

## Какими бывают сообщества и как их найти

Мы уже рассуждали о том, что каждый из нас является частью каких-нибудь сообществ. И мы как некоммерческие этнокультурные организации тоже с ними всегда работаем.

Работать с сообществами некоммерческая организация может двумя способами:

- можно **найти сообщество и работать с ним** – стать партнерами, взаимодействовать
- или можно – **создать свое сообщество**.

### 2 типа сообществ



Территориальные



«Идейные»

### Территориальные сообщества

Территориальные (или местные) сообщества, как следует из названия, это те группы людей, которые объединены одной территорией.

Например, **соседские объединения**. Мы живем в одном доме или одном районе.

**Территориальные органы самоуправления** – ТОСы. Которые как раз и создаются как сообщества. У них есть лидер, активная группа и общий интерес – влиять на качество жизни людей в конкретном месте.

Или, например, у вас есть собака и вы, гуляя с ней, регулярно общаетесь с другими владельцами собак своего двора. Вы тоже часть этого сообщества.

Соседские сообщества часто даже не объединены формально. Люди могут жить в одном доме и не общаться со своими соседями. Но если возникает какая-то внешняя потребность – они легко объединяются. Например, возникла необходимость убрать двор и провести субботник. Люди спускаются, и здесь проявляют себя как участники одного сообщества.

## Как обнаружить уже имеющееся территориальное сообщество и работать с ним?

Очень просто. Скорее всего, на определенной территории. **Вокруг своего офиса или рядом с домом, где мы живем.** Например, очень часто, переезжая в новый офис, некоммерческие организации знакомятся с соседями. Представляются им.

Говорят «мы такой-то фонд и будем теперь работать здесь» И привлекают соседей заходить на чай, или участвовать в деятельности организации – что может быть проще. Или приглашают соседей вместе озеленить парк, как это, например, сделали ребята в Калининграде.

Команда Калининградского Проекта [«Арт-ворота»](#) решила, что нужно вовлекать местных жителей – работать с местным, территориальным сообществом. И отличный способ познакомиться с жителями – устроить субботник для озеленения сквера около своего арт-пространства. Как позвать жителей? Ребята напечатали объявления и прошлись по всем соседним дворам, попутно общались со старшими, сидящими на лавочках и с родителями, кто гулял с детьми.

В итоге на субботник стал отличным знакомством проекта с людьми, получил помощь в виде волонтерского труда жителей. И постепенно стал местом притяжения и общения, важным для горожан.



Также найти сообщества можно **через управляющие компании**. Причем сами управляющие компании могут стать вашими бизнес-партнерами. Например, у управляющих компаний есть информационные щиты в подъездах домов. Можно попросить разместить там информацию о вашей организации, если она находится по соседству. Или приглашение на какое-то мероприятие, фестиваль или иное событие. У управляющих компаний часто бывают собственные бюджеты на организацию соседских событий, фестивалей, субботников и спартакиад и так далее. Возможно, что они отдадут эти средства для какого-то совместно организованного с вами события со смыслом и с пользой для жителей.

Кстати, помните пример про «Добрую Пензу» и национальную узбекскую автономию? В нашем городе был похожий пример – во время организации соседского фестиваля в нем приняли участие... Дворники, которые оказались также из Узбекистана. Жители совершенно по-новому увидели и людей, и их культуру, с удовольствием общались неформально. А спустя время у одного из дворников случилась проблема с документами и его хотели депортировать – но сами жители помогли оформить бумаги и буквально встали на защиту члена своего местного сообщества.

Аналогично можно **сотрудничать с территориальными, муниципальными органами власти**. Предложить им стать информационными партнерами и вовлекать жителей в совместно организованные активности. Важно сказать, что тема диалога культур,

ТОСы

соседские объединения

«собачники» одного двора

...

### Как найти?

- рядом с офисом или домом
- через управляющие компании
- через группы в социальных сетях
- через городские группы

этнокультурных отношений – часто фигурирует и в планах, и в документах органов власти. Так что возможно вы как раз и станете ценным партнером, который поможет правильно эту тему раскрыть, сделать ее понятной для жителей.

