

СБОРНИК МЕТОДИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ

по итогам реализации Всероссийского проекта
«ЭтНик: ресурсное сообщество»



Э Т Н И К
РЕСУРСНОЕ СООБЩЕСТВО

Москва, 2022

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«РЕСУРСНЫЙ ЦЕНТР В СФЕРЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»

ОБЩЕРОССИЙСКАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«АССАМБЛЕЯ НАРОДОВ РОССИИ»

**Сборник методических материалов по итогам
реализации Всероссийского проекта
«ЭтНик: ресурсное сообщество»**

Проект реализован с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов, и при поддержке Совета при Президенте Российской Федерации по межнациональным отношениям

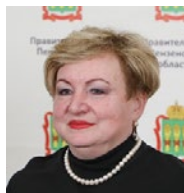
Москва, 2022

Содержание:

Смирнова С.К. ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО	6
Михалева Е.А. Об итогах Всероссийского проекта «ЭтНик: ресурсное сообщество»	9
Хвостишков М.А. В поиске эффективных инструментов проведения этнокультурных мероприятий	13
Ключникова Т.Н. Деревянные игрушки как символ самобытности российских регионов на примере Сергиево-Посадской матрешки	18
Нурғалиева М.Б. Этнокультурное многообразие: механизмы наследования традиций (на примере деятельности современных музеев юга Дальнего Востока России за период 2012 – 2018 гг.)	32
Бакаева А.В. От Великой Отечественной до специальной операции на Украине: подвиг многонационального народа как основа формирования гражданской идентичности	46
Муков М.И. Абазинский язык: вчера, сегодня... завтра?	54
Андреева М.А. Пресс-релиз как инструмент общественника: приглашаем журналистов на мероприятие	58
Куклина Э.В. ЭтноБлогинг: инструмент развития территории, этнотуризма	63
Самохина Э.Г. Этнобрендинг территорий: дань моде или новый инструмент сохранения аутентичности	66
Презентация тематических хабов Всероссийской программы «ЭтНик: ресурсное сообщество» на III Общероссийской конференции «Устойчивое развитие этнокультурного сектора»	
Тематический хаб «Информационные и медиапроекты в этнокультурной сфере».....	69
Тематический хаб «Массовые акции, выставки, фестивали в этнокультурной сфере».....	74
Тематический хаб «Проведение обучающих мероприятий в этнокультурной сфере».....	77
Тематический хаб «Народные ремесла и промыслы».....	80
Тематический хаб «Этномода и этномузеи».....	83
Тематический хаб «Проекты по сохранению родных языков».....	86

Тематический хаб «Игропрактики, викторины, конкурсы, национальные виды спорта».....	89
Тематический хаб «Работа с мигрантами и академическими мигрантами».....	93
Тематический хаб «Этнотуризм, этнобрендинг, социальное предпринимательство».....	97
Тематический хаб «Противодействие конфликтам и экстремизму на национальной почве, этномедиация».....	102
Леденева В.Ю. Информационно-аналитический отчет о результатах социологического исследования в рамках проекта «Этник: ресурсное сообщество».....	104

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО



*Светлана Смирнова,
Председатель Совета Ассамблеи народов России,
член Совета при Президенте Российской Федерации
по межнациональным отношениям,
доктор политических наук*

Уважаемые коллеги!

Приветствую всех вас – тех, кто с нами уже несколько лет, и тех, кто присоединился к нашему многонациональному сообществу недавно. Мы внимательно наблюдаем за вашими проектами, за вашими успехами, за вашим ростом. Совершенно ясно, что продвижение каждого отдельного человека невозможно без постоянного обучения. Я это давно поняла из собственного опыта.

Мы очень удовлетворены тем, что наша идея, создание в 2013 году Ресурсного центра в сфере национальных отношений, – успешный проект. Осознавая задачи этнокультурных общественных объединений и понимая их проблемы, Ассамблея народов России десять лет назад направила свою работу на организацию и активизацию деятельности системы ресурсных центров в сфере национальных отношений как базы профессионального роста и методической поддержки лидеров национально-культурных объединений. Именно они играют значимую роль в процессе реализации государственной национальной политики, являясь важными субъектами сохранения межнационального мира и согласия, обеспечения информационных, образовательных, культурных и иных гуманитарных запросов и потребностей жителей страны, связанных с их национальной принадлежностью, укрепления гражданской идентичности. Каждый из вас является членом такого общественного объединения.

Однако большинству общественных объединений присущи проблемы инфраструктурного характера, наличия старых форм работы, не всегда отвечающих современным требованиям и запросам общества, особенно молодых людей.

Одной из основных проблем, характеризующих современную деятельность национально-культурных объединений, является отсутствие профессионализма в вопросах управления организацией, понимания необходимости учета рыночных отношений, предоставления услуг населению и СОНКО, разработки стратегии, прогнозирования, моделирования и проектирования своей деятельности.

Низкий уровень квалификации активистов сферы национальных отношений, низкая проектная активность лидеров ННО и специалистов сферы национальных

отношений, связанная с отсутствием знаний и навыков в области социокультурного проектирования, слабая информированность о лучших практиках по урегулированию межэтнических конфликтов и этнокультурного взаимодействия ставят национально-культурные объединения в невыгодное положение по сравнению с другими организациями.

По мнению экспертов, влияние национальных объединений растёт, но важная работа с ними ведётся недостаточно и не системно. Отношения с национальными объединениями зачастую строятся по устаревшим принципам.

Решение части этих проблем, касающихся образовательной деятельности, и взял на себя Ресурсный центр в сфере национальных отношений. И, надо отметить, шаг за шагом преодолевает барьеры. На мой взгляд, это одна из самых успешных практик в сфере национальных отношений Российской Федерации. Федеральный Ресурсный центр отлично себя зарекомендовал, создал целую систему региональных ресурсных центров для повышения профессиональных компетенций лидеров и активистов нашей сферы, и каждый образовательный проект Ресурсного центра увеличивает число экспертов во всех уголках страны.

2022-2031 годы объявлены в России Десятилетием науки и технологий. Соответствующий указ подписал Президент Российской Федерации В.В. Путин. Целью десятилетия станет усиление роли науки и технологий в решении важнейших задач развития общества и страны.

На наш взгляд, нацеленность государства на развитие науки и технологий нельзя ограничивать только теми отраслями, которые касаются промышленной сферы. Безусловно, экономика – это основа жизнедеятельности страны. А мы с вами – участники процессов в гражданском обществе, активность и небезразличность которого – тоже предмет наук, общественных наук. Внося свой вклад в исследование и стимулирование процессов в жизни нашего полиэтнического общества, вы вносите вклад в общественные науки. Наша задача – чтобы они шли на всеобщее благо, на пользу Отечеству.

По ощущениям, ныне повторяется эпоха глобальных изменений, которая протекала в СССР 100 лет назад. Дух захватывает от перспектив. Помните, Владимир Маяковский писал:

*«...работа адская
будет
сделана
и делается уже».*

Стержнем нашей работы являются два понятия – патриотизм и единство российской нации. Все, что мы делаем, подчинено утверждению в жизни гражданского

общества этих двух понятий.

Мы отлично осознаем, что деятельность Ассамблеи находится в эпицентре общественных событий. Для нас настолько важен рост профессиональных компетенций лидеров и активистов сферы национальных отношений, что семь лет подряд Ассамблея народов России совместно с Администрацией губернатора Пермского края проводила Всероссийский конкурс лидеров некоммерческих организаций и общественных объединений, реализующих проекты в сфере государственной национальной политики Российской Федерации. В 2021 году он впервые прошел с международным участием, а с 2022 года получил статус Международного конкурса «Лидер народной дипломатии». В программу конкурса входит большой образовательный блок, участие в котором даст возможность повысить профессиональные компетенции лидерам этнокультурной сферы не только России, но и многих стран-участниц.

Приглашаем вас к дальнейшему участию в проектах Ассамблеи народов России и Ресурсного центра в сфере национальных отношений. Стране необходимы наши профессиональные и душевные инвестиции в сплочение россиян.

Об итогах Всероссийского проекта «ЭтНик: ресурсное сообщество»



*Евгения Михалева,
Директор Ресурсного центра
в сфере национальных отношений,
Сопредседатель Совета Ассамблеи народов России,
руководитель Всероссийского проекта
«ЭтНик: ресурсное сообщество»*

Дорогие друзья, подведены итоги Всероссийской программы «ЭтНик: ресурсное сообщество», которая реализована в 2021-2022 гг. В первую очередь, благодарю всех, кто причастен к проекту, кто с удовольствием прошел все его этапы. Он уже стал нашей совместной историей, и мы вспоминаем о нем с теплом и благодарностью.

Инициаторы и организаторы проекта Автономная некоммерческая организация «Ресурсный центр в сфере национальных отношений» и Общероссийская общественная организация «Ассамблея народов России» при поддержке Фонда президентских грантов, Федерального агентства по делам национальностей, Общественной палаты РФ и Совета при Президенте Российской Федерации по межнациональным отношениям благодарят всех участников и надеются на дальнейшее сотрудничество!

Проект «ЭтНик: ресурсное сообщество» стал продолжением проектов «ЭтНик» и «ЭтНик: Продвижение» и, как вся эта линейка проектов, направлен на сохранение межнационального мира и согласия через повышение уровня профессиональных компетенций и формирование профессионального ресурсного сообщества лидеров и активистов этнокультурных СОНКО. За годы существования проект «ЭтНик» достиг серьезных успехов и позволил нашим участникам выйти на новый уровень проектной и организационной деятельности.

На наш взгляд, создание специализированных ресурсных хабов, которые мы использовали в проекте «ЭтНик: ресурсное сообщество», позволило объединиться экспертам из разных регионов и создать межрегиональные тематические площадки, расширить вовлеченную аудиторию и сформировать пул региональных экспертов, способных вести семинары и обучать целевую аудиторию, применяя необходимые инструменты работы с группой, проведения стратегических сессий и использования игровых практик.

Также, изучая в ходе своей деятельности этнокультурный сектор, пересмотрев

все возможные проводимые различными организациями, институтами, федеральными и региональными органами государственной власти исследования, направленные на изучение межнациональных и межконфессиональных отношений, мы выявили, что нет ни одного в сфере изучения состояния этнокультурного сектора, его текущего положения, запросов и слабых мест, потребностей, зон развития и сдерживающих факторов, основных тенденций, требующихся системных изменений и новых подходов, влияния на сектор различных программ и проектов, в том числе, реализованных нами в партнерстве с Ассамблеей народов России. Отсутствие системной работы в этом направлении приводит к размытости критериев оценки эффективности деятельности этнокультурных НКО, с одной стороны, а с другой стороны, к непониманию и недооценке эффективных мер поддержки развития сектора. Поэтому мы приняли решение о том, что системно прорабатывая экосистему этнокультурного сектора, создавая больше возможностей за счет объединения усилий организаций и формирования ресурсных сообществ, мы придем к серьезной трансформации и развитию этнокультурного сектора в целом.

Для тех, кто пока не стал участником наших проектов, напомним, что в рамках проекта реализованы следующие мероприятия: открытый конкурсный отбор участников и формирование специализированных тематических хабов (10 хабов по 3-5 экспертов в каждом) на различные специализированные темы, такие как информационные и медиа проекты, народные ремесла и промыслы, обучающие мероприятия и т.п.

Затем состоялся организационный семинар для хабов с привлечением 40 участников из разных регионов, затем был организован обучающий блок для участников хабов, направленный на формирование компетенций: выступление и передача знаний другим (тренинги для тренеров), формирование обучающих программ, формирование личного бренда эксперта и т.д. Для всех хабов проведен онлайн марафон «Ярмарка ресурсов», на котором участники презентовали свои площадки и рассказали о возможностях экспертной поддержки этнокультурных НКО по специализированным темам. В качестве отработки навыков каждый хаб провел не менее двух экспертных вебинаров и мастер-классов для представителей этнокультурных НКО (всего 20 вебинаров). Параллельно проводилось социологическое исследование с целью выявления ресурсных возможностей и потребностей этнокультурного сектора. Результаты исследования и методические материалы от экспертов-участников проекта нашли отражение в предлагаемом вам методическом сборнике.

Завершающим мероприятием проекта стала ежегодная Конференция «Устойчивое развитие этнокультурного сектора», на которой обобщены результаты про-

екта и социологического исследования. Конференция — это важное событие в работе не только Ресурсного центра в сфере национальных отношений и Ассамблеи народов России, но и всего этнокультурного сектора Российской Федерации. Третий год в Общественной палате РФ в эти дни собираются действительно лучшие представители нашей сферы — эксперты федерального уровня, победители Всероссийского конкурса лучших практик в сфере национальных отношений, выпускники проектов «ЭтНик», представители ярких всероссийских и международных проектов, партнёры из других сфер деятельности, кому не безразличен градус межнационального взаимодействия в нашей стране. Быть в общей профессиональной повестке очень важно, особенно для региональных коллег. Поэтому мы стараемся быть максимально открытыми, включать в общую деятельность все регионы многонациональной страны, быть доступными и готовыми вместе решать любые задачи для достижения межнационального мира и согласия.

Наблюдая за участниками проекта, за их профессиональным и гражданским ростом, я очень радуюсь тому, что мы выбрали действительно актуальное, важное направление работы, необходимое этнокультурному сектору.

Благодаря системной работе, сформированному бренду, созданной фирменной символике и разработанным методическим материалам, проект «ЭтНик» стал хорошо узнаваем в регионах Российской Федерации. Проект уже пользуется доверием и привлекает к участию широкий круг национально-культурных организаций. С одной стороны, нам важно сохранить бренд проекта и развить те успехи, которые достигнуты в его рамках, с другой стороны, в ходе проекта мы осознали необходимость усиления ресурсной составляющей и предоставления новых возможностей ресурсной поддержки этнокультурным НКО. За годы существования проект «ЭтНик» объединил вокруг себя сильные профессиональные кадры, привлек активные этнокультурные организации, заинтересованные в повышении социального эффекта, продвижении своей деятельности, и, фактически, стал постоянно действующей ресурсной площадкой для этнокультурного сообщества.

Накануне реализации проекта «ЭтНик: ресурсное сообщество» мы провели опрос участников наших предыдущих проектов. 66 % выпускников наших программ отметили, что активно применяют полученные знания в своей деятельности. 76% из них отметили, что хотели бы выйти на новый уровень и чувствуют необходимость делиться накопленными знаниями с другими, но для этого им не хватает компетенций по ведению занятий, знания инструментов по работе с аудиторией. При этом 90% опрошенных отметили недостаточное количество специалистов по узким темам деятельности этнокультурных НКО, а также недостаточное количество специализированных площадок по обмену опытом, действующих на регулярной

основе.

Мы постарались учесть все эти замечания при реализации проекта «ЭтНик: ресурсное сообщество». Анализируя наш опыт реализации проекта, существующих тенденций и запросов этнокультурного сектора для его системного развития, мы пришли к выводу о том, что у организаций есть серьезный опыт и накоплен уровень экспертности в специализированных темах, таких как проведение обучающих мероприятий, информационные и медиа проекты, массовые акции и выставки, народные ремесла и промыслы, этномода, национальные виды спорта, проекты по сохранению родных языков, игропрактики, викторины, конкурсы, работа с мигрантами, противодействие экстремизму на национальной почве, этнотуризм и социальное предпринимательство. Продвижению экспертов в данной тематике мы и посвятили основную работу над проектом.

В результате этой работы сформировано профессиональное, поддерживающее, дружеское, развивающееся сообщество, готовое продвигаться, совершенствоваться, проводить совместную экспертную работу и в дальнейшем.

Дорогие коллеги, присоединяйтесь! Вместе с вами мы будем продолжать системную работу и, уверена, добьемся желаемых результатов.

В поиске эффективных инструментов проведения этнокультурных мероприятий



*Максим Хвостишков,
Директор Фонда развития русской
культуры Иркутской области,
президент Межрегиональной ассоциации
событийного туризма Сибири (МАСТС),
инициатор и организатор фестиваля «Байкал-2022»*

В процессе работы в рамках команды «ЭтНика» пришла идея, которая базировалась на той дружественной, дружеской обстановке и взаимном уважении между национально-культурными центрами, которые созданы на территории Иркутской области. Идея расширять количество участников национальных праздников за счет привлечения других национальностей, и мы занялись отработкой этого механизма.

В 2022 году в Иркутской области проходит IV Областной фестиваль русской культуры «Байкал».

Реализация мероприятий под эгидой фестиваля началась в феврале, и каждый месяц программа включала много ярких мероприятий.

17 сентября в Ангарске состоится финальное мероприятие фестиваля «Русский разгуляй».

Это будет большой праздник русской культуры, куда съедутся представители творческих коллективов, носители и почитатели русской культуры разных национальностей из других муниципалитетов региона.

Главная задача фестиваля – показать все многообразие русской культуры в Приангарье. Фестиваль вошел в число победителей конкурса социально значимых проектов «Губернское собрание общественности Иркутской области» и получил грант.

Передо мной как организатором мероприятия стояла задача разрабатывать формат участия в фестивале представителей разных национальностей. Вначале это были русские, белорусы, украинцы, а затем круг национальностей стал расширяться. Презентации культур и традиций готовятся демонстрировать буряты, татары, чуваша, узбеки, но при этом мы сохраняли стержень мероприятия – русскую культуру. Такой подход позволил вовлечь в мероприятие большую часть муниципальных образований региона, повысить знания о русской культуре, ее традициях.

С одной стороны, задача фестиваля – популяризация русской культуры, с другой стороны, – стремление показать её многообразие, широту русской души.

В процессе подготовки и проведения фестиваля появилась идея сформировать методiku, позволяющую организатору (в нашем случае это национально-культурный центр – далее НКЦ) использовать набор решений и алгоритмов для комплексного и гармоничного включения в структуру своего праздника представителей других национальностей.

На первом этапе был сформирован перечень вопросов:

1. Как правильно выстроить отношения с представителями других НКЦ в период работы над событием?
2. Как правильно расставить приоритеты и акценты?
3. На каких локациях возможно участие НКЦ, а где нежелательно?
4. Как совместно продвигать мероприятие?

Ответы на эти и другие вопросы позволили начать формировать принципы будущей совместной работы, а затем отрабатывать их на практике. Наша новая система правил организации подобного рода событий позволяет эффективно вовлекать в ваше мероприятие представителей сторонних НКЦ.

Для анализа эффективности методики был сформирован перечень количественных показателей мероприятия:

- Прирост количества участников (в сравнении с предыдущим).
- Прирост количества зрителей.
- Количество интерактивных площадок.
- Масштаб мероприятия.
- Количество публикаций в СМИ.
- Увеличение бюджета мероприятия.

Приоритетным по росту является увеличение количества участников, количества зрителей, количества интерактивных площадок, а также увеличение числа информационных ресурсов, которые рассказывают о вашем мероприятии. При этом даже субъективные оценки показывают повышение масштаба мероприятия и его бюджета. Экспресс-анализ этих показателей даёт основание полагать, что даже незначительное количество представителей других национальностей в вашем событии даст количественный рост почти всех показателей.

Немаловажное значение имеют и качественные показатели, которые позволяют сформировать перспективу и взаимную заинтересованность в сотрудничестве для будущих спонсоров и партнёров ваших мероприятий.

Для анализа качественных показателей мы изучали как собственные события – областной Фестиваль русской культуры «Байкал», «Русские богатыри Байкала», «Сибирь как символ межнационального единства России» – так и мероприятия,

реализуемые другими НКЦ: Сабантуй, «Дружба народов», Сур-Харбан, Алтаргана.

В результате проведённого экспресс-анализа стало очевидно, что мероприятия, на которых представлены несколько национальностей, выглядят более «полными», законченными, интересными. Самое главное – в них формируется особая среда уважения и «любопытности». При этом и участники, и зрители начинают искать сходство в элементах культуры разных народов, а также в их традициях, спорте, кухне. А участники после события с желанием делятся опытом и знаниями.

Можно с уверенностью сказать, что знакомство с культурой и традициями разных народов и национальностей придаёт мероприятию глубину и особый формат. Также будет правильным отметить тот факт, что данный подход очень полезен для аналогичных культурных мероприятий, проводимых с участием малочисленных народов, которые порой не располагают достаточными ресурсами (финансы и персонал) для того, чтобы комплексно представить национальность во время народного праздника. В случае, когда малочисленный народ принимает участие в большом проекте, пусть и касающемся культуры и особенностей жизни другой национальности, у него появляется возможность получить большой охват зрителей. При этом значительно снижается бремя организационных расходов и финансовых затрат. Задача для участников из числа малых народов сводится лишь к «упаковке» и презентации своей культуры и традиций. Кроме того, от участия малочисленных народов в большом мероприятии выигрывает и само мероприятие, так как аутентичный, малоизвестный блок культуры традиционно пользуется особой популярностью у зрителя.

В результате анализа реализации межкультурных событий, были выявлены типичные ошибки, которые допускают организаторы. Вот примеры недопустимых ответов на желание участвовать в празднике:

1. «Приходите, мы вам где-нибудь найдем местечко».
2. «Вы сможете показать элементы своей культуры после того, как мы закончим свою программу».
3. «Добирайтесь своим транспортом».
4. «Пойте, танцуйте потихонечку на своей площадке, не мешая нам»
5. «Конкурсная программа по национальной кухне только для нашей национальности»
6. «Мы не сможем вас вставить в отчётное видео, так как это праздник не ваш»

и т. п.

Думаю, комментариев не требуется. В такой реакции заложены и очевидны конфликты интересов сторон, ограничения и снижение перспективы сотрудни-

чества. Чтобы сформировать принципы и методологию работы в межкультурных мероприятиях, был проведён опрос НКЦ и участников уже проведённых национальных мероприятий и событий. В итоге был сформирован перечень из более чем 15 практических советов и принципов для организаторов, которые планируют вовлекать в свои национально-культурные мероприятия участников других национальностей.

Представлю вашему вниманию пять главных принципов из данного списка:

1. «Друзей надо представлять в начале, а не в конце». Важно чётко определить время в вашем событии для представления других НКЦ вашего мероприятия.
2. «Написано пером – не вырубить топором». Нужно обязательно составить положение о проведении мероприятия, в которое должны быть включены форматы участия сторонних НКЦ. Все подробно и чётко!
3. «Как аукнется, так и откликнется». Особое внимание и забота о сторонних участниках позволит получить и особое их впечатление. Не забудьте о таких важных составляющих, как транспорт и питание для всех участников мероприятия, в том числе для сторонних.
4. «Друга не садят на дальний край стола». Чем ближе к активностям будут ваши гости, тем перспективнее ваше сотрудничество.
5. «Танцуют все». Программа мероприятия должна включать в себя возможность участия приглашенных гостей другой национальности, причём во всех событиях мероприятия.

