

## Тренды в работе с сообществами

Можно сказать, что тема сообществ сегодня стала модным направлением. Причем и для некоммерческих организаций, и для инициативных жителей городов и поселков.

И первый тренд – если так можно сказать – это развитие местных сообществ.

Должна сказать, что фонд, в котором я работаю – [«Добрый город Петербург»](#) – также является фондом местного сообщества и входит в [«Партнерство фондов местных сообществ»](#).



В целом **развитие местных сообществ** – это технология, которая появилась на западе и уже пару десятков лет развивается в России. Первым Российским фондом местного сообщества стал [Фонд Тольятти](#), а затем появились еще десятки в разных территориях страны.

Одна из ключевых задач таких фондов – развивать лидеров и потенциал людей на конкретной территории. Например, через грантовые конкурсы и поддержку местных инициатив помогать людям реализовать

свои идеи – помогая себе и другим. Причем важной частью такой технологии является работа с местными ресурсами – то есть вовлечение бизнеса, частных жертвователей, властей в то, чтобы вместе вкладываться в те задачи, которые хочет решить местное сообщество.

Коллега, если ваша этнокультурная организация работает на определенной территории с ее жителями, то вам наверняка подойдут многие практики развития сообществ, которые опробованы такими фондами. А также вам доступны консультации от [«Партнерства фондов местных сообществ»](#) и от [ЦРНО](#). Сегодня для таких фондов есть даже специализированные конкурсы грантов – например, конкурсы фонда [КАФ Россия](#).

Следующим трендом в теме сообществ является, вероятно, близкая вам тема культуры. И **развитие сообществ вокруг культуры**. Множество примеров подарила нам программа «Культурная мозаика малых городов и сел», реализуемая фондом Тимченко уже несколько лет. Оказалось, что культурные проекты в территориях легко становятся точками притяжения для местного сообщества.



Например, выпускница [Школы региональных экспертов](#) и моя коллега Юлия Булдакова развивает одноименную организацию в городе Тулун Иркутской области. Вы можете помнить эту территорию по наводнению в 2019 году. Юлин проект начался с идеи восстановить старинные практики работы со стеклом, которые существовали в городе. И постепенно вокруг проекта стали собираться не только мастера, но и жители, местные власти, компании – так как проект «Стеклянная сказка Тулуна» становился

брендом территории, помогал привлекать на территорию средства, давать занятость жителям и так далее.

Надо сказать, что это не единичный случай – и чтобы помочь культурным проектам осознанно работать с сообществами организаторы конкурса «[Культурная мозаика](#)» предложили проектам-победителям обучение – как раз-таки работе с сообществами! На фото, например, жители проводят стратегическую сессию и планируют развитие своего малого города.

Так что, коллега, если вы готовы осваивать новые горизонты для своих культурных проектов, возможно стоит перенимать практики у целого сообщества «Культурной мозаики» – [на сайте программы](#) есть сборники кейсов и контакты различных организаций в регионах России, которые уже это делают и получают первые результаты.



Отдельный тренд, к слову, это **сельские сообщества**. Интерес к развитию сельских территорий вырос несколько лет назад, и сегодня есть даже несколько отдельных программ по поддержке развития сельских сообществ. Например, чудесная и душевная «[Незавалинка](#)», основанная социальным предпринимателем Екатериной Затуливетер. Идея программы – сформировать сообщество «развивателей деревень», тех людей, кому нравится глубинка и хочется сделать ее привлекательной для жизни, сохранить и развить. Если ваши этнокультурные программы реализуются в малых территориях – поселках или деревнях, то очень рекомендую познакомиться с этим сообществом. А начать можно – с подписки на их Телеграм-канал «Незавалинка» – вы легко его найдете.

Сельские сообщества часто становятся источником очень творческого и нестандартного подхода к объединению. Не могу не поделиться с вами историей еще одной коллеги – [Надежды Артеc](#), которая, будучи профессиональным маркетологом, решила вернуться на малую родину и переехала жить в деревню. Идея вовлечь местное сообщество пришла в момент, когда Надежда увидела в соседнем лесу кучи мусора, оставленного приезжими из города. Почему бы не начать объединять сообщество с того, чтобы всем вместе провести уборку и очистить лес? Но как пригласить деревенских жителей на субботник?

(с) Дарья Буянова, фонд «Добрый город Петербург» и «Центр развития некоммерческих организаций» (ЦРНО), для проекта «ЭтНик:Продвижение», 2020 год



Нужно сделать его привлекательным. Вместе со своими друзьями Надежда сделали творческую и смешную фотосъемку на фоне мусорных куч. И сами повеселились, и использовали фотографии как объявления о субботнике. Сама Надя рассказывала: «Люди увидели, что мы не скучные ребята, что явно будет весело и что-то такое придумать мы можем».

