДО.

В безповоротних угодах обов'язок виконати дії власницького характеру лежить тільки на спонсорів, який не має права вимагати зустрічного надання власності (угода про дарування, безповоротного користування власністю).

В угоді потрібно відобразити предмет угоди, права і обов'язки сторін, а також умови його реалізації.

Під час основного етапу НДО реалізує проект з використанням коштів, отриманих від бізнесу. При цьому НДО забезпечує доступ до інформації про реалізацію проекту. Після завершення проектної діяльності, необхідно оцінити її результати й спробувати встановити довгострокові відносини з тією структурою, від якої була отримана підтримка.

РОЗДІЛ IV. Соціальний капітал - індикатор розвитку громади

4.1. Категорія «соціальний капітал» в соціальних науках

У сучасних умовах вирішальним фактором сталого соціально-економічного розвитку будь-якої організації, територіальної громади, країни є кадровий (людський) потенціал. Очевидно, що без певного рівня освіченості людського потенціалу неможливо досягти успіху в умовах ринкової економіки. Однак, як відзначають багато дослідників, внесок цього фактору в економічне зростання відбувається не тільки за рахунок більш високої продуктивності кваліфікованих і освічених працівників. Не менш важливими є такі характеристики людського потенціалу, як уміння працювати в команді, впевненість у собі, позитивний настрій, готовність до співпраці, емоційна стійкість, толерантність, відповідальність, здатність прийняти виклик, готовність до змін. Ці особливості одержали назву соціального капіталу.

Вперше термін «соціальний капітал» вжив Л. Дж. Ханіфан [73;] в 1916 році в дискусіях із сільськими школами для опису найважливіших обставин, які впливають на повсякденне життя кожного. Аналіз цих ситуацій привів автора до висновку про необхідність виховання волі, братських почуттів, взаємної симпатії, вміння налагоджувати соціальні взаємини і комунікацію серед людей

Приблизно в цей же час у працях Е. Дюркгейма і М. Вебера закладаються основи дослідження концепції соціального капіталу. Основним компонентом соціального капіталу вони вважали довіру, яка за певних умов може перестати бути індивідуальною якістю, що характеризує особистість, і може розповсюдитися в цілому на соціальну групу чи суспільство.

Однак у науковий обіг категорія «соціальний капітал» увійшла лише у другій половині ХХ століття, завдяки роботам Г. Беккера, П. Бурдьє, Дж. Коулмена, Р. Патнама, Ф. Фукуяма та ін.

Розширене використання категорії «соціальний капітал» у науці стало можливим після виходу в 1964 р. у світ книги Г. Беккера «Людський капітал». У своїй роботі автор здійснив розрахунок економічної ефективності освіти, а згодом опублікував багато статей з найрізноманітніших соціальних проблем, трактуючи їх з позицій економічного способу мислення [71;].

Важливий внесок у розвиток поняття соціального капіталу внесла теорія французького соціолога і філософа П. Бурдьє, який встановив

взаємозв'язок між соціальним, фізичним, культурним і людським капіталами і, на основі цієї взаємодії, визначив соціальний капітал як диференціюючий та конструюючий чинник соціальної поведінки. При цьому П. Бурдье заявляє, що соціальний капітал є сукупністю явних і потенційних ресурсів, які передбачають наявність системи інституційних відносин взаємного розпізнавання або визнання [9;].

Дж. Коулман використовує поняття соціального капіталу для аналізу відносин всередині групи людей, об'єднаних спільністю норм, цінностей, світогляду, а також взаємними зобов'язаннями і очікуваннями. Він зазначає: «соціальний капітал виникає з таких змін у відносинах людей, які полегшують їх взаємодію ... Так само як фізичний або людський капітал, соціальний капітал вносить свій внесок у результати виробничої діяльності. Тому спільнота людей, що володіє надійною репутацією і великим потенціалом довіри, може досягти значно більших успіхів, ніж аналогічна група осіб, що не володіє цими якостями» [28; с. 19]. В якості основоположної норми, що бере початок у традиційних суспільствах, але представляє собою одну з найважливіших форм соціального капіталу сучасних суспільств, Дж. Коулман виділяє норму колективізму, готовність докласти зусиль і направити ресурси на досягнення загального блага. На думку Дж. Коулмана, соціальний капітал - це ресурси соціальних відносин, їх мережі, які полегшують дії індивідів завдяки формуванню взаємної довіри, визначенню взаємних зобов'язань і очікувань, формулюванню і встановленню соціальних норм, освіти асоціацій. Важливо, що вчений бере до уваги значення інформації для соціального капіталу. Дж. Коулман робить акцент на ролі соціального капіталу у формуванні людського капіталу. Він стверджує, що людський капітал складається зі знань, навичок, а також із здатності людей створювати один з одним певну спільноту.

Важливим переходом від якісного обговорення важливості соціальних норм до більш предметного вивчення стала книга політолога Патнама «Творення демократії. Традиції громадянської активності в сучасній Італії» [41;]. Порівнюючи результати реформи з децентралізації влади в Італії у 1960-х роках, Патнам звернув увагу на те, що північні регіони, де люди більш соціально активні (за показниками явки на виборах, участі в асоціаціях, зацікавленості в місцевих справах), краще скористалися переданими повноваженнями, в «пасивних» південних, навпаки, якість управління впала. За словами Р.

Патнама, «громадянське суспільство характеризується активною і орієнтованою на суспільні цілі позицією громадян, елітарними політичними відносинами і заснованими на довірі і співпраці суспільними відносинами» [41; с. 93]. Все це в сукупності вчений називає «соціальним капіталом». Громадяни, отримавши соціальний капітал завдяки участі в організаціях громадянського суспільства, в подальшому можуть використовувати його для зміцнення демократичних принципів в управлінні державою. Р. Патнам проводив тривалі дослідження в Італії, які підтвердили, що мережа місцевих добровільних організацій утворює соціальний капітал - громадянські цінності, навички і знання, - потрібні для консолідації демократії. «Люди, зацікавлені в демократії, її консолідації та ефективності, повинні перш за все сприяти формуванню громадянського суспільства. Ми підтримуємо тих, хто виступає за трансформацію місцевих структур і реформи на місцевому рівні з метою створення соціального капіталу, а не тільки за загальнодержавні ініціативи, оскільки саме так можна досягти ефективного функціонування демократії» [41; с. 163].

З цього моменту кількість наукових статей, присвячених соціальному капіталу, неухильно росте.

Ф. Фукуяма дає таке визначення: «соціальний капітал - це загальноприйняті норми і цінності, які практикуються певною групою людей і дозволяють їм співпрацювати; це - певний потенціал суспільства або його частини, що виникає як результат наявності довіри між його членами. Соціальний капітал є неформальною практикою розуму» [59; с. 14].

Відповідно до визначення Світового Банку, соціальний капітал - це інститути, відносини і норми, які формують, якісно і кількісно, соціальні взаємодії в суспільстві. Останнім часом з'являється все більше доказів, що соціальна єдність служить визначальним фактором економічного процвітання та сталого розвитку суспільства. Соціальний капітал є не просто сумою інститутів, що підтримують суспільство, а радше «клеєм», який утримує разом різні його частини. Він складається перш за все з горизонтальних зв'язків між людьми, і включає соціальні мережі та відповідні норми, які впливають на продуктивність і добробут різних співтовариств.

