
С. Г. Климова, И. А. Климов

КОЛЛЕКТИВИСТСКИЕ ПРАКТИКИ В СОЦИАЛЬНОМ ИННОВАТОРСТВЕ: ФУНКЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВА

DOI: 10.19181/snsp.2019.7.1.6269

Климова Светлана Гавриловна — кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН. 117218, Россия, Москва, ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5

E-mail: sgklimova@mail.ru

Климов Иван Александрович — кандидат социологических наук, доцент, НИУ ВШЭ. 101000, Россия, Москва, ул. Мясницкая, 11; старший научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН. 117218, Россия, Москва, ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5

E-mail: iklimov@hse.ru

Аннотация. В статье анализируется деловая стратегия социальных инноваторов. Социальными инноваторами мы называем руководителей и сотрудников НКО, социальных предприятий, инициаторов волонтерских проектов, потому что они не только используют организационные новшества в своей деятельности, но и меняют правила и практики повседневности, в соответствии с которыми начинает жить социум, так или иначе включённый в деятельность этих организаций. Показано, что нормативные ожидания со стороны идеологов и чиновников к деятельности социальных инноваторов противоречат их ценностям и представлениям о должном поведении. Они последовательно демонстрируют ориентацию на сотрудничество друг с другом и с социальным окружением. Солидарность, формирование сообществ вокруг некоммерческой организации или социального предприятия являются не только ресурсом, но и самостоятельным эффектом их деятельности. Описаны функции сотрудничества в деятельности социальных инноваторов. Сотрудничество нужно не только для реализации взятой инноваторами на себя миссии, но и для решения практических, производственных задач, а именно: приращения знания, обмена опытом; кооперации для решения сложных проблем; совместной выработки норм профессиональной этики и этики предпринимательства; способа приобрести репутацию у коллег и потребителей услуги; продвижения новых ценностей; сохранения или воссоздания, рекультивации местного сообщества. Делается вывод о том, что идеологему конкуренции, насаждаемую в среде социальных инноваторов, следует заменить идеологемой сотрудничества и соответствующими обучающими программами.

Ключевые слова: социальное инноваторство, солидарность, сотрудничество, конкуренция, профессиональная этика, местное сообщество.

Актуальность исследования

Деятельность социальных инноваторов в нашей стране становится заметным фактором устойчивого развития, восстановления разрушенных и создания новых горизонтальных связей в обществе. Эта деятельность развивается в границах

двух противоречивых тенденций. С одной стороны, мобилизуется инициатива и творческий потенциал людей с социальным темпераментом, создаются новые способы решения социальных проблем, возникают устойчивые практики, востребованные в разных слоях общества. Эти практики иногда имеют прямой рыночный успех, иногда – косвенный (в виде создания позитивного имиджа организации или инициативного сообщества); иногда символом успеха становятся нематериальные атрибуты: согласие с собственным представлением о должном поведении или с религиозными предписаниями, авторитет и уважение окружающих – земляков, коллег, единомышленников. С другой стороны, существуют безличные или персонифицированные требования рынка, предписывающие социальным инициативам логику коммерческого успеха. С третьей стороны, существуют и становятся всё более жёсткими государственные нормативные установления, регламентирующие активность социальных инноваторов тогда, когда альтруистические инициативы трансформируются в устойчивые практики благотворительной, предпринимательской или просто общественно полезной деятельности. Давление государственных и рыночных институтов приводит к возникновению феномена институционального изоморфизма, когда НКО, социальные предприятия, общественные инициативы перенимают у бизнеса рыночную стратегию и создают аналогичные паттерны поведения. Для соответствия требованиям властей они вынуждены создавать формальные регламенты своей работы и отчётность. Это значит, что в перспективе общественные организации, НКО, социальные предприятия, кооперативы и другие институты гражданского общества, созданные по инициативе социальных инноваторов, могут превратиться в бюрократические коммерческие организации. Тем самым общество лишится необходимых для динамичного развития инициативы и гибкости; нужных для единства, сплочённости общества сетей горизонтального взаимодействия и поддержки, способных создавать основы ценностного согласия.

Цель и задачи статьи

Цель статьи – систематизировать и обобщить данные собственных исследований и сообщений СМИ о практиках инновационной деятельности с тем, чтобы выявить функции сотрудничества в деятельности социальных инноваторов. Задачи статьи: 1. Выявить смысл понятия «социальное инноваторство», которое используется в документах, посвящённых этому виду деятельности. 2. Понять ожидания относительно задач и стратегий деятельности социальных инноваторов со стороны экспертов – людей, включённых в создание идеологии социального инноваторства. 3. Проанализировать реальные стратегии социальных инноваторов на основе собственного анализа данных исследований. Цель такого анализа – понять, каковы функции сотрудничества в решении задач, принятых на себя социальными инноваторами.

О понятии «социальное инноваторство»

В общественно-политический дискурс российского общества понятие «социальное инноваторство» вошло в 2000-е гг. Оно стало обозначать деятельность по изменению общественных отношений с помощью различных инструментов. Такими инструментами могут быть: законодательная деятельность, создание (либо заимствование) и внедрение социальных технологий для решения актуальных общественных проблем, создание площадок для диалога разных социальных субъектов, организационное оформление различных общественных и предпринимательских инициатив. Возникли новые и стали активно развиваться существовавшие прежде практики, которые указывают на субъектов этой деятельности: «третий сектор», некоммерческие организации (НКО), социальные предприниматели [О состоянии..., 2017].

Состоялись уже два форума социальных инноваций регионов. В 2019 г. предполагается провести третий [О форуме..., 2017]. Материалы форумов дают информацию, во-первых, о том, кто считается социальным инноватором, во-вторых, в чём суть, смысл инноваций, и в-третьих, кто их адресат. Организаторы форумов – структуры исполнительной власти и автономная некоммерческая организация «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» (АСИ). Первых можно считать заказчиками, а вторых – идеологами социальных инноваций. Ключевые позиции этой идеологии: государственно-частное партнёрство, современные информационные технологии, конкуренция негосударственных поставщиков социальных услуг с государственными и между собой. При этом предполагается не только исключение протестных действий в практиках социальных инноваторов, их пропаганда и тиражирование, но прямо заявлена позиция активного противодействия таким интенциям [О состоянии..., 2017].