Так что как видите – способы пригласить людей участвовать – могут быть самыми разными, а одна из мотиваций людей становится частью сообщества – это ощутить драйв, движение, интерес. Согласитесь, часто этого не хватает в повседневной жизни.



Впрочем, **городские сообщества** тоже нынче в тренде. С одной стороны, чем больше город, тем чаще сообщества существуют в онлайн-среде. Множество сообществ по интересам общаются через социальные сети и часто их участники даже не знают друг друга лично. Однако тренд сегодня – это офлайн-встречи виртуальных сообществ.

Есть даже такой специальный формат – «[Ночь городских сообществ](#)». Это событие, на которое организаторы – часто фонды местных сообществ – зовут участников активных групп в социальных сетях. Сообщество любителей цветов, рок музыки, собирателей открыток, коллажистов и так далее.

Ценность таких встреч вживую, с одной стороны, в том, чтобы помочь участникам сообществ укрепить взаимные связи, возможно – создать те самые взаимные обязательства, рассказать историю своих сообществ, поделиться ценностями. А с другой стороны – это наращивание социального капитала, поддержка лидерства – ведь чтобы сообщество приняло участие, несколько его участников должны взять на себя лидерскую роль и помочь организовать участие.

Коллега, я знаю, что многие организации работают с разными сообществами-партнерами. Возможно, вы захотите последовать тренду и помогать онлайн-сообществам регулярно встречаться вживую – не только самим, но и друг с другом.

Еще один тренд в теме сообществ – это **появление общественных пространств**. Общественное пространство – это физически существующее помещение, которым могут воспользоваться как организации, так и сообщества, и даже лидерские команды. Коллега, создание общественных пространств – это тоже модная тема, и ее поддерживают многие доноры. Но поделюсь своим опытом.



Недавно я как эксперт одного из грантовых конкурсов оценивала заявки организаций. В одном из заявленных проектов как раз была цель – создание общественного пространства в школе, развитие школьного сообщества. Мне очень понравилась идея – ведь действительно здорово, развивать лидерские команды среди школьников. Но... оказалось, что дальше что-то пошло не так.

А именно, в описании проекта его команда фиксировала: что будет создано пространство в школе по такому-то дизайну. И будет работать по уже описанной программе – каждую переменную старшие школьники будут проводить такие-то мастер-классы для младших, будет расписание, когда все классы будут приходить в это пространство. И все в таком духе. То есть организаторы не поняли саму идею создания сообщества и общественного пространства! В чем ошибка? Надеюсь, вы ее увидели 😊

Ошибка в том, что на этапе идеи, заявки – которую организаторы писали явно сами, не привлекая сообщество школьников, сами организаторы определили до мельчайшей детали все, что будут делать школьники. Причем не просто по желанию – а по расписанию, обязательно. Помните, элементы создания сообщества? Добровольные взаимные обязательства, и вовлечение лидерских команд.

Как можно было по-иному решить эту задачу? Например, не делать самим проект пространства – а сделать первым шагом открытую сессию для желающих ребят, спроектировать вместе. Не писать расписание – а предложить самим школьникам решить – что и когда будет происходить. Выбрать темы, организовать активности и так далее.

Коллега, возможно в работе с сообществами вы также будете двигаться в направлении создания общественного пространства – внутри своей организации или вместе с партнерами. А может, как новый проект? Желаю вам проникнуться идеей и технологией создания сообществ. Делегируйте задачи, поддерживайте лидерство ваших участников и давайте пространство для его проявления.

Один из глобальных, мировых, трендов – это **старение населения Земли**. Уже сегодня каждый четвертый житель России – старшего возраста. А в отдельных регионах – это соотношение даже больше. Например, в Петербурге каждый третий горожанин – старше 50 лет. Поэтому закономерно, что и **тема сообществ – перестала быть молодежной** (как часто ассоциировалась раньше). Сегодня развивают и создают сообщества совершенно разные люди.