Для вовлечения в процесс поиска эффективных инструментов реализации межкультурных мероприятий и обмена опытом в апреле 2022 года в Иркутске прошел фестиваль «Сибирь как символ межнационального единства России». Эксперты и участники данного фестиваля искали форматы межнационального сотрудничества, механизмы сближения национального сообщества через совместную деятельность НКЦ. На этом фестивале присутствовало более 100 представителей национально-культурных центров, было презентовано 5 национально-культурных центров и 4 конкретных примера, на которых было показано как должны быть представлены национально-культурные центры на мероприятиях других национальностей.

По мнению участников, вовлечение представителей национально-культурных центров в совместные мероприятия способствует повышению доверия, укреплению дружбы и понимания.

По результатам работы фестиваля была собрана обратная связь. Некоторые форматы уже реализуются на территории Иркутской области во время подготовки и проведения национальных праздников. Планируется дальнейшее раз-

витие фестиваля «Сибирь как символ межнационального единства России», как ежегодного события с участием экспертов регионального и федерального уровня. Фестиваль может перерасти в площадку для передачи традиций дружбы народов, проживающих на территории Сибири, а также стать хорошим дополнением к программе развития межнационального согласия и дружбы.

Деревянные игрушки как символ самобытности российских регионов на примере Сергиево-Посадской матрешки



Татьяна Ключникова,

*Педагог, общественный деятель, эксперт
в сфере межнациональных отношений.*

*Председатель Совета Московского областного
регионального отделения Ассамблеи народов России,
член Консультативного Совета по делам
национальностей Московской области*



Уникальная возможность познакомиться с народными промыслами и ремеслами Подмосковья представилась мне в рамках Всероссийского проекта «ЭтНик: ресурсное сообщество», который разработан и реализуется Ресурсным центром в сфере национальных отношений в партнёрстве с Ассамблеей народов России при поддержке Фонда президентских грантов.

Подготовка информационного вебинара в качестве куратора хаба «Народные промыслы и ремесла» в рамках данного проекта помогла мне провести большую исследовательскую работу и собрать обширную информацию об известных на весь мир деревянных игрушках России и подробно остановиться на Сергиево-Посадской матрешке, а также на ее сородичах в других регионах страны. Представить на онлайн вебинаре эти исследования помогла мне моя коллега, талантливая художница, иконописец, керамистка, педагог и сотрудник Интернационального Дома Дружбы – Галина Руденко. Работая с разных площадок, мы предоставили участникам вебинара возможность свободно переключаться и смотреть работу художницы по росписи матрешки в онлайн режиме, слушать ее коммента-

рии, а также детально познакомиться с моей презентацией, историческими фактами зарождения и развития этого красивейшего народного промысла. Ведь в Год народного искусства и нематериального культурного наследия народов России особенно актуально и важно популяризировать народное творчество, сохраняя, развивать и продвигать культурные традиции, неповторимую самобытность, народные промыслы и ремесла каждого региона. Но обо всем по порядку.

ВОСПИТАТЕЛЬНОЕ ЗНАЧЕНИЕ НАРОДНОЙ ИГРУШКИ.

Народное творчество включает в себе очень важное воспитательное значение. Именно в народном творчестве, в народной игрушке следует искать духовные начала и семейные основы, многовековые знания и верования. Наши предки интуитивно осознавая природу ребенка и его психологию, давали ему ту детскую игрушку, которая не только развлекала, но и обучала малыша, подготавливая его к новому этапу его жизни, вводила его в социум, делала его частью этноса. Для забавы ему вручали погремушки, петушков, лошадок, медвежат, солдатиков, барышень, купцов, крестьян. Особенная роль отводилась деревянной игрушке: теплой, прочной, доступной, живой. Ведь дерево – это один из самых русских природных материалов.

ИСТОРИЯ РУССКОЙ ДЕРЕВЯННОЙ ИГРУШКИ.

Русские народные деревянные игрушки известны с глубокой древности. Археологи обнаружили свидетельства того, что деревянные игрушки были у восточнославянских племен еще в IX веке н.э. Однако подтверждение этого можно обнаружить только в исторических документах. Образцов таких игрушек практически не сохранилось в связи с особенностями дерева как материала. Даже произведения мастеров игрушечного дела XVIII века дошли до современности в очень малых количествах. В музеях и коллекциях в основном представлены игрушки с XIX века. Все они неразрывно связаны с культурными, бытовыми и фольклорными особенностями соответствующей исторической эпохи и региона, где находилось их производство.

Самые простые экземпляры представляют собой сучки дерева, лишь немного подправленные с помощью ножа. В некоторых регионах в создании игрушек использовались еловые шишки, служившие руками или ногами для деревянных фигурок. Деревянная игрушка неразрывно связана с лесом и фигурки представлены в основном в виде обитателей леса: птицы, животные или вымышленные фольклорные персонажи – «моховики», изображавшие дровосеков или старушек с вязанками хвороста на спине. Известен факт, что на Парижской выставке 1890 года «моховики» были с восторгом встречены зарубежной публикой.



Игрушки «Моховики» XVIII века.

ИСТОРИЧЕСКИЕ ЦЕНТРЫ ПРОИЗВОДСТВА ДЕРЕВЯННОЙ ИГРУШКИ В РОССИИ.

Существуют три наиболее известных исторически сложившихся региона изготовления деревянных игрушек.

Первый из них известен с XIX века. Он располагался по берегам Белого моря, на Онежском полуострове, в Архангельской и Вологодской губерниях. Игрушки, изготовленные северными мастерами, очень характерны. Специалисты полагают, что их внешний вид обусловлен влиянием культового наследия предков. Такие игрушки своим скупым столбоватым обликом напоминают древних северных идолов. Черты лица прорисованы не слишком выразительно, фигуры в основном конусообразные, с плоскими лицевыми частями. Основные мотивы производства игрушек для северных мастеров – это куклы-бабы, кони, птицы, лодки и разнообразные погремушки.



Кукла «Панка». Конец XIX века, Онежский уезд Архангельской губ.

Второй исторический регион производства деревянных игрушек находился в Нижегородской губернии. Этот регион славился резьбой по дереву, где производились лучшие образцы корабельной и домовая резьбы, было хорошо развито изготовление деревянных ложек, точение веретен и городецкая резьба, производство резных игрушек из дерева. Художественный уровень этого промысла был необычайно высок. Центрами изготовления традиционной деревянной игрушки стали

Городец, Семенов, Лысково, Пурех, Федосеево и некоторые другие города.



Конь в цветах». XX в. Нижегородская губ.

Третий, наиболее известный центр производства традиционной русской деревянной игрушки – это район Сергиева Посада – сам город и деревня Богородское, расположенная в 27 километрах от него. Изготовлением богородской игрушки начали заниматься в XV – XVI веках, в одноименном селе близ Сергиева Посада, Московской области. Изначально мастера по обработке и художественной резке дерева трудились по заказам скупщиков. Они готовили основу, которую уже после раскрашивали в Сергиевом Посаде.

Земля, связанная с именем Преподобного Сергия Радонежского, является одним из наиболее крупных отечественных художественных центров традиционного производства игрушки. Истоки уникального искусства связаны с именем Преподобного Сергия Радонежского и Троице-Сергиевой лаврой, крупнейшим духовным и культурным центром России, что во многом определило эстетические взгляды, принципы работы, высокий профессионализм посадских мастеров.

По статистическим данным на 1880 год, в городе насчитывалось 322 игрушечные мастерские следующей специализации: 156 по производству лепных игрушек из папье-маше и мастики, 43 – деревянных резных игрушек, 28 – токарных и 95 – смешанных, то есть выпускавших игрушки из различных материалов – ткани, бумаги, дерева и металла.

Мастера этих мест предпочитали использовать жанровые изображения для создания образов своих игрушек. Это так называемые «барыни» – фигуры пышных, дородных женщин, созданные с помощью не многоцветной условной росписи. Не менее популярны были фигуры гусаров, попов, монахов. Обязательные персонажи – трудолюбивый мужик и его могучий работяга-конь. Ну и конечно, самый главный персонаж русского фольклора – добрый и ленивый косолапый медведь. Богородские игрушки часто изготавливались в виде сюжетных композиций, они включали несколько «действующих лиц». Иногда такие игрушки делались движущимися для усиления эффекта.

ДЕРЕВЯННАЯ ИГРУШКА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ.

С развитием промышленности и изобретением пластика деревянные игрушки постепенно отошли на второй план. Их место заняли яркие и легкие пластмассовые куклы, кубики и пирамидки. На долгое время игрушки из дерева оставались всего лишь сувенирами, но никак не предназначались непосредственно для игры. В последнее время, в связи с усилением внимания к экологичности продукции для детей, деревянные игрушки снова завоевывают прежнюю популярность. По мнению психологов, простые по форме деревянные игрушки оказывают лучшее влияние на ребенка, чем пластиковые игрушки с множеством мелких деталей.

РУССКАЯ МАТРЁШКА – ИСТОРИЯ И ТРАДИЦИИ.

Матрёшка – русская красавица, покоровившая сердца любителей народной игрушки во всём мире. Это не просто сувенир для туристов, а символ, хранительница исконной русской культуры. Матрешка олицетворяет идею крепкой семьи, достатка, продолжения рода, несет в себе идею единства.

Во второй половине XIX столетия, благодаря Великой реформе Александра II, в России начинает бурно развиваться промышленность, строительство железных дорог, растёт и уровень национального самосознания, появляется интерес к отечественной истории и культуре. Начинает формироваться новая ветвь изящных искусств, получившая название «русский стиль». Многие знаменитые художники, включая В.М. Васнецова, К.А. Сомова, М.А. Врубеля, В.А. Серова, Ф.А. Малявина, К.А. Коровина, С.В. Малютина, Е.Д. Поленову приложили свою руку к созданию русского стиля в искусстве. Их поддерживали известные меценаты.

Савва Иванович Мамонтов (1841-1918) был известным русским промышленником, меценатом, прекрасным знатоком искусства. Он собрал вокруг себя группу виднейших художников. В своей подмосковной усадьбе Абрамцево Мамонтов создал художественные мастерские, где наряду с художниками-профессионалами работали и народные мастера-умельцы. Особое внимание уделялось восстановлению и развитию традиций народной крестьянской игрушки. У Мамонтова художники обсуждали пути развития русского искусства и тут же, на месте, создавали его. Братья Мамонтовы старались возродить и старинные народные промыслы, коллекционировали предметы народного искусства, включая крестьянские игрушки. Брат Саввы Ивановича, Анатолий Иванович Мамонтов был владельцем магазина-мастерской «Детское воспитание». Для создания ассортимента игрушек он нанимал на работу высококвалифицированных кустарей-игрушечников и требовал от них нестандартного подхода при изготовлении игрушек. Для расширения кругозора мастеров и развития их творческой фантазии выписывали образцы игрушек

из разных стран мира. Выставку японского искусства, состоявшуюся в Петербурге в конце 90-х годов XIX в., посетил Савва Мамонтов и в качестве сувенира привез фигурку буддийского мудреца Фукуруму, добродушного лысого старика, в которую было вложено ещё несколько деревянных фигурок.



Считается, что фигурка Фукуруму и стала прообразом русской матрёшки. Появление нашей русской матрёшки было predetermined желанием Мамонтова создать новую игрушку в русском духе. На первой русской матрёшке стоял штамп: «Детское воспитание». Выточил её потомственный мастер-игрушечник Василий Звёздочкин, а расписал Сергей Малютин, иллюстратор детских книг. Она состояла из 8 мест: девочка с чёрным петухом, потом мальчик, за ним следовала опять девочка и т. д. Все фигурки художник расписал по-разному, а последняя изображала спелёнутого младенца. Первая русская матрёшка представляла собой круглолицую крестьянскую девушку в вышитой сорочке, сарафане и переднике, в цветастом платке, держащую в руках чёрного петуха. «Настоящая Матрёна!» – воскликнул кто-то, увидев куклу. Так куклу и прозвали Матрёна, а ласково Матрёша, Матрёшка с петухом. Имя Матрёна было одним из самых распространённых и любимых женских имён в народе. Говорят, так звали прислугу, подававшую чай на абрамцевских вечерах и похожую на круглолицую матрёшку. Но смысл этого имени гораздо глубже. В основе имени Матрёна лежит латинское слово «mater», которое переводится как «мать». А потому и сама матрёшка, и её имя являются символом материнства, дружной семьи и плодородия. Таким образом, матрёшка олицетворяет образ настоящей русской женщины, матери многочисленных детей, с настоящим крестьянским здоровьем и типичной дородной фигурой.

Всплеск интереса к новой русской игрушке и начало массового ее изготовления приходится на начало XX века и связано со Всемирной выставкой в Париже. Именно МАТРЁШКА сделала Сергиев Посад «игрушечной столицей». В городе была создана артель «Кустарь-художник», из которой со временем выросла современная фабрика игрушек. Матрёшка из Сергиева Посада имеет особый колорит, которого и сегодня придерживаются местные мастера. Вместе с тем интерес к удивительной игрушке вызвал появление в российских центрах старинных ремесел

других вариантов расписной матрешки.

КАК СОЗДАЕТСЯ СЕРГИЕВО-ПОСАДСКАЯ МАТРЕШКА?

Резка деревянных кукол – кропотливый творческий процесс, занимающий много времени и требующий от мастера не только опыта, но и сосредоточенности. Для резки используют мягкую древесину липы. Сушка липы проходит от 2 до 2,5 лет. Сначала из заготовки вырезают самую маленькую куклу, затем нижнюю часть следующей по величине, чтобы составные части будущей игрушки идеально вписывались друг в друга.

Процесс создания русской красавицы достаточно сложен и интересен. Потомственные мастера и художники, занимающиеся промыслом на протяжении многих лет. Для росписи используются различные синтетические и натуральные кисти; несколько видов красок: акрил, гуашь, темпера, а также клей ПВА. Каждый художник, учитывая особенности традиционной росписи, создает нужный цвет



Сушка липы.



Резка на токарном станке.



Ручная работа.



Просушка вырезанных заготовок и роспись.



путем смешивания красок с клеем ПВА в пропорциональном соотношении 1:1, для последующего получения нужного оттенка. Главной особенностью Сергиево-Посадских матрешек является использование 4-5 контрастных цветов. Ажурность и пестрота рождается путем грамотного сочетания «кружевного» декора, растительных и ситцевых мотивов. Также основным критерием для Сергиево-Посадской росписи является узор, именуемый «тычок», который создается с помощью различных инструментов, похожих на горошину. Данный узор призван формировать определенный сюжет всего набора матрешек, где у каждого героя в руках будет отдельный предмет, соответствующий либо мотивам народных сказок, либо ремесленным инструментам, либо атрибутам семейных праздников и пр.

Последним штрихом в традиционной росписи является контур, созданный тонкой кистью и тушью. Роспись требует большого опыта и мастерства художников, которые ставят четкие линии вручную, соблюдая симметрию и аккуратность. Завершающий и очень важный этап при создании матрешки – это покрытие изделия лаком. Для этого оборудован специальный лакировочный цех, без доступа посторонних лиц, кроме самого мастера. Покрывают игрушки несколькими слоями лака вручную с помощью кистей, можно также окунать некоторые детали в емкость

с лаком, в зависимости от формы и сложности изделия.

Сергиево-Посадские матрёшки отличались первоначально сдержанностью. Расписывались они без предварительной подготовки гуашью. Черты лица матрёшки были строгими, ведь создавались они монастырскими мастерами, которые рисовали иконы.



Сергиево-Посадские матрёшки начала XX в.

Своими формами и росписью первые матрёшки показывали пёструю разнообразную жизнь русского народа – девушек в сарафанах, старообрядцев, жениха и невесту.



Семья. Начало XX в.



Жених и невеста. Начало XX в.

Большое распространение получила историческая матрёшка: бояре и боярыни, богатыри, герои Отечественной войны 1812г.



Кутузов со своим штабом.

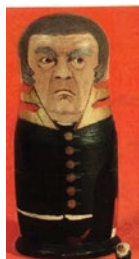


Наполеон.



Богатырь и поляница.

Изготавливали в Сергиевом-Посаде и матрёшки по мотивам литературных произведений.



Ревизор.



Басня И.А. Крылова «Квартет».



Тарас Бульба.

Современные Сергиево-Посадские, как и старинные матрёшки, и лицом, и одеждой больше походят на человека в сравнении с матрёшками других местностей.



Обычно матрёшки сергиево-посадских мастеров держат что-нибудь в руках (цветы, младенца, лукошко и т. д.).

Родилась матрёшка в Сергиевом Посаде, а вскоре отправилась на ярмарки. Игрушка сразу понравилась, её с удовольствием покупали и развозили с ярмарок по городам и сёлам России. Так о необычной кукле узнали мастера других токарных промыслов.

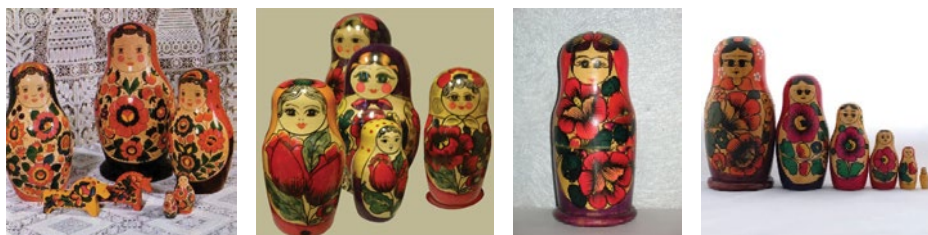
МАТРЁШКИ РАЗНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ. *СЕМОНОВСКАЯ МАТРЁШКА.*



В 1922 году токарь А. Ф. Майоров привёз матрёшку с Нижегородской ярмарки в свою деревню Мериново (Нижегородская область). Дома он попробовал выточить такую же, а его дочери стали матрёшку расписывать. Потом инициативу семьи Майоровых подхватили и другие жители деревни, а за ними – соседи из окрестных деревень Семёновского района Нижегородской области. Добралась румяная

матрёшка и до самого города Семёнова. Скоро деревянная расписная кукла стала самой популярной продукцией мастеров всей Нижегородской (тогда Горьковской) области. Только семёновская матрёшка была уже не похожа на сергиево-посадскую. Семеновские мастера сделали куклу повеселее, понаряднее. В соответствии с собственными традициями мастера оставляли на матрёшке больше не окрашенного дерева. Расписывали матрёшку уже не гуашью, а анилиновыми красками. В основном, художники используют только три цвета – красный, синий и жёлтый, варьируя сочетания цветов в росписи платка, сарафана и фартука. Найденное цветочное решение закрепляется в самом крупном цветке фартука, который пишут чуть справа. Каждая семёновская матрёшка имеет свой характер, свой наряд.

МАТРЁШКА ПОЛХОВ-МАЙДАНА



Ещё одно село под Нижним Новгородом, которое издавна славилось расписными игрушками – «тарарушками» – называется Полхов-Майдан. С 1920-х годов здесь тоже начали делать матрёшки. Полхов-майданская матрёшка самая яркая и праздничная из всех деревянных красавиц. Своей формой полховская матрёшка отличается от своих сергиево-посадских и семёновских сестёр. Фигурка матрёшки сильно вытянута и имеет небольшую головку. Сначала рисунок на деревянных заготовках выжигали, а затем контур стали обводить чёрной тушью. Роспись выполнена анилиновыми красками. Основных красок четыре – синяя, зелёная, красная и жёлтая. Белый фон самого дерева – пятый цвет. На платочке тоже расцветает цветок. И деревянная красавица готова.

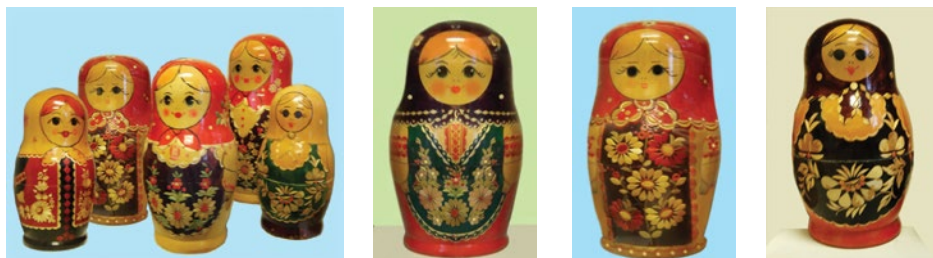
КРУТЕЦКАЯ МАТРЁШКА.

Недалеко от Полхов-Майдана есть село Крутец. Крутецкие мастера переняли мастерство у полхов-майданцев. И не просто переняли, но и проявили свою фантазию.



Крутецкие матрёшки все разные. Одна длинненькая, другая кругленькая. У одной коса до пояса, у другой – модная стрижка. И личики у всех матрёшек разные. Изменили крутецкие мастерицы не только внешность традиционной матрёшки, но и саму технику росписи. Они стали наряду с анилиновыми красками использовать масляные. Могут рядом с анилиновой розой нарисовать масляную ромашку. Создана и особая техника – чисто масляная. Поверхность дерева покрывается слоем белил с добавленным в них цветным пигментом, и по этому масляному фону ложится масляная же роспись. Но и этого крутецким мало. Взяли и выточили из дерева короля с королевой. Фигурки не толстенькие, как у матрёшек, а удлиненные, стройные. А одежда богато расписана. Эксперименты крутецких мастеров доказывают, что традиционное народное искусство не уходит в прошлое, а обновляется и хорошеет.

ВЯТСКАЯ МАТРЁШКА



Самой северной из матрёшек является вятская. Она изображает голубоглазую девушку-северянку с мягкой застенчивой улыбкой. Лицо матрёшки мило и приветливо. Жители Вятки и окрестных деревень издавна занимались производством игрушек. Вятская матрёшка появилась в 30-е годы, но особое своеобразие вятская деревянная кукла получила в 60-е годы. Именно тогда матрёшку стали не только расписывать анилиновыми красками, но и инкрустировать соломкой. Инкрустация соломкой художественных изделий из дерева, главным образом коробок и шкатулок, известна в этих краях давно. Для инкрустации используется ржаная соломка, которая выращивается на специальных участках и аккуратно срезается серпом вручную. Одна часть соломы проваривается с содой для получения золотистого

цвета, другая остаётся белой. Затем солому разрезают, приглаживают, штампином выбивают детали нужного рисунка. Наклеивают соломку по сырому нитроцеллюлозному лаку. Расписанную анилиновыми красками и инкрустированную соломокой матрёшку покрывают масляным лаком.