Опис концепції соціального та людського капіталу в контексті російського суспільства містять наукові праці Н.А. Бутової, А.Л. Гапоненко, Г.В. Градосельской, І.Є. Діскіна, В.І. Корнієнко, А.К. Ляско,

Т.М. Орлової, Н.М. Пліскевіч, В.В. Радаєва, Т.П. Скрипкіна, Л.В. Стрельникової, А.В. Трапковой, І.Ф. Чернявського, О.І. Шкаратана, П.М. Шихірева та ін. Досліджується також функціонування окремих аспектів соціального капіталу в історико-соціальному просторі радянського та пострадянського суспільства.

Велику увагу вивченню соціального капіталу в громадянському суспільстві приділяють українські вчені А. Колодій, А. Багнюк, А. Бова, Є. Гугнін, В. Чепак, О. Кіреєва, М. Лесечко, А. Чемерис, Ю. Савко, О. Сидорчук, В. Степаненко та ін..

Особливий інтерес представляє концепція А. Колодій, в якій розглядається взаємозв'язок громадянського суспільства і соціального капіталу. Автор стверджує, що громадянське суспільство асоціюється з цінностями довіри, розсудливості та толерантності, тому його члени з довірою ставляться до своїх колег по діяльності, до інших людей та громадських інститутів, визнають право інших громадян на власну думку, його озвучення та захист. У рамках структур громадянського суспільства формується громадянська добропорядність і громадянська позиція, що виражаються у понятті соціального капіталу. Важливою є думка про те, що соціальний капітал є ознакою зрілості та ефективності громадянського суспільства, а також тим його основним продуктом, який забезпечує вплив громадянського суспільства на інші сфери суспільного життя [25;]

У контексті громадянського суспільства, також слід звернути увагу на компоненти, з яких складається концепція соціального капіталу, А. Колодій виділяє наступні елементи:

- мережа горизонтальних зв'язків між рівними і вільними індивідами;
- норми взаємності і довіри;
- навички колективних дій;
- почуття участі у громадських справах, обов'язки і відповідальності перед іншими людьми, тобто «громадянськість» в її неполітичних проявах (civicness) [25;].

На думку Р. Патнама [41;], таких компонентів три:

- моральні принципи і норми;
- соціальні цінності;
- соціальна інфраструктура.

Ю. Савко [47;] виділяє наступні три найважливіших структурних компоненти:

- соціальні відносини, завдяки яким індивіди можуть мати доступ до ресурсів їхніх партнерів по спілкуванню;
- обсяг і якість доступних ресурсів партнера по спілкуванню;
- відносини взаємності обміну.

А. Бова [7;] позначив такі складові соціального капіталу:

- членство у громадських та політичних організаціях;
- довіру до формальних і неформальних зв'язків
- освіта;
- вільний доступ до інформації;
- норми, традиції, цінності;

Отже, соціальний капітал - це зв'язки, норми і довіра.

Необхідно відзначити, що в умовах тотального панування інформаційної галузі, важливою умовою функціонування громадянського суспільства є гідне самоствердження кожної людини. Подібне самоствердження здійснюється завдяки високому рівню соціального, інтелектуального, психологічного розвитку особистості, загальної довіри, внутрішньої свободи, здатності вступати в той чи інший інститут - і всі ці складові знаходять своє відображення в теорії соціального капіталу.

Та все ж на сьогоднішній день концепція соціального капіталу, як проблема спеціального наукового дослідження, поки є новою і недостатньо вивченою. Ось чому в даний час відсутнє єдине розуміння і визначення самої категорії «соціальний капітал».

Вчені по-різному трактують це поняття, серед основних підходів можна назвати такі:

- 1) визначення соціального капіталу як умови формування і функціонування громадянського суспільства;
- 2) ототожнення громадянського суспільства та соціального капіталу;
- 3) розуміння соціального капіталу як складової громадянського суспільства;
- 4) розгляд соціального капіталу як інфраструктури та утримання автономних соціальних відносин.

4.2. Вимірювання соціального капіталу

Більшість дослідників вважають, що соціальний капітал неможливо виміряти досить глибоко і повно. Основна причина в неоднозначності трактування самого поняття «соціальний капітал». Аналіз вітчизняних і зарубіжних досліджень цієї проблеми свідчить про відсутність єдиної

методології та єдиного складу показників, що характеризують рівень соціального капіталу того чи іншого співтовариства.

Сама методика вимірювання соціального капіталу розвивалася разом з його теорією. Так, теорія, відповідно до якої соціальний капітал розглядався як індивідуальна власність людини, як його особистісний ресурс стимулювала пошук методів вимірювання соціального капіталу на мікрорівні. Положення про те, що індивід може отримувати вигоду від контактів з друзями друзів, з тими, хто має інформацію про потенційну можливість роботи або може отримувати користь від спілкування, наприклад, з групою підтримки хворих на туберкульоз в місцевій лікарні, спонукало дослідників в якості компонентів виміру соціального капіталу використовувати соціальну підтримку, групи, соціальні мережі, участь в колективних діях [70:].

Р. Патнем аналізував соціальний капіталу в аспекті соціальної екології, він підкреслював значення соціальної групи і громадянського суспільства в цілому у виробництві та використанні соціального капіталу. Одне з вихідних положень Р. Патнема - вирішення соціальних проблем суспільства прямо пов'язане з ресурсами соціального капіталу. Однак використання цих ресурсів передбачає вміння вимірювати соціальний капітал на макро- та мезо-рівнях, оцінювати обсяги різних видів соціального капіталу - вертикального і горизонтального, організаційного та сімейного, пізнавального, інформаційного та структурного. Звідси вимога - застосовувати різні види індикаторів, аналізувати різноманітні форми членства в соціальних групах і асоціаціях. Дослідник використовує такі індикатори, які є практичними результати впливу соціального капіталу на ті чи інші сторони життя людей, пов'язані з його основними компонентами - мережами, довірою і взаємністю у відносинах. Класичним прикладом таких індикаторів стали показники виконання цивільних зобов'язань американцями в контексті соціальних мереж, запропоновані в 1995 р. Р. Патнемом. Індикатори тут є результатами впливу соціального капіталу, які безпосередньо не пов'язані з його ключовими компонентами. Наприклад, при вивченні впливу соціального капіталу на здоров'я залучаються такі показники як тривалість життя, рівень самогубств, підліткова вагітність та ін.

В основу розробки системи індикаторів використовують типологію соціальних мереж, які можуть бути:

- *за типом* - формальними і неформальними,

- за розміром - обмеженими і розширеними,
- за структурою – відкритими та закритими, гомогенними і гетерогенними,
- за нормами довіри – фамільярними і персоналізованими і т. д.
- за своїм складом вони можуть складатися з друзів, сусідів, родичів, дітей, однолітків, колег, учнів, віруючих і ін.

Враховуючи той факт, що соціальний капітал є багатовимірним феноменом і його репрезентативна оцінка може бути дана тільки з урахуванням всіх характеристик, для вимірювання використовують індекси соціального капіталу, які створюються на основі певної системи показників. Так, при використанні кількісних методів для розрахунку соціального капіталу проводиться обчислення індексу довіри, а також підрахунок числа груп (асоціацій, партій, громадських організацій, релігійних громад, місцевих громад та ін.) та їх членів. Ці показники об'єднуються загальним індексом – індексом розвитку громадянського суспільства. Для розрахунку цього індексу використовуються такі статистичні дані, що інформація про склад груп, а також показники ступеня політичної участі, наприклад, число активних виборців або постійних читачів газет.

Прикладом, що ілюструє цей прийом може бути дослідження обсягу соціального капіталу в Америці, яке провів Р.Патнем [40;].