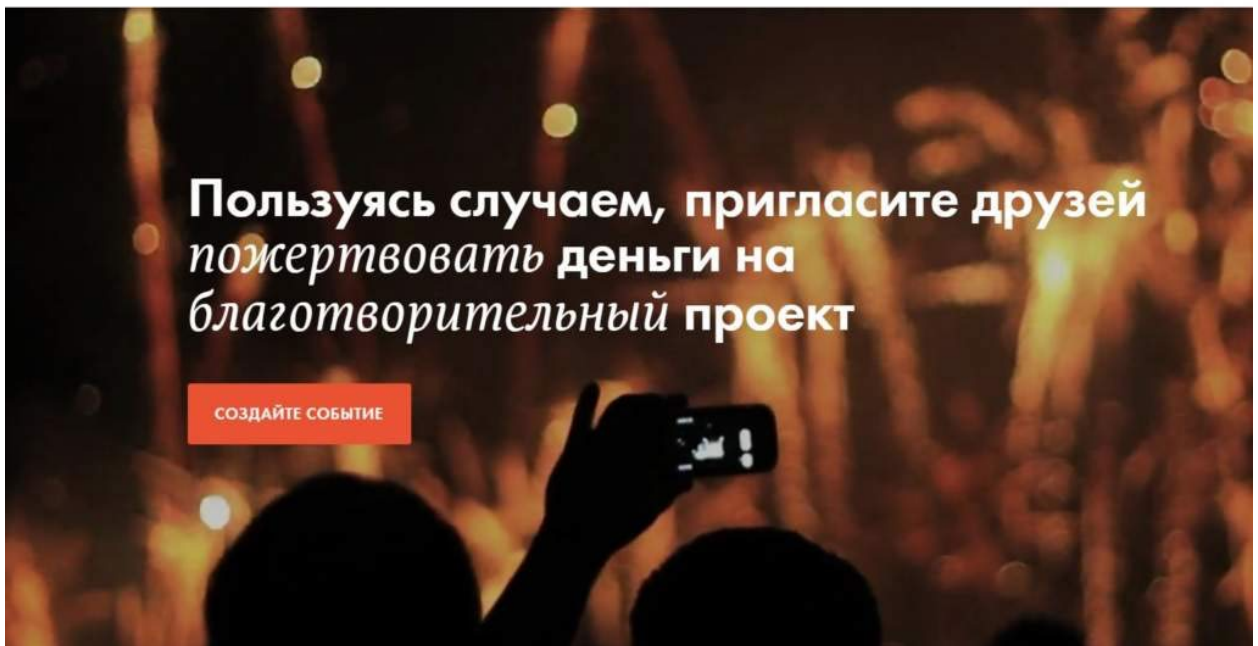


Например, на фото – сообщество «[Домашний карвинг](#)» (это искусство украшения стола и вырезания букетов из овощей и фруктов). Его инициатору – Любви Васьковой – 65 лет, и за 5 лет при поддержке фонда сообщество выпускниц ее студии выросло до 1000 женщин 50+.

Другой пример – сообщество серебряных волонтеров еврейского [центра Хэсэд Авраам](#). Они сами организуют свои встречи, сами предлагают программы, которые поддерживают и развивают всю организацию и помогают ее подопечным – другим людям старшего возраста.

Какой вывод здесь можно сделать? Работа с сообществами применима ко всем типам целевой аудитории, это универсальный подход.





Тренд в теме развития сообществ – это **сообщества доноров и волонтерский фандрайзинг**. Что это? Ну представьте, что вас поддерживает частными пожертвованиями 20 человек. Они почему-то выбрали вашу организацию, и даже голосуют рублем за то, что вы делаете. Как обычно организация реагирует? Скорее всего, говорит спасибо, возможно – даже делится отчетами или новостями о том, что удалось сделать.

А что, если предложить этим 20-ти людям не только самим поддерживать вас – а сделать больше. Организовать свое событие или акцию и вовлечь своих друзей и знакомых, помочь собрать средства? Тогда ваша организация получает пожертвования не от 20-ти человек, а еще и от их окружения – от двухсот.

Что для этого нужно? Как раз работать с частными донорами как с сообществом – больше погружать их в стратегию, доносить ценности вашей организации. Делегировать им задачи и поддерживать их лидерство, давать возможность включиться в вашу работу не только как зритель и жертвователь – но и как сторонник, участник сообщества.

Фонд «Нужна помощь» пару лет назад запустили платформу для волонтерского фандрайзинга – она называется [«Пользуясь случаем»](#). На ней каждый человек может создать свой сбор средств в пользу конкретной некоммерческой организации. Этот инструмент позволил уже сотне волонтеров поддержать свои любимые НКО, предложив друзьям вместо подарка по какому-либо поводу – собрать средства для близкой самому волонтеру цели. Может быть, и вам попробовать?

Предпоследний тренд, который, к слову, активизировался в пандемию – это **профессиональные сообщества**.



Я уже упоминала про [«Добрые города](#) и поселки». Это сообщество сотен некоммерческих организаций в России, которое создано для обмена опытом региональной благотворительности, взаимной поддержки и продвижения технологии Добрый город.