ТВЕРСКАЯ МАТРЁШКА



Имеют свои секреты изготовления матрёшек и мастера Твери. Они чувствуют в этом сувенире душу России и с трепетом относятся к его созданию, желая передать людям тепло своей души и мастерство своих рук. Матрёшки вытачиваются из дерева и расписываются художниками вручную. Каждая кукла – это авторская работа. Художники передают в рисунке исторические образы. Из-под их кисти появляются знакомые персонажи: пастушок Лель, Снегурочка, царевна Несмеяна и другие. Тверские матрёшки славятся своей тонкой токарной работой – деревянные куколочки тонкие и светящиеся, как скорлупка яйца. Для этих матрёшек характерна роспись золотым и серебряным орнаментом.

АВТОРСКАЯ МАТРЁШКА.



В настоящее время большой интерес стала представлять матрешка, изготовленная не в том или ином стиле, а авторская, выполненная художником-индивидуалом. Современные художники-матрешечники прежде всего обратились к традициям первых русских расписных матрёшек. Фантазии современных художников нет границ. Всё большее распространение получают матрёшки, на фартуках кото-

рых изображены сюжеты из русских сказок. Используются в росписи современной матрёшки декоративные мотивы, характерные для традиционных центров русской народной культуры. Часто мастера при создании матрёшек используют приёмы хохломской росписи. Всё чаще можно встретить матрешки, расписанные в стиле традиционных русских росписей.



Популярным становится изображение старинных городов, храмов, памятников древнерусской архитектуры. Существуют матрешки, воспроизводящие живописные пейзажи России. Часто используются сюжеты русских и зарубежных художников.



В 1990-е годы были популярны матрёшки, изображающие известных политических деятелей. Существуют матрёшки – известные музыканты, матрёшки – герои мультфильмов.

МАТРЁШКИ РЕКОРДСМЕНЫ.



До сих пор умельцы-матрёшечники соревнуются между собой – кто создаст матрёшку больше и красивее. Сколько матрешек составляют самый большой набор? 51 матрешка содержится в наборе ручной росписи Юлии Березницкой, изготовленном в 2003 году. Он включен в Книгу рекордов Гиннеса. Высота фигур от 53,97 см до 3,1 мм. Самая маленькая в мире матрешка тоже создана в России. Микроминиатюрист Владимир Анискин создал самую маленькую матрешку, разместив её на конце конского волоса. Высота матрешки-рекордсменки всего лишь 200 микрометров – 0,2 миллиметра.

ЗАГРАНИЧНЫЕ МАТРЁШКИ.

Заграничные мастера тоже пытаются создать своих матрёшек.



украинские



казахские



аргентинские



японские

Но всё же матрёшка остаётся русским символом, обладающим чем-то необычным, притягивающим к себе больше, чем яркие анилиновые краски

МАТРЁШКА – СЧАСТЛИВАЯ ИГРУШКА И СИМВОЛ РОССИИ.

Интерес к матрёшке сохраняется всегда, несмотря ни на что. Появившись чуть более ста лет назад, матрёшка стала настоящим символом России. Её знают и любят не только в нашей стране, но и за рубежом. Матрешка не ушла в забвение, а по-прежнему остается образцом национального искусства. Она не только не утратила исторический облик, а обретает новые современные черты, хотя из детской игрушки она давно переросла в национальный сувенир. В русской матрёшке, в её форме и декоре отразились народные представления о мире, добре, красоте. В ней с особой силой проявилась творческая энергия русского народа, его способы простыми средствами создавать выразительные образы. Именно поэтому мы видим в родной матрешке символ русского искусства.

Список использованной литературы

1. Маслова А. Необыкновенные истории обыкновенных вещей. Матрёшка. Весёлые уроки №2, 2010.
2. Матрёшка село кормит. Сельская новь. №9, 2004.
3. Алексахин Н. Матрёшка. М., 1998.
4. Бусева-Давыдова И. Игрушки Крутца. М., 1991.
5. Голдовский Б. Куклы: энциклопедия. М., 2004.
6. Клиентов А. Народные промыслы. Белый город. М., 2008.
7. Лаврова С. Русские игрушки, игры и забавы. Белый город. М., 2009.
8. Политова М. Матрёшка – образ русской матери. DEKO №3, 2009.

Этнокультурное многообразие: механизмы наследования традиций (на примере деятельности современных музеев юга Дальнего Востока России за период 2012 – 2018 гг.)



*Марина Нургалиева,
директор МБУК «Музейно-выставочный центр г. Находка»
куратор проектов Приморской региональной краеведческой
молодежной общественной организации «Клио»*

Проблема сохранения этнокультурного многообразия народов России относится к разряду актуальных тем для многих направлений современной науки, которые участвуют в формировании государственной национальной политики в регионах России. В российской науке в основе понимания культурного многообразия лежит идея существования этнокультурных групп со своими потребностями, интересами, правами.

Современная ситуация работы музеев с этнической темой как в мире, так и в стране, делает попытку изучения этого вопроса весьма своевременной. Актуальность темы зафиксирована в документах ЮНЕСКО, провозгласившей нынешний период 2010 – 2020 гг. десятилетием культуры, а также в ряде других законодательных документов Российской Федерации. Одним из основополагающих документов, определяющих вопросы сохранения этнокультурного многообразия, стала Государственная стратегия национальной политики Российской Федерации до 2025 года, в которой зафиксировано: «Российская Федерация является одним из крупнейших многонациональных (полиэтнических) государств мира» [1].

В современном мире национальные традиции как этнокультурный феномен, в значительной степени утрачивают своё значение. Они теряют связующую моральную и эмоциональную силу между поколениями. Вместе с тем, для общества и человека остается насущной необходимостью формирования отношения к традициям, переосмысления старых и освоения новых ценностных установок, что важно для трансляции этнокультурного опыта новым поколениям, включения новаций в культурную систему. В качестве одного из механизмов, призванного удовлетворять эти общественные и индивидуальные потребности, является социокультурный институт музея. В контексте общекультурных перемен меняются механизмы и формы деятельности музея в трансляции этнокультурных ценностей и традиций.

Возникает острая необходимость проанализировать музейную деятельность, выявить лучшие практики, которые позволяют говорить о формировании инструментов, механизмов наследования традиций этнокультурного многообразия народов юга Дальнего Востока, существующих в музеях.

Вопрос этнокультурного многообразия России требует постоянного внимания, так как национальные взаимоотношения находятся в постоянной динамике. Проблема роли музея в жизни многонационального региона сегодня имеет большое практическое значение. Это объясняется, прежде всего, динамикой культурной жизни России, особенно на ее многонациональных окраинах, какой является и юг Дальнего Востока. В его состав входят Хабаровский край, Приморский край и Амурская область, проживает более 158 национальностей, в том числе представители коренных малочисленных народов.

Музейная культура на территории российского юга Дальнего Востока переживает сложный и противоречивый период своего развития. Анализ деятельности музеев юга Дальнего Востока за последние годы (2012-2018 гг.) позволяет говорить о положительных тенденциях, о новых концептуальных подходах, результативных проектах. Все это свидетельствует об определенной динамике в музеях по использованию механизмов наследования традиций этнокультурного многообразия. Но эти процессы требуют осмысления и анализа.

Объектом данного исследования стали механизмы наследования традиций этнокультурного многообразия в современном музее (на территории юга Дальнего Востока РФ). Предметом данного исследования является этнокультурное многообразие, отраженное в музеях юга Дальнего Востока России.

Для достижения главной цели работы, состоящей в описании механизмов наследования этнокультурных традиций на примере деятельности музеев юга Дальнего Востока России, решались следующие задачи: рассмотреть современные подходы в осмыслении понятия этнокультурное многообразие; изучить роль современных музеев в формировании механизмов наследования традиций этнокультурного многообразия; рассмотреть деятельность музеев юга Дальнего Востока РФ в процессе формирования механизмов наследования традиций этнокультурного многообразия (2012-2018 гг.).

В качестве инструментария исследования использовались различные методы и подходы. Например, методы эмпирического исследования, что включало в себя сбор, обработку и сравнение материала 50 музеев юга Дальнего Востока. Методологическую основу исследования составляют принципы системно-структурного, культурно-географического и культурологического подходов. Системно-структурный подход позволил раскрыть и обосновать целостность этнокультурного много-

образия юга Дальнего Востока. Культурологический подход позволил осуществить анализ современных механизмов наследования традиций этнокультурного многообразия народов в деятельности музеев юга Дальнего Востока.

Кроме этого, применялись методы, используемые как на эмпирическом, так и на теоретическом уровне исследования: анализ, синтез, индукция и дедукция, абстрагирование и конкретизация. Применялись методы теоретического исследования при изучении теоретических подходов исследователей на тему этнокультурного многообразия на территории юга Дальнего Востока, существующих механизмов наследования традиций, в том числе в музеях.

Особое значение имели методы искусствоведческого описания коллекций музеев, среди которых методы историко-сравнительного (синхронного и диахронного анализа), методы герменевтики и семиотики. Искусствоведческий метод использовался в ходе описания и анализа коллекций, экспонатов, национальных костюмов, художественных произведений и изделий декоративно-прикладного творчества в музеях юга Дальнего Востока. Использовались методы описания и анализа музейных предметов, а также методы герменевтики для описания орнаментов, методы семиотики.

При анализе форм и специализации музеев юга Дальнего Востока использовался типологический подход. Описательный метод исследования позволил представить и описать используемые механизмы наследования традиций этнокультурного многообразия, оценить их эффективность.

Процесс исследования был связан с изучением как научной литературы по объекту и предмету данной работы, так и со сбором эмпирического материала, доступного на сайтах музеев юга Дальнего Востока. Собранный материал 50 музеев был систематизирован и проведен анализ ситуации в изучаемом регионе на предмет использования и формирования механизмов наследования этнокультурного многообразия в деятельности музеев с момента принятия Государственной стратегии национальной политики Российской Федерации до 2025 года. Особый интерес представлял успешный опыт российских музеев с 2012 по 2018 годы по работе с этнокультурным наследием, который позволил выделить основные современные механизмы наследования, которые не утратили своей актуальности или явились новым подходом в работе с музейными коллекциями, отражающими национальную культуру разных народов России.

В рамках исследования было обосновано, что этническое наследие юга Дальнего Востока является особым типом наследия, так как на протяжении двух столетий здесь сформировался поликультурный регион, на территории которого проживает 158 национальностей. Были определены специфические черты этнокультур-

ного многообразия юга Дальнего Востока, разработана его типологическая модель в соотнесении с формами природно-культурного наследия. Представлен герменевтический искусствоведческий анализ важнейших элементов культурного наследия юга Дальнего Востока России; сформированы основные компоненты трех механизмов культурного наследования этнокультурного многообразия на юге Дальнего Востока России.

Личный вклад автора определяется авторским представлением о том, как должна формулироваться концепция современного музея с учетом новых механизмов наследования традиций этнокультурного многообразия. Осуществленный анализ открывает научные перспективы для исследовательских работ в сфере этнокультурного многообразия юга Дальнего Востока и участия музеев в использовании механизмов наследования традиций этнокультурного многообразия. Основные положения и результаты диссертационного исследования могут быть использованы в деятельности современных музеев, художественных галерей, национальных общественных организаций, национальных и этнографических парков.

Проведенное исследование обширного музейного материала и результаты опросов музейных сотрудников, посетителей музеев, представителей национальных общественных организаций, этнических детских и молодежных коллективов, позволяет сформулировать механизмы наследования традиций этнокультурного многообразия в деятельности музеев юга Дальнего Востока за период 2012-2018 гг.

Первый механизм – ориентация музейной деятельности на набор этнических общностей данной местности. Взаимодействие с общностями и их включенность в музейную деятельность в рамках действия механизма трансляции традиций этнокультурного многообразия, этнических компонентов.

В национальных организациях и общинах края возрастной состав членов – люди старше 60 лет. Представители старшего поколения стараются сохранить родной язык, национальные традиции. Но ввиду оторванности от исторической родины это не передается детям. Ослабевают преемственность в передаче народных традиций от поколения к поколению в национальных семьях. Отсутствует мотивация со стороны детей и подростков изучать и сохранять культуру этноса, к которому они относятся. На наш взгляд, проблема состоит в отсутствии механизма включения детей, подростков и молодежи в изучение и трансляцию национальных традиций. И одна из причин – отсутствие понятных и интересных молодежной аудитории форм, которые бы побуждали к исследовательской работе, творчеству, интерпретации народной культуры в новом актуальном прочтении. Находкинская общественная татаро-башкирская организация «Туган Тел», реализовала совместно с Музейно-выставочным центром г. Находка проект «Этностиль Приморья» [2], который

предполагал участие молодого поколения в сохранении народных культурных традиций в формате фестиваля.



Рис. 1. Демонстрация коллекции молодежной одежды с использованием этнических орнаментов. Гала-концерт фестиваля «Живой источник» в рамках проекта «Этностиль Приморья». 2018 г. Фото – Юрий Тропин.

Программа включала дефиле костюмов с этническими элементами, выставку аксессуаров и изделий, созданных собственными руками с участием старшего поколения, выступления творческих этнических коллективов, национальные игры разных народов. Проект «Этностиль Приморья» – это эксперимент по разработке механизмов наследования этнической культуры, создания межпоколенческих связей. Организаторы проекта считают, что элементы народных костюмов возможно сохранить живыми и актуальными, если носить их в повседневной жизни. В этой связи изучение народных орнаментов и использование их в современной одежде сможет способствовать развитию механизмов наследования традиций в современном мире. На фестивале «Этностиль Приморья» единогласно гран-при было присуждено коллекции «Айога» образцового коллектива «Фольклорно-этнографической мастерской «ЭВЭЛЭН» из поселка Хор Хабаровского края. Это был удачный пример использования традиционного орнамента коренных народов в современной молодежной одежде. Особенно ценным стал тот факт, что работу выполнили подростки 12-17 лет в сотрудничестве с нанайским мастером. Таким образом, формировался процесс наследования традиций нанайской вышивки от старшего поколения современным детям, которые, в свою очередь, смогли во время дефиле продемонстрировать на сцене музейного фестиваля «Этностиль Приморья» перед детской аудиторией коллекцию «Айога».

Коллекция представляет собой летние платья, брючные костюмы и сарафаны из хлопчатобумажной ткани батист и сжатый ситец. Каждая модель декорирована прорезным или аппликативным орнаментом, который имеет индивидуальную форму. Трафареты орнаментов изготавливала нанайский мастер из Хабаровского края Киле Элеонора Кирисовна. Раскрой, пошив, технологию изготовления орнамента выполнила и разработала руководитель коллектива Цой Алефтина Петровна. Орнаменты выполнены на основе узоров традиционных костюмов коренных народов юга Дальнего Востока – нанайцев.



Рис. 2. Из коллекции «Айога» образцового коллектива «Фольклорно-этнографической мастерской «ЭВЭЛЭН» из поселка Хор Хабаровского края. Фото – Евгений Тюфтин.

В музеях юга Дальнего Востока хранятся богато орнаментированные нанайские халаты, выполненные мастерами Хабаровского и Приморского края, Амурской области. С введением системы Госкаталог [3], который ведет учет всех предметов Музейного фонда Российской Федерации, стало возможным дистанционно изучать уникальные этнографические коллекции, которые не находятся в открытом доступе в музеях. Система Госкаталога также была использована при исследовательской работе участников проекта «Этностиль Приморья». В целом же традиционный орнамент и вышивка, в которых воплотился богатый духовный мир амурских этносов, занимает заметное место в искусстве всех народов Дальнего Востока. Семантика орнаментов поддается расшифровке лишь частично. В последнее время Институт истории, археологии и этнографии ДВО РАН в исследованиях А.Ф. Старцева [4], В.В. Подмаскина [5] во многом приблизился к расшифровке герменевти-

ческого круга понятий, входящих в символику дальневосточного орнамента. В орнаментах и вышивке закодированы знаки и символы дальневосточных этносов, коды к которым в современной жизни теряются и не передаются новым поколениям. В этой связи актуальность проекта «Этностиль Приморья» приобретает особое значение. «Язык орнаментов – это язык символов. Линия развития орнамента имеет весьма своеобразную направленность, которую можно выразить формулой: от изобразительности к все более нарастающему символизму, и от него – к знаковости. Орнамент, даже в его современном виде, – это система символов и знаков, выраженных в линиях и цветовых сочетаниях. Таким образом, орнамент – это своеобразная книга знаков, имеющих сложный код» [6, с.15].

Лучший мировой и российский музейный опыт показывает, что музеи, как хранители уникальных самобытных этнографических коллекций способны инициировать проекты, направленные на взаимодействие широкого круга заинтересованных партнеров: академическая наука, национальные общественные организации, детские этнические коллективы, мастера декоративно-прикладного творчества, ВУЗы, школы. За исследуемый период заметно активизировалась деятельность национальных общественных организаций по сохранению и популяризации культуры своего этноса. Включенность в эту деятельность музеев может привести к хорошим результатам, к появлению новых инструментов наследования традиций этнокультурного многообразия народов, проживающих на юге Дальнего Востока.



Рис. 3. Схема первого механизма – ориентация музейной деятельности на набор этнических общностей данной местности. Взаимодействие с общностями и их включенность в музейную деятельность в рамках действия механизма трансляции традиций этнокультурного многообразия и этнических компонентов.

Второй механизм – опора в музейной деятельности на выборку культурных ценностей этнических общностей территории; выборку репрезентативных форм передачи культурных ценностей этих общностей; опора на традиционный народный календарь событий, обрядов и праздников; опора на национальный узор в традиционном костюме; опора на фольклор, устное народное творчество; опора на национальные ремесленные технологии и декоративно-прикладное искусство.

Этот механизм по результатам опросов, проведенных автором, считается наиболее действенным в трансляции наследия новым поколениям. Декоративно-прикладное искусство всегда служило мерилом ценностных ориентаций, свойственных этнической культуре, и зрелищной формой их воплощения. Сегодня оно представлено, прежде всего, народными художественными промыслами. Творчество народных мастеров основано на многовековых традициях изображения предметного мира и одновременно обогащает их новыми стилевыми признаками и содержанием. Изделия народных художественных промыслов презентуют народную традицию в осмыслении ее авторами – создателями, в системе герменевтического круга традиции, со свойственными им семиотическими свойствами.

В музеях юга Дальнего Востока предпринимаются попытки интерпретаций орнаментов на основе своих коллекций. Например, сотрудники Комсомольского-на-Амуре краеведческого музея 21 октября 2014 г. открыли выставку «Тайны и мудрость народного узора» (на примере русского и нанайского). Кураторы выставки стремились разобраться в вопросе – почему народный орнамент имеет много общего по всему миру: несколько отличается графика, меняются цвета и оттенки, но облик, ритм, смысл вполне узнаваемы. Выдвинута гипотеза о том, что в основе разных народных традиций лежат одни и те же глубокие знания, подчас недоступные нам, или изложенные непривычным языком.

Орнаменты сродни древним письменам и подобно им способны многое поведать о мирозерцании человека древних времен. Данная выставка сделала попытку ввести в тайны и в мудрость мировоззрения таких народов, как русские и нанайцы, формировавших свою культуру в разных концах Земли и разных условиях. На выставке использовались редкие образцы нанайских орнаментов, собранных в 1930-е годы. Коллекция долгие годы находилась в запасниках музея, а на выставке ее большая часть выставлялась на обозрение зрителей. Были представлены вырезные орнаменты из окрашенной и неокрашенной рыбьей кожи, бумаги, бересты, трафареты, заготовки для украшения традиционных нанайских халатов, рукавиц. Помимо этого, на выставке экспонировались различные предметы из коллекций музея по русской и нанайской этнографии.

«В выставке также участвовали Центр славянской культуры с. Селихино, худо-

жественный салон «Сударушка», мастера Хабаровского края» [7].

Наиболее успешны выставочные проекты в музеях, созданные совместно с национальными организациями и автономиями, мастерами декоративно-прикладного творчества. В таких проектах особо ценным является отражение современной этнокультурной традиции и возможность соприкоснуться с творчеством носителей этой культуры. В этом направлении большую работу проводит Музей изобразительных искусств города Комсомольска-на-Амуре, который с 1 по 10 августа 2017 г. провел выставку декоративно-прикладного искусства коренных малочисленных народов Хабаровского края в рамках конкурса «Ремёсла Земли Дерсу».



Рис. 4. Выставка «Краски земли Дерсу». 2019 г. Сайт Хабаровского музея им. Н.И. Гродекова.

Выставка объединила древние традиции, передаваемые от поколения к поколению, и показала то лучшее, что создаётся сегодня мастерами Приамурья.

Музей располагает всеми возможностями, чтобы активизировать процесс интерпретации этнокультурного наследия, которое хранится в музейных фондах. В этом процессе музеям смогут помочь новые информационные технологии, интерактивные формы деятельности, взаимодействие с мастерами декоративно-прикладного творчества. Но самое главное – без системной работы в этом направлении музей не станет реальным драйвером изменений в этнокультурном образовании. Необходимо в качестве рекомендации – пересматривать концепции музеев и планы стратегического развития и включать новые направления, связанные с систематической работой музеев в направлении сбора, изучения и популяризации этнокультурного наследия региона, опираясь на эффективные механизмы трансляции.



Рис. 5. Схема второго механизма – опора в музейной деятельности на выборку культурных ценностей этнических общностей территории; выборку репрезентативных форм передачи культурных ценностей этих общностей; опора на традиционный народный календарь событий, обрядов и праздников; опора на национальный узор в традиционном костюме; опора на фольклор, устное народное творчество; опора на национальные ремесленные технологии и декоративно-прикладное искусство.

Третий механизм – реконструкция национальной культурной среды, в которой происходит процесс наследования традиций, передача знаний и опыта предыдущих поколений.