Статус социальных инноваторов можно приписать участникам форумов, во-первых, потому что они приняли участие в мероприятиях именно с таким именованием, а значит, причисляют себя к этому сообществу. Помимо идентичностных оснований есть и сущностные основания считать участников форумов социальными инноваторами. Они – авторы идей и технологий решения социальных проблем, руководители или активные сотрудники некоммерческих и профессиональных общественных организаций, волонтёрских объединений, бизнес-ассоциаций, социальных предприятий. Они делают практическую работу по изменению устаревших законов и правил, изобретают и внедряют новые способы решения социальных проблем, создают новые сообщества или реанимируют прежние под старыми или новыми названиями.

Форумы, как и положено, вырабатывали рекомендации. Важно то, как менялись адресаты этих рекомендаций, поскольку указание адресата обозначает «назначение» субъектом социального действия. Первый (2015 г.) адресовался, главным образом, исполнительной и законодательной власти и рекомендо-

вал сделать социальную политику государства более эффективной, развивать государственно-частное партнёрство в оказании социальных услуг [Форум социальных..., 2015]. Второй (2017 г.) предполагал диверсификацию субъектов. Рекомендовалось повысить качество социальных услуг (в том числе и с помощью НКО), увеличить роль бизнеса в развитии территорий, улучшить качество управления социальной сферой [О форуме..., 2017]. Развитием социального инноваторства озабочены и муниципалитеты. Они привлекают к решению проблем российских городов урбанистов, участников территориальных органов самоуправления, бизнес. Здесь речь идёт о поиске баланса развития городской среды, где было бы удобно всем: и жителям, и бизнесу, и чиновникам. Инновативные практики, связанные с развитием городской среды, становятся системными, что позволяет их тиражировать [Социальные инновации..., 2016].

В перечень видов деятельности, где востребован креативный потенциал социальных инноваторов, вошли практически все общественные проблемы — от детской преступности и сиротства до рынка социальных услуг. Исполнительная власть главной целью социального инноваторства назначает развитие негосударственного сектора экономики в социальной сфере и обозначает нерешённые задачи для реализации этой цели [Прогноз..., 2018]. За рамками конкретных задач (главные — увеличение набора социальных услуг и повышение их качества) остаются базовые функции социального инноваторства, которые важны в контексте нашего анализа. Таких базовых функций две: изменение правил, по которым живёт сообщество, и создание социальных сетей [Климов, 2014: 206].

В нашем исследовании мы относим к номинальной группе социальных инноваторов реальные группы профессионалов, работающих в некоммерческих организациях, социальных предприятиях, кооперативах, общественных организациях.

Концепции и актуальные идеи социального инноваторства

Родоначальниками идей социального инноваторства как пересмотра правил и создания новых сообществ были социальные мыслители XIX в.: Р. Оуэн, К. Маркс, Э. Дюркгейм. В XX в. эти идеи операционализируются в контексте теорий социального государства и практик их воплощения в промышленно развитых странах Запада. Непосредственное отношение к нашей теме имеют труды Й. Шумпетера. Главная идея его «Теории экономического развития» состоит в том, что инновация — это качественный переход, принципиальное изменение. Для такого перехода нужны «новые комбинации вещей и сил». «Силы» — это личностные особенности новатора и социума, в который он включён и который преобразуется благодаря инновации [Шумпетер, 1982: 158–159]. Перечень ка-

честв, вменяемых инноваторам с точки зрения результирующих процессов, — открытие возможностей для других людей, для их самореализации и сотрудничества. Это значит, что формируется «социальная ткань» — горизонтальные связи, основанные не на формальном статусе и отношениях власти—подчинения, а на осознании самими людьми чувства сопричастности к сообществу равных и близких людей и на авторитете лидеров.

П. Друкер утверждал, что социальные инноваторы расширяют спектр общественных возможностей [Друкер, 2007а: 121–123]. Принадлежность к локальному сообществу, по Друкеру, формирует у человека ощущение ответственного гражданина, который радует о своём ближнем, вносит свой вклад в общее дело [Друкер, 2007б: 15].

Новые проблемы общественной солидарности обстоятельно проанализировал П. Розанваллон. В частности, он пишет, что отделение друг от друга сфер солидарности и эффективности «...сулит самые печальные последствия в будущем» [Розанваллон, 1997: 141]. Одним из способов решения этой проблемы он считает «...формирование промежуточного социального пространства между наёмным трудом и общественной деятельностью» [Розанваллон, 1997: 141]. Одной из форм такого «промежуточного пространства» могут быть сферы активности НКО, кооперативов, социальных предприятий, поселенческих сообществ.

Это промежуточное социальное пространство должно не просто выживать, но быть успешным одновременно в двух мирах (Ю. Хабермас): системном и жизненном. По Хабермасу, системный мир — это экономика и бюрократизированное государственное управление; безличные законы и правила. Жизненный мир — это intersubjectively разделённая коммуникативная практика. Эта практика включает культурные традиции и некоторый запас знания, формирующий идентичность и поддерживающий базовый ценностный комплекс [Хабермас, 2007: 242, 243]. Для нашего исследования имеет непосредственную значимость положение теории Ю. Хабермаса о том, что демократическое устройство общества предполагает, что системный мир должен занимать подчинённое положение; он не должен нарушать целостность жизненного мира. Функции государства — это влияние на «...граничные условия принятия решений частными предпринимателями и, в случае необходимости, предотвращение или смягчение побочных эффектов» [Хабермас, 1993: 124].

Пожелания социальных теоретиков далеко не всегда соответствуют устремлениям ко всеобщей универсализации, регламентации и формализации повседневной деятельности со стороны государства и с логикой экспансии крупного капитала в случаях, когда интересы сталкиваются. Всегда есть опасность того, что «влияние на граничные условия» превратится в безграничное влияние двух более сильных, чем инициативные объединения инноваторов, субъектов — государства и бизнеса. Способ противостоять этим интенциям сильных — сотрудничество «слабых» субъектов: мелких предпринимателей, сотрудников НКО, общественников.