Визначаючи загальну формулу для обчислення обсягу соціального капіталу, Р.Патнем знаходить суму кількості різних груп в громадянському суспільстві. Ця сума позначається числом n , яке змінюється у часі (t) і характеризує членство в різних громадських організаціях (у профспілках, спортивних клубах, лігах, літературних, молодіжних товариствах, політичних клубах, національно-громадських об'єднаннях і т. д.).

Крім того, для оцінки рівня «внутрішньої єдності та колективної дії», дослідник вводить коефіцієнт «с». Цей коефіцієнт визначається суб'єктивно і дозволяє забезпечити «міру єдності» та внутрішні зв'язки існуючих груп. Р.Патнем враховує також радіус довіри (gr). Якщо радіус довіри поширюється на всю групу, то коефіцієнт « gr » буде дорівнювати 1. При цьому, як зазначає автор, великі групи з внутрішньою ієрархією можуть мати більшу величину « n » і низький коефіцієнт « gr ». У той же час будь-який релігійний або неформальний рух (наприклад, баптисти в США), заохочує чесність і надійність в ділових відносинах не тільки між членами самої групи, а й за її

межами, може мати «гр» більше 1. Звідси видно, що для рівня довіри набагато більш значущий не розмір тієї чи іншої організації, а соціальні норми, що зв'язують індивідів.

Інший приклад використання індексів соціального капіталу знаходимо в роботі Ф.Фукуями «Довіра: соціальні чесноти і шлях до процвітання» [59;]. Автор використовує для характеристики впливу груп на зовнішнє середовище коефіцієнт « π » - «радіус недовіри», який створює зовнішнє враження суспільства про ту чи іншу групу (громадську організацію). Використання цього коефіцієнту доводить, наприклад, що високо дисциплінована і добре організована екстремістська група може мати високі значення π і s , π близький до 1, але її соціальний капітал буде негативним, і буде знижувати обсяг соціального капіталу всього суспільства. Такими спільнотами є, наприклад, Ку-Клукс-Клан, сицилійська мафія, терористична організація Алькаїда і т.п. Тому, чим вище частка кримінальних, радикально-екстремістських або націонал-соціалістських організацій, тим нижче обсяг соціального капіталу в даному суспільстві.

Розглянуті вище підходи до дослідження соціального капіталу та методи його вимірювання, зрозуміло, не охоплюють усього арсеналу засобів, який пропонує сучасна наука. Існують і інші методи вивчення соціального капіталу, використання яких може допомогти глибше розібратися в механізмах соціальних відносин, підтримки, довіри та мереж.

А.Т. Коньков [27;] виділяє в сучасній соціологічній традиції два основних підходи щодо можливості та методів вимірювання соціального капіталу.

Згідно із першим підходом соціальний капітал може бути виміряне безпосередньо; він трактується в категоріях відносин і поведінки, а в якості його емпіричних індикаторів виступають їхні прямі характеристики. Цей напрямок автор визначає як кількісний, ось чому тут використовуються кількісні методи вимірювання соціального капіталу. Техніки прямого вимірювання соціального капіталу передбачають такі прийоми як оцінка рівня довіри та громадянської свідомості громадян в суспільстві; експериментальні дослідження поведінки; статистика участі в об'єднаннях. У той же час простий кількісний підхід при дослідженні даної проблеми виявляється недостатнім.

Другий підхід заснований на показниках *непрямих* індикаторів. Цей напрямок Коньков А.Т. умовно співвідносить з якісною методологією. Автор вважає, що простий кількісний підхід при вимірі соціального капіталу недостатній, тому що він є функцією соціальних структур (соціальних мереж і відносин), які не можна виміряти прямо. Важливо оцінювати якості соціальних мереж та результати, досягнення яких вони роблять можливими.

Оцінка на основі непрямих індикаторів передбачає використання декількох прийомів. Так, в рамках мережевого підходу, дослідники проводять оцінку процесуальних параметрів, яка передбачає визначення обсягу соціального капіталу на основі характеристик соціальних мереж: їх розміру, щільності соціальних зв'язків, однорідності і т.п. Такий спосіб вимірювання соціального капіталу дозволяє формалізувати якісні сторони соціальних мереж і здійснювати порівняльний аналіз причин різної ефективності різних типів соціальних мереж.

Однак, як зазначає автор, така технологія не може застосовуватися для оцінки обсягу соціального капіталу на макрорівні, оскільки такі масштабні соціальні мережі не існують як цілісність і не можуть бути піддані виміру тими ж прийомами мережевого аналізу.

Враховуючи багатогранність і багатоаспектність поняття «соціальний капітал», Сисоев С.А. [55:] підкреслює необхідність комплексного підходу до методики вимірювання соціального капіталу, що включає в себе:

Рівень вимірювання:

- Макрорівень
- Макрорівень

Компоненти вимірювання:

- Група або соціальна мережа
- Участь у колективних діях
- Соціальна включеність
- Довіра
- Інформація та комунікація

Методи вимірювання:

- Кількісні (аналіз статистичних даних, репрезентативне опитування)
- Якісні (фокус-групи, глибинне інтерв'ю, опитування експертів)

Основна увага дослідників, які здійснюють розробку методики вимірювання соціального капіталу на макрорівні суспільства, можливо, зосереджується на:

- виявленні взаємозв'язку між рівнем соціального капіталу та рівнем однорідності;
- дослідженні ступеня залученості окремих людей в механізм прийняття рішень, які зачіпають інтереси всіх членів мікрогрупи;
- визначення можливості об'єднання членів мікрогрупи для здійснення колективних дій;
- розрахунку рівня довіри в середині групи або спільноти.

Російський вчений В.Н.Тітов [57;] виділяє ступені прояву соціального капіталу в аспекті громадянського суспільства, які, на наш погляд, можна використовувати як компоненти вимірювання соціального капіталу:

Перший ступінь утворює *безпосереднє соціальне оточення індивіда*: родичі, друзі, знайомі, найближчі сусіди і т. д. Відносини в рамках первинних мереж підтримки будуються на міжособистісній основі. Значну роль у вибудовуванні цих відносин відіграють емоційні прихильності, досвід попередньої взаємодії, спільне проведення дозвілля, взаємодопомога в роботі, взаємний обмін ресурсами, послугами, надання фінансових засобів у борг. Як правило, ці відносини характеризуються взаємністю, симетричністю обмінів. Особливе значення у формуванні відносин в рамках безпосереднього соціального оточення грає обмін інформацією з ділових та особистих питань. Завдяки включеності у найближче мережі підтримки індивід може отримати доступ до інших індивідів, що не входять в дану мережу, але здатним вирішити його особисті проблеми.

Наступний щабель соціального капіталу виявляється в *локальних спільнотах*, які, як правило, збігаються з місцем проживання індивіда (ЖБК, садові товариства). В рамках таких локальних спільнот актуальність особистісних зв'язків і відносин починає поступово розмиватися. На цьому рівні можливості вирішення особистих проблем досягаються через вирішення деяких проблем локального співтовариства в цілому (наприклад, колективний захист інтересів кооперативу в суді дає можливість захистити індивідуальний інтерес). При переході на рівень локального співтовариства виникає проблема суспільного блага, що задовольняє в той же час інтереси окремих

індивідів, що входять в локальне співтовариство. При цьому індивіди повинні нести певні витрати, пов'язані з необхідністю реалізації суспільного блага.