Культурное наследие все больше в современном мире начинает рассматриваться, как ресурс для формирования символов территории, которые формируют ее индивидуальность. Этот процесс очень важен. Один из факторов, влияющих на привлекательность любой территории – это народные промыслы, которые гармонично воспринимаются именно в комплексах типа этнодеревень и палеодеревень. В подобных реконструированных этнокультурных пространствах способны активно развиваться различные механизмы и инструменты наследования традиций новым поколениям.

В 2006 году начал свою работу комплекс археологических реконструкций «Палеодеревня» в Партизанском районе Приморского края. Этот проект стал первой успешной музейной практикой в партнерстве с научными учреждениями Приморского края. За 12 лет своей работы комплекс «Палеодеревня» превратился не только в пространство этнокультурного образования в Приморском крае, но и в экспериментальную площадку для интерактивных форм музейной работы. Одним из необходимых инструментов образовательной деятельности современного музея является интерактивный подход, позволяющий значительно повысить эффективность представления и восприятия тематической информации. Интерактивные приемы успешно используются в работе музеев разного профиля – крае-

ведческих, исторических, естественнонаучных, художественных, мемориальных. Современные формы диалога музея и его аудитории развиваются: мастер-классы, игровые и учебные программы, инсценировки, праздники, квест-проекты, программы для самостоятельного информационного поиска с помощью компьютерных технологий и др. «Интерактивный диалог может осуществляться как через посредство специалиста-экскурсовода, так и без его участия» [8, с.68]. Создание музейных комплексов историко-культурной направленности под открытым небом изначально предполагает их интерактивный характер: в таких местах посетитель получает возможность почувствовать себя частью нового для него пространства культуры. Это может быть культура древних времен, реконструированная по археологическим источникам, либо культура традиционная, известная по материалам этнографии. В дальнейшем этот опыт стал распространяться на территории юга Дальнего Востока, стоит упомянуть некоторые из них.

Удэгейский этнографический комплекс, основанный в 2009 г. в селе Красный Яр Приморского края, расположился на берегу реки Бикин и включает в себя основные виды удэгейских жилищ [9]. В 2010 г. начал принимать первых посетителей Историко-культурный комплекс «Наследие» на острове Попова, созданный Музеем «Природа моря и ее охрана» (филиал ННЦМБ ДВО РАН) [10]. На территории Приморского края был предпринят еще один опыт при участии ученых реконструкций, создан музейный комплекс под открытым небом «Природа моря и научных знаний» на острове Попова.



Рис. 6. Программа в Музейном комплексе под открытым небом «Природа моря и научных знаний» на острове Попова.

Он представляет собой размещенный в природном ландшафте ансамбль моделей в натуральную величину жилых, хозяйственных и ритуальных объектов древних и традиционных культур юга Дальнего Востока, созданный по оригиналь-

ным археологическим и этнографическим материалам. Дополняют картину копии и подлинные образцы предметов материальной и духовной культуры – керамическая посуда, национальные костюмы, шаманские атрибуты и др. На территории комплекса, помимо познавательных экскурсий, проводятся различные игровые занятия, праздники, задача которых – популяризация идеи неразрывной связи человека и природы, экологическое воспитание. «Например, для школьников младшего и среднего возраста проводится праздник «День мигрирующего лосося», тематика которого связана с морской и речной экологией, исконно традиционным для населения юга Дальнего Востока рыболовным промыслом. Интерактивный сценарий праздника включает элементы игры, соревнования и театрализации» [11, с.40]. Средовой характер таких объектов определяет специфику экскурсий и музейных праздников, нацеленных на эффект ощущения сопричастности посетителя демонстрируемой культуре путем применения интерактивных технологий. Вышеперечисленные музейные практики, связанные с реконструкцией культурной среды, были разработаны в сотрудничестве с представителями Дальневосточного отделения Российской академии наук и сотрудниками музеев. Это чрезвычайно важно, так как наиболее успешно идет процесс реконструкции технологий домостроительства, ремесленных технологий, обрядов, ритуалов и традиционной культуры происходил, опираясь на археологический и этнографический материал полевых исследований, а также на музейные коллекции.

В Хабаровском крае в национальном парке «Ануйский» около села Троицкое в 2017 г. создана этнодеревня «Алима», куда были перенесены дома, имитирующие жилища нанайцев. В Амурской области в 2014 г. построен комплекс реконструкций «Нивхская усадьба», который стал площадкой для программ Межпоселенческого краеведческого музея в Николаевске-на-Амуре [12].

В интерьере реконструированных жилищ древних народов присутствуют копии предметов быта древних народов, часть из которых орнаментирована и несет культурную информацию об образе жизни людей того времени, их мировоззрении, отношении к природе. Активный интерес музеев Приморского и Хабаровского края, Амурской области к реконструкциям древних жилищ коренных народов территории говорит о том, что это направление будет развиваться и в дальнейшем.



Рис. 7. Схема третьего механизма – реконструкция национальной культурной среды, в которой происходит процесс наследования традиций, передача знаний и опыта предыдущих поколений.

Большую роль в формировании механизмов наследия традиций этнокультурного многообразия играет изучение и интерпретация музейных коллекций, содержащих в себе информацию о культуре и традициях народов, проживающих на юге Дальнего Востока. Выявление этнических кодов, символов, образов, которые хранят в себе художественные произведения, национальные костюмы, предметы декоративно-прикладного творчества, поможет современным поколениям в формировании своей идентичности и осознании своей связи с миром традиционной культуры.

Тема статьи не исчерпывает себя в рамках данного исследования, так как вопрос нуждается в постоянном наблюдении и изучении. Тем не менее, сделанные выводы на основе собранного материала, позволяют современным музеям юга Дальнего Востока скорректировать стратегии своего развития в отношении деятельности по использованию механизмов наследования традиций этнокультурного многообразия народов, проживающих на территории Приморского края, Хабаровского края и Амурской области.

Список использованной литературы

1. О стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года [Электронный ресурс]: указ Президента РФ от 19.12.2012 № 1666 / Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_139350/ff30f91360f2917b325d507685fd90353895d2bd/
2. Глытина К.У. Этностиль Приморья: создаем вместе! [Электронный ресурс] / К.У.Глытина // Находкинский рабочий – 2018. – Режим доступа: <http://nr-citynews.ru/этностиль-приморья-создаем-вместе/>
3. Государственный каталог Музейного фонда Российской Федерации [Электронный ресурс] // Сайт Министерства культуры Российской Федерации. – Режим доступа: <https://goskatalog.ru/portal/#/>

4. Старцев А.Ф. Этнические представления тунгусо-маньчжуров о природе и обществе: монография / А.Ф. Старцев. – Владивосток: Дальнаука, 2017. – 232 с.
5. Подмаскин В.В. Типология культуры коренных народов Дальнего Востока: (Материалы к историко-этнографическому атласу): Сб. науч. тр. – Владивосток: Дальнаука, 2003. – 252 с.
6. Гонтамахер П. Я. Знаки и символы дальневосточных этносов / П. Я. Гонтамахер, Н. А. Соломонова, А.Г. Филимонов // Словесница Искусств: Региональный культурно-просветительский журнал. – 2004. – № 2 (14) – С. 7-15.
7. Анонс выставки «Тайны и мудрость народного узора» Комсомольского-на-Амуре краеведческого музея [Электронный ресурс] // Сайт Комсомольска-на-Амуре. – Режим доступа: <https://www.dvnovosti.ru/komsomolsk/2014/10/22/26562>
8. Гусейнова А. Г. Особенности интерактивных форм работы музеев образовательных организаций Ярославской области / А.Г. Гусейнова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2016. – №2. – С. 64-70.
9. На берегу священного Бикина [Электронный ресурс] // Газета «Влади-восток». – Режим доступа: https://vladnews.ru/ev/vl/2583/16100/beregu_svyashchennogo
10. Белоглазова С. Б. Палеодеревня на острове Попова / С.Б. Белоглазова // Вестник ДВО РАН. – 2009. – №1. – С. 138-142.
11. Гульбина А.А. Интерактивный подход к популяризации научных знаний (опыт музея «Природа моря и ее охрана») / А.А. Гульбина, И.С. Жущиховская // Вестник Восточно-Сибирского государственного института культуры. – Улан-Удэ, 2019. – №2(10). – С.105-114.
12. Межпоселенческий краеведческий музей им. В.Е. Розова Николаевского муниципального района [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nik-mkm.ru/arhiv/2017/190517.htm>

Библиографическое описание статьи

Нурғалиева М. Б. Этнокультурное многообразие: механизмы наследования традиций (на примере деятельности современных музеев юга Дальнего Востока России за период 2012 – 2018 гг.) / М. Б. Нурғалиева // Известия Байкальского государственного университета. – 2021. – Т. , № X. – С. 00–00. – DOI: 10.17150/2500-2759.2020.30(4).551-559.

Author

Marina B. Nurgalieva – Director Museum and Exhibition Center of Nakhodka, Ph.D. scholar in Art History, Department of Arts and Design, School of Arts and Humanities, Far Eastern Federal University, Vladivostok, the Russian Federation, e-mail: marin-nakhodka@mail.ru.

Reference to article

Nurgalieva M. B. On the content of the notion «information» and nature of information interaction. Izvestiya Baykal'skogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Baikal State University, 2017, vol. 27, no. X, pp. 00–00. DOI: 10.17150/2500-2759.2017.27. (In Russian)

От Великой Отечественной до специальной операции на Украине: подвиг многонационального народа как основа формирования гражданской идентичности



*Анна Бакаева,
Автор и руководитель проекта «Уроки Дружбы»,
помощник депутата Государственной Думы*

Историческая летопись России содержит немало примеров ратных дел, среди которых особое место всегда будет занимать Великая Отечественная война. Ни для кого не секрет, что Победа в самой страшной и кровопролитной войне в истории нашей Родины является Победой многонационального народа.

Миллионы людей разных национальностей и вероисповеданий, объединённые одной целью, – защитить свою Родину – стали могучей силой, которая была способна победить фашизм.

Именно поэтому, история Победы в Великой Отечественной войне продолжает и сегодня волновать умы представителей разных наук, ведь Многонациональная Победа стала феноменом гражданской идентичности и кульминацией патриотизма, показав, как может быть едино многонациональное общество в желании защитить свою страну.

Несмотря на то, что историческому периоду 1941-1945 гг. посвящено огромное количество научной литературы, пополнение исследований и материалов о вкладе народов СССР в приближение Победы, остается сегодняшним днём по-прежнему вопросом актуальным и необходимым.

При этом, в силу событий последнего времени, именно на примере Многонациональной Победы в Великой Отечественной войне представляется особенно необходимым выстраивать работу по формированию общероссийской гражданской идентичности среди молодежи.

Известный специалист в сфере национальной политики России, экс-глава Республики Дагестан Рамазан Абдулатипов в одном из своих материалов писал следующее: «За всю историю государства российского ни одному захватчику не дано было понять, что движет русскими людьми вместе с представителями разных национальностей и вероисповеданий соборной России, когда они сообща вста-

вали на защиту родной земли.»¹

С этими словами невозможно не согласиться, если хотя бы мельком изучить страницы истории России, начиная с Петровских времен и заканчивая страницами современной России.

Одним из ярчайших эпизодов времен Великой Отечественной войны служит Оборона Брестской крепости. На страницах портала «Живая память» можно найти такое описание событий: «Национальный состав защитников сделал бы честь любому заседанию ООН. Тут были белорусы, осетины, украинцы, узбеки, татары, калмыки, грузины, чеченцы и русские. Всего среди защитников крепости были представители тридцати национальностей. На них надвигалось 19 тыс. отлично обученных солдат, имевших за плечами немалый опыт реальных боёв в Европе».²

Здесь можно вспомнить о чеченце Ханпаше Нурадилове, Герое Советского союза, который уничтожил в боях под Сталинградом 700 гитлеровцев.

Невольно вспоминаются события 400-летней давности – Народное ополчение под предводительством Кузьмы Минина и Дмитрия Пожарского в 1612 году. Тогда представители разных национальностей точно так же вышли на защиту своей Родины. Как справедливо заметил в 2004 году Патриарх Московский и всея Руси Алексей II по случаю учреждения 4 ноября Дня народного единства: «Пусть новый праздник послужит единению народа, осознанию того, что Россия – наша общая Родина. Мировоззренческие, национальные, социальные и другие различия, неизбежные в любом современном государстве, все же не должны препятствовать нашим общим трудам ради процветания Отечества и благоденствия живущих в нем людей».³

Несмотря на то, что возникают попытки разных критиков говорить о том, что дружба народов – это фикция и выдумка коммунистов, изучая историю России, можно убедиться, что именно дружба народов проходит красной лентой через все страницы ее летописи.

О дружбе народов в своих трудах писали и Александр Пушкин, и Расул Гамзатов, и другие великие представители народов. Расул Гамзатов, будучи аварцем по происхождению, в своих трудах нередко поднимал тему подвига многонационального народа СССР во время Великой Отечественной войны. Например, в своей поэме «Солдаты России», написанной в 1951 году, Расул Гамзатов вспоминал подвиг экипажа танка Т-34, в котором находились семь русских и один аварец –

1 В одном строю: Дружба народов обеспечила победу ССР в Великой Отечественной войне. Российская газета. – Федеральный выпуск. – 2020. – №91 (8145).

2 Живая Память. [Электронный ресурс] // Сайт Центральной Библиотечной системы города Канска. URL: <https://www.kanskliv.ru/mb/chitatelju/proekt-zhivaya-pamyat/lektsii/oborona-brestskoj-kreposti>

3 Алексей II: Праздник послужит единению народов. Риа новости. Выпуск от 31.10.2004 года. Электронный ресурс: <https://ria.ru/20051031/41943763.html>

Магомед-Загид Абдулманапов.⁴ Во время событий апреля 1944 года, когда воинами Красной Армии велись разведывательные действия при освобождении Крыма, танкисты были обнаружены немцами и взяты в плен. После жестоких пыток, немцы задали Абдулманапову вопрос: «Они русские, а ты кто? Ты чужой для них». Абдулманапов ответил: «Мы все дети одной матери – Родины». Девятнадцатилетний аварец Магомед-Загид Абдулманапов посмертно удостоен звания Герой Советского союза.

Расул Гамзатов так воспроизвел это в поэме:

«Я буду повторять их неустанно,
Те светлые слова, что произнес,
Смерть презирая, не страшась угроз,
Абдулманапов, горец Дагестана:
«Мы – братья, дети мы одной страны,
Солдаты Родины, ее сыны».⁵

В книге «Мой Дагестан» Гамзатов напомнил еще одно имя – дважды Героя Советского союза, летчика Амет-Хана Султана.

Данные из наградного листа Амет-Хана Султана: «За весь период боевых действий провел 150 воздушных боев, в которых лично сбил 30 самолетов противника, из них один таран, и в группе сбил 19 самолетов противника разных типов...»⁶

Важно подчеркнуть отношение знаменитого летчика к национальному самоопределению из воспоминаний Расула Гамзатова:

«Был у меня знаменитый друг, дважды Герой Советского союза Амет-Хан Султан. Отец у него дагестанец, а мать – татарка... Дагестанцы считают его своим героем, а татары – своим.

– Чей же ты? – спросил я его однажды.

– Я герой не татарский и не лакский, – ответил Амет-Хан. – Я – Герой Советского Союза. А чей сын? Отца с матерью. Разве можно их отделить друг от друга?»⁷

После войны он работал в Лётно-исследовательском институте в Жуковском, где испытывал кресла для катапультирования, в том числе, для космических кораблей.

4 Патриотический интернет-проект «Герои страны». Электронный ресурс: https://warheroes.ru/hero/hero.asp?Hero_id=4772

5 Р.Гамзатов, Мой Дагестан. Дагестанское книжное издательство, 1975. – 290 с.

6 Ко дню рождения легендарного лётчик, дважды Героя Советского союза Амет-Хана Султана. Цахурская газета НУР. Выпуск от 21 октября 2021 года. Электронный ресурс: <http://nur-05.ru/rubriki/news/obshchestvo/item/11369-ko-dnyu-rozhdeniya-legendarnogo-ljotchika-dvazhdy-geroia-sovetskogo-soyuza-amet-khana-sultana>

7 Жизнь как полёт. Полет как жизнь. К дню рождения Великого летчика, дважды Героя Советского союза Амет-Хана Султана. Кавказ сегодня. Информационно-аналитический портал. Электронный ресурс: <https://kavtoday.ru/article/6548>

Путь и подвиги таких героев Великой Отечественной через почти 80 лет найдут своё отражение в наши дни, во время специальной военной операции по демилитаризации и денацификации Украины. Подразделение 25-летнего Нурмагомеда Гаджимагомедова выполняло особые задачи, когда столкнулось с подразделением противника. Враг, прикрываясь мирными жителями как живым щитом, открыл огонь на поражение. Когда боевая машина Нурмагомеда была подбита, он открыл огонь по нападавшим, дав возможность сослуживцам занять круговую оборону и отвлекая внимание на себя. Нурмагомед получил тяжелые ранения, однако, продолжал сражаться до последнего патрона. Оставшейся гранатой он подорвал себя и окруживших его боевиков.⁸

Президент России Владимир Путин на заседании Совета Безопасности говоря о героическом подвиге Гаджимагомедова произнесёт важные слова: «Я русский человек, и, как говорится, у меня в роду кругом Иваны да Марьи. Но когда я вижу примеры такого героизма, как подвиг молодого парня Нурмагомеда Гаджимагомедова – уроженца Дагестана, лацка по национальности, других наших воинов, мне хочется сказать: я лакец, я дагестанец, я чеченец, ингуш, русский, татарин, еврей, мордвин, осетин... Всех из более чем трёхсот национальных групп и этнических групп России просто невозможно перечислить – думаю, вы меня понимаете. Я горжусь тем, что я часть этого мира, часть могучего, сильного, многонационального народа России».⁹

Слова Президента РФ были горячо поддержаны представителями национально-культурных автономий по всей стране, в десятках субъектов состоялись флеш-мобы #Россия_мы, исполненные под запись выступления В.В. Путина, начинающегося со слов: «Я лакец, я дагестанец...».¹⁰

Своей речью Путин перезапустил процесс построения единой российской нации, суть которой сводится к формуле, которую еще много лет назад обозначил всё тот же Расул Гамзатов: «В Дагестане – я аварец, в России – Дагестанец, а за границей – я русский».

Несмотря на положительный резонанс, который вызвало данное обращение и последовавшие за этим видеоролики в поддержку слов Президента РФ, в которых члены национально-культурных автономий, называя свою национальность добавляли формулировку «Я-русский», например, «Я – ингуш, я –русский», в социаль-

8 Подорвал себя и врагов: каким был погибший в ходе спецоперации офицер Гаджимагомедов. Сетевое издание «Звезда». Электронный ресурс: <https://tvzvezda.ru/news/2022341314-ef56D.html>

9 Путин заявил, что гордится быть частью народа России. Новостное издание REGNUM. Электронный ресурс: <https://regnum.ru/news/polit/3523460.html>

10 Ямал подхватил эстафету Всероссийского флешмоба #Россия_Мы Телеканал Губкинский. Новости. Электронный ресурс: <https://vektor-tv.ru/news/yamal-podkhvatil-estafetu-vserossiyskogo-fleshmoba-rossiya-my/>

ных сетях можно было наблюдать и негативные комментарии, связанные с непониманием сопоставления двух национальных идентичностей.

Спустя некоторое время ответ на все вопросы снова прозвучит из уст Президента РФ.

Во время поздравления российских женщин с праздником 8 марта, которое отмечалось через несколько дней после начала специальной военной операции в Украине, В.В. Путин снова вернулся к теме общероссийской гражданской идентичности, вспомнив слова, сказанные Екатериной II: «Я имею честь быть русской. Я этим горжусь. Я буду защищать Мою Родину и языком, и пером, и мечом – пока у Меня хватит жизни...».¹¹

Глава Государства в очередной раз напомнил о национальности Великой императрицы, которая являлась немкой по происхождению. В словах Президента можно усмотреть прямой посыл о необходимости не просто объединения людей, а построения единой российской нации.

В репортажах с передовой в Донбассе мы часто слышим слова: «Работайте, братья!» Как появился этот призыв?

10 июля 2016 года на отдыхавшего с семьей в окрестностях Дагестана Магомеда Нурбагандова, напали пятеро боевиков. Узнав, что Нурбагандов является сотрудником полиции, бандиты затолкали его в машину и увезли в лес, а позже застрелили.¹²

Позже часть боевиков была ликвидирована, а часть задержана. У них был найден мобильный телефон с видеозаписью. После изучения материала стало понятно, что боевики, под угрозой смерти заставляли Нурбагандова призвать в видеообращении своих коллег из правоохранительных органов покинуть службу. Магомед отказался это сделать и произнес: «Работайте, братья!».

Ученый Ф.А. Дорофеев в своем исследовании, посвященном значению подвига Магомеда Нурбагандова, сравнивает эти слова со знаковой фразой Юрия Гагарина перед первым полетом в космос. Они стали знаковыми, как знаменитое «Поехали!» Неудивительно, что именно фраза «Работайте, братья!» стала неофициальным девизом правоохранительных органов России.¹³

«Вы вырастили настоящего Героя» – произнесет Президент РФ Владимир Путин во время встречи с родителями лейтенанта полиции Магомеда Нурбагандова – Героя России (посмертно).

11 Путин процитировал Екатерину II. Риа-новости. Выпуск от 8 марта 2022 года. Электронный ресурс: <https://ria.ru/20220308/imperatrissa-1777100518.html>

12 Работайте, братья! [Электронный ресурс] // материал из Википедии. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki>

13 Убийство Нурбагандова – вызов всей полиции: как юристконсульт стал Героем. [Электронный ресурс] // URL: <https://ria.ru/20180118/1512799893.html>

Нужно обратить внимание на то, что подвиг Нурбагандова вызвал широкий резонанс в обществе, буквально за несколько дней он стал национальным героем. В нескольких регионах России прошли массовые акции с участием молодежи.

Исследователь Ф.А. Дорофеев снова сравнил реакцию россиян на подвиг Нурбагандова с началом эпохи покорения космоса, когда тысячи людей по всей стране выходили на улицы городов под лозунгом: «Космос – наш».¹⁴

Проведя анализ и сравнение разных исторических периодов, можно сделать важный вывод: сегодня мы можем наблюдать важную взаимосвязь между событиями Великой Отечественной войны, когда подвиги представителей разных национальностей Советского Союза помогли победить фашизм, и событиями, происходящими в современной России, когда снова сплоченность людей стала опорой подвигов на фронте. Граждане России обрели чувство национальной идентичности, крепкой связи со своей Родиной.