Эмпирическая база исследования

Мы анализировали деятельность социальных инноваторов на основе данных исследований, проведённых в разные годы Фондом «Общественное мнение» с нашим участием в рамках общего направления «Гражданское общество» (руководитель – Е. С. Петренко). Темы этих исследований: «Деятельность социальных предприятий и условия их развития» (2014–2015 гг.) и «Социальные предприниматели как акторы на рынке социального обслуживания» (2016 г.) [Условия активизации..., 2014]. Был проведён вторичный анализ данных, значимых для целей статьи.

Использованы также материалы исследования «Социальный предприниматель – 2018. Автопортрет», эмпирической базой которого стали результаты опроса социальных предпринимателей (анкета, самозаполнение в онлайн-режиме, 155 респондентов) из разных регионов России, проведённого с участием авторов статьи [«Социальный предприниматель...», 2018].

Ещё один источник данных – истории успеха социальных предпринимателей, опубликованные на сайтах Фонда «Наше будущее» [Фонд региональных...] и Агентства социальной информации [Агентство социальной..., 2019].

Идеологема конкуренции для социальных инноваторов

В программных документах и в выступлениях чиновников, формирующих принципы государственной политики разгосударствления социальных услуг для населения, присутствует идеологема конкуренции. Большие ожидания, адресованные НКО и социальным предприятиям, формируются вокруг идеи, что эти организации, возникшие чаще всего как результат инициатив социальных инноваторов, смогут стать достойной альтернативой государственной сфере услуг и крупному бизнесу. Предполагается, что и между собой НКО и социальные предприятия тоже будут конкурировать в борьбе за потребителя.

В дискуссиях, посвящённых теме социальных услуг для населения, мы встречали аргументы в пользу конкуренции на этом рынке. Главные из них следующие:

1. Конкуренция нужна как универсальный принцип развития вообще и использования инноваций в частности; как реализация принципа равных условий для всех поставщиков социальных услуг, в том числе и для НКО (Л. Якобсон, первый проректор НИУ «Высшая школа экономики»).

2. Конкуренция стимулирует повышение качества и разнообразия социальных услуг (Ф. Воронин, советник министра труда и социальной защиты РФ).

3. Благодаря конкуренции появляются новые социальные услуги, которые государство не в состоянии оказывать; социальные учреждения возникают в отдалённых местах. Соображения экономии государственных денег тоже есть, но

оно не главное (А. Шадрин, директор Департамента стратегического развития и инноваций Минэкономразвития РФ) [«Душевные поставщики»..., 2017; Клиент выберет., 2015].

Опрошенные нами эксперты, особенно из богатых регионов, тоже с оптимизмом воспринимают идею конкуренции, потому что *«...население может получать социальные услуги более высокого качества и широкого ассортимента, чем сегодня может предоставить государство»* (эксперт, Югра).

Наш анализ показывает, что НКО и социальные предприятия более сдержанно относятся к идее конкуренции, чем её идеологи.

Во-первых, такая цель не соответствует концепции социального предпринимательства, базовый принцип которого — реинвестирование прибыли в бизнес или в местное сообщество, а не поступление в доход акционеров и владельцев¹.

Во-вторых, у них нет ресурсов для борьбы со столь мощными конкурентами. Конкурировать с государством и крупным бизнесом трудно там, где нужно оказывать дорогостоящие услуги (например, в таких капиталоемких отраслях, как медицина и образование). Чтобы быть конкурентоспособными в этой сфере, малые предприятия и НКО часто снижают качество услуг. Соблазн снизить качество услуг часто возникает в закрытых социальных учреждениях (частных домах престарелых, интернатах для детей с ментальными нарушениями): *«В социальной реабилитации это будет не реабилитация, а выбивание очередных денег. Можно помочь ему выйти из этого состояния, а можно просто закрыть куда-то и использовать как труд какой-то бесплатный»* (Образовательный центр «Содействие», Омск).

Качественные услуги способны оказывать квалифицированные специалисты, труд которых стоит дорого. Соответственно, экономия на квалификации приводит к ущербу для потребителей. Опрошенные нами респонденты говорили, в частности, о том, что население часто обращается в платные социальные учреждения не потому, что там более качественные услуги, а потому, что других нет. *«Есть бесплатный полис. По нему мы должны получить определённый объём услуг. Но на практике он не реализуем»* (ООО «Коперник 35», Вологда).

Предприниматели, в свою очередь, инвестируют в социальную сферу не потому, что хотят вытеснить государство или крупный бизнес с этого рынка, а потому, что много сфер деятельности, где конкурентов нет. Это обычно редкая или новая услуга, отдалённый район или населённый пункт. Нишевая стратегия альтернативна конкурентной, это признают даже эксперты, считающие конкуренцию основным средством достижения качества и доступности услуг в социальной сфере.

В-третьих, социальные предприниматели имеют, как правило, опыт создания солидарных сообществ в виде различных досуговых или благотворительных организаций, а не опыт побед в борьбе с конкурентами. Все информанты, с которыми мы общались, решают свои проблемы в самых разных сферах. Члены сельских

¹ См., напр.: [Борисов, 2014; Николаев, 2013].

кредитных кооперативов пытаются выжить без государственных дотаций, давая деньги займы друг другу. Участники добровольческого движения помогают слаборесурсным людям. Руководители и работники социальных предприятий придумывают проекты, соответствующие критерию социальности. Иными словами, все эти люди занимаются социальным творчеством, создавая новые практики и новые сообщества.

Функции сотрудничества в деятельности социальных инноваторов

Доминантами рефлексии в полученных нами интервью являются сотрудничество в деле реализации своей социальной миссии и поиск ниш в предпринимательской деятельности. И миссия, и деловой успех предполагают институциональное и личностное взаимодействие с другими субъектами. Функции у этих двух типов взаимодействия разные: в профессиональном и бизнес-сообществе это деловой успех и деловая репутация. В локальном сообществе людей, объединённом повседневностью личного общения, это авторитет. Эти два сообщества часто пересекаются: друзья становятся бизнес-партнёрами, сотрудниками, и наоборот: деловые связи часто перерастают в дружеские. Конфликтов в этих двух сегментах сотрудничества удаётся избежать там, где для этих двух социальных ролей отводится разное нормативное, организационное, физическое пространство [Как люди делают..., 2010: 197].