На третьому щаблі розгляду соціального капіталу враховується *включеність індивіда в різні громадські та професійні організації*. В даному випадку мова йде про взаємодію в рамках формальних організаційних структур (профспілки, громадські асоціації, компанії, державні установи, і т. п.). Організаційний соціальний капітал дає можливість індивіду відстоювати свої інтереси завдяки формальному членства. Взаємодія в даному випадку ґрунтується на формальних ролях і в нормі повинно носити безособовий характер. Організації, у які вступає індивід, очікують від нього виконання відповідних функцій діяльності, лояльності, а сам індивід в праві очікувати можливості задоволення в організації своїх матеріальних, соціальних, творчих та інших потреб. Членство в професійних організаціях дає можливість звернути соціальний капітал в гарантії зайнятості, отримання заробітної плати, соціального захисту. Належність до громадських організацій створює умови для використання соціального капіталу з метою задоволення соціально-культурних, політичних, екологічних потреб.

Соціальний капітал на наступному ступені реалізується *індивідом в різних формах громадянської активності: участь у політичних партіях, рухах, акціях*. Індивід в даному випадку може використовувати весь арсенал конституційних прав для реалізації своїх політичних та економічних інтересів за допомогою використання наявних інституційних механізмів (вибори, референдуми, звернення в судові інстанції, правоохоронні органи, органи виконавчої влади, засоби масової інформації, банківські вклади, участь у діяльності фондового ринку та т. п.). Беручи участь у різних формах громадянської активності, індивід прагне задовольнити свої інтереси в прийнятті та ефективному виконанні певних законів, отриманні відсотків, дивідендів. В ідеальному варіанті ці інститути повинні сприйматися індивідом не через призму особистих зв'язків з потрібними людьми в певних структурах, а як анонімні механізми, що функціонують в залежності від ступеня законодавчої, технічної або матеріальної забезпеченості, а не від щохвилинних інтересів окремих осіб, які представляють ці інститути.

Неважко помітити, що запропонований Титовим В.Н. підхід до вимірювання компонентів соціального капіталу можна співвіднести з

мікрорівнем, мезорівнем та макрорівнем. Перший ступінь (безпосереднє оточення індивіда) утворює макрорівень вимірювання соціального капіталу; локальні спільноти – це мезорівень, і, нарешті, включеність індивіда в суспільні, професійні організації, а також участь в різних формах громадянської активності - мезорівень.

Важливим компонентом соціального капіталу є *довіра*. *Довіра*, одна з найбільш важливих інтегруючих сил в суспільстві. Довіра буває особистою – до конкретної людини, і абстрактною, коли вона будується не на основі особистих (сімейних, дружніх і т.п.) відносин, а породжується соціальними інститутами. «Довіра, - пише американський соціолог Ф.Фукуяма, - це виникає у членів співтовариства очікування того, що інші його члени будуть вести себе більш – менш передбачувано, чесно і з увагою до потреб оточуючих, у згоді з деякими загальними нормами» [59; с. 52]. Рівень міжособистісної довіри в тій чи іншій країні багато в чому зумовлює перспективи економічного прогресу і зростання добробуту, а також дієздатність громадянського суспільства і стійкість демократичних інститутів. Коли недовіра рядових громадян до інших людей є переважаючою соціальною нормою, можливості добровільної кооперації, співпраці в досягненні будь-яких загальних цілей виявляються досить обмеженими.

Р. Інглхарт встановив наявність сильної кореляції між рівнем міжособистісної довіри, з одного боку, і добробутом громадян, економічними успіхами країни в цілому, а також прихильністю населення демократичних інститутів і цінностей - з іншого [74;].

Довіра може характеризуватися індикаторами довіри до знайомих і незнайомих людей, державним інститутам. Класичним питанням, яке можна використовувати як інструмент вимірювання довіри є питання, коли респонденту пропонується вибрати найбільш обґрунтоване з його точки зору судження з наступної пари: «Людям потрібно довіряти» або ж «З людьми потрібно бути обережніше». Ще один варіант анкетного опитування, який використовувався в 2009 – 2010 рр.. для опитування жителів міста Хабаровська [42;].

Поставлені питання респондентам	Так	Ні	Немає відповіді
Говорячи загалом, більшості людей можна довіряти?			
Коли маєш справу з людьми, ніколи не буде зайвим прояв обережності,?			
Говорячи загалом, більшості людей, що проживають у вашому районі, можна довіряти?			
Говорячи загалом, більшості росіян можна довіряти?			
Не можна довіряти більшості росіян, так це?		–	
Більшість людей в цьому районі чесні?			
Можете ви довіряти людям у вашому районі?			
Чи відчуваєте ви себе в безпеці, коли йдете по своїй вулиці в темряві?			
Якщо чиясь машина зламалася біля вашого будинку, ви запросите їх в будинок, щоб вони могли скористатися вашим телефоном?			
У вашого району репутація безпечного місця?			
Ваше місцеве співтовариство відчуває себе «як у себе вдома»?			

Найпоширеніші показники вимірювання соціального капіталу в міжрегіональних дослідженнях - це цінності (довіра, повага до оточуючих, готовність допомагати, толерантність), членство в асоціаціях і клубах за інтересами (наприклад, профспілках), благодійність, волонтерство, розвиненість некомерційних організацій. Загальний підхід у виборі індикаторів будується з більш вузького, економічного визначення соціального капіталу як сукупності спільних норм і цінностей, які дозволяють суспільству вирішувати проблему надання суспільного блага.

Більш широке розуміння соціального капіталу, яке пояснює як позитивні, так і негативні його аспекти, включає в розгляд не тільки горизонтальні, але і вертикальні зв'язки між людьми, а також поведінку організацій та відносини між ними. Такий підхід бере до уваги, що горизонтальні зв'язки забезпечують спільнотам ідентичність і спільність цілей, але в той же час підкреслює, що за відсутності зв'язків, що з'єднують різні соціальні групи (релігійні, етнічні, соціально-економічні), внутрішньогрупові зв'язки можуть стати підставою для переслідування вузьких інтересів і можуть перешкоджати доступу до інформації та матеріальних ресурсів, які інакше могли б надати значиму підтримку спільноті (наприклад, відомості про вакансії, доступ до кредитів і т.д.). Агентство «Arts & Business» виділяє три виміри формування соціального капіталу:

- зростання (індивідів),
- зв'язку (між членами одного співтовариства або групи інтересів),
- встановлення зовнішніх контактів (з іншими спільнотами або групами по інтересам).

Центр місцевої активності відіграє важливу роль в кожній з цих областей.

Будинок культури, який став Центром місцевої активності - це не тільки установа культури, але, перш за все, соціальна спільність, здатна як суб'єкт управління на основі спільних цінностей (причетності до малої батьківщини, відповідальності перед спільнотою) перетворити соціокультурне середовище, поліпшити соціальні умови проживання відповідно до інтересів своїх громадян, змінюючи якість життя на краще. Все це сприяє формуванню особистості з високою культурою довіри.

Недержавні громадські організації, ЗМІ, різні неформальні громадські об'єднання з найрізноманітнішими ознаками (культурними, релігійними, професійними, за формою проведення дозвілля, загальними інтересам, захопленнями і т.п.) найбільшою мірою здатні виявити інтереси громадян місцевої громади стати головним соціальним середовищем трансляції та затвердження культури довіри та розвитку місцевої громади.

Взаємодія Центрів місцевої активності з представниками місцевого самоврядування, громадськими організаціями і бізнесом дозволяє успішно вирішувати проблеми довіри, вирішувати конфлікти, обмінюватися інформацією і здійснювати спільні соціально-економічні

проекти. «Закон, договір, економічна доцільність, - підкреслює Ф. Фукуяма, - є необхідним, але аж ніяк не достатнім базисом стабільності і добробуту в постіндустріальний період - вони повинні спиратися на такі речі, як взаємодія, моральні зобов'язання, відповідальність перед суспільством і довіра» [59;].