Исследователи В.М. Капицын и А.А. Симонова называют национальную идентичность объектом, на разрушение которого направлены усилия многих мировых политических сил. С этим мнением трудно не согласиться, ведь, именно благодаря идентичности, о которой в то время не говорили, советский народ смог объединиться перед угрозой.¹⁵

«...К началу Великой Отечественной войны было достигнуто единство нации. Говоря современным языком, вполне возможно было вести разговор о сформированности советской идентичности, что было достигнуто благодаря мощной пропаганде единства народов СССР»¹⁶, – такой вывод делают исследователи А.В. Овчинников и С.Д. Половецкий, и он представляется абсолютно верным.

Важный вывод, который мы получаем сегодня: транслирование примеров героизма людей разных национальностей, являющихся гражданами России, вызывает всплеск патриотизма среди населения, в особенности, среди молодежи.

Молодые ребята, наши современники, ушедшие на горячую передовую в Сирию, на Украине, – они все герои, так сказал о них Президент Российской Федерации. Они продолжают войну с силами зла, нацизмом, который пророс в 21-м столетии.

Трансляция примера Многонациональной Победы ведёт не только к сплочению народов, но и преодолению этнических стереотипов, минимизации кавказо-

14 Дорофеев Ф.А. Подвиг Магомеда Нурбагандова в медийном освещении и его значение. Вестник Нижегородской Академии МВД России. 2017. №4 (40)

15 Капицын В.М., Симонова А.И. Великая Победа в политике памяти: войны за идентичность молодежи. Вестник Московского Государственного областного университета (электронный журнал). 2021. №2. – ISSN 2224-0209. Электронный ресурс: URL: evestnik-mgou.ru

16 Овчинников А. В., Половецкий С. Д., Седых В. В. Преддьюбильные размышления: ценности и смыслы общей памяти о Великой победе // Ценности и смыслы. 2019. № 6(64). С. 6-17.

фобии, исламофобии и других проявлений нетерпимости.

Любой человек понимает, что защитить свою страну во время Великой Отечественной войны можно было только при помощи совместных усилий всех народов Советского Союза. И сегодня ничего не изменилось. Для возрождения России необходимо единство всех ее народов, а также понимание каждым гражданином своей роли в государстве.

Сегодня слова В.В. Путина, сказанные им 4 ноября 2007 года, когда в нашей стране впервые отмечался День народного единства: «Наш нравственный долг, долг всех народов – свято хранить память о непреходящем значении Великой Победы», – звучат как нельзя актуально.¹⁷

«Россия – это понятие о синтезе мужества, ответственности, самоотверженности и безграничной любви всех россиян к своему Отечеству. А если проще – это нерушимая дружба народов, для которых свобода общей Родины ставилась выше любых этнических, религиозных и личных интересов. Иначе, как объяснить, что, рискуя собственными детьми, русские спасали еврейских детей, раненых солдат и партизан разных национальностей. Как постичь то, что, отрезая кусок хлеба от пайки малышей, жители Северного Кавказа и Средней Азии спасали от голодной смерти эвакуированных женщин и детей. Как объяснить и тот факт, что голодные музейные работники сохраняли предметы мировой культуры, хотя, наверное, могли бы обменивать произведения искусства на хлеб насущный. Дружба народов в целом была той национальной идеей, нравственной категорией, которая обеспечила победу советского народа в Великой Отечественной войне» (Р.Г. Абдулатипов).¹⁸

Список использованной литературы

1. В одном строю: Дружба народов обеспечила победу СССР в Великой Отечественной войне. Российская газета. – Федеральный выпуск. – 2020. – №91 (8145).
2. Дорофеев, Ф.А. Подвиг Магомеда Нурбагандова в медийном освещении и его значение. Вестник Нижегородской Академии МВД России. 2017. №4 (40)
3. Гамзатов, Р.Г. Мой Дагестан. Дагестанское книжное издательство, 1975.– 290 с.
4. Капицин, В.М., Симонова А.И. Великая Победа в политике памяти: войны за идентичность молодежи. Вестник Московского Государственного областного университета (электронный журнал). 2021. №2. – ISSN 2224-0209. Электронный ресурс: URL: evestnik-mgou.ru
5. Овчинников, А. В., Половецкий С. Д., Седых В. В. Предъюбилейные размышления: ценности и смыслы общей памяти о Великой победе // Ценности и смыслы. 2019. № 6(64). С. 6-17.

¹⁷ Путин выступил с речью о Второй Мировой войне. [Электронный ресурс] // ИА REGNUM. Выпуск от 1 сентября 2009 года. URL: <https://regnum.ru/news/1201654.html>

¹⁸ В одном строю: Дружба народов обеспечила победу СССР в Великой Отечественной войне. Российская газета. – Федеральный выпуск. – 2020. – №91 (8145).

Электронные ресурсы:

1. Живая Память. [Электронный ресурс] // Сайт Центральной Библиотечной системы города Канска. URL: <https://www.kansklub.ru/mb/chitatelyu/proekt-zhivaya-pamyat/lektcii/oborona-brestskoj-kreposti>
2. Алексей II: Праздник послужит единению народов. [Электронный ресурс] // Риа новости. Выпуск от 31.10.2004 года. URL: <https://ria.ru/20051031/41943763.html>
3. Патриотический интернет-проект «Герои страны». [Электронный ресурс] // URL: https://warheroes.ru/hero/hero.asp?Hero_id=4772
4. Ко дню рождения легендарного лётчик, дважды Героя Советского союза Амет-Хана Султана. [Электронный ресурс] // Цахурская газета НУР. Выпуск от 21 октября 2021 года. URL: <http://nur-05.ru/rubriki/news/obshchestvo/item/11369-ko-dnyu-rozhdeniya-legendarnogo-ljotchika-dvazhdy-geroya-sovetskogo-soyuza-amet-khana-sultana>
5. Жизнь как полёт. Полет как жизнь. К дню рождения Великого летчика, дважды Героя Советского союза Амет-Хана Султана. [Электронный ресурс] // Кавказ сегодня. Информационно-аналитический портал. URL: <https://kavtoday.ru/article/6548>
6. Подорвал себя и врагов: каким был погибший в ходе спецоперации офицер Гаджимагомедов. [Электронный ресурс] // Сетевое издание «Звезда». URL: <https://tvzvezda.ru/news/2022341314-ef56D.html>
7. Путин заявил, что гордится быть частью народа России. [Электронный ресурс] // Новостное издание REGNUM. URL: <https://regnum.ru/news/polit/3523460.html>
8. Ямал подхватил эстафету Всероссийского флешмоба #Россия_Мы [Электронный ресурс] // Телеканал Губкинский. Новости. URL: <https://vektor-tv.ru/news/yamal-podkhvatil-estafetu-vserossiyskogo-fleshmoba-rossiya-my/>
9. Путин процитировал Екатерину II. [Электронный ресурс] // Риа-новости. Выпуск от 8 марта 2022 года. URL: <https://ria.ru/20220308/imperatritsa-1777100518.html>
10. Портал о Дружбе народов «Все мы – Россия!» [Электронный ресурс] // сайт Дома Дружбы Самарской области. URL: <https://www.samddn.ru/novosti/novosti/edinstvo-narodov-vazhnyy-faktor-pobedy/>
11. Работайте, братья! [Электронный ресурс] // материал из Википедии. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki>
12. Убийство Нурбагандова – вызов всей полиции: как юрисконсульт стал Героем. [Электронный ресурс] // URL: <https://ria.ru/20180118/1512799893.html>
13. Путин выступил с речью о Второй Мировой войне. [Электронный ресурс] // ИА REGNUM. Выпуск от 1 сентября 2009 года. URL: <https://regnum.ru/news/1201654.html>

Абазинский язык: вчера, сегодня... завтра?



*Мурат Муков,
руководитель Автономной некоммерческой организации
«Международное объединение содействия развитию
абазино-абхазского этноса «Алашара»*

«...наш язык – настолько богат, силен, удивителен... превосходит для сочинения стихов и для исполнения песен! Если же нам это не удаётся, то виноваты мы, а не язык...»

(Керим Мхце, абазинский поэт)

Я – абазин. Нас настолько мало, что любая проблема, касающаяся абазин в целом, воспринимается, как проблема личная. Мне повезло – я работаю в Международном объединении содействия развитию абазино-абхазского этноса «Алашара» (АНО «Алашара») и по мере сил инициирую проекты и программы, направленные, в том числе, на сохранение истории, языка и культуры моего народа – народа Абаза, а также принимаю непосредственное участие в реализации этих проектов и программ.

На старте, в 2011 году, деятельность «Алашары» по сохранению абазинского языка можно охарактеризовать, как выстраивание партнерских отношений с учеными, работающими в сфере языка народа Абаза, его литературы, истории и этнографии. Долгий период консультаций привел к разработке и реализации в 2014-2018 гг. программы «Абазины и абхазы: сохранение и развитие языков, полевые исследования и архивные материалы» (в партнерстве с Академией наук Республики Абхазии, научный руководитель программы – профессор, академик АНА З.Д. Джапуа). С 2019 г. реализуется «Программа по сохранению и развитию абхазо-абазинского (абаза) языка, литературы и истории» (в партнерстве с Карачаево-Черкесским государственным университетом им. У.Д. Алиева, научный руководитель программы – профессор С.У. Пазов). В рамках указанных программ организуются круглые столы с участием ведущих российских и абхазских ученых, ежегодно проводятся научно-практические конференции, поддерживаются исследовательские и издательские проекты ученых. Качественным результатом деятельности по этому направлению является, в частности, устойчивое присутствие проблематики сохранения абазинского языка в сфере науки.

Обеспечение общественного контроля в сфере преподавания родных языков в образовательных учреждениях Карачаево-Черкессии «Алашара» реализует

через создание в 2017 г. общественной Комиссии, в состав которой вошли руководители ведущих абазинских общественных объединений. Комиссией были проведены проверки качества преподавания абазинского языка в детских садах и школах Абазинского района, проведено социологическое исследование среди городских школьников-абазин. По результатам работы подготовлено обращение на имя Президента КЧР, состоялось обсуждение проблемы сохранения абазинского языка в Общественной палате республики, изысканы дополнительные часы на изучение абазинского языка в школах. Качественным результатом явилось вхождение в 2018 году в проект общественных объединений, представляющих интересы иных народов Карачаево-Черкессии. В новом, общереспубликанском, статусе Комиссия провела мониторинг преподавания родных языков в «национальных» школах республики, инициировала обсуждение проблемы сохранения родных языков в Правительстве республики, а также проведение научно-практической конференции.

Особое значение для качественного преподавания абазинского языка имеет поддержка воспитателей и учителей, преподающих абазинский язык в детских садах и школах. В частности, организовано прохождение курсов повышения квалификации воспитателями детских садов, работающих с детьми на абазинском языке, изданы методические пособия, созданные опытными преподавателями (по результатам экспертизы в РИПКРО эти пособия рекомендованы для использования в детских садах), с участием ведущих методистов ведется работа над созданием новых пособий в помощь преподавателям абазинского языка. Разработаны и передаются в ДДУ и школы дидактические и раздаточные материалы в помощь учителю абазинского языка, в том числе, новых форматах: так, в 2019 созданы дидактические материалы в востребованной детьми форме настольной игры. Качественным результатом данного проекта можно назвать созданную в «Алашаре» систему выявления и поддержки инициатив педагогов, работающих в сфере абазинского языка.

Осознавая, что именно дети и молодёжь как носители родного языка являются социальной основой для его сохранения, «Алашара» строит свою работу, исходя из возрастных особенностей целевой группы, а также её ориентированности на тот или иной источник получения значимой информации, на ту или иную форму активного досуга и т.п. Главная задача проекта – вовлечение детей и молодёжи в сферу активного использования абазинского языка.

Так, для детей дошкольного и младшего школьного возраста сотрудниками «Алашары» (а также в порядке поддержки творческих инициатив) издан первый абазинский Журнал комиксов «Джьюгьяль» (Перекати-поле), созданный по мотивам нартского эпоса, записан Аудиосборник абазинских сказок, преданий и небылиц (в качестве текстовой основы использованы абазинские сказки, собран-

ные основоположником абазинской литературы Татлустаном Табуловым). Создана Интерактивная «говорящая» на абазинском языке мягкая игрушка, переведено на абазинский язык более 30 мультфильмов, издается детский журнал «Шыйач1ва» (Утренняя звезда). При участии «Алашары» на ГТРК «Карачаево-Черкессия» выходит детская передача «Марашта» (созданы куклы главных героев, изготовлены декорации, оформлена студия), в 2017 году поддержана премьерная постановка абазинского кукольного театра «Амара» «Река Загедан» – по мотивам абазинских сказок и на абазинском языке.

На детей среднего и старшего школьного возраста, а также студентов ссузов и вузов ориентированы ежегодные «Фестиваль абазинского языка и литературы», а также Интеллектуальная игра на знание абазинского языка «Ашахв».

Проекты «Алашары», направленные на вовлечение молодёжи в сферу сохранения родного языка, разработаны в форматах, востребованных именно молодёжной аудиторией, а именно: обучающие приложения для гаджетов, игра КВН на абазинском языке.

Отдельную группу проектов, реализуемых «Алашарой», составляют проекты, в которых целевой аудиторией выступают все абазины, весь народ Абаза.

В первую очередь, мы говорим о такой классической форме, как курсы родного (абазинского) языка, организуемые на базе офиса «Алашара».

Также «Алашара» продолжает поддерживать творческие инициативы, направленные на активное вовлечение абазин в среду абазинского языка. Так, в 2021-2022 годах поддержана инициатива Государственного абазинского драматического театра о постановке спектакля на историческую тему «По следам махаджиров» (при поддержке «Алашары» сшиты сценические костюмы, созданы декорации и реквизит спектакля, приобретено оборудование).

«Алашара» считает увековечение памяти о людях, внесших значительный вклад в сохранение абазинского языка и литературы, важным фактором сохранения языка. Так, в 2017 г. в Черкесске установлена памятная доска в честь народного писателя КЧР Джемуладина Лагучева, а в 2021 г. – памятник кавказоведу Анатолию Генко в селе Красный Восток.

К новым проектам, которые, как мы считаем, определяют вектор деятельности «Алашары» в сфере сохранения родного языка на ближайшую перспективу, можно отнести:

1. проект «Создание языковой среды в аулах»: в рамках текущего этапа администрациям и домовладельцам в абазинских аулах предложено разместить уличные таблички и указатели на абазинском языке, изготовление которых приняла на себя «Алашара»;

2. проект «Создание игровых и документальных фильмов на абазинском языке»: на сегодняшний день «Алашарой» созданы семь документальных фильмов, посвященных абазинским ремеслам, традициям и семейным обрядам. Фильмы созданы на абазинском языке, либо с активным использованием абазинских названий ремесел, обрядов, традиций, отдельных операций. Фильмы размещены в свободном доступе в сети интернет. Мы считаем, что вовлечение зрительской интернет-аудитории (преимущественно молодежной) в сферу абазинского языка через обращение к истории, культуре, ремеслам своего народа средствами кино – это перспективное направление в деле сохранения и развития родного языка.

Знаковым событием в сфере сохранения абазинского языка явилось создание в 2021 году первого абазинского игрового полнометражного фильма «Три брата». Фильм, глубоко этнический по своей идее и в визуальных средствах, несомненно, явится значимым фактором сохранения родного языка, вовлекая в его среду зрителей-абазин.

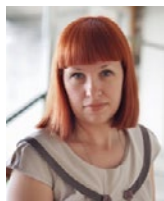
3. Проект «Создание подкастов на абазинском языке». Он находится в стадии проработки тематического плана, ориентирован на абазинскую молодежную интернет-аудиторию, которой будет предоставлена возможность обращения к еженедельным тематическим подкастам, рассказывающим на абазинском языке об истории и культуре народа Абаза.

4. Проект «Языковой лагерь «Адзапш». Его идея – вовлечение подростков и студентов в сферу родного абазинского языка методом языкового погружения, успешно применяемом при обучении иностранным языкам. В нашем случае мы планируем обеспечить положительное влияние на молодых абазин таких факторов, как относительная изолированность языкового лагеря, его программная, методическая и кадровая обеспеченность, а также само место проведения лагеря, расположенное на древних землях абазин.

Проект реализуется при поддержке Ростуризма, предоставившего «Алашаре» грант на создание базового туристского лагеря в Урупском районе Карачаево-Черкессии. Основное предназначение создаваемого лагеря – площадка для проведения социально ориентированных проектов и программ, в том числе проекта «Языковой лагерь».

В заключение необходимо сказать, что «Алашара» – очень динамичная структура во всём, что касается сферы сохранения родного абазинского языка, отвергающая неэффективные формы работы и постоянно обращающаяся к новым идеям.

Пресс-релиз как инструмент общественника: приглашаем журналистов на мероприятие



*Мария Андреева,
Руководитель отделения Гильдии
межэтнической журналистики в Воронеже,
преподаватель факультета журналистики ВГУ*

Сегодня уже никому не надо объяснять необходимость информационного сопровождения деятельности любого НКО. Взаимодействие со СМИ – обязательная часть этой деятельности. Общественники приглашают журналистов на свои мероприятия, становятся героями публикаций и телевизионных программ, используют самые разные средства массовой информации, чтобы проинформировать людей о проводимой работе и пригласить на свои выставки, концерты, лекции и т.д. Таким образом, умение находить общий язык с журналистами необходимо любому, кто занимается общественной деятельностью. Однако это не так просто, как может показаться. Что же надо учитывать в общении со СМИ?

Создавая любое, даже самое лаконичное информационное сообщение, мы должны учитывать три значимых фактора:

- кому мы рассказываем
- что мы рассказываем
- как мы рассказываем.

Неслучайно первостепенным в данном случае является адресат сообщения. Каждый общественник в своей работе общается с разной аудиторией. Самые основные наши партнеры – это, например, представители органов государственной власти, чиновники; коллеги-общественники; журналисты; широкая аудитория – те самые «обычные» люди, на кого и направлена наша работа. Каждому из них необходим свой подход – язык, выбор фактуры и материала.

Так, журналист всегда исходит из потребностей своей аудитории. Для него главное – будет ли читать/смотреть/слушать это моя аудитория, мой читатель/зритель/слушатель? Интересно ли это будет?. Соответственно, выбирая фактуру для журналиста, надо понять: а важно ли это простому человеку, интересно ли это ему? Заставят ли те факты, которые вы представляете на суд журналиста (равно «публики») заинтересоваться обычного человека? Соответственно, для журналиста не так важно будет, на чьи средства проводится мероприятия, с какими целями государственной национальной политики оно соотносится, какие статусные лица

его посетят. Гораздо важнее – будет ли оно ярким, красочным, будет ли проходить в удобное время и в удобном месте, будут ли там какие-то активности, интересные широкому кругу аудитории.

Так, определившись с первым вопросом («Кому мы рассказываем?»), мы уже ответили на второй вопрос («Что мы рассказываем?»): отбираем самую главную фактуру, которая заставит сначала прочитать анонс мероприятия, а затем и посетить его. Помните: для журналиста важно событие – то, что интересно широкой аудитории. А событием не может быть встреча или совещание официальных лиц, выход некоего документа (пусть даже важного). Если вы хотите рассказать о такой встрече или документе, сконцентрируйтесь на том, что даст рядовому человеку эта встреча или документ, чем они будут ему полезны. Именно это важно, именно это привлечет внимание аудитории и журналиста.

Ответ на третий вопрос «Как рассказываем?» также напрямую связан с первым. Журналистский стиль подразумевает легкий слог, отсутствие канцеляризм («в рамках данного мероприятия», «в целях реализации...», «в соответствии с целями и задачами») и длинных и сложных предложений. Обязательно укажите на яркость, интерактивность, массовость вашего мероприятия. Важными словами для привлечения внимания будут «впервые» (если ваше мероприятие проходит впервые или на нем впервые что-то презентуется), «бесплатно» (например, вход бесплатный, посетители могут бесплатно чему-то научиться, увидеть и тп), «единственный» (например, единственный в вашем городе концерт какого-то исполнителя, единственная встреча с интересным гостем, единственный раз покажут какой-то редкий предмет культуры или быта). При этом важно избегать воспитательности, назидательности, даже если ваше мероприятие имеет четкие воспитательные цели: как правило, назидательные фразы выглядят пустыми и пафосными, смотрятся чужеродно. В конце концов, убедить и воспитать должно само мероприятие, его содержание и пример, а не общие фразы в новости или анонсе.

Все эти факторы важно иметь в виду при составлении пресс-релиза. Ведь это один из главных инструментов общественника при работе с журналистами и приглашении их на мероприятие.

Простейшее и самое понятное определение пресс-релиза таково. Пресс-релиз – это новость для журналистов. В этом определении есть все, чтобы понять, чего ждет от пресс-релиза журналист, каким должен быть этот документ.

Как новость, пресс-релиз должен обладать такими свойствами:

- новизна;
- актуальность;
- информативность.

Соответственно, в нем должно быть нечто новое, актуальное. Он должен содержать в себе всю необходимую информацию о мероприятии. И он должен быть предоставлен журналисту оперативно: в случае анонса – заранее, в случае сообщения о прошедшем мероприятии – в этот же день или, в крайнем случае, утром следующего дня.

Как сообщение для журналистов, пресс-релиз должен обладать теми свойствами, о которых мы говорили выше: актуальная для массовой аудитории информация, простой и живой стиль сообщения, указание на значимые моменты.

Существуют различные виды пресс-релизов:

1) Информационные – содержат какую-либо информацию, которую необходимо донести до общества. Например, о создании нового проекта, открытии какого-то центра, выпуске книги или фильма и тп.

2) Анонсирующие – извещают о том, что в скором времени произойдет определенное событие, приглашающие принять в нем участие, например в качестве зрителя. Это могут быть выставки, фестивали, концерты, лекции, встречи с артистами и тп.

3) Рекламные – профессионально составленное сообщение, интересное широкому кругу.

4) Пиар-ориентированные – своеобразная сводка, содержащая данные о прошедшем мероприятии (имена участников, итоги, любопытные нюансы и т.д.).

5) Динамические – довольно новый и современный тип, который хорошо воспринимается молодежью. Как правило, это не текст, а аудио или видео-материал, графика, иногда даже анимация.