Опрошенные нами руководители НКО и социальных предприятий охотнее, чем о конкуренции, говорили о сотрудничестве. Это были, как правило, развёрнутые рассказы о конкретных практиках совместного решения проблем, партнёрах и задачах сотрудничества для того дела, которым они занимаются, и для социума, в котором они живут и работают.

Деятельность НКО и социальных предприятий, как правило, новая и по предмету, и по организации. Онлайн-опрос социальных предпринимателей (2018 г.) показал, что инновативность – и поведенческая, и ценностная доминанта респондентов (см. таблицу 1). Этим они отличаются от обычных предпринимателей, у которых основополагающий мотив – повышение личного благосостояния [«Портрет...», 2013].

Социальные предприниматели ориентируются чаще всего на сотрудничество с похожими организациями и людьми с проблемами, сходными с теми, которые пытаются решить они сами (см. таблицу 1, строку 3). Причины такой установки: острота проблем, с которыми приходится иметь дело; ограниченность ресурсов; масштабы задачи, непосильные для одного, часто не очень богатого предпринимателя. Такая ситуация особенно актуальна для НКО, которые оказывают помощь слаборесурсным группам: инвалидам, людям с хроническими болезнями,

многодетным семьям, выпускникам детских домов и др. Например, руководитель некоммерческой организации «Благое дело» из посёлка Верх-Нейвинский, где взрослые люди с инвалидностью обучаются ремёслам, занимаются творчеством, находят потенциальных работодателей, говорит: «Таких организаций нужно 50–70 на [Свердловскую] область, чтобы закрыть потребности... Мы сейчас всеми силами работаем, чтобы подобные организации появились» (АНО НПСПО «Благое дело», пос. Верх-Нейвинский).

Таблица 1

Мотивы, повлиявшие на решение создать предприятие¹,
% от числа ответов по строке

Мотивы	Повлияли	Не повлияли	Ни да, ни нет
Желание реализовать определённую идею	71	11	18
Стремление к самостоятельности и независимости	71	15	14
Решение личных проблем и помощь другим людям со схожими проблемами	54	24	22
Удовлетворение общественных потребностей через максимизацию собственной прибыли	48	25	27
Повышение личного материального благосостояния, финансовый успех, богатство	53	30	18
Достижение успеха в обществе, желание повысить свой авторитет в глазах окружающих	40	38	22

Поэтому им хочется иметь рядом партнёров, единомышленников, помощников. Мы фиксируем большое разнообразие функций сотрудничества. Вполне перспективным выглядит сотрудничество крупного бизнеса и НКО (в том числе социальных предприятий) в рамках реализации программ корпоративной благотворительности. Сейчас корпорации находят более разумным поддерживать какой-то долговременный проект, ориентированный на решение определённой социальной проблемы, а не тратить деньги и усилия на разовые благотворительные акции.

С идеей конкуренции не очень согласуется идеология открытости для решения проблем, когда информация о новых приёмах работы становится общедоступной. Возникает соответствующая функция сотрудничества: *приращение знания, обмен опытом*. Стоит, однако, оговориться, что готовность делиться своими разработками не противоречит желанию зафиксировать свои авторские права, иметь возможность продажи готовых идей и организационно-экономических решений – социальных франшиз. Главное обоснование такой позиции – сохранить стандарты качества своего ноу-хау: «Идея запатентовать и авторские права

¹ Более полная формулировка вопроса: «Предпринимателями становятся по разным причинам. <...> Пожалуйста, оцените, насколько каждый из этих мотивов повлиял на Ваше личное решение о создании Вашего предприятия, по шкале от 1 (абсолютно НЕ повлиял) до 5 (повлиял в значительной степени)».

получить есть, и хочется очень, но не для того, чтобы их удержать, а для того, чтобы качество обеспечить. А удерживать — ни в коем случае, потому что это действительно очень нужно» (АНО НПСПО «Благое дело», пос. Верх-Нейвинский).

Ещё одна функция сотрудничества — *кооперация для решения сложных проблем*. Например, при решении профессиональных задач, при использовании дорогостоящего оборудования, при обращении к услугам редкого специалиста, для оказания более качественных услуг или расширения набора услуг. Например, руководитель социального предприятия «Система “Забота”» в Санкт-Петербурге, которое помогает пожилым людям и инвалидам чувствовать себя в безопасности, предоставляя им «тревожную кнопку», рассказывает о кооперации со смежниками — службой сиделок «Несиделки»: *«Давно мы общаемся с “Несиделками”». Сейчас у них помимо сиделок ещё средства реабилитации для пожилых людей. И если у нас просят сиделок, конечно к ним направляем. И они, в свою очередь, тоже рекомендуют нашу услугу, если надо, просто чтобы бабушка и родственники спокойно себя чувствовали, — дают “тревожную кнопку”»* (ООО «Система “Забота”», Санкт-Петербург).

Совмещение производственных и культурных проектов по определению невозможно без сотрудничества разных специалистов и местных жителей. В вологодской деревне Ботово, например, проект «Домашние половички руками бабушек» не только объединил жителей деревни, но и помог мобилизовать местные власти, работников культуры, смежников из Нижегородской области. Руководитель проекта рассказывает: *«Дом культуры — это муниципалитет. А кафе — это тоже ИП-шка. И ещё у нас катание на лошадях тоже в рамках программы проходит»* (ИП «Домашние половички руками бабушек», Вологда).

Прикладной функцией сотрудничества можно считать и выработку норм профессиональной этики и этики предпринимательства. Её нельзя прописать в законах; она формируется в стабильных сообществах на протяжении длительного времени. Чтобы решить эту проблему, некоторые предлагают сформировать общественные институты контроля, которые могут включать представителей бизнес-сообщества, общественных организаций (в том числе профессиональных сообществ), государства. Здесь проблема в том, что профессиональная и деловая этика вырабатывается скорее там, где существует не воображаемое, а реальное сообщество людей, авторитетное и профессиональное настолько, чтобы иметь возможность и право давать этические оценки.