Во время пандемии профессиональные сообщества могли испытать себя на прочность. Во-первых, нам всем была полезна моральная поддержка от коллег, разговор о ситуации и способах справиться. Во-вторых, такие профессиональные объединения оказались эффективными для того, чтобы добиться выгодных всему сообществу изменений – например, московское сообщество «Все вместе» и фонд «Нужна помощь» активно предлагали меры поддержки НКО в кризис, благодаря действиям сообщества появились налоговые вычеты для бизнеса, который поддерживает некоммерческие организации – и это важный шаг для всего сектора.

В отдельных регионах коллеги из Добрых городов смогли объединиться и поддержать друг друга еще и ресурсами. Например, распределять между собой полученную товарную помощь, «делиться» волонтерами, помогать координировать общие инициативы и так далее.

Коллега, в проекте «ЭТНИК: продвижение» вы тоже профессиональное сообщество – организаций, которые работают в схожей тематике, сталкиваются с похожими задачами. Может быть это повод применить знания о создании и развитии сообществ на себя?

И финальный тренд, о котором хочу сказать – это **интерес доноров** (в первую очередь, корпоративных) **к тематике развития сообществ**. В последние годы бизнес перестает говорить «благотворительность компании». Все чаще слышим «социальные инвестиции компании». То есть бизнес, выделяя поддержку, не просто ждет спасибо и отчет. А сознательно хочет повлиять на ситуацию.

В чем разница? Ведь не только в словах. Инвестиции – это значит, что что-то должно вернуться. Если это инвестиции в бизнесе – то инвесторам вернутся деньги. А если это некоммерческая сфера? Тогда инвесторы ожидают возврат в виде конкретных изменений – социальных, культурных, экологических.



 Открытая школа устойчивого развития



Знакомо ли вам изображение на рисунке выше? Сегодня у всего мирового сообщества есть единая повестка – Цели устойчивого развития 2030. Это 17 целей, которые охватывают разные сферы жизни и разные темы. Все они направлены на то, чтобы сохранить мир не только для себя, но и для будущих поколений. И для этого готовы объединять усилия множество участников – страны, включая Россию, организации, корпорации, локальные НКО и отдельные люди. Это общий язык, который сегодня используют тысячи организаций

для того, чтобы рассказывать о своей деятельности, формулировать свои стратегии. И конечно, этот язык используют компании и другие доноры – когда хотят выделять ресурсы для решения задач.

Среди целей устойчивого развития есть 11-я цель, которая так и звучит – устойчивые города и населенные пункты. Иногда ее переводят на русский язык как «устойчивые города и сообщества». То есть тема сообществ становится глобальной, заметной на разных уровнях. Коллега, вот вам еще один аргумент о том, зачем стоит работать с сообществами. Быть частью общей повестки.

Коллега, мы посмотрели на 9 трендов, которые так или иначе связаны с темой сообществ. Конечно, это не все, что можно привести в пример и рассказать. Есть огромное движение в развитии соседских сообществ, есть и другие технологии работы с сообществами, множество практик. И если в вас проснулся интерес к данной теме - я желаю вам знакомства с ними и применения знаний в жизни.

В заключении хочу сказать, что в современном мире мы постоянно учимся. И данный видеокурс посвящен тому, чтобы передать вам знания и вдохновение – о том, как создавать и как работать с сообществами. Но учимся мы не тогда, когда узнали. А тогда, когда применили это на практике.

Мне понравилась аналогия Карен Олсен, эксперта по развитию сообществ, к опыту которой мы постоянно обращаемся в этом модуле. Она сказала, что работа с сообществом – это как езда на велосипеде.



Вы можете сколько угодно прослушать материала, инструкций. Но не научитесь кататься. Для того, чтобы освоить велосипед – нужно сесть и поехать. Пару раз упасть, вспомнить инструкции и технологию – пробовать снова. И только через практику вы станете уверенным велосипедистом.





Желаю вам обязательно попробовать!

Стать партнерами сообществ и посмотреть со стороны. Пробовать понемногу внедрять элементы работы с сообществом в свою повседневную деятельность – меняться, больше доверять вашим подопечным или участникам, развивать в ваших целевых группах лидерство и делегировать им задачи. Вовлекать их, давать не только быть зрителями, а стать сопричастными к той цели и тем ценностям, которые ваша организация приняла.

И конечно, добро пожаловать в профессиональные сообщества тех, кто любит эту тему и готов делиться своими наработками. Мы остаемся на связи! Успехов и до встреч!

*Дарья Буянова,  
Директор по фандрайзингу фонда «Добрый город Петербург»  
и тренер «Центра развития некоммерческих организаций» (ЦРНО)*



Э Т Н И К  
ЭТО ПРО ДВИЖЕНИЕ