Конечно, НКО чаще всего используют анонсирующий или информационный пресс-релиз. Однако если у вас есть специалисты, умеющие работать со сложным современным мультимедийным контентом, вы вполне можете использовать и динамический пресс-релиз (например, для публикации в социальных сетях). Особенно он пригодится, если вы работаете с молодежной аудиторией.

Пресс-релиз имеет четкую, проверенную структуру, которой надо придерживаться. Он строится по принципу «перевернутой пирамиды». Суть его в том, что весь материал структурируется и представляется в тексте от более важному к менее важному.

Начинается текст с заголовка – самого главного, что вы хотите сказать о своем мероприятии. По сути это предложение, которое дает ответ на основные вопросы: «Что? Где? Когда? Как? Почему/Для чего?». Например, таким заголовком может быть: «14 февраля в городском парке сожгут самое большое масленичное чучело». Или: «14 февраля горожан бесплатно накормят блинами и устроят хороводы». Это

и будет основанием вашей перевернутой пирамиды.

Далее необходимо расширить эту самую главную информацию, так же располагая ее от самого значимого к менее значимому. В следующем абзаце надо рассказать важные подробности о мероприятии: где именно оно будет проходить, время начала, какова программа, что самое интересное ждет участников, условия этого участия. Здесь же желательно представить цитату организаторов или какого-то значимого лица. Однако и она должна отражать суть мероприятия, нести важную информацию о нем, а не просто быть какими-то формальными словами или пусть социально значимыми, но отвлеченными (например, о необходимости сохранения традиций, воспитания толерантности и тп).

Еще «ниже» по тексту располагается менее важная информация, которую, тем не менее, надо указать в пресс-релизе. Как правило, это сведения об организаторах мероприятия и их партнерах, о средствах, на которые оно проходит, о его целях и задачах. Не стоит выносить эти данные в начало пресс-релиза: они мало интересны и простым участникам, и журналистам, это совсем не то, что привлечет их.

В самом низу пресс-релиза можно разместить справочную информацию: например, о празднике, который вы будете отмечать, о приглашенных лицах или же об истории вашей организации как основного участника и инициатора, об истории вашего проекта, в рамках которого и проходит мероприятие.

Не забудьте указать контактные данные того, к кому журналисты могут обратиться за разъяснениями и уточнениями (почта, телефон, данные соцсетей) и оперативно получить ответ.

Не стоит перегружать ваш пресс-релиз деталями и лишней информацией. Он должен хорошо читаться и занимать страницу (максимум полторы) текста.

Еще несколько рекомендаций, которые могут повысить успешность вашего пресс-релиза:

1. Избегайте сложных оборотов, сложных предложений, канцеляризмов. Все аббревиатуры должны быть расшифрованы или понятны, общеупотребимы. Пишите простым, понятным и живым языком.

2. Проверяйте ваш текст на грамотность, не допускайте орфографических и пунктуационных ошибок, они снизят доверие к вашему материалу.

3. Формулируйте тему письма кратко.

4. Уделяйте внимание заголовку. Он должен быть лаконичным и при этом ярким, привлекающим внимание.

5. Ваш текст должно быть удобно и приятно читать. Делайте хорошие интервалы между строчками, не забывайте про абзацы, заголовков выделяйте полужирным шрифтом. Избегайте сложных шрифтов, злоупотребления различными цве-

тами, не превращайте ваш пресс-релиз в нечто аляпистое и слишком яркое.

8. Заранее создайте шаблон пресс-релиза со своими контактами: информация о компании, название, логотип, адрес, номера телефонов, сведения о контактных лицах.

9. Позаботьтесь о «картинке» – приложите фотографию, которой можно проиллюстрировать вашу новость. Но прикладывайте только те фотографии, на которые у вас есть авторские права и разрешения людей, на ней изображенных. Нельзя допустить, чтобы у СМИ, которое поставит ваше фото, потом были проблемы из-за его публикации.

Важный вопрос – срок отправки пресс-релиза. Лучше, конечно, ориентироваться на сроки выхода конкретных СМИ вашего региона: в еженедельное издание его надо отправлять, конечно, заранее. А вот в электронные СМИ – за два-три дня, но не прямо накануне события. Надо, чтобы журналисты успели запланировать и публикацию, и посещение вашего мероприятия.

Ну и еще одна, очень простая и очень важная рекомендация. Самое лучшее, что вы можете сделать для презентации своей деятельности в СМИ, – это наладить конструктивное и даже дружеское общение с ними. Не стоит пытаться заставить журналистов делать всё так, как считаете нужным вы. Любой журналист лучше знает, как подать информацию для своего издания или для своей аудитории. Ну а если где-то он допустил фактическую ошибку, не надо ругаться с ним: позитивный мягкий разговор всегда лучше и эффективнее обвинений и конфликта. Если ваши отношения с журналистами станут прочными и взаимовыгодными, это пойдет на пользу информационному сопровождению вашей деятельности и принесет много пользы.

ЭтноБлогинг: инструмент развития территории, этнотуризма



*Эльвира Куклина,
Руководитель Ресурсного центра в сфере национальных
отношений и поддержки гражданского общества
г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл*

С ускоренным развитием информационных технологий и способов, форм передачи и получения информации меняется формат продвижения территории с точки зрения привлекательности для жизни, инвестиций в различные проекты и как туристического объекта. В распространении информации о территориях и туризме активное участие принимают блогеры, в частности, путешественники, которые, посещая регионы, рассказывают об этом на своих страницах в социальных сетях. Многие из них себя называют тревел-блогерами. И в последнее десятилетие набирает популярность ЭтноБлогинг.

По определению организаторов социально значимого образовательного этнотуристического проекта «ЭтноБлогинг тайм», сам термин «ЭтноБлогинг» означает деятельность по ведению этноблога (страницы, дневника на этнотематику). Этноблогеры ведут свой блог, дневник, страницу в любых социальных сетях.

При этом они акцентируют внимание друзей, подписчиков, пользователей на «ЭТНО»: том, что связано с народом и его культурным богатством. Они поддерживают дружбу между народами, выступают за сохранение и продвижение языков, культур, традиций и обычаев [2].

ЭтноБлогинг можно рассматривать как инструмент развития и продвижения этнолидера, эксперта и специалиста в сфере национальных отношений, культуры.

В свою очередь, этноблогерство является инструментом развития и продвижения территории, этнокультурных некоммерческих организаций, этнического и этнографического туризма, в целом этнокультурного туризма. При этом этноблогеры могут стать помощниками в развитии и продвижении этнотуризма, могут стать пиарщиками культуры, культурного наследия народов.

Особо важная роль в развитии территории отводится маркетинговой составляющей – территориальному маркетингу или маркетингу мест.

По мнению экономиста, маркетолога Филипа Котлера, существуют четыре основные стратегии маркетинга территории: имиджевый маркетинг, маркетинг достопримечательностей, инфраструктурный маркетинг, маркетинг людей.

Маркетинг достопримечательностей связан с позиционированием и продвижением территории через культурно-исторические и природные объекты [3]

Основываясь на этой стратегии, преподаватель Института экономики, управления и права (г. Казань) О.Н. Артеменко подчёркивает четыре рыночные позиции региона, которые следует рассматривать в комплексе:

- позиция региона как уникальной, самобытной территории;
- позиция региона как территории с благоприятной инфраструктурой;
- позиция региона как территории с высоким уровнем качества оказываемых услуг;
- позиция региона как территории для отдыха и развлечений [1].

Термин «туризм и путешествия» принят в международной практике для обозначения индустрии туризма.

И сегодня мы говорим об одном из направлений современного туризма – этнокультурном туризме. Он включает в себя этнический, этнографический, эколого-этнографический, антропологический (туризм образа жизни), этнопознавательный и ностальгический туризм, также к этой категории можно отнести аборигенный туризм и джайлоо-туризм [5].

Постепенно и незаметно позицию по продвижению территории, этнокультурного туризма могут занять наравне с тревел-блогерами и этноблогеры. В первую очередь, они начинают рассказывать о тех местах, где сами проживают. Через свои страницы в социальных сетях передают информацию о тех достопримечательностях, которые их окружают. Тем самым начинают привлекать внимание пользователей интернета и зарождают интерес к посещению территории.

Следующий момент для тревел-блогеров и этноблогеров – свободные путешествия по стране и миру. При этом задача этноблогеров посмотреть, изучить и показать другим людям, будущим посетителям конкретной местности, этносоставляющую территории.

В рамках одного из популярных проектов по этноблогерству – «Этноблогинг тайм» – участники создают этнотуристические маршруты под названием «Путь этноблогера». Они изучают и анализируют информацию по существующим туристским и туристическим объектам. На данный момент такая работа ведётся в Республике Марий Эл.

В целом, этноблогеры могут создавать свои этнотуристические продукты и услуги, активно участвовать в маркетинговых действиях по повышению узнаваемости бренда и его продуктов, увеличению целевой аудитории и стимулированию продаж – привлечению туристов.

На сегодняшний день разработчики и организаторы проекта «ЭтноБлогинг

тайм» – Автономная некоммерческая организация «Культурно-информационный центр «ИНТЕЛЛЕКТУАЛ» в рамках подписанного соглашения о сотрудничестве с Министерством молодёжной политики, спорта и туризма Республики Марий Эл приступают к подготовке Концепции медиасопровождения и позиционирования Республики Марий Эл в качестве перспективной туристической территории [4].

Способы привлечения туристов через ЭтноБлогинг:

1. Привлечение внимание к посещению территории – малой родины этноблогеров: деревни, села, станицы, хутора, аула, города.
2. Рассказ о своих свободных путешествиях по стране, миру, популяризация этнотуристических объектов.
3. Создание собственных этнотуристических маршрутов «Путь этноблогера».
4. Анализ существующей инфраструктуры туризма; проектная деятельность.
5. Освещение проектной деятельности в сфере туризма и участие в проектах по этнотуризму.

Список использованной литературы

1. Артеменко О.Н. Региональный туризм как инструмент развития территории / Актуальные проблемы экономики и права. – Казань, 2013. № 2 – С. 12
2. Куклина, Э.В. ЭтноБлогинг как инструмент развития территории / Э.В. Куклина// Этноузоры Марий Эл. Выпуск 1/2019. – Йошкар-Ола, 2019. – С.115-119.
3. Котлер Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер: пер. с англ. М. Аккая. – СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005. – 379 с.
4. Этноблогеры большой страны – 17.02.2022 г. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://etnoblogingtime.ru> (дата обращения: 18.05.2022).
5. Этнокультурный туризм – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Этнокультурный_туризм (дата обращения: 18.05.2022).

Этнобрендинг территорий: дань моде или новый инструмент сохранения аутентичности



*Эльмира Самохина,
Член правления Фонда социальной активности «Идея»,
г. Полевской, Свердловская область*

Понятие бренда территорий как инструмента развития и управления, в том числе человеческим капиталом, сравнительно недавно вошло в стратегию повышения конкурентности территорий, формирования их привлекательного и уникального образа. Этнобрендинг основывается на принципах поиска идентичности, яркого визуального образа на основе особенностей территории, ее системе ценностей и этнокультурном потенциале.

Что нужно учесть при решении задачи этнобрендинга территории, чтобы получить источник роста социокультурного потенциала региона?

Первое – нужно создать команду из экспертов, представителей городских сообществ и городских активистов, представителей власти и бизнеса. Возможно, что эта активность может исходить от общественной организации, поскольку главы муниципальных образований явно недооценивают роль брендинга территорий, не понимая сути явления для маркетинга территории, например, в области экономики впечатлений. В администрациях муниципальных образований, как правило, отсутствуют специалисты по брендингу и маркетингу территорий, хотя эту работу можно выполнить на условиях аутсорсинга.

Второе – общественники могут начать сбор информации через анкетирование местных жителей, желательно это сделать во время подготовки и реализации конкретного этнокультурного проекта, чтобы обеспечить максимальную вовлеченность жителей и учесть их интерес. Большую роль здесь играет анализ медиаконтента СМИ, как традиционных, так и сетевых изданий.

Третье – с участием привлеченных экспертов необходимо начать создание меморативного ландшафта территории, с учетом архитектуры места, ее известности на региональном, российском и даже международном уровне, культурных традиций и существующих творческих проектов. Такая исследовательская работа позволит определить уникальные культурные и исторические коды, которые станут базисом для поиска визуального образа этнобренда.

Четвертое – на основе меморативного ландшафта можно создать туристический маршрут, который включает в себя особенности территории, интерактивное действие (мастер-классы, использование театральных включений и реконструкции событий). Найденный образ отразить в линейке сувенирной продукции, также отражающей уникальность места. Здесь лучше отказаться от стандартного брендбука (типовые кружки, кепки и магниты и т.д.), поскольку людям важнее увезти собой «историю и образ места», запечатленные в неожиданной версии. Кстати, в этом случае хорошо помогает составление эмоциональной карты территории, основанной на местных мифах и легендах, на воспоминаниях местных жителей. Это может быть отдельным полиграфическим продуктом, где можно прочесть историю места через созданные образы. Компактная презентация места через собранные образы-символы может послужить для развития проекта в другом направлении: создание анимационного фильма, написание сказки, выпуск серии открыток, организация передвижной выставки.

Пятое – после наращивания эмоционального и информационного потенциала бренда необходимо подумать об организации событийного мероприятия, которое концентрирует все собранные идеи и позволяет достичь «wow-эффекта» в короткий период времени. Любое событийное мероприятие основывается на уникальной идее, которая «работает» на экономику впечатлений через точки входа малого и среднего бизнеса. Здесь важна поддержка власти, которая заинтересована в развитии внутреннего туризма, этнокультурном взаимодействии регионов,

Фонд социальной активности «Идея» создан на территории Полевского городского округа Свердловской области. Особенность развития территории, являющейся частью горно-заводской цивилизации, повлияла и на поиск идей, отражающих уральскую идентичность. Первым бренд-менеджером Урала стал краевед и писатель П.П. Бажов, создавший цикл сказов «Малахитовая шкатулка». Большая часть сказов географически привязана к Полевскому району. Вторая особенность территории, относящейся к типу моногородов, то, что здесь проживают представители более 160 национальностей. Третья особенность – через территорию, связанную с темой развития древней металлургии и камнерезного искусства, проходит граница Европы-Азии.

Ключевым проектом Фонда стала «Мраморная миля»: форум идентичности». Первоначально было проведено исследование территории с участием экспертов, организованы интервью с местными жителями. Разработан туристический маршрут «Мраморная миля» с учетом выявленных кодов территории. Благодаря продвижению проекта через выступления на различных площадках (конференциях, круглых столах, конкурсах по развитию туризма) сформирован бренд «Мраморная

миля», а сам мрамор стал источником роста проекта.

Вслед за туристическим маршрутом, начиная с 2018 года, был организован фестиваль скульпторов из разных стран мира. Поскольку срок реализации проекта вместе с подготовительными мероприятиями достигает шести месяцев, важно было вовлечь местных жителей в обсуждение эскизов арт-объектов, обсуждение роли городской скульптуры в развитии привлекательности территории через организацию круглых столов с участием экспертов, академию домашнего проектирования и школу гидов-волонтеров. Встречи местных жителей со скульпторами из разных стран мира во время их трехнедельного пребывания на территории стали одним из инструментов народной дипломатии – познание культуры других народов через дискуссии, совместные трапезы. С 2018 года в фестивале приняли участие скульпторы из 8 стран, на туристическом маршруте побывали представители 19 стран.

С созданием скульптур появилась новая идея и новое направление – создание парков на заброшенных территориях. Так появился Евразийский сад вокруг скульптуры «Европа – Азия» Тани Премиггер (Израиль). В посадке принимают участие представители объединений разных народов. Второй парк появится на территории предприятия-партнера «Уральский мрамор» – Парк культуры народов Мира заложен в мае 2022 г. Проекты создаются при обсуждении с местными жителями, экспертами, представителями муниципальной власти.

Главное событийное мероприятие фестиваля скульпторов – «День мраморной музыки» на дне мраморного карьера. При участии студентов Екатеринбургской академии современного искусства разработана линейка сувенирной продукции. А при взаимодействии с четырьмя вузами Екатеринбурга – УрФУ, УрГАХУ, ЕАСИ, УрГЭУ – создается образовательный кластер для реализации проектов в области этнобрендинга и маркетинга территории, в которых главными действующими лицами будут местные жители и студенты профильных вузов.

Презентация тематических хабов Всероссийской программы «ЭтНик: ресурсное сообщество» на III Общероссийской конференции «Устойчивое развитие этнокультурного сектора»

Тематический хаб «Информационные и медиапроекты в этнокультурной сфере»

Цель – повышение уровня компетенций представителей этнокультурного сектора в сфере информационного сопровождения деятельности, написания и реализации информационных и медиапроектов.

Задачи:

1. Создание методических рекомендаций по информационному освещению деятельности этнокультурного НКО написанию и реализации информационных и медиапроектов.
2. Организация и проведение обучающих мероприятий, направленных на повышение эффективности использования и выстраивания информационного пространства деятельности этнокультурных НКО.
3. Организация и проведение обучающих мероприятий, направленных на повышение эффективности по написанию и реализации информационных и медиапроектов.

Эксперты:

НИКОЛАЕНКО Ирина Валерьевна, куратор тематического хаба, специалист в области управления, стратегического планирования и применения системного подхода в управлении информационными и медиа проектами.

Челябинская область, г. Челябинск.

АНДРЕЕВА Мария Александровна, специалист в области межэтнической журналистики, информационного сопровождения.

Воронежская область, г. Воронеж.

БЕЛЬТЮКОВА Елизавета Андреевна, специалист в области SMM-продвижения проектов в сфере национальных отношений, создания визуальных материалов, член правления Общественной организации «Общество русской культуры Удмуртской Республики».

Удмуртская республика, г. Ижевск.

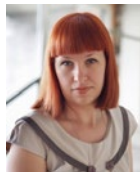
ВИТКОВСКИЙ Юрий Сергеевич, специалист в области методологического сопровождения всех этапов реализации проектов в сфере межнациональных отношений.

Ставропольский край, г. Ставрополь.

УШМАЕВА Галина Леонидовна, эксперт в области реализации и сопровождении информационных и медиа проектов, вывод этнокультурных проектов в информационное поле.

Самарская область, г. Самара.

На что стоит обратить внимание при работе с журналистами



*Мария Андреева,
Преподаватель факультета журналистики
Воронежского государственного университета*

Мой вебинар открывал в проекте серию вебинаров ресурсной площадки. Он был посвящен взаимодействию с журналистами и, в частности, созданию и распространению пресс-релиза как основного инструмента этого взаимодействия. Мы говорили о том, что очень важно говорить на одном языке с журналистами – это значит говорить просто, понятно, кратко и выделить изюминку вашего мероприятия, то, что отличает его на фоне других аналогичных событий.

Конечно, сегодня часто можно услышать, что классические СМИ теряют свой вес, свою силу. СМИ меняются вслед за обществом, и то, что мы совсем недавно считали сайтом новым медиа, сегодня он совсем уже не новый. Мы находимся в постоянной гонке за новизной, исключительностью, мы тоже меняемся. И главный совет при всех возникающих условиях – подружиться с журналистами, понять, как с ними разговаривать на их языке, сделать их своими друзьями, вот тогда они будут вашими партнерами, вашими коллегами. Это возможно и не так сложно, как кажется. Это станет, наверно, самым эффективным условием вашего продвижения как лидера, вашего НКО, ваших мероприятий.

Об упаковке своих продуктов



*Юрий Витковский,
Руководитель проекта Медиа Центра национальной
культуры и искусств народов Северного Кавказа
«Живая Традиция» Ассоциации содействия
развитию предпринимательства «Рассвет»,
г. Ставрополь*

У нас есть такая поговорка: «Встречают по одежке, провожают по уму». Здесь все эксперты в своих отраслях, и перед всеми стоит единая задача: надо учиться, господа, красиво не только одеваться, но и упаковывать свой продукт. Потому что визуализация в современном, медийном пространстве, в сети интернет, она весьма актуальна.

Есть такой термин – «мягкая сила». Правильно сформированный образ, упакованный в двухминутный ролик, очень хорошо «заходит» и подрастающему поколению, и старшему поколению. Наш хаб специалистов, собранных организаторами, и создан для того, чтобы мы помогли нашему некоммерческому сектору создавать современный контент визуальный, мультимедийный, чтобы это было узнаваемо, брендировано и классно.

В этом суть. Вторая поговорка на сегодня: «Краткость – сестра таланта», поэтому, передаю слово другому хабу.

О структуризации работы в медиа пространстве



*Галина Урмаева,
Руководитель АНО «Ресурсный центр в сфере
национальных отношений Самарской области»
«Все-мы Россия»*

Сегодня мы уже все понимаем, что медиа пространство стало неотъемлемой частью нашей окружающей среды. Это сплетение социальных сетей, различных аудио-ресурсов, зрительных образов, цифровых платформ и площадок, где люди взаимодействуют друг с другом, общаются, создают и воспринимают самые различные виды контентов и тех проектов, которые мы с вами вместе создаем, создавали, и надеюсь, будем создавать в будущем.

Поняв сущность и структуру медиа пространства как единой системы, мы открыли огромные возможности коммуникации, привлечения новой аудитории, создания полноценных проектов, которые имеют различные форматы. И теперь национальная политика с разных точек зрения интересует множество людей. Здесь, как ни странно, надо сказать «спасибо» корона вирусу, потому что в условиях пандемии все мы посмотрели совсем по-другому на информационное пространство, открыли новые возможности и до сих пор успешно все активно используем онлайн формат.

Кроме этого, ситуация помогла нам познакомиться с новыми видами ответственности в информационном пространстве, за смысловую, идейную нагрузку публикуемых материалов, за нашу деятельность, наши мероприятия. Каждый из нас своей деятельностью заработал уже определенную информационную репутацию, и я думаю, что большинство здесь присутствующих успешно ее поддерживают.

Кроме того, мы получили возможность открытой оценки своей деятельности, которая нас поначалу отчасти пугала, но стала заметным стимулом.

Хотелось бы отметить, что сегодня существует масса инструментов, форм и методик работы, которые способствуют в целом формированию достаточно продуманных медиа. Но они растут, как грибы, в большом количестве. Мастер-классы, которые проводятся специалистами по медиа, иногда приводят к каким-то хаотичным движениям, дезориентации, именно вследствие такого большого количества. Я очень надеюсь, что мы как медиа хаб продолжим структурированную работу, системную, постоянную с членами наших организаций по вопросу подбора, проработки, осмысления контента, который публикуют люди на своих личных страницах. И безусловно, на общественных ресурсах необходимо продолжение проведения мастер-классов по созданию текстов, работе в социальных сетях, подбору и созданию видео.