Доведено, що, чим більше успішних проектів організували різні фонди місцевих громад, тим більше до них довіри з боку населення і тим більше зв'язків, заснованих на міжсекторному соціальному партнерстві, що є запорукою сталого розвитку території. Міжсекторна комунікація, що виникає при цьому, відображає взаємодію між корпоративними та соціальними суб'єктами, діяльність яких спрямована на інших. У сукупності ці взаємодії утворюють соціальний капітал, що є необхідною умовою мобілізації колективних ресурсів.

Центр місцевої активності має в своєму розпорядженні реальні можливості для формування основного компонента соціального капіталу - довіри. Відомо, що довіра як психологічний стан особистості може виникати на основі ряду факторів: інтересів даного індивідуума, його установок, емоційних реакцій, попереднього власного досвіду або досвіду попередніх поколінь, адаптивних здібностей особистості. Довіра виникає, коли людина впевнена у правильності та адекватності процесів і явищ, що відбуваються в місцевій громаді, відповідності їх її ціннісним установкам. Центр місцевої активності створює реальні умови для самовдосконалення і для поліпшення соціокультурного середовища, і чим більше перспектив для самореалізації людей, тим вище ступінь довіри до процесів, що відбуваються.

Довіра як психологічний стан людини реалізується шляхом участі в проєктах з розвитку місцевої громади. Будь-які позитивні результати будь-яких дій викликають у свідомості людини довіру до них і при повторенні даних дій з неминучістю ведуть до закріплення позитивної реакції довіри в поведінці індивіда. Природно, що будь-яке нове явище досліджується людиною методом проб і помилок, і в разі негативного впливу на індивіда може бути ним відкинуто, з подальшим закріпленням реакції недовіри до даного явища, навіть якщо ця негативна дія була випадковою. Ось чому центр місцевої активності піклується про те, щоб нові проєкти (справи), які чинять позитивний вплив на соціально-економічний розвиток, були з самого початку сприйняті позитивно як окремими індивідами, так групами місцевого співтовариства.

Центр місцевої активності спирається на наступні джерела формування і зміцнення відносин довіри у місцевій громаді:

- вирішення найбільш актуальних соціальних проблем місцевої громади;
- спільна діяльність щодо вдосконалення соціокультурного середовища;
- можливість кожного висловлювати свої інтереси і впливати на прийняття рішень;
- відкритість та доступність інформації;
- чіткий зворотний зв'язок;
- добросовісність, чесність і компетентність лідерів;
- стійкість інститутів, «правил гри», договірних відносин та партнерських зв'язків;
- гідний імідж і культура організацій.

Отже, соціальний капітал - це накопичений ціннісний та інституціональний ресурс, включений в процеси розвитку місцевої громади і є індикатором її розвитку. Вимірювати соціальний капітал можна за наступними параметрами:

- групові цінності;
- цілі взаємодії;
- міцність соціальних зв'язків всередині статусної групи і між носіями різних статусів;
- інтенсивність обміну капіталом;
- рівень довіри між членами групи;
- вироблені правила взаємодії.

ЛІТЕРАТУРА:

1. **Абрамов Л., Азарова Т.** Центр місцевої активності на базі будинку культури: методологія та технологія розвитку територіальної громади. – Кіровоград: ІСКМ, 2010. – 100 с.
2. **Азаров В.** Взросление нации. – Одесса: Виктория, 2001.
3. **Азарова Т.В., Абрамов Л.К.** Методика надання консультативних послуг регіональним НДО.-Кіровоград: ЦПТІ, 2000. - 198 с.
4. **Азарова Т.В., Абрамов Л.К.** Соціальні технології. – Кіровоград: ІСКМ, 2004, ч.2. -104 с.
5. **Айвазян А.А.** Гражданственность и гражданское участие: теоретико-методологический анализ: дисс.канд.полит.наук: 23.00.01.- Екатеринбург, 2001.-140 с.
6. **Анимация (сфера развлечений).** (Электронный ресурс). - Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
7. **Бова А.** Соціальний капітал і організована злочинність// Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика), 2003,№8 (Електронний ресурс). – Режим доступу: http://mndc.naiu.kiev.ua/Gurma/8text/8g_04htm
8. **Бароноев А.О., Письмак .М., Смирнов П.И.** Моделирование социальных систем: концепция и основные категории. // Проблемы теоретической социологии. Вып. 2: сб.статей/ Под ред. А.О. Бароноева. – СПб.: С.-Петербургского университет, 1996
9. **Бурдые П.** Социология социального пространства/ Пер с фр.; общ.ред. и послесл. Н.А.Шматко. –М.: Институт экспериментальной социологии, 2005
10. **Варда Я., Ключовські В.** Острови надій. Розробка стратегій локального розвитку. – Івано-Франковск: Нова Зоря, 2003. .
11. **Гаранин Н.И., Булыгина И.И.** Менеджмент туристской и гостиничной анимации. – М.: 2004. -128 с.
12. **Головаха Є., Горбачик А.** Тенденції соціальних змін в Україні та Європі: за результатами “Європейського соціального дослідження” 2005–2007–2009 . – К.: Інститут соціології НАН України, 2010. – 118 с..

13. **Гончаров Д.В., Гонтарева И.Б.** Введение в политическую науку. - М:1996.-227с
14. **Готлиб А.С.** Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы: Учебное пособие. - М: Флинта, 2008.
15. **Григорьев Д.В.** Внеурочная деятельность школьников: методический конструктор: пособие для учителя. –М.: Просвещение, 2010. – 223 с.
16. **Грицаенко В.** Социальный капитал и гражданское общество: Рецензия на статью Fransis Fukuyama. «Social Capital and Civil Society (Электронный ресурс). – Режим доступа: // <http://scd.centro.ru>.
17. **Громади України: на шляху відродження / відповідальний за випуск К.Гуриєнко.-К.:** Ай-Бі, 2002. -279 с.
18. **Гурьянова М.П.** Сельская школа и социальная педагогика: пособие для педагогов. - Минск: Амалфея, 2000. - 448 с.
19. **Довідник з адвокати //** Розроблено Інститутом Адвокати для програми «Українські захисники-колеги / рукопис. –Вашингтон, 2003;
20. **Дуликов В.З.** Социально-культурная деятельность за границей: Учеб.пособие – М.: МГУКИ. -116 с.
21. **Дюркгейм Э.** Метод социологии. -М: 1991.
22. **Инглхарт Р.** Посттмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся ценности // Полис, 1997, №4
23. **Иноземцев В. Л.** Рецензия на книгу: Fukuyama F. Trust. The Social Vitues and the Creation of rosperity. N.Y., 1996 // Свободная мысль. 1998, №1. С. 125–126.
24. **Інтерв'ю з Аллою Тютюнник – лідером групи громадянського представництва з Херсону //** Світ громадянського представництва, 2003, №1
25. **Колодій А.** Сутність громадянського суспільства і механізми його впливу на політику // Доповідь на заключній регіональній конференції проекту «Чемпіони громадянського суспільства». – Львів: 8 лютого 2003 р