Сотрудничество как включённость в сообщество профессионалов — это способ приобрести репутацию у коллег и у потребителей услуги, потому что рекомендация коллег лучше, чем реклама. О том, как репутация, в свою очередь, помогает создавать сообщество и решать сложные профессиональные и социальные задачи, рассказывает наш респондент: *«Отношения хорошие сложились, прежде всего, конечно, с онкоцентром. Он у нас большой, федеральный. Мы очень плотно взаимодействуем. И уже все знают, что реабилитация у нас будет проходить. Они ещё перед операцией, а мы уже там, мы их фотографируем [для лицевого протезирования] ещё до операций»* (НКО «Подари улыбку», Красноярск).

Принадлежность к сообществу людей, объединённых общим пониманием своей миссии, — это важный элемент *статусной идентичности*, которая определяет место и этого человека, и сообщества в «большом» обществе. Вот что говорит, например, врач из Югры: «*Мы же там познакомились на этом форуме [социальных предпринимателей], мы же общаемся... Знаете, нам как интересно с ними общаться? У кого что там, какие изменения, мы как сто лет знакомы, как близкие люди, нам есть о чём поговорить. Я в таком восторге!*» (ООО «Медсервис», Ханты-Мансийск).

Собственная миссия, как её понимают волонтерские организации, НКО, социальные предприятия, предполагает не только организационное, техническое, технологическое новаторство, но и *продвижение новой ценностной парадигмы*. В эту ценностную парадигму включаются элементы нового стиля жизни (в частности, повседневные практики помогающего поведения).

Сравнение данных опроса социальных предпринимателей и населения в целом, даже с учётом того факта, что опрос социальных предпринимателей не репрезентирует эту группу, а опрос ФОМ репрезентирует всё население, показывает весьма существенную разницу между социальными предпринимателями и всеми россиянами в распространённости практик помогающего поведения (см. таблицу 2).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос: «Если не говорить о семье и ближайших родственниках, за последний год Вам приходилось или не приходилось оказывать по собственной инициативе помощь, поддержку кому-либо, совершать поступки на благо других людей?»,

% от числа ответивших

Варианты ответов	Социальные предприниматели (Циркон, SBG, 2018 г.)	Население в целом (ФОМ, 2017)*
Приходилось	82	54
Не приходилось	16	45
Затрудняюсь ответить	2	1

*Подробнее см.: [Отношение к благотворительности, 2017].

Центром этой ценностной парадигмы является, как правило, идея сотрудничества для достижения нового качества жизни всех сограждан или какой-то особой группы. Есть несколько таких идей, которые находятся на разных стадиях принятия обществом и детальной проработки для практического применения. Такими ценностными идеями являются, например, права инвалидов и, в частности, право инвалидов на труд; жизненные перспективы для сирот; местный патриотизм, формирование локального сообщества: «*А когда ценности одинаковые, то очень быстро... начинаешь понимать, что ты говоришь об одном*» (АНО НПСПО «Благое дело», пос. Верх-Нейвинский).

Весьма устойчивой и плодотворной оказалась *функция сотрудничества в деле сохранения или воссоздания местного сообщества*, включающего соседей, жителей города, села, района. Эта тема — практическая реализация концепта ответственного поведения. Вопрос о широте либо узости зоны личной ответственности за

происходящее в социуме популярен в исследованиях гражданского общества. Но часто исследователи не могут сказать, какие эмпирические референты стоят, например, за ответом: «Чувствую ответственность за происходящее в городе/ в доме». Рефлексия: «Чувствую/не чувствую ответственность» может быть именно сферой чувств: «Меня это волнует – мне это безразлично». Или это может быть готовность что-то делать: «Я хочу что-то делать для города / не хочу». Возможно, подразумевается актуальная деятельность: «Я делаю что-то для города / не делаю». В случае с социальными предпринимателями мы имеем возможность сравнить данные анкетного опроса с материалами интервью и продемонстрировать то, в чём, в каких конкретных действиях выражается ответственность социальных предпринимателей перед местным сообществом. Как и следовало ожидать, социальные предприниматели чаще, чем россияне в целом, чувствуют ответственность за происходящее вокруг них.

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос: «Люди в разной степени чувствуют ответственность за то, что происходит вокруг них в сегодняшней жизни. В какой мере Вы чувствуете ответственность за то, что происходит...?», %

Чувствуют в полной или значительной мере ответственность за то, что происходит...	Социальные предприниматели (Циркон, SBG, 2018 г.)	Россияне в целом (Левада-Центр, 2016 г.)
...у вас в доме, во дворе, где вы живёте	65	47
...в вашем городе/районе	51	18
...в нашей стране	42	11

Установку на поддержание ответственных отношений в сообществе жителей мы впервые зафиксировали, когда изучали работу сельскохозяйственных кооперативов в Краснодарском крае [Климова, 2010: 186–197]. Функции сотрудничества здесь – материальная и профессиональная поддержка «своих»: родственников, единомышленников, соседей, коллег – в расчёте на то, что эта сеть сможет в трудной ситуации поддержать и агентов-инициаторов, и участников. Здесь работает безусловное право на принятие в сообщество / группу и помощь, обусловленные рождением в данной местности. Рыночные соображения отступают и тогда, когда нужно решать общие задачи, убыточные с точки зрения бизнеса, но важные для качества жизни всех членов местного сообщества. Например, когда местной школе нужны новые холодильники или мячи, когда прохудилась крыша в больнице, когда нужно зимой очистить дорогу от снега.