Когда мы с коллегами готовились к поездке сюда, на конференцию, поступил запрос о проведении дополнительных мастер-классов в национально-культурной организации по медиа планированию, по стратегическому планированию, которое в дальнейшем им поможет выстроить хорошую информационную кампанию. Мы, конечно же, своим хабом готовы оказать поддержку в создании и в сопровождении ваших медиа проектов, если вы к нам обратитесь, мы вам никогда не откажем.

В завершение своего выступления хочу сказать, что мы с вами проделали огромную работу и наш с вами опыт бесценен. Надеюсь, что мы будем двигаться так дальше, вместе, вперед, ведь успех любого проекта, прежде всего, зависит от его команды.

Тематический хаб «Массовые акции, выставки, фестивали в этнокультурной сфере»

Цель – создание общих рекомендаций по проведению массовых мероприятий в сфере межнациональных отношений.

Задачи:

1. Мониторинг проведения массовых мероприятий в сфере межнациональных отношений.

2. Анализ собранного материала и разработка методических рекомендаций, выработка единого подхода к проведению массовых акций, выставок, фестивалей на примере лучших практик.

3. Создание базы данных с образцами сценариев проведения массовых акций, выставок, фестивалей для дальнейшего тиражирования с учётом регионального компонента.

Эксперты:

МЕЛЬНИКОВА Анна Ивановна, куратор тематического хаба. Работает в сфере межнациональных отношений с 2013 года. Занимается подготовкой и проведением массовых мероприятий в сфере межнациональных отношений, в том числе акций, фестивалей, концертов, художественных выставок и мастер-классов.

Ленинградская область

КАРАМАН Ирина Петровна, специалист в организации и проведении культурно-массовых мероприятий в сфере национальной политики (этнофестивали, межрегиональные ярмарки, ремесленные форумы, вечера национальной поэзии). Директор Ресурсного центра в сфере национальных отношений Тульского регионального отделения Общероссийской общественной организации «Ассамблея народов России»

Тульская область, г. Тула

НАСТАУШЕВА Орынкул Байтурсыновна. Имеет большой практический опыт в организации и проведении региональных фестивалей, праздничных концертов, научных конференций, межнациональных молодёжных форумов, в том числе по составлению сметы, договоров с юридическими и физическими лицами. Руководитель Член Совета Общероссийской общественной организации «Федеральная национально-культурная автономия казахов России»

Новосибирская область, г. Новосибирск.



*Анна Мельникова,
Главный специалист отдела межнациональных и
межконфессиональных отношений ГКУ ЛО
«Дом дружбы Ленинградской области».
Руководитель Ресурсного информационного центра*

Я работаю в сфере культуры с 1988 года, а в сфере межнациональных отношений с 2013 года, занимаюсь подготовкой и проведением массовых мероприятий в сфере межнациональных отношений – это акции, фестивали, концерты, художественные выставки, но больше всего люблю заниматься именно выездными акциями на разные темы, разной направленности. Это обусловлено спецификой нахождения нашего учреждения. Мы называемся Дом дружбы Ленинградской области, но находимся в центре Санкт – Петербурга, в историческом здании, особняке XVIII века. У нас нет полноценного концертного зала, только небольшая придомовая территория, открытая площадка. Поэтому все мероприятия мы проводим в Ленинградской области, и для нас очень важно именно очень четкое взаимодействие с партнерами и, в первую очередь, с органами государственной исполнительной власти на местах.

Другой участник нашей площадки Ирина Караман является директором Ресурсного центра в сфере национальных отношений Тульского отделения Ассамблеи народов России, руководителем национальной группы Гагаузской культуры Тульской области. Ирина – специалист в организации и проведении культурно-массовых мероприятий, в том числе этнофестивалей, межрегиональных ярмарок, вечеров национальной поэзии. Также в копилке Ирины – создание Центра национальных культур в деревне Лобже. Центр был создан по инициативе Совета и Ресурсного центра Тульского отделения Ассамблеи народов России. А еще в Туле под девизом «Идем в районы», принято решение центральную площадку праздничных мероприятий, посвященных Дню России, перенести из областного центра в регион. В прошлом году мероприятия прошли в деревне Лобже, а в этом году в городе Плавске.

Еще одна моя коллега Аренкул Мастаушева. Аренкул Байтусыровна представляет Новосибирск, является руководителем Региональной общественной казахской национально-культурной автономии Новосибирской области «Атан» («Отчизна»). Аренкул имеет большой практический опыт в организации проведения региональных фестивалей, концертов, научных конференций, межнациональных молодежных форумов. Она прекрасно разбирается в вопросах составления сметы, договоров с

юридическими и физическими лицами.

В рамках проекта «Этник – ресурсное сообщество» в течение года мы вели мониторинг массовых мероприятий в сфере межнациональных отношений в разных регионах нашей многонациональной России, анализировали собранные материалы, искали лучшие практики, весь наработанный материал затем был представлен на онлайн марафонах, вебинарах, ярмарке ресурсов. И сегодня я бы хотела выполнить приятную миссию: на одном из вебинаров, который был посвящен празднику Масленица, я решила проверить внимательные ли слушатели, задала вопрос и первый правильный ответ дала именно Аренкул. Я пообещала вручить вот такую книгу «Вепская кухня, история, традиции, рецепты блюд» и с удовольствием выполняю обещание.

Я говорила там, на вебинаре, что для нас, для участников проекта «Этник – ресурсное сообщество», ничего невозможного нет. Видеозаписи всех образовательных вебинаров, всех семинаров и ярмарки ресурсов можно найти на рутубе, youtube, на канале «Ресурсная среда». Все, что нам дал проект, при обучении, обмене опытом, расширяет копилку наших профессиональных навыков, и, как следствие, растет уровень проводимых нами мероприятий.

В совместной работе за этот год мы привлекли новых участников, у нас появились новые профессионалы, специалисты. Благодаря проекту, завязались новые отношения и появились новые совместные проекты. Мы были вовлечены в полезную, здоровую коллаборацию, мы поняли самое главное, к чему всегда нужно стремиться, к чему должен стремиться человек, который проводит массовые мероприятия, – нужно из мероприятия сделать событие. Не просто качественно провести фестиваль, концерт, ярмарку, выставку. Главное, чтобы ваша работа оставила след в душе каждого участника, каждого гостя. И чем мероприятие отличается от события, как добиться того самого WOW эффекта, – на эти и другие вопросы с удовольствием поможем вам найти ответы мы, участники нашего хаба. Конечно, мы находимся в разных регионах, далеко друг от друга, но тем не менее все наши контакты можно найти на сайте Ресурсного центра, мы всегда открыты к общению и готовы к сотрудничеству.

Тематический хаб «Проведение обучающих мероприятий в этнокультурной сфере»

Цель – повышение уровня компетенций представителей этнокультурного сектора по организации и проведению обучающих мероприятий.

Задачи:

1. Мониторинг обучающих площадок в сфере этнокультурного развития.
2. Формирование реестра обучающих площадок в этнокультурной сфере.
3. Формирование реестра экспертов в этнокультурной сфере.
4. Систематизация лучших обучающих практик в этнокультурной сфере.
5. Организация и проведение мероприятий по повышению уровня компетенций представителей этнокультурного сектора.

Эксперты:

ГАБДУШЕВА Эльвира Наилевна, куратор тематического хаба, заместитель директора по воспитательной работе Нижнекамского химико-технологического института, координатор социальных, молодежных, этнических проектов, занимается культурно-творческим воспитанием молодежи, организацией этнокультурной, досуговой деятельности, разработкой проектирования и реализации социальных проектов.

Республика Татарстан, г. Нижнекамск

МОЙСЕВИЧ Ольга Александровна, эксперт в сфере просвещения, образования, культуры и искусства, музыковед, преподаватель, автор учебников и программ.

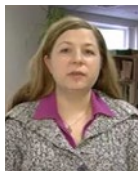
Республика Коми, г. Сыктывкар

ЗАСУХИН Василий Викторович, начальник отдела Центра поддержки межнациональных и кросс культурных проектов эксперт в сфере социального проектирования, организует и проводит просветительские обучающие мероприятия для специалистов социально ориентированных некоммерческих.

Ханты-Мансийский Автономный округ – Югра, г. Ханты-Мансийск.

МОТОРНАЯ Инна Михайловна, профессиональный тренер-консультант по темам развития коммуникативных навыков, эффективной управленческой коммуникации, личностного роста, командообразования, конфликтологии, медиации (буллинг и моббинг), мотивации и привлечения волонтеров в различные сферы деятельности, социальное проектирование и фандрайзинг. Специалист по разработке, ведению и управлению межнациональных проектов.

Волгоградская область, г. Волгоград



*Ольга Мойсеевич,
Директор воскресной школы «Гефен»
Коми региональной общественной организации
«Еврейская национально-культурная автономия»*

Четыре человека, совершенно незнакомые друг с другом, все мы педагоги совершенно в разных направлениях просвещения, встретились год назад, и нас объединило межнациональное сотрудничество. Перед нами стояла задача обучения. Достаточно сложно было: с чего начать, кого учить и чему учить такое просвещенное сообщество. Первое, мы сделали страничку Вконтакте и, конечно, чат. Благодаря тому, что есть площадка зум, мы долгими вечерами после основной работы и домашних дел спорили, делились информацией, профессиональными знаниями, сопереживали, сочувствовали и радовались событиям в наших семьях, строили стратегию своей деятельности, для того, чтобы понять, чем мы можем быть полезны для нашего общества, для межнационального общества. И первый результат, который к нам пришел, – это первая наша презентация, которая имела тему важную, наверное, для всех. Ни одна организация, ни один проект не сможет работать без ресурсов, и тема наша была «Привлечение ресурсов». Мы считаем, что у нас это получилось, мы поняли, что команда идет правильным путем и пошли дальше.

Следующим шагом в нашей работе была Ярмарка ресурсов и, конечно же, у нас уже были собраны какие-то интересные ресурсы в разных направлениях Этник-сообщества, мы нашли интересные вещи, которые могли рассказать и показать людям, поделиться ими. Но как же упаковать наш продукт, как сделать его интересным, запоминающимся, ярким, необычным? И тогда пришла замечательная идея сундучка: волшебный, чудесный сундучок, который является героем многих сказок, русских сказок, а еще героем повести Василия Аксенова – сундучок, в котором что-то стучит. И вот эта идея с сундучком, в котором стучат во-первых, наши знания и умения, во-вторых, ресурсы, которые мы добыли, и возможности, которые мы можем предоставить. И в-третьих, конечно же, в этом сундучке стучали наши сердца, наше огромное желание, огромная энергия, которую мы вкладывали в это дело, а кульминацией всей нашей годовой работы стала подготовка и проведение двух обучающих вебинаров в апреле, в которых мы выступили в качестве экспертов, готовых помогать, обучать, объяснять, продвигать, представлять. Мы объединили все наши возможности и нашли точки соприкосновения, и тогда получился первый вебинар у Эльвиры с Василием, а второй вебинар у нас с Инной.

Мы готовы сегодня поделиться знаниями и опытом, а также базами данных, которые помогут специалистам в этнокультурном секторе, мы предлагаем ресурсы

по следующим направлениям: непрерывное образование, новая образовательная технология, онлайн/офлайн обучение. Привычный формат жизни и работы сегодня меняется очень быстро, происходят изменения и в образовании. Нам приходится меняться очень быстро, приобретать новые компетенции, знания и умения и мы предлагаем ресурсы с получением профессиональной подготовки, курсы повышения квалификации, обучающие мероприятия. Мы предлагаем базы данных, где можно найти курсы повышения квалификации и где их можно пройти совершенно бесплатно. Интерактивные обучающие мероприятия, ресурсы и методики, которые мы тоже можем вам предоставить, социальное обучение в тематических сообществах. Здесь я хотела бы конечно остановиться на самом ярком примере социального обучения в тематическом сообществе в рамках реализации проекта «ЭтНик ресурсное сообщество». Обучение проходит внутри самого сообщества, специалисты обучаются, получают общение друг с другом, встречаются, организуется наставничество, стажировки. И в тоже время сообщество проектирует и создает, в проекте создается новые тематические сообщества обучающие – это уже работа хаба. То есть хабы тоже у нас являются обучающими, которые обучают в тематическом сообществе социальному проектированию. Мы готовы проводить экспертизу, консультацию, ресурсы по социальным проектам и предоставить ресурсы, где можно также пройти обучение по социальному проектированию, и мы готовы предоставить методические разработки по проведению обучающего мероприятия в этнокультурной сфере, а также проконсультировать, как создавать методические разработки, как их писать, как их готовить и разрабатывать.

Друзья, мы с уверенностью можем сказать, что перед вами крепкая команда, а еще и маленькая семья в большой семье проекта, и мы это чувствуем. И сегодня мы не ставим точку, а ставим большой знак продолжения. Мы готовы делиться всеми ресурсами, накапливать их, пополнять базу и идти дальше вместе с вами вперед.

Тематический хаб «Народные ремесла и промыслы»

Цель – сохранение, развитие и продвижение промыслов и ремесел по всей России.

Задача – мониторинг изучения состояния, сохранения народных промыслов и ремесел в регионах в России. Создание базы, формирование регионального пула экспертов, упаковка ресурсного продукта в сфере декоративно-прикладного искусства и ремесел, и продвижение позитивного образа мастеров по народным промыслам и ремеслам.

Эксперты:

КЛЮЧНИКОВА Татьяна Николаевна, куратор тематического хаба. Эксперт-практик по возрождению традиционных народных промыслов и этнокультурному проектированию, педагог-организатор творческих мастерских по национальным ремеслам.

Московская область, г. Пушкино

СЕДОВА Юлия Владимировна, эксперт по народным промыслам и ДПИ, опытный практик в сфере этнокультурного проектирования.

Удмуртская Республика, г. Сарапул

БУЛАЦЕВА Диана Александровна, эксперт по декоративно-прикладному творчеству и традиционным ремеслам (обработка кости), опытный специалист по сохранению народных промыслов.

Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, Ханты-Мансийский район, п. Горноправдинск.

Проект помог нам утвердиться как экспертам



*Татьяна Ключникова,
Председатель Совета Московского областного
регионального отделения Ассамблеи народов России,
руководитель Пушкинской районной общественной организации
«Национально-культурное объединение украинцев «КРИНИЦА»*

В проекте «Этник-ресурсное сообщество» мы появились не зря, для нас Этник – это, прежде всего, компетенции знаний, умений и навыков в этнокультурном направлении. Это общение и новые партнерские взаимоотношения с экспертным сообществом единомышленников и лидеров на федеральном уровне. Определение вектора развития и направления действий для реализации профессионального и управленческого роста в сфере СОНКО.

Подводя итоги работы нашего хаба, мы можем сказать, что вместе мы сделали очень много. Сформирован кейс региональных промыслов и ремесел Подмосковья, Удмуртии и ХМАО-Югры.

Если говорить про Удмуртию, то это более 22 видов декоративно-прикладного искусства, основные из них – ткачество, художественная обработка бересты и соломки, резьба и роспись по дереву, художественное плетение лозы и лыко, керамика, гончарное искусство, народная игрушка, изготовление национальной одежды.

Сергиево-Посадская матрешка, Клинская стеклянная игрушка, Федоскинская шкатулка, Гжельская роспись и Павлопосадский платок – все это народные промыслы Подмосковья.

Промыслы, развивающиеся в Ханты-Мансийском автономном округе-Югре – это художественная резьба по кости, по дереву, обработка кожи рыбы и пошив из нее, это тоже сейчас очень актуально, пошив одежды и предметов быта, обработка бересты, также плетение из трав и лозы, бисероплетение, вышивание и традиционный костюм.

Итого, члены нашего хаба смогли принять участие в обучающих вебинарах, которые помогли нам утвердиться как экспертам – это три онлайн вебинара, 9 вебинаров офлайн, и три марафона, где каждый из нас показал, как он преодолел свои зажимы и на что способен.

Мы провели 6 образовательных вебинаров, 2 тематических круглых стола, 42 творческих мастер-класса и 11 консультаций по направлениям деятельности нашего хаба. Повышение экспертности членов хаба содействует профессиональ-

ному, карьерному и личностному росту.

Когда мы проводили мастер-классы, мы в прямом эфире расписывали Клинскую стеклянную игрушку с символом года и с символом Этника. Мы в прямом эфире расписывали наших матрешек. Мы задавали вопросы, на которые должны были участники вебинара ответить. Мы обещали призы, и сегодня вот они передо мной, и мы с удовольствием вручаем сегодня вот эти милые, замечательные, расписанные нашей мастерицей Сергиево-Посадские матрешки.

Тематический хаб «Этномода и этномузеи»

Цель – создание платформы для изучения и популяризации лучших российских практик в сфере этнической культуры через современную моду и создание условий для развития системы этномузеев на территории Российской Федерации.

Задачи:

1. Проведение исследований по регионам России на предмет успешных практик в этномоды и деятельности этномузеев различных форм собственности.
2. Разработка серии образовательных семинаров по современному развитию этномоды и этномузеев для этнокультурных организаций.
3. Проведение онлайн– и офлайн-консультационной экспертной деятельности в регионах России для организаций различных форм собственности.

Эксперты:

НУРГАЛИЕВА Марина Борисовна, куратор тематического хаба, практикующий эксперт в области проектирования этно-музеев, этно-экспозиций, музейных этнокультурных проектов.

Приморский край, г. Находка

БЕКШАЙТЕ Регина Викторовна, эксперт в области проведения национальных и межнациональных мероприятий, связанных с этномодой и прикладным творчеством.

Красноярский край, г. Красноярск

СИДОРОВА Наталья Викторовна, автор и разработчик интерактивных программ в этномузее на основе фольклора, этнокреатор, специалист по адаптации и перезагрузке культурных услуг.

Красноярский край, Таймырский Долгано-Ненецкий район, г. Дудинка

МАНУКЯН Гор Араратович, эксперт в области сохранения и передачи информации о материальном и духовном культурном наследии народов России через призму национального костюма.

Владимирская область, г. Владимир

Экскурсия по виртуальному этномузею



*Гор Манукян,
Методолог Автономной некоммерческой организации
«Творческая мастерская межнациональной культуры и искусства
«Народный стиль»»*

Приветствую всех в первой экспозиции этномузея «Этник-ресурсное сообщество». И сегодня я дежурный экскурсовод в нашем этномузее, меня зовут Гор Манукян, я представляю Автономную некоммерческую организацию Творческая мастерская межнациональной культуры и искусства «Народный стиль», город Владимир. Область моих интересов – сохранение, передача информации о материальном, духовном, культурном наследии народов России через призму национального костюма.

Ну, а теперь пора друзья, начать нашу экскурсию. Мы с вами находимся в зале, который представляет экспертную площадку этномоды и этого музея. Перед вами центральные экспонаты нашей площадки. В нашем музее все модели действующие, интерактивные, могут вступить в диалог с посетителями и сами рассказать о себе, а иногда в нашем этномузее мы устраиваем этнодефиле.

Обратите внимание на первую модель – Наталью Сидорову. Ее национальный костюм может много рассказывать нам о культуре коренных народов Севера, а сама Наталья представляет студию традиционной культуры ненцев Арктического центра культуры, Таймыр. Наталья – автор и разработчик интерактивных программ в этномузее на основе фольклора, этнокреатор, специалист по адаптации и перезагрузке культурных услуг:

– Я представляю Таймыр, и все знания, весь опыт и все инструменты, которые я получила в этом хабе, я, конечно же, перенесла на этнокультурные проекты моей малой родины, моего любимого Таймыра.

Перейдем ко второй модели. Регина Бекшайте из Красноярской региональной Литовской национально-культурной автономии, эксперт по проведению национальных и межнациональных мероприятий, связанных с этномодой и прикладным творчеством:

– Меня зовут Регина Бекшайте, я много лет занимаюсь палатой национальностей Гражданской Ассамблеи Красноярского края, организовала замечательный конкурс «Кукла в национальном костюме», совершенно четко поняла, благодаря этому проекту, что Красноярский край заслуживает большого фестиваля этномоды, я думаю, такие практики есть в других регионах. Уважаемые коллеги,

давайте объединяться и делать такие проекты.

Завершает нашу музейную экспозицию модель Марины Нурғалиевой, которая приехала с берегов Тихого океана. Марина представляет Приморскую региональную молодёжную краеведческую общественную организацию «Клио» и музейно-выставочный центр города Находка. Татарский национальный костюм предоставлен Находкинской татаро-башкирской общественной организацией «Туган Тел».

– Меня зовут Марина Нурғалиева, вы видите татарскую коллекцию современной одежды, ее спроектировали и создали девочки, подростковый театр мод. Это так здорово, это то, что я действительно хочу делать на нашей экспертной площадке, – помогать современным девочкам и мальчикам постигать этнику через использование в современной жизни в современном костюме. И в нашем импровизированном дефиле вы увидели, как можно разукрасить мир этническими орнаментами нашего национального костюма. А сама я много лет работаю в музее, занимаюсь реконструкцией всех традиционных народных технологий. Вот я перед вами обрабатываю на кожемялке рыбью кожу так, как это делали коренные народы.

Дорогие друзья, наш хаб консультирует в направлении этномоды, этномузеев, эффективных форм трансформации культурного наследия через реконструкцию среды национального костюма. Стоит говорить об этномоде как можно больше. Мы с коллегами занимаемся популяризацией традиционной культуры народов России через призму национального костюма. Мы представляем крупнейшую передвижную площадку страны, в данный момент в нашей коллекции более 50 костюмов, мы с их с собой перевозим и такой формат передвижной очень востребован на сегодняшний день для малых городов, сел нашей необъятной страны.

Благодарю вас за внимание. Есть предложение создать музей Ресурсного центра в сфере национальных отношений, а наша ресурсная площадка обеспечит такую возможность.

Тематический хаб «Проекты по сохранению родных языков»

Цель – создание информационно-ресурсной базы креативных практик по сохранению и развитию родных языков.

Задачи:

1. Сбор информации по изучению передового опыта проектной деятельности, направленной на внедрение инновационных, информационных и коммуникационных технологий, общедоступных информационных ресурсов на родных языках (на примере регионов РФ).