Также сообщества можно найти и **онлайн, то есть через интернет**. Например, через группы. Ну предположим. Я живу в районе Петербурга, который называется Парнас. У нас очень активная группа во ВКонтакте, где жители постоянно переписываются, меняются чем-то, что-то предлагают. И приглашают на местные мероприятия и курсы.

Можно найти сообщества и через городские группы, например, у каждого города, как правило, есть сообщество, которое называется, «типичный...» (например, «Типичный Питер») или «подслушано в...» и дальше название города (например, «Подслушано в Екатеринбурге»). Или «Бесплатный ..» - и название города (например, «Бесплатный Миасс»). Загляните в такие сообщества, наверняка, они есть у большинства городов. Там пишут интересные новости – почему бы им не стать вашими информационными партнерами и не писать там забавные истории из жизни и работы ваших организаций?

### «Идейные» сообщества



Идейные сообщества немного отличаются от территориальных. Как правило они более масштабные. Могут быть не сообщество одного города, а целого региона или даже вовсе без указания территории. Здесь люди объединены общей идеей и ценностями. То есть у них есть какая-то цель.

Идейные сообщества чаще себя выражают. Само могут организовывать события или где-то участвовать. Например, сообщество молодых мам, сообщество байкеров, любители такс, вегетарианцы, спортсмены, сообщество русских немцев, еврейская община и так далее. Некоммерческие, и, разумеется, этнокультурные, организации могут прекрасно взаимодействовать с этими сообществами. И искать их лучше всего, конечно же, **онлайн**.

Например, **через группы** «молодая мама» или что-то в таком роде. Можно предлагать молодым мамам либо передавать вещи малоимущим семьям или женщинам в трудной ситуации, или какие-то еще совместные активности.

Можно искать сообщества **через своих знакомых**. Отличный ресурс – попробуйте в качестве эксперимента! Спросите знакомых и родственников, в каких сообществах и группах они состоят? Например, моя мама активно меняется цветами и состоит в группе любителей комнатных растений в Челябинской области. И рассказывает мне, что примерно каждую неделю в этой группе появляются посты какого-нибудь местного благотворительного фонда. Который предлагает или поучаствовать в акции, или помочь собрать средства на лечение кому-то нуждающемуся, живущему в нашем регионе.

Сообщества можно искать через популярные форумы. Например, молодые родители часто сидят в форумах вроде Little One или Kids Review. Или каких-то других форумах по интересам.

Можно предлагать этим форумам становиться информационными партнерами, как это делают многие фестивали. Форум приглашает на мероприятие, особенно если на этом мероприятии (а в культурных событиях это именно так) есть активности, задействующие детей. Приглашаем родителей с детьми. Пока дети играют, родители участвуют в каких-то акциях, лекции или чем-то еще.

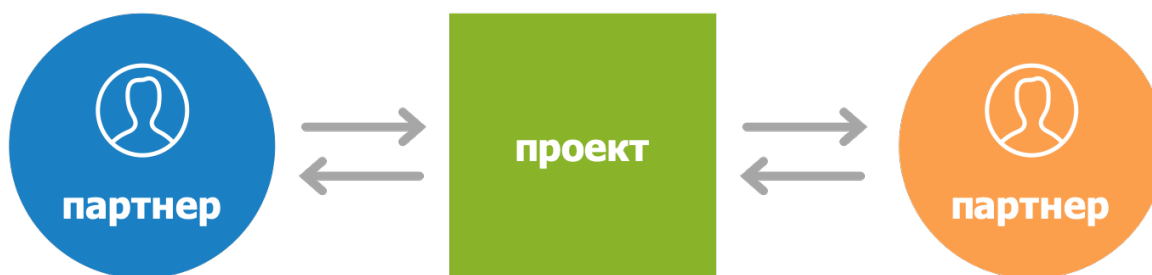
Конечно, можно искать сообщества **через городские или районные тематические фестивали**. Например, если ваша организация помогает талантливым детям – которые, например, играют на традиционных инструментах. То тогда можно познакомиться с сообществом музыкантов любителей или профессиональными музыкантами. И предложить на разных музыкальных фестивалях сделать площадку вашего проекта. Тогда посетители могут поддержать проект потому, что он им близко по идее. Люди любят музыку и действительно готовы помочь талантливым детям, которые хотят обучаться музыке.

