

Секция «Социология культуры: актуальные направления исследований»

**Социальное предпринимательство в культуре как инновационное
направление общественного развития**

Научный руководитель – Митина Ирина Дмитриевна

Ходжазян Елена Гукасовна

Студент (магистр)

Ульяновский государственный университет, Ульяновск, Россия

E-mail: elxo@yandex.ru

Существующая стратегия ресурсного обеспечения реализации приоритетных задач в социальной сфере ориентирует власть на развитие инновационных форм деятельности, включая привлечение представителей предпринимательского сообщества к решению существующих социально-значимых проблем.

В числе прочих на вовлечение в социальные отрасли инвестиционных ресурсов и оптимизацию их структуры в народном хозяйстве нацелен институт социального предпринимательства.

Государственное финансирование социальных бизнес-проектов тесно связано с рыночной реализацией данных программ. Перспективы развития социального предпринимательства характеризуются инновационной деятельностью. Данный вид предпринимательства отличается от остальных разработкой перспективных направлений развития и отслеживанием областей несостоятельности рынка, что помогает в поиске и принятии небанальных решений, благоприятно влияющих на общество в долгосрочной перспективе (Маркарченко, 2015).

Процессы институционализации социального предпринимательства первоочередно заключаются в законодательном урегулировании феномена, что означает кроме всего прочего место, роль и функции данного института применительно к устройству общества, а также принципы согласованного взаимодействия с остальными элементами.

Не умаляя юридический и экономический аспект социального предпринимательства, остановимся на социологической стороне этого феномена, что позволит найти в заявленных нами тезисах элементы научной новизны и вскрыть научные связи и определить исследовательские перспективы (Судьин, 2018). База применения социологического подхода в изучении социально-экономических систем заключена в работах Р. Катильтона, Ж.Б. Сея, К. Маркса, М. Вебера, И. Шумпетера, В. Зомбарта, Г. Зиммеля, И. Валлерстайна, Д. Маклеланда, С. Хантингтона, З. Баумана и др. (Долгорукова, 2016).

Исследования предпринимательства в части его влияния на общественное развитие ведутся не так давно. Значение «третьего сектора», общественных организаций, действий местных сообществ возрастает с конца XX в., в то время нашли осознание недостатки существующих общественных систем, исправить которые не было возможности ни в частном, ни в государственном секторе.

Единое представление о том, как именно социальное предпринимательство трансформирует экономические условия, границах применения новых социальных возможностей в различных социально-культурных обстоятельствах, не сформировано.

Дальнейшее становление института социального предпринимательства возможно рассматривать в качестве инструмента концептуальной трансформации социальной политики и места в ней государства, социальной интеграции, обеспечения занятости и сокращения бедности, стимулирования населения, инновационного развития общества, разрешения проблем в области демографии, качества жизни, а также улучшения имиджа страны и ее позиций.

Социально-культурная составляющая российского общества может быть охарактеризована следующими устойчивыми и типичными ценностными ориентациями: низкая значимость материальных факторов благополучия и нацеленность на идеальную, духовную сферу; сомнения в настоящем и направленность либо в прошлое, либо в будущее; превалирование социальных ориентаций над индивидуально-личностными; неразделенное, целостное духовное представление о жизни, мире и пр. (Макарченко, 2015).

Социальное предпринимательство в сфере культуры гармонично дополняет предпринимательскую инфраструктуру профессионального - художественного, театрального, музыкального - сообщества. Творческие бизнесы могут объединяться в кластеры, реализуя развивающую функцию по отношению к конкретной территории и проживающему на ней населению. Вслед за индустриальным освоением места происходит культурное, ориентированное на повышение уровня жизни людей.

В то время как среди предпринимательских инициатив превалирует решение социальных проблем, социальное предпринимательство в культуре оказывает влияние на пространственный образ среды, общественные настроения, ценностную конфигурацию, - таким образом культура капитализирует территорию.

В заключение добавим, что социальное предпринимательство характеризуется большими перспективами в плане изучения социологами. Научный интерес дополняет практический контекст трансформации структуры взаимодействия государства и НКО, а также повышения их роли для реализации социальной политики на всех уровнях (Сивкова, 2017).

Задача становления российского социального предпринимательства в сфере культуры приобретает важное значение, так как оно создает инновационные возможности развития социальной и экономической инфраструктуры.

Источники и литература

- 1) Долгорукова И.В. Социальное предпринимательство в современной России: теория и методология социологического анализа // Социальная политика и социология. Том 15. №5 (118). 2016. С. 85-92. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27195757> (дата обращения: 07.03.2021).
- 2) Макарченко М.А. Понятие социального предпринимательства и отличительные особенности социальных предпринимателей / Макарченко М.А., Антонов А.А. // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент» № 2. 2015. С. 35-42. URL: https://openbooks.itmo.ru/read_economics/13491/13491.pdf (дата обращения: 07.03.2021).
- 3) Сивкова Ю.Э. Особенности развития социального предпринимательства в российском контексте : диссертация . . . кандидата социологических наук Саратов. 2017. 148 с.
- 4) Судьин С.А. Социальное предпринимательство как предмет социологического анализа / Судьин С.А., Яковлев П.А. // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-predprinimatelstvo-kak-predmet-sotsiologicheskogo-analiza> (дата обращения: 07.03.2021).