2. Анализ ресурсов по цифровым образовательным технологиям на уроках родного языка.

3. Аккумуляция опыта, выявление инновационных методик по изучению, сохранению и развитию родных языков.

4. Создание онлайн-платформы с презентацией лучших практик по сохранению и развитию родных языков (мастер-классы, видеоуроки, игровые технологии; мультфильмы на родных языках и т.д.).

Эксперты

ЛОМШИНА Елена Николаевна, куратор тематического хаба, председатель Мордовского регионального отделения Ассамблеи народов России, директор НА «Поволжский центр культур финно-угорских народов», Председатель МРО Общероссийской общественной организации «Ассамблея народов России», заведующая Научно-исследовательской лабораторией финно-угорской культуры ФГБОУ ВО «МГУ им. Н.П. Огарева», член Общественной палаты Республики Мордовия, кандидат философских наук, доцент. Специалист в области проектной деятельности, связанной с сохранением, развитием и популяризацией этнокультуры и родных языков в образовательном, научном и социокультурном пространстве на российском и международном уровне; в сфере укрепления межнациональных отношений; организации и проведении фундаментальных и прикладных научных исследований в области финно-угроведения, в том числе в сфере лингвокультурологии. Автор более 150 научных и учебно-методических работ, руководитель проектов, подержанных РФФИ, Фондом президентских грантов, Фондом культуры, Министерством культуры РФ и др.

Республика Мордовия, г. Саранск.

ХАСАНОВ Гали Ахтарович, заместитель председателя Ассамблеи народов Республики Татарстан, председатель Региональной общественной организации «Национально-культурная автономия башкир — Курултай (Конгресс) башкир Республики Татарстан». Специалист по созданию социально значимых этнокультурных проектов в сфере сохранения и популяризации родных языков через тра-

диции и межнациональный диалог культур, руководитель проектов, поддержанных Фондом Президентских грантов. Победитель VI Всероссийского конкурса лидеров некоммерческих организаций, реализующих проекты в сфере государственной национальной политики Российской Федерации (2020 год).

Специалист по созданию социально значимых этнокультурных проектов в сфере сохранения и популяризации родных языков через традиции и межнациональный диалог культур.

Республика Татарстан, г. Казань,

МУКОВ Мурат Исмаилович, специалист в области проектной деятельности по сохранению и развитию родного языка и культуры в некоммерческой организации — лидер в сфере защиты прав, сохранения и развития абазинского народа. Специалист в сфере создания инновационных методик изучения родных языков, в том числе с помощью мультимедийных технологий. Автор и руководитель инновационных проектов изучения родных языков, в том числе с помощью мультимедийных технологий. Имеет опыт по привлечению дополнительных ресурсов, работы со спонсорами, по организации взаимодействия с экспертами — учеными, деятелями культуры, педагогическими работниками, а также с руководителями республиканских министерств и ведомств, органов муниципального управления Карачаево-Черкесии.

Карачаево-Черкесская Республика, г. Черкесск.

МАТВЕЕВА Мария Владимировна, руководитель направления «Гармонизация межнациональных отношений АНО «Центр социокультурной аналитики», преподаватель, кандидат филологических наук. Автор более 20 научных статей. Специалист по изучению русского языка как родного, неродного и иностранного, по социальному проектированию. Имеет опыт в организации международных летних школ и других этнокультурных мероприятий по популяризации русского языка.

Тамбовская область, г. Тамбов.

АФИНОГЕНОВА Оксана Илларионовна, председатель общественной организации Эхирит-Булагатской районной бурятской национально-культурной автономии «Харгана», главный специалист областного государственного учреждения Ресурсный центр по поддержке некоммерческих организации Иркутской области. Специалист в области социального проектирования, консультирования и экспертизы проектов. Специалист в сфере межнациональных отношений и социального проектирования, эксперт региональных конкурсов, автор и руководитель проектов по сохранению национальной самобытности, сохранению и гармонизации межэтнических и межрелигиозных отношений. Автор трёх книг по краеведению.

Иркутская область, Эхирит-Булагатский район, посёлок Усть-Ордынский.

Выполняем завет предков – сохраняем родной язык



*Мурат Муков,
Руководитель Автономной некоммерческой организации
«Международное объединение содействия развитию
абазино-абхазского этноса «Алашара»*

Сегодня вся страна находится в онлайн режиме. Повсеместно присутствуют мультимедийные технологии, в том числе средства передачи языка. Все живут в интернете, в телевизорах и так далее. Поэтому мы задумали сосредоточиться на мультимедийном направлении – это перевод мультфильмов, создание документальных фильмов на родном языке, создание художественного полноценного фильма. Без знания языка ты на этой площадке не возьмешь ничего, и, естественно, если человеку надо на этой площадке что-то взять, то он будет естественно изучать этот язык.

Насчет перевода мультфильмов на абазинский язык у нас договоренности есть с киностудиями, где нам дают демо версии совершенно бесплатно, и там мы переводим все российские мультфильмы на абазинский язык.

Наши дети смогут смотреть в интернете, на телевидении, распространим в детских садах, в школах совершенно бесплатно.

И мы решили поддержать абазинский язык посредством театра. Вот на фотографии Государственный абазинский театр, которому мы помогли декорациями, костюмами, они поставили три спектакля на абазинском языке и организовали тур по нескольким селам, городам республики.

И наш большой проект – создание стационарного языкового лагеря «Адзапш» при поддержке Ростуризма. Мы выиграли грант в размере 5 миллионов рублей. В языковом лагере три раза в год будут собираться дети, молодежь на мероприятия, и будут погружаться в среду абазинского языка. Это будет способствовать изучению своего родного языка. А передадим детям, молодежи язык – значит, сохраним его.

Уже сейчас мы ведем подготовку к фестивалю абазинского языка и литературы, мы выиграли это грант фонда президентских грантов. В сентябре этого года он состоится.

Самое главное, этот проект нам дал оценить себя со стороны, оценить себя как эксперта и как нужных людей, которые нашли команду коллег как в профессиональном, так и в дружеском смысле.

Тематический хаб «Игропрактики, викторины, конкурсы, национальные виды спорта»

Цель – создание ресурсно-информационной площадки на территории Российской Федерации для обмена опытом, а также профессионального проведения и организации спортивных и конкурсных мероприятий, в том числе посредством создания экосистемы для подготовки специалистов, работающих в данной сфере.

Задачи:

1. Сбор, анализ и систематизация информации по играм, игропрактикам и национальным играм.
2. Разработка критериев отбора, полученных методик для дальнейшей трансляции.
3. Презентация лучших игропрактик на ярмарке идей.

Эксперты

ИВАНОВА Екатерина Николаевна, куратор тематического хаба, эксперт в организации и проведении культурных мероприятий, этнокультурных ивент-проектов, создатель настольных игр по межнациональной тематике, специалист в еврейском искусстве «Рейзеле».

Московская область, г. Мытищи.

АНАШКИНА Елена Брониславовна, эксперт в области межличностного взаимоотношения, разрешения конфликтных ситуаций, индивидуального консультирования и ведения тренинговых групп. Большой опыт организации и проведения викторин, квестов, конкурсов.

Томская область, г. Томск.

ВОКУЕВА Мария Геннадьевна, эксперт в организации и проведении культурно-массовых мероприятий, связанных с сохранением и популяризацией культурного наследия коренных малочисленных народов Севера, автор социально ориентированных проектов «Знакомьтесь: народы Ямала» и «Новый год по северному календарю».

Ямало-Ненецкий автономный округ, Пуровский район, г. Тарко-Сале.

Играем все!



*Екатерина Иванова,
Руководитель Региональной еврейской национально-
культурной автономии Московской области*

Это не ново: наша жизнь – игра. Нам всем хочется немножко побыть детьми, нам всем хочется немножко вот этой радости, которую мы даем вам и всем своими игропрактиками. У нашей площадки такая многоёмкая цель, которую в двух словах можно объяснить так: мы стараемся играть, учим, как играть, и учим, как играть интересно. Кроме этого, собираем, анализируем, систематизируем информацию по играм и игропрактикам, национальным играм, разрабатываем различные критерии отбора и также презентуем лучшие игропрактики, которые находим.

Мы, участники хаба, владеем опытом, знаниями и навыками организации и проведения игр, викторин, конкурсов для народов Российской Федерации. Мы все время что-то пытаемся, придумываем, делаем и дальше это обязательно анализируем.

С чего начался наш хаб. Несколько лет назад мы создали вместе с Евгенией Абрамовной Михалевой и с ее подачи игру по межнациональной тематике, которая стала пользоваться большой популярностью, и мы начали ее продвигать. Дальше была идея – куклы в национальных костюмах, этнокультурный календарь, роспись матрешек.

Представьте, когда мы придумывали игру с матрешкой, в которую вы играли сегодня, мы понимали, что это будет интересно, размышляли, сколько матрешек распишут участники – 2, 3, ну, 5. Как вы думаете, сколько матрешек расписали? 30! Потому что мы все любим играть, это всем нам нужно!

Все мы, эксперты хаба, увлечены своей темой – игропрактиками. Об игре очень сложно рассказывать, в игру надо играть. Сегодня мы играли в матрешки, завтра девочки будут представлять другие замечательные игры, национальные игры, и вы познакомитесь с ними ближе.

Объединяем сябров



*Елена Анашкина,
Активист Региональной общественной организации
«Национально-культурная автономия белорусов
Томской области»*

Добрый день уважаемые сябры! Мои предки из Белоруссии, я представляю Национально-культурную автономию белорусов Томской области, являюсь организатором и участником создания проектов Фонда президентских грантов, которые мы выиграла. В рамках проекта была создана мобильная выставка, где мы отражали известных белорусов, проживающих именно на томской земле. В рамках проекта был также создан электронный справочник, он есть на официальном сайте белорусской автономии. В этот справочник занесены семьи белорусов, их жизнь, момент переселения, какой вклад они внесли на томской земле. Особенности, исторические нюансы там отображены. Также, благодаря Фонду президентских грантов, был создан официальный сайт белорусов на томской земле. Ежегодно наши различные проекты поддерживает администрация города Томска. В 2021 году был поддержан проект «В единстве наша сила», где мы проводили мастер-классы по народному танцу ойра, мастер-классы по белорусскому оберегу. Поэтому я могу быть полезна в том, чтобы рассказать о нюансах различных обереговых вещей, обрядовых росписей. Я очень вас приглашаю на мой мастер-класс по изготовлению белорусской ляльки, кукла называется «На здоровье». Вы узнаете всю технологию, все нюансы изготовления белорусской ляльки.

Чувствую, что расту как эксперт



*Мария Вокуева,
Методист Муниципального бюджетного учреждения культуры
«Пуровский районный центр национальных культур»,
член Общественного Совета при департаменте по делам
коренных малочисленных народов Севера
Ямало-Ненецкого автономного округа*

Становление меня как эксперта сложилось, можно сказать, стихийно, оно до сих пор продолжается. Я получила образование управленца, работала специалистом по кадрам, то есть, понимаете, далековато от этнической сферы. Однако, я видела, что культурное развитие населения необходимо, и, поучаствовав в нескольких съездах, форумах, фестивалях, я увидела, что много людей, горящих этникой, что я с вами могу работать, я могу у вас учиться, я могу делиться с вами своим опытом.

Обретя друзей во всех уголках России, узнав культуру и бытность других этносов, организовав множество национальных мероприятий, приложив руку к реализации нескольких проектов этнической направленности, я могу сказать с уверенностью, что благодаря ЭтНику я стала экспертом как в сфере организации этнокультурных мероприятий и по национальным видам спорта. Это тематика нашего хаба в сфере межнациональных отношений. Уважаемые наши зрители, я готова с вами сотрудничать, помогать и быть вашим интерфейсом в межнациональной политике. Приглашаю вас на мастер-классы по нашим национальным ненецким играм. Представляю вам игру «Тыранийко» и перетягивание палки, что входит в северное многоборье.

Тематический хаб «Работа с мигрантами и академическими мигрантами»

Цель – создание дискуссионной площадки для развития межрегиональных механизмов распространения эффективных практик, экспертной поддержки и обмена опытом для организаций, работающих в сфере адаптации мигрантов и гармонизации межнациональных отношений.

Задачи:

1. Создание ресурсной экспертной группы по работе с мигрантами и академическими мигрантами.
2. Повышение уровня профессиональных компетенций экспертов хаба — представителей этнокультурных СО НКО.
3. Расширение коммуникативного поля взаимодействия с профильными НКО и учреждениями, развитие и совершенствование форм и способов партнерского сотрудничества, а также обмена информацией по целевым тематикам и вопросам.
4. Формирование положительной информационной среды и новостной повестки в сфере миграции и межнациональных отношений.

Эксперты

ХОМЕНОК Светлана Анатольевна, куратор тематического хаба, директор Автономной некоммерческой организации Центр социальной адаптации и интеграции мигрантов «Единство»; председатель Комитета по стабилизации рынка труда Сургутской торгово-промышленной палаты; руководитель Общественной приемной по вопросам миграции и межэтнических отношений Сургутской торгово-промышленной палаты; член рабочей группы по вопросу привлечения иностранных работников на территорию муниципального образования городской округ город Сургут; член Совета Регионального отделения Общероссийской Общественной организации «Ассамблея народов России» в ХМАО – Югре»; директор Ресурсного центра в сфере национальных отношений «Единство» Регионального отделения Общероссийской общественной организации «Ассамблея народов России» в ХМАО-Югре.

Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, г. Сургут.

ДЕРИГА Елена Сергеевна, руководитель Городского межнационального центра «Координационный центр «Активный город»; член Консультативного совета по вопросам этнокультурного развития и межэтническим отношениям при мэрии города Новосибирска; член межведомственной комиссии по профилактике экстремизма на территории г. Новосибирска; разработчик и преподаватель авторского курса для учащихся вузов «Опыт социальной работы с мигрантами».

Новосибирская область, г. Новосибирск.

НИКИФОРОВА Юлия Михайловна, юрист в области миграционного права, практик по социокультурной адаптации и интеграции мигрантов. Специалист по организации и проведению тематических мероприятий.

Воронежская область, г. Воронеж.

КУРБАНОВА Татьяна Ивановна, активист Местной религиозной организации мусульман Липецкой области; многодетная мама, общественный деятель, педагог по образованию, студентка Московского исламского института (МИИ).

Липецкая область, г. Липецк.

KnowHow: Организуем работу с мигрантами с нуля



*Юлия Никифорова,
Руководитель отделения Федерации мигрантов России в Воронеже,
эксперт Национальной палаты при губернаторе
Воронежской области; создатель и директор
Автономной некоммерческой организации
«Центр социально – правовой поддержки переселенцев
«Искусство жить»*

Наша Российская Федерация – это большая, многонациональная страна, она занимает 4 место в мире по приему мигрантов, то есть в год проезжает порядка 12 000 000 человек абсолютно различных национальностей. И всем нам нужно вместе уживаться. Тема такая интересная, сложная, очень важная, и стала еще важнее в свете сегодняшних событий, когда к нам прибывают беженцы с территории Украины, Донбасса. Они нуждаются в поддержке.

Итак, целевая группа нашего хаба – это сотрудничество с представителями профильных НКО, которые работают в сфере миграции, расширение дискуссионной площадки для совершенствования межнациональных механизмов, распространение эффективных практик, экспертная поддержка, обмен опытом для организаций, работающих в сфере адаптации мигрантов и гармонизации межнациональных отношений. Мы поставили себе 4 задачи. Первая задача – это создание экспертной группы по работе с мигрантами и академическими мигрантами. Тема важная, она позволяет обмениваться опытом и находить решения поставленных задач, а также решения сложных кейсов, потому что мы работаем с судьбами людей. Вторая цель – это повышение уровня профессиональной компетенции как самих членов хаба, так и экспертного сообщества этнокультурного. Мы живем в мире, где очень

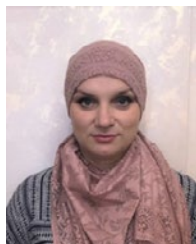
стремительно меняется ситуация, меняется законодательство в системе миграции, и мы должны идти в ногу со временем, знать о тех изменениях, которые происходят, чтобы быть хорошими экспертами. Третья задача – это расширение коммуникативного поля, взаимодействие с профильными НКО и учреждениями и совершенствование форм, способов партнерского сотрудничества, а также обмен информацией по целевым тематикам и вопросам. И четвертая, на мой взгляд, очень интересная задача – это формирование положительной эмоциональной среды, информационной среды и новостной повестки в сфере миграции и межнациональных отношений. На одном из совещаний Зорин Владимир Юрьевич тоже об этой теме говорил, о том, что у нас, к сожалению, в СМИ в основном тема миграции подается в негативном ключе. Либо она представляется в каком-то очень ограниченном формате, и людям достаточно сложно дать адекватную оценку происходящей ситуации. Наша задача – увеличить информационное пространство и наполнить его позитивной информацией в сфере миграции.

Моя личная история: я сама попала в тему миграции, когда стала вынужденным переселенцем, когда мне пришлось вместе со своей семьей в 2014 году приехать в Россию. И когда я приехала в Россию, столкнулась с рядом проблем и сложностей информационно-правового характера, мы не могли найти ответы на ряд вопросов. Это касалось не только моей семьи, но и тех переселенцев, которые переселялись в Воронежскую область, и нам ничего другого не оставалось делать, как просто объединиться и начать генерировать свой опыт, собирать его. И потом из этого опыта мы стали складывать дорожную карту решения тех или иных вопросов, а впоследствии уже была создана некоммерческая организация «Искусство жить», в которой ведется работа уже почти 5 лет.

У нас работа ведется в нескольких направлениях: первое – это информационная поддержка, человек приезжает, это другая страна, человек попадает в информационный вакуум, он не знает, куда идти и как решать вопросы, второе – это тема права, нужно знать миграционное законодательство, решать свои социально-бытовые вопросы, применять трудовое право, гражданское право и так далее. Третье очень интересное направление – это развитие добровольчества и волонтерства. Дело в том, что когда люди приезжают в Россию, особенно это касается беженцев, у них немножко иждивенческий настрой, что все им должны. Когда мы их вовлекаем в нашу волонтерскую деятельность, чтобы люди все-таки тоже что-то делали для других, – это важный аспект их социальной адаптации. Четвертое направление – психологическая помощь, очень большой блок по социальной и культурной адаптации людей, много мероприятий по изучению культуры, традиций, истории региона. Пятое направление – благотворительная помощь, к нам обращаются много

людей. Сейчас на территории региона, например, находится 13 000 беженцев, в день к нам могут приходиться по 100 человек.

Наша тема – основа основ



*Татьяна Курбанова,
Руководитель женского крыла общества
мусульман Липецкой области,
руководитель Липецкой областной общественной
организации содействия дружбе народов
«Культурный центр «Дар»*

Культурный центр «Дар» недавно открылся в рамках данного проекта. Я выступила экспертом по вопросам межнациональных браков, межнациональных семейных ценностей, которые, в принципе, единые для всех вне зависимости от национальности и вероисповедания. Также я выступила с темой духовно-нравственного воспитания детей и молодого поколения, роли женщины, которая, как говорится, одной рукой качает колыбель, а второй – весь мир.

Я бы хотела выразить слова благодарности данному проекту, потому что он помогает нам расти, он дает нам силы, вдохновляет нас, и мы благодарны за эти площадки, которые создаются для всех нас, я всем желаю мира вам, милости Всевышнего и его Благословения!

Тематический хаб «Этнотуризм, этнобрендинг, социальное предпринимательство»

Цель – создание ресурсной площадки для сохранения и популяризации этнокультуры и традиций территорий.

Задачи:

1. Проведение мониторинга и анализа территорий.
2. Формирование методических пособий, рекомендаций по этнобренду и этнотуризму.
3. Разработка программы по социальному предпринимательству в сфере этнотуризма.

Эксперты

КУКЛИНА Эльвира Викторовна, куратор тематического хаба, проектный менеджер, этноблогер, этножурналист, автор и руководитель более 50 социально значимых проектов, в том числе образовательного этнотуристического проекта «ЭтноБлогинг тайм», этнокультурного интернет журнала «Мари Арслан».

Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола

САМОХИНА Эльмира Геннадиевна, журналист, автор документальных и анимационных фильмов, организатор международных проектов в области гуманитарного сотрудничества и событийных мероприятий, разработчик туристических маршрутов.

Свердловская область, г. Полевской.

ВИЛЬК Наталья Владимировна, менеджер этнокультурных проектов, историк, разработчик этнотуров, организатор этнокультурных мероприятий. Директор Автономной некоммерческой организации «Общество помощи ручному труду «Заонежская изба».

Республика Карелия, Медвежьегорский район, с Великая Губа.

ВЕЙСМАН Ирина Зиновьевна, проектный менеджер, региональный лидер социального проектирования, автор и руководитель историко-культурных и этнокультурных проектов, куратор музея еврейской общины Саратова.

Саратовская область, г. Саратов.

ХВОСТИШКОВ Максим Александрович, эксперт событийного туризма, этнотуризма, организатор этномероприятий.

Иркутская область, г. Иркутск.

Как создать региональный бренд



*Эльмира Самохина,
Руководитель представительства Ассамблеи народов Евразии
в Свердловской области*

Здесь сегодня присутствует еще Михаил Самохин из НКО «Фонд Социальной Активности «Идея» города Полевского Свердловской области. Мы постоянно подчеркиваем, что главное любом проекте – идея. Мы придумали и из проекта в проект используем символ – фиолетовую корову.

Теперь нас с Михаилом везде приглашают как экспертов в области регионального брендинга, проектов в области народной дипломатии и культурных проектов. Наш Полевской городской округ тесно связан со сказами П.П. Бажова. У нас есть и Хозяйка Медной горы. Пока Михаил летел сюда на самолете, она предложила мне полчища своих ящериц. На нашем мастер-классе мы с Михаилом расскажем, что это такое. Я хочу вам сказать, и коллеги из Екатеринбурга, присутствующие здесь, это подтвердят, что у нас на Урале мы все находимся под присмотром ящериц Хозяйки Медной горы. Вы знаете о том, что Урал – это большой дракон, который разделяет, верней соединяет две части света, Европу и Азию, и мы являемся центром евразийскости. Первый, кто ввел вот это понятие, кто первый показал Урал и его особую отметинку, это был Д.Н. Мамин-Сибиряк, в этом году в Свердловской области