То есть часть сообществ наоборот легче найти офлайн. Как правило, через площадки, где собираются люди: тематические клубы, литературные кафе, спортивные центры, даже больницы или магазины.

Итак, коллега, мы поговорили о двух типах сообществ – территориальные сообщества (их еще часто называют местными сообществами) и идейные сообщества.

С каждым из этих типов успешно работают некоммерческие организации. Они становятся партнерами, друзьями. Есть множество способов найти такие сообщества: вокруг себя, онлайн или офлайн, через знакомых или через события в своем городе или районе.

### Как выстраивать партнерские отношения с сообществами?



Коллега, мой любимый тезис, когда речь идет о партнерстве, звучит так – каждый партнер что-то вкладывает (время, ресурсы, знания и так далее и каждый партнер что-то получает (то есть, вам известны мотивы друг друга – какую пользу получит каждый партнер).

Поэтому для выстраивания партнерских отношений с сообществами важно понимать мотивы и цели вашего партнера. Какими они могут быть?

Во-первых, мотивировать какое-либо сообщество работать с вами может **совпадение целей**. Например, если в результате сотрудничества сообщество решит какие-то свои задачи, получит результат, ради которого оно создавалось. Например, если вы организуете благотворительную уборку, то для экологического движения партнерство с вами будет



напрямую работать на их цель – более чистая природа и ответственное поведение жителей.

Мотивом сообщества может быть **вовлечение своих участников**. Любому сообществу важно периодически поддерживать интерес людей, делать что-то совместное, получать общий опыт. Ваше предложение о партнерстве может отвечать как раз этой задаче. Как в примере с родительскими сообществами – став партнерами вашего события, они могут звать своих членов участвовать в нем, предлагать активности.

Важным мотивом (особенно для идейных сообществ) является **продвижение своих ценностей**. Например, для сообщества спортсменов – здоровый и активный образ жизни. Для любителей собак – внимательное и ответственное отношение к животным и так далее. Поэтому очень важно при сотрудничестве проверить – а вам самим близки ценности того сообщества, с которым хотите сотрудничать?

Четвертый мотив сообщества может быть в **увеличении аудитории**. Например, став вашими партнерами они смогут рассказать о себе большому количеству горожан, привлечь новых участников в группу и так далее.

И наконец, прагматический мотив – **экономить ресурсы и получить взаимную выгоду** от сотрудничества.

Например, наш фонд в рамках проекта по самореализации молодых родителей сотрудничал с [шеринг-сообществами города](#). Шеринг – то есть совместное использование, обмен. Мы предложили почти двадцати городским сообществам сделать совместный фестиваль обмена всех со всеми.



Наша цель была в том, чтобы молодые семьи увидели для себя способы экономить, общаться и передавать ставшие ненужными вещи, предметы (например, неиспользуемые больше детские вещи). А со стороны сообществ мы хотели получить помощь в организации и их самостоятельное оформление стендов, где люди менялись.

Так как сообществ было аж 20, то и мотивы были разные. У всех сообществ был общий мотив – продвигать ценности обмена, уменьшения потребления ресурсов, разумного потребления. Для некоторых был важен мотив экономить ресурсы – провести свою акцию офлайн экономично. Для кого-то важным было привлечь новую аудиторию – семьи с детьми. И так далее.

Коллега, первый шаг к тому, чтобы работать с сообществами – это найти уже существующие и попробовать стать их партнерами. Посмотреть на то, как сообщества живут, что важно для их участников, как лидеры сообществ ими управляют и развивают. То есть – посмотреть на других.



Э Т Н И К  
Э Т О П Р О Д В И Ж Е Н И Е