Город Коломна – не сельский хутор. Но здесь мы получили, пожалуй, наиболее развёрнутое обоснование того, почему нужно поддерживать своих. В-первых, своих надо в первую очередь брать на работу, потому что такая кадровая политика мотивирует людей на усердный труд, создаёт репутацию среди горожан и делает сам прилегающий район благополучным и тем самым привлекательным для туристов. *«И когда мне приносят несколько заявлений на работу, я говорю: посадские в первую очередь. Чтобы люди эти, которые живут вокруг нас, чувствовали,*

что мы одна команда» (Коломенский центр развития познавательного туризма). Во-вторых, среди своих надо отдавать приоритет инвалидам: находить им работу по силам так, чтобы она не выглядела как эксплуатация слабых. В-третьих, в своих можно и нужно вкладывать ресурсы для обучения: *«Мы с людьми общаемся, предлагаем поучиться, оплачиваем учёбу. В 12-м году получили специальный приз Европейского музейного форума, и в этом специальном призе указывается, за что приз. И одним из трёх пунктов был вклад в умение сотрудников»* (Коломенский центр развития познавательного туризма).

Приведённые примеры — лишь небольшая часть проявлений социального инноваторства, которые не воспроизводят советские аналоги и не копируют западные образцы, а встраивают и первое, и второе в особый контекст, обусловленный содержанием работы и особенностями социума. Сама идея сотрудничества, доктринёрская в советском прошлом, наполняется реальными смыслами и обогащается конкретными практиками.

Выводы

Навязывать конкурентные отношения социальным новаторам означает вступать в противоречие с природой этой деятельности, потому что они — коллективисты по определению, ибо сам смысл социальной новации состоит в создании сообщества и само это сообщество — результат реализованной новаторской идеи. И эта новаторская идея, и сообщество всегда уникальны, поскольку вписаны в конкретный социальный контекст. И правила, создаваемые для того, чтобы обеспечивать функционирование этого сообщества, тоже уникальны, поскольку всегда уникальна конфигурация миссионерских задач и состав участников их решения. Сотрудничество имеет в сообществах участников общественной инициативы или в деятельности социальных предпринимателей практический смысл и важные функции. Возможно, ситуация выглядит лишённой конкурентных отношений, потому что в социальной сфере (которая является основным полем деятельности НКО и социальных предпринимателей) сейчас слишком много проблем и, соответственно, слишком много незанятых ниш. Но уже появляются первые признаки того, что большой бизнес будет приходить на площадки, подготовленные инициаторами новаторских социальных проектов, и вытеснять их. А это значит, что НКО и социальные предприятия, работающие в социальной сфере, будут скорее страдать от конкуренции, а не побеждать в этой борьбе. Чтобы помочь им выстоять, нужна инфраструктурная работа по венчурному социальному проектированию.

Список литературы

Агентство социальной информации. [веб-сайт]. Электрон дан. 2019. URL: <https://www.asi.org.ru/articles/> (дата обращения: 28.03.2018).

Александр Борисов: Социальное предпринимательство – это идеология. [Электронный ресурс] // Новый бизнес: [веб-сайт]. Электрон. текст. дан. 24.10.2014 URL: <http://www.nb-forum.ru/interesting/experts/zakonoproekt-sp.html#ixzz5M42v1Twb> (дата обращения: 28.07.2018).

Голова И. Клиент выберет лучшее. Социальные услуги населению окажут коммерческие компании [Электронный ресурс] // Российская Газета: [веб-сайт]. Электрон. дан. Российская Бизнес-газета – Бизнес и власть. № 982 (3). 27.01.2015 // URL: <https://rg.ru/2015/01/27/vovchenko.html> (дата обращения: 26.07.2018).

Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2017 год [Электронный ресурс] // Общественная палата Российской Федерации: [веб-сайт]. Электрон. дан. М., 2017. URL: <https://report2017.oprf.ru/> (дата обращения: 31.03.2018).

Друкер П. Управление в обществе будущего / Пер. с англ. и ред. Е. В. Трибушной. М., СПб., Киев: Вильямс, 2007а. 306 с.

Друкер П. Менеджмент в некоммерческой организации. Принципы и практика / Питер Ф. Друкер; [пер. с англ. В. В. Кулебы]. М., СПб., Киев: Вильямс, 2007б. 304 с.

«Душевные поставщики»: кто выиграет от попадания НКО на рынок социальных услуг [Электронный ресурс] // Агентство Социальной Информации: [веб-сайт]. Электрон. дан. 23.03.2017 // URL: <https://www.asi.org.ru/news/2017/03/23/nko-sotsialnye-uslugi-postavshhiki/> (дата обращения: 26.07.2018).

Как люди делают себя. Обычные россияне в необычных обстоятельствах: концептуальное осмысление восьми наблюдавшихся случаев / [А. А. Барсамова, О. Н. Дудченко и др.]; под общ. ред. В. А. Ядова, Е. Н. Даниловой, К. Клеман. М.: Логос, 2010. 387 с.

Климов И. «Конструктивные» и «протестные» движения как ресурс изменения социальных практик и институтов // Журнал исследований социальной политики. 2014. Т. 12. № 2. С. 201–216.

О форуме социальных инноваций регионов [Электронный ресурс] // URL: <http://socio-forum.com/conf2017/o-forume-sotsialnykh-innovatsiy.php> (дата обращения: 31.03.2018).

Отношение к благотворительности [Электронный ресурс] // Фонд Общественное мнение: [веб-сайт]. Электрон. дан. 21.12.2017. URL: <https://fom.ru/TSennosti/13898> (дата обращения: 31.01.2019).

Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики. Итоговый аналитический отчет. ЦИРКОН. 2013 [Электронный ресурс]: URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/4e4/Portret_SP_Otchet.pdf (дата обращения: 30.01.2019).

Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов. М., 2017. 208 с. [Электронный ресурс]: URL: http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/2e83e62b-ebc6-4570-9d7b-ae0beba79f63/prognoz2018_2020.pdf?MOD=AJPERES (дата обращения: 31.03.2018).

Розанваллон П. Новый социальный вопрос. Переосмысливая государство всеобщего благосостояния / Пер. с фр. К. Ю. Барановского, Л. А. Немовой. М.: «Ad Marginem», 1997. 188 с.

Социальное предпринимательство – новая идеология [Электронный ресурс] // Стратегия [веб-сайт]. Электрон. дан. 26.12.2013 // URL: <http://strategyjournal.ru/news/ekonomika-i-biznes/sotsialnoe-predprinimatelstvo-novaya-ideologiya/> (дата обращения: 28.07.2018).