26. **Кон И.С.** Социологическая концепция Герберта Спенсера // История буржуазной социологии XIX — начала XX века/ Под ред. И. С. Кона. - М.: Наука, 1979
27. **Коньков А.Т.** Социальный капитал и экономическое взаимодействие –М.: РУДН, 2007.
28. **Коулман Дж.** Каптал соціальний і людський. // Общественные науки и современность. -2001, №3.
29. **Кулюткин Ю., Тарасов С.** Социокультурная среда. –Спб.: Питерс, 2004. -387 с.
30. **Краткий психологический словарь.** /Ред.сост. Л.А.Карпенко. – Ростов н/Д: Феникс: 1998
31. **Лазоренко О.В., Лазоренко О.О.** Теорія політології. – Київ: Вища школа, 1996, - 194 с.
32. **Лушин П.В., Ржевская З.А. и др.** Учимся фасилитировать. – Кировоград: 2003. - 58 с.
33. **Майерс Д.** Социальная психология/ Пер.с англ.- Спб: Питерс, 1998.
34. **Майнулов Ю.С.** Концептуальные основы средового подхода в воспитании. //Вестник Ун-та Рос. акад.образования. -2003, №1. С. 36-38
35. **Мамбеков Е.Б.** Организация досуга во Франции: Анимационная модель: Дис.канд.пед.наук. – Спб.: 1992
36. **Мацкул Н.** Від розвитку соціальної активності до утворення соціально активної школи// Науково-практична конференція «Громадянське суспільство: досвід та філософія розвитку в сучасній Україні» / Тези доповідей. –Львів: 2002
37. **Мерзляков А.А.** Гражданское социальное участие как универсальная технология социального управления (на материалах разработки и реализации градостроительных проектов): Автореф. дис. канд. социол. наук. –М.:2007.-27с.
38. **Новикова Л.И.** Преобразование среды школы в среду коллектива //Воспитательная работа в школе. -2005, №6
39. **Парсонс Т.** Современное состояние и перспективы систематической теории в социологии // Структурно-функциональный анализ в современной социологии: Информационный бюллетень. – М: АСА, 1968.

40. **Патнем Р.** Процветающая комьюнити, социальный капитал и общественная жизнь // Мировая экономика и международные отношения. 1995. № 4.
41. **Патнам Р., Наннеті Р.** Творення демократії. Традиції громадянської активності в сучасній Італії. К.: Основи, 2001. - 300 с
42. **Повстин В.А.** Исследование социального капитала в хабаровском муниципальном сообществе (Электронный ресурс)
43. **Посібник з розвитку громади: практичний порадник для небайдужих.** / Кол.авт.: Л.О.Єльчева, І.Ібрагімова та ін.. 2-ге вид. К.: 2008. -458 с.
44. **Практичний посібник для тренерів з розвитку громади /За ред.К.Гурієнко.-К.: Ай-Бі, 2002**
45. **Реқун А.Ю Реқун О, Новіков Ю.** Коаліції громадських організацій. – Черкаси: 1999
46. **Ронин Р.** Своя разведка. –Минск: Харвест, 2004.
47. **Савко Ю.** Громадянське суспільство, соціальний капітал і політична участь// Вісник Львівського універсітку. Серія: філософські науки. Вип. 4.(Електроний ресурс). – Режим доступу: <http://www.Franko.Iviv.ua/faculty>
48. **Седик Ю.** _Словник громадянського представництва. // Світ громадянського педставництва, 2003, №1.
49. **Секутович К.** Співпраця. Можливість чи необхідність для неурядових організацій?. – Львів: Товариство Лева, 1999.
50. **Скалабан И.А.** Социальное, общественное и гражданское участие: к проблеме осмысления понятий. //Вестник Томского государственного университета/ Философия. Социология. Политология. – 2011, №1(13)
51. **Создание дворового сообщества как социальная технология.** (Электронный ресурс). Режим доступа; /<http://www.albest.ru>
52. **Социальное партнерство в Украине: перспективы законодательного регулирования** // Украина: аспекты работы. - 1998, -№2
53. **Социология:** Учебное пособие, - М.: 1995

54. **Сунгуров А.** Общественное участие как условие формирования гражданского общества. (Электронный ресурс). –Режим доступа: <http://www.prof.msu.ru/publ/conf/index.html>
55. **Сысоев С.А.** К проблеме измерения социального капитала// Теоретическая экономика. -2012, № 2.
56. **Тарасов Л.В.** Соціально-культурна анімація: принципи, завдання, зміст // Вісник психо-соціальної і корекційно-реабілітаційної роботи. -2003. -№2. – С.56-66
57. **Титов В.Н.** Социальный капитал в контексте проблемы формирования гражданского общества (Электронный ресурс). Режим доступа: <http://www/sociosphere.ucoz.ru>
58. **Філософія. Курс лекцій:** Навч. Посібник/ Бичко І.В., Табачковський В.Г., Горак Г.І. та ін. – К.: Либідь, 2000
59. **Фукуяма Ф.** Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. –М.: АСТ, Ермак, 2006.
60. **Холмская М.Р.** Политическое участие как объект исследования. Обзор отечественной литературы // Полис. 1999. № 3. С. 170–176.
61. **Чабанова А.В.** Местное самоуправление и особенности социальной работы с местным сообществом. (Электронный ресурс). –Режим доступа: <http://elib.albertina.ru>
62. **Черниш Н.** Соціологія: Курс лекцій. - Львів: Кальварія, 1996, ч.3
63. **Черниш О.Ш** Социокультурна анімація: міжнародний досвід, перспективи впровадження в Україні. // Тези міжнародної конференції. К.: 2007
64. **Шульц Д.** Стратегічний інструмент планування «Дев»ять питань// Довідник з адвокатії рукопис. –Вашингтон, 2003.
65. **Ядов В.А.** Размышления о природе социологии. // Социологические исследования. 1990, №2
66. **Якимец В. Н.** Место и роль некоммерческих организаций России в формировании гражданского общества // Материалы Российского научно-общественного форума «Формирование гражданского общества как национальная идея России XXI века»: СПб, 14–16 декабря 2000

67. **Якимец В.Н.** Третий сектор в регионах России: особенности развития взаимодействия с местной властью, бизнесом// Регионы России: взаимодействие и развитие (междисциплинарный подход). –М.: Инсайт Полиграфия, 2001
68. **Якимец В.Н.** Межсекторное социальное партнерство (государство-бизнес- некоммерческие организации). – М.: ГУУ, 2002. - 80 с.
69. **Яницкий О.А.** Альтернативная социология. //Социологический журнал, 1994, -№1
70. **Abbott S., Freeth D.** Social Capital and Health: Starting to Make Sense of the Role of Generalized Trust and Reciprocity // J. Health Psychol. 2008. № 13 (7). P. 874 – 883.)
71. **Becker Gary S.** Human capital: theoretical and empirical analysis, with special reference to education. – N.Y: 1964
72. **Cornwall A.** Locating citizen participation // IDS Bulletin 33 (2).
73. **Hanifan L.J.** The rural school community center/ -Annals of the American Academy of Political and Social Science 67, 1916.
74. **Inglehart R.** Culture Shift in Advanced Industrial Society. -N.J.: Princeton 1990
75. **Kenneth N., Heiko G.** Patterns of Participation: Political and Social Participation in 22 Nations. Discussion Paper SP IV 2008. –201p.
76. **Putnam, R.,** Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community. Simon and Schuster/ New York, 2000
77. **Platt L.** Social Participation: How does it vary with illness, caring and ethnic group? ISER Working Paper 2006-18 Institute for Social and Economic Research, University of Essex, Wivenhoe Park).
78. **Radclif-Braun A.R.** Natural Science of Society. Chicago, 1948;

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ІНСТИТУТ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Кіровоградське обласне об'єднання громадян «Інститут соціокультурного менеджменту» (ІСКМ) є неполітичною, некомерційною, нерелігійною, недержавною обласною громадською організацією, яка виникла в 2000 році, а в 2001 році була зареєстрована Кіровоградським обласним управлінням юстиції.