Социальные инновации. Формула активности. Материалы III Международного форума. Вологда, 2–4 июня 2016 г. [Электронный ресурс] // URL: <http://innovation35.ru/experts/?year=2016> (дата обращения: 31.03.2018).

Социальный предприниматель – 2018. Автопортрет. Краткий аналитический отчет по результатам исследования. [Электронный ресурс] // Циркон, Social Business Group, 2018. URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/4e7/socialnyj_predprinimatel_2018_avtoportret.pdf (дата обращения: 30.01.2019).

Условия активизации гражданского участия в малых и средних городах России [Электронный ресурс] // Фонд Общественное мнение: [веб-сайт]. URL: <http://soc.fom.ru/special/grazhdanskoe-uchastie-v-malyh-i-srednih-gorodah-rossii.html> (дата обращения: 28.03.2018).

Фонд региональных социальных программ «Наше будущее». Проекты. [Электронный ресурс] // Фонд «Наше будущее» [веб-сайт]. URL: <http://www.nb-fund.ru/projects/> (дата обращения: 18.07.2018).

Форум социальных инноваций регионов. 5–6 июня 2015 г. [Электронный ресурс] // Совет Федерации [веб-сайт]. Электрон. дан. 14 мая 2015. URL: <http://council.gov.ru/activity/activities/socio-forum/> (дата обращения: 31.03.2018).

Хабермас Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма / Пер. В. И. Иванова // THESIS. 1993. Вып. 2. С. 123–136.

Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия (фрагменты) // Вопросы социальной теории. 2007. Т. 1. Вып. 1. С. 229–245.

Шумпетер Й. Теория экономического развития. Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры / Й. Шумпетер. Пер. с нем. В. С. Автономова и др.; общ. ред. А. Г. Милейковского. М.: Прогресс, 1982. 455 с.

Дата поступления в редакцию: 28.11.2018.

DOI: 10.19181/snsp.2019.7.1.6269

Collectivist Practices in Social Innovation: Functions of Cooperation

Klimova Svetlana Gavrilovna

Candidate of Philosophy, Leading Researcher, Institute of Sociology of the FCTAS RAS. Krzhizhanovskogo st., 24/35, build. 5, 117218, Moscow, Russia. E-mail: sgklimova@mail.ru

Klimov Ivan Aleksandrovich

Candidate of Sociology, Associate Professor NRU Higher School of Economics. Myasnitskaya st., 20, 101000, Moscow, Russia; Senior Researcher, Institute of Sociology of the FCTAS RAS. Krzhizhanovskogo st., 24/35, build. 5, 117218, Moscow, Russia. E-mail: iklimov@hse.ru

Abstract. This articles analyzes the business strategy of social innovators. We call the heads and employees of non-profit organizations, social enterprises, and the initiators of volunteer projects “social innovators”, as they not only use organizational novelties in their activities, but also change routine rules and practices, which alters the life of a society connected in any way with the activities of those organizations. It is demonstrated that the standard expectations of ideologues and officials, in respect to the activity of social innovators, contradict their values and visions of proper behavior. They consistently show orientation towards cooperation with each other and the social environment. Solidarity, the development of communities around non-profit organizations or social enterprises, is not only a resource, but also an independent effect of their activity. The functions of cooperation in the activity of social innovators are described. Cooperation is required not only to implement the mission accepted by innovators, but also to solve practical production problems. These are: the increase of knowledge and exchange of experience; cooperation for solving difficult problems; the joint elaboration of standards of professional ethics and business ethics; a way to gain reputation among colleagues and

service consumers; the promotion of new values; and the preservation, re-creation, or restoration of the local community. It is concluded that the competition ideologeme promoted in the community of social innovators should be replaced with the cooperation ideologeme and relevant training programs.

Keywords: social innovation, solidarity, cooperation, competition, professional ethics, local community.

REFERENCES

Agentstvo sotsial'noy informatsii. [Agency of social information]. 2019. URL: <https://www.asi.org.ru/articles/> (data obrascheniya: 28.03.2018). (In Russ.).

Aleksandr Borisov: Sotsial'noe predprinimatel'stvo – eto ideologiya. [Social entrepreneurship is ideology]. [Elektronnyy resurs]. *Novyy biznes*. 24.10.2014 URL: <http://www.nb-forum.ru/interesting/experts/zakonoproekt-sp.html#ixzz5M42v1Twb> (data obrascheniya: 28.07.2018). (In Russ.).

Doklad o sostoyanii grazhdanskogo obschestva v Rossiyskoy Federatsii za 2017 god. [Report of the state of civil society in Russian Federation]. [Elektronnyy resurs]. Obschestvennaya palata Rossiyskoy Federatsii. M., 2017. URL: <https://report2017.oprf.ru/> (data obrascheniya: 31.03.2018). (In Russ.).

Druker P. *Upravlenie v obschestve budushego*. [Management in the society of the future]. Per. s angl. i red. E. V. Tribushnoy. M., SPb., Kiev: Vil'yams publ, 2007a. 306 p. (In Russ.).

Druker P. *Menedzhment v nekommercheskoy organizatsii. Printsipy i praktika*. [Management in non-profit organization. Principles and practices]. Per. s angl. V. V. Kuleby. M., SPb., Kiev: Vil'yams publ., 2007b. 304 p. (In Russ.).

«Dushevnye postavshiki»: kto vyigraet ot popadaniya NKO na rynek sotsial'nyh uslug. [Mental vendors: who will benefit from getting NKO to the social services market]. [Elektronnyy resurs]. Agentstvo Sotsial'noy Informatsii. 23.03.2017. URL: <https://www.asi.org.ru/news/2017/03/23/nko-sotsialnye-uslugi-postavshiki/> (data obrascheniya: 26.07.2018). (In Russ.).

Fond regional'nyh sotsial'nyh programm «Nashe budushee». Proekty. [Regional social programs fund «Our future». Projects]. [Elektronnyy resurs]. *Fond «Nashe budushee»* [vneb-sayt]. URL: <http://www.nb-fund.ru/projects/> (data obrascheniya: 18.07.2018). (In Russ.).