Свою місію ІСКМ вбачає у сприянні демократичній трансформації українського суспільства шляхом підтримки розвитку місцевих громад, незалежного інформаційного простору та інтеграційних процесів на локальному рівні. Основними напрямками діяльності ІСКМ є освітній, інформаційний та дослідницький.

Персонал ІСКМ має досвід проведення досліджень, семінарів, тренінгів, розробки навчально-методичних посібників, Інтернет-ресурсів та адміністрування грантових програм.

Діяльність ІСКМ підтримується або підтримувалась:

Назва організації	Кількість підтриманих проектів
Фонд Євразія, USAID	4
Фундація прав людини, Посольство Швейцарії	1
ICAP „Єднання”, UCAN, USAID	1
Міжнародний Фонд „Відродження”	1
Міністерство закордонних справ України	2
Фонд ім. Стефана Баторія, Фонд Форда	3
Комітет виборців України, ОБСЄ, Міністерство закордонних справ Данії	1
Фондом Східної Європи, UNITER, Pact Inc., USAID	1
UNITER, Pact Inc., USAID	1
Громадяни та бізнес	Благодійні пожертви на реалізацію статутної діяльності

Основні кількісні показники діяльності ІСКМ у 2003-2011 роках

Показник	Прояв по рокам	
	2003-2010	2011
Розробка та видання навчальних посібників	10	-
Розробка та видання інформаційних бюлетенів	27	6
Розробка та видання інших видань	8	1
Розповсюдження власних видань	42650	8700
Розпочато проєктів	16	1
Завершено проєктів	15	1
Проведено конкурсів грантів для НДО	4	2
Підтримано проєктів НДО	16	2
Проведено конкурсів для журналістів	3	-
Нагороджено переможців конкурсів для журналістів	18	-
Проведено заходів	86	8
Кількість учасників заходів	1557	193
Кількість статей/сюжетів в ЗМІ, що висвітлювали діяльність ІСКМ	545	16
Проведено досліджень	6	-
Доходи (грн.)	1 904 211	1 802 556
Витрати (грн.)	1 849 849	1 376 370

Контактна інформація ІСКМ:

Поштова адреса:	ІСКМ, а/с 4/30, м. Кіровоград, 25006
Електронна адреса:	adm.iscm@gmail.com
Інтернет сторінка:	www.lacenter.org.ua , www.lac.org.ua
Скайп:	ngo_iscm
Адреса офісу:	офіс №1 (2 поверх), вул. Гайдара, 75-а, м. Кіровоград
Телефон:	(0522) 27-10-95
Факс:	(0522) 34-56-67
Керівник:	Абрамов Л.К.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ ВИДАННЯ



Абрамов Лев Костянтинович

Директор Інституту соціокультурного менеджменту. З 1998 року займається громадською діяльністю. Голова Експертної групи при Кіровоградській ОДА, заступник голови Громадської ради при Кіровоградській обласній державній адміністрації. Наукові інтереси: засоби масової інформації, громадські організації, державна політика, заклади культури.



Азарова Тамара Василівна

Доцент кафедри психології Кіровоградського інституту регіонального управління та економіки, кандидат педагогічних наук. Секретар Ради Інституту соціокультурного менеджменту. З 1998 року займається громадською діяльністю. Наукові інтереси: ЗМІ, НДО, державна політика, психологія.

Абрамов Л.К. та Азарова Т.В. є співавторами наступних видань:

- Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Менеджмент НГО. – Кіровоград: ЦПТИ, 1999. -76 с.
- Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Общественно-деловые отношения НГО.– Кіровоград: ЦПТИ, 1999. – 80 с.
- Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Ресурсный центр для НГО как катализатор процесса межсекторного партнерства. – Кіровоград: ЦПТИ, 1999 – 52 с.
- Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Фандрейзинг для НГО. – Кіровоград: ЦПТИ, 1999 – 92 с.
- Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Стратегічне планування діяльності НДО. – Кіровоград: ЦПТИ, 2000 – 76 с.
- Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Методика надання консультативних послуг регіональним НДО. – Кіровоград: ЦПТИ, 2000 – 196 с.
- Абрамов Л.К. Азарова Т.В. Менеджмент у сфері культури. – Кіровоград: ЦПТИ, 2000. – 88 с.
- Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Теорія та методика корпоративного спонсорства. – Кіровоград: ЦПТИ, 2001. – 132 с.
- Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Стратегія неполітичної громадської організації під час передвиборчої кампанії. – Кіровоград: ЦПТИ, 2001.– 120 с.
- Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Інформаційне забезпечення процесу рішення соціальних

- проблем на місцевому рівні. – Кіровоград: ІСКМ, - 2003, 116 с.
- Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Менеджмент неприбуткової організації. Частина 1. – Кіровоград: ЦПТІ, ІСКМ, – 2003, 128 с.
 - Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Менеджмент неприбуткової організації. Частина 2. – Кіровоград: ЦПТІ, ІСКМ, – 2003, 140 с.
 - Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Соціальні технології. Частина 1. – Кіровоград: ІСКМ, – 2004, 104 с.
 - Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Соціальні технології . Частина 2. - Кіровоград: ІСКМ, – 2004, 108 с.
 - Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Програми підготовки кадрів для системи інформаційно-методичного забезпечення процесу вирішення соціальних проблем на місцевому рівні. – Кіровоград: ЦПТІ, 2004.- 76 с.
 - Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Технологія розвитку інформаційно-методичної мережі для громадського сектору на регіональному рівні. Кіровоград: ЦПТІ, 2004. – 68 с.
 - Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Технологія оцінки соціальних програм та проектів. - Кіровоград: ІСКМ, 2007. - 100 с.
 - Азарова Т. В. , Абрамов Л.К. Ресурсне забезпечення громадських ініціатив. - Кіровоград: ІСКМ, 2008. - 100 с.
 - Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Інформаційний компонент діяльності НДО. - Кіровоград: ІСКМ, 2009, 80 с.
 - Звітність по цільовим програмам: Звіт за результатами дослідження. - Кіровоград: ІСКМ, 2009. - 24 с.
 - Абрамов Л.К., Азарова Т.В., Цільові програми та механізми по забезпеченню прозорості у процесі їх реалізації. – Кіровоград: ІСКМ, 2010. – 100 с.
 - Діяльність будинків культури по задоволенню потреб територіальних громад: звіт за результатами дослідження – Кіровоград: ІСКМ, 2010. – 64 с.



Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Менеджмент неприбуткової організації. Частина 1. - Кіровоград: ЦПТІ, ІСКМ, 2003. - 128 с.

Зростання ролі громадського сектору в житті нашого суспільства вимагає високого рівня професіоналізму від його лідерів. Особливо це актуально зараз, коли ще не створено систему підготовки керівників НДО на державному рівні. Саме з урахуванням цих обставин створилось видання. Першу частину цього навчально-методичного посібника присвячено

теоретичним основам менеджменту та громадські організації, як об'єкту управління. Традиційно видання містить чимало вправ та завдань для самовдосконалення. Видання здійснено ІСКМ та ЦПТІ в рамках проекту підтриманого Фондом Євразія за рахунок коштів, наданих USAID.

Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Менеджмент неприбуткової організації. Частина 2. - Кіровоград: ЦПТІ, ІСКМ, 2003. - 140 с.

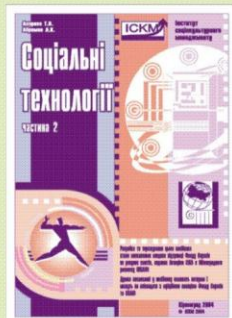
Ефективність діяльності керівника НДО багато в чому залежить від того, наскільки раціонально він планує. Дане видання повністю присвячене розгляду основних видів планування. Особливу увагу приділено такому важливому напрямку, як управління проектами. На прикладах автори розглядають основні етапи процесу: оцінка життєздатності ідей, планування заходів, моніторинг та оцінка, підготовка звіту. Книга містить вправи для самостійної роботи. Видання здійснено ІСКМ та ЦПТІ в рамках проекту підтриманого Фондом Євразія за рахунок коштів, наданих USAID.



Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Соціальні технології. Частина 1. - Кіровоград: ІСКМ, 2004. - 104 с.

Розвиток громадського сектору в Україні вступає в якісно новий етап, коли особливого значення набуває ефективність роботи кожної громадської організації. Досягти такої ефективності можна лише використовуючи соціальні технології. В даному посібнику автори спробували пояснити, що таке соціальні технології і як вони використовуються.

Видання здійснено ІСКМ в рамках Центрально українського кластеру проектів «Інтеграція місцевих спільнот» при підтримці Фонду Євразія за рахунок коштів, наданих USAID.



Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Соціальні технології. Частина 2. - Кіровоград: ІСКМ, 2004. - 108 с.

Особливого значення останнім часом набуває діяльність громадських організацій, які виступають своєрідним каталізатором активності місцевих громад. Саме представникам таких організацій адресоване це видання. В ньому життя громади автори розглядають в різних аспектах; описують способи та форми взаємодії в громаді; пропонують нові методи навчання та розвитку громади. Зокрема досить детально розглядається зовсім нова для третього сектору України форма співпраці – кластер проектів. Видання здійснено ІСКМ в рамках Центрально українського кластеру проектів «Інтеграція місцевих спільнот» при підтримці Фонду Євразія за рахунок коштів, наданих USAID.



Діяльність будинків культури по задоволенню потреб територіальних громад: звіт за результатами дослідження. - Кіровоград: Інститут соціокультурного менеджменту (ІСКМ), 2010. - 64 с.

Видання містить результати комплексного дослідження «Діяльність будинків культури по задоволенню потреб територіальних громад», що здійснив Інститут соціокультурного менеджменту (ІСКМ) в рамках проекту «Спільний шлях у майбутнє» в січні-лютому 2010 року на території Кіровоградської,

Чернігівської, Рівненської, Миколаївської та Дніпропетровської областей України. Неоцінену допомогу ІСКМ під час проведення дослідження надали його партнери (ЦПТ «АХАЛАР», ЦПГК «Тамариска», Фондація ім. князя благодійників Острозьких, Центр сприяння успішним інноваціям). У виданні на основі експертного опитування, фокус-груп та аналізу документів з'ясовано зміст, методи організації та основні принципи діяльності будинків культури по задоволенню потреб територіальних громад та можливості оптимізації цього процесу.

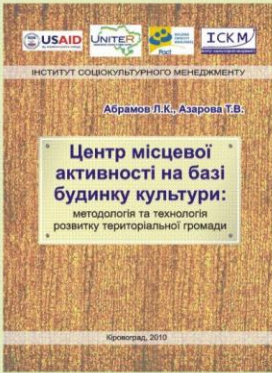
Абрамов Л.К., Азарова Т.В., Цільові програми та механізми по забезпеченню прозорості у процесі їх реалізації. - Кіровоград: ІСКМ, 2010. - 100 с.

Навчальний посібник дає уявлення про теоретичні та практичні аспекти програмно-цільового методу управління на регіональному рівні. Особливий акцент зроблено на методиці забезпечення прозорості процесу реалізації цільових програм та залученні громадськості до цього процесу.

Видання стане корисним порадиником виконавцям цільових програм та їх клієнтам.



Азарова Т.В., Абрамов Л.К. - Центр місцевої активності на базі будинку культури: методологія та технологія розвитку територіальної громади. - Кіровоград: ІСКМ, 2010. - 116 с.



Видання на основі закордонного та вітчизняного досвіду вирішення соціальних проблем на локальному рівні висвітлює теоретичні та практичні аспекти можливої адаптації будинків культури до сучасних потреб територіальних громад за рахунок впровадження концепції центру місцевої активності.

Історія діяльності НДО у соціокультурній сфері. - Кіровоград: ІСКМ, 2011. - 96 с.

Видання за вдяки висвітленню практичного досвіду створення та діяльності Центрів місцевої активності, в тому числі, на базі закладів культури стане незамінним порадищем для громадських активістів, які спрямовують свої зусилля на розвиток територіальних громад.



Веб-ресурс “Центри місцевої активності України”

ЦЕНТРИ МІСЦЕВОЇ АКТИВНОСТІ УКРАЇНИ

Проект Інституту соціокультурного менеджменту

Головне меню

- Гаряча
- Національний проєкт Інституту соціокультурного менеджменту (ІСКМ)
- Ресурси
- Про Інститут соціокультурного менеджменту (ІСКМ)
- Послуги
- Фінансування
- Видання ІСКМ та ЦМТ
- Статті
- Відомі заклади
- Контакти ІСКМ

Вхід користувача

Ім'я користувача:

Пароль:

Здати знати мене

Вхід

Забуду свій пароль? [Забуду свій ім'я/Користувача? Забув пароль?](#)

Дізнатися більше

USAID

Серія

Поновлення

- Мережа «Моніторинг-Групи» оголошує про поширення досвіду роботи веб-ресурсу «Твій місцевий депутат» у нових областях
- Веб-конференція «Впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в освіті»
- Зустріч з місцевими депутатами України
- Воєнний час: Громадський Бюджетний Фонд «Служба Українці» - наша сила - в силі думки, в силі правди, в силі сподів.
- Бродько Україну цитую! 2012

Найпопулярніші

- Як зробити багату громаду та «чистий бюджет»? - обговорює Стратею державного управління розвитку громадського сектора
- Тренінг «Діяльні адвокат: лідер» у м. Тернополі
- Пасажирів «АНІМАТОР»
- Відомі конференції «Прогнози державної політики у сфері культури»

Вітаємо на сайті центрів місцевої активності України

Мережа «Моніторинг-Групи» оголошує про поширення досвіду роботи веб-ресурсу «Твій місцевий депутат» у нових областях

Четвер, 26 серпня 2012, 12:28 | [Переглянути статтю](#) | [Друк](#) | [Віджет](#)

Громадські організації, що здійснюють контакт з громадським менторством та контролює за виконанням організації місцевого самоврядування й залучення у об'єктивні в нових районах веб-ресурсу «Твій місцевий депутат» запрошуються до співпраці в рамках Мережі організацій громадського менторства «Моніторинг-Групи».

Впродовж 2011 року 9 громадських організацій з різних регіонів України реалізували проєкт «Твій місцевий депутат». Моніторингові діяльності депутатів місцевого рівня в Україні. Оновлення результатів реалізації проєкту: створення спеціалізованого веб-сайту «Твій місцевий депутат» та створення Мережі організацій громадського менторства «Моніторинг-Групи». За бачення як ви робите

Головувати

Чи є заклад культури (спортивний, розважальний, безопосередкової в громаді)?

Так

Скорше так, ніж ні

Вовго відповісти

Скорше ні, ніж так

Ні

Головувати Результати

Або в онлайн

На даний момент 28 гостей на сайті

Партнери ІСКМ