Forum sotsial'nyh innovatsiy regionov. 5–6 iyunya 2015 g. [Forum of regional innovation regions. June 5–6, 2015]. [Elektronnyy resurs]. *Sovet Federatsii*. 14 maya 2015. URL: <http://council.gov.ru/activity/activities/socio-forum/> (data obrascheniya: 31.03.2018). (In Russ.).

Golova I. Klient vyberet luchshee. Sotsial'nye uslugi naseleniyu okazhut kommercheskie kompanii. [The client will choose the best. Social services to the population will be provided by commercial companies]. [Elektronnyy resurs]. *Rossiyskaya Gazeta. Rossiyskaya Biznes-gazeta – Biznes i vlast'*. № 982 (3). 27.01.2015. URL: <https://rg.ru/2015/01/27/vovchenko.html> (data obrascheniya: 26.07.2018). (In Russ.).

Habermas Yu. Otnosheniya mezhdru sistemoy i zhiznennym mirom v usloviyah pozdnego kapitalizma. [Relations between the system and the life world in the conditions of late capitalism]. *THESIS*. 1993. Vyp. 2. P. 123–136. (In Russ.).

Habermas Yu. Teoriya kommunikativnogo deystviya (fragmenty). [Theory of communicative action (fragments)]. *Voprosy sotsial'noy teorii*. 2007. T. 1. Vyp. 1. P. 229–245. (In Russ.).

Kak lyudi delayut sebya. Obychnye rossiyane v neobychnnyh obstoyatel'stvah: kontseptual'noe osmyslenie vos'mi nablyudavshihnya sluchaev. [How people make themselves. Ordinary Russians in unusual circumstances: a conceptual understanding of the eight cases observed]. Ed. by V. A. YAdov, E. N. Danilova, K. Kleman. M.: Logos publ., 2010. 387 p. (In Russ.).

Klimov I. «Konstruktivnye» i «protestnye» dvizheniya kak resurs izmeneniya sotsial'nyh praktik i institutov. [“Constructive” and “protest” movements as a resource for changing social practices and institutions]. *Zhurnal issledovaniy sotsial'noy politiki*. 2014. T. 12. № 2. P. 201–216. (In Russ.).

O forume sotsial'nyh innovatsiy regionov. [About forum for regional innovation regions]. [Elektronnyy resurs]. URL: <http://socio-forum.com/conf2017/o-forume-sotsialnykh-innovatsiy.php> (data obrascheniya: 31.03.2018). (In Russ.).

Otnoshenie k blagotvoritel'nosti. [Attitude to charity]. [Elektronnyy resurs]. *Fond Obschestvennoe mnenie*. 21.12.2017. URL: <https://fom.ru/TSennosti/13898> (data obrascheniya: 31.01.2019). (In Russ.).

Portret sotsial'nogo predprinimatel'ya: klyuchevye harakteristiki. Itogovyy analiticheskiy otchet. TSIRKON. 2013. [Portrait of a social entrepreneur: key characteristics. Final analytical report. ZIRCON. Two thousand thirteen]. [Elektronnyy resurs]: URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/e4e/Portret_SP_Otchet.pdf (data obrascheniya: 30.01.2019). (In Russ.).

Prognoz sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii na 2018 god i na planovyy period 2019 i 2020 godov. [Forecast of socio-economic development of the Russian Federation for 2018 and the planning period 2019 and 2020]. M., 2017. 208 p. [Elektronnyy resurs]: URL: http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/2e83e62b-ebc6-4570-9d7b-ae0beba79f63/prognoz2018_2020.pdf?MOD=AJPERES (data obrascheniya: 31.03.2018). (In Russ.).

Rozevallon P. *Novyy sotsial'nyy vopros. Pereosmyslivaya gosudarstvo vseobshchego blagosostoyaniya.* [A new social issue. Rethinking the welfare state]. Per. s fr. K. Yu. Baranovskogo, L. A. Nemovoy. M.: «Ad Margenem» publ., 1997. 188 p. (In Russ.).

Shumpeter Y. *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Issledovanie predprinimatel'skoy pribyli, kapitala, kredita, protsenta i tsikla kon'yunktury.* [Theory of economic development. Business profits, capital, credit, interest and business cycle research]. Per. s nem. V. S. Avtonomova i dr.; ed. by A. G. Mileykovskogo. M.: Progress publ., 1982. 455 p. (In Russ.).

Sotsial'noe predprinimatel'stvo – novaya ideologiya. [Social entrepreneurship is a new ideology]. [Elektronnyy resurs]. *Strategiya*. 26.12.2013. URL: <http://strategyjournal.ru/news/ekonomika-i-biznes/sotsialnoe-predprinimatelstvo-novaya-ideologiya/> (data obrascheniya: 28.07.2018). (In Russ.).

Sotsial'nye innovatsii. Formula aktivnosti. Materialy III Mezhdunarodnogo foruma. Vologda, 2–4 iyunya 2016 g. [Social innovation. Activity formula. Proceedings of the III International forum. Vologda, 2–4 June, 2016]. [Elektronnyy resurs]. URL: <http://innovation35.ru/experts/?year=2016> (data obrascheniya: 31.03.2018). (In Russ.).

Sotsial'nyy predprinimatel' – 2018. Avtoportret. Kratkiy analiticheskiy otchet po rezul'tatam issledovaniya. [Social entrepreneur-2018. Selfportrait. Brief analytical report on the results of the study]. [Elektronnyy resurs]. *Tsirkon. Social Business Group. 2018.* URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/4e7/socialnyj_predprinimatel_2018_avtoportret.pdf (data obrascheniya: 30.01.2019). (In Russ.).

Usloviya aktivizatsii grazhdanskogo uchastiya v malyy i srednih gorodah Rossii. [Conditions for enhancing civic participation in small and medium-sized cities of Russia]. [Elektronnyy resurs]. *Fond Obschestvennoe mnenie*. URL: <http://soc.fom.ru/special/grazhdanskoe-uchastie-v-malyyh-i-srednih-gorodah-rossii.html> (data obrascheniya: 28.03.2018). (In Russ.).

Date received by 28.11.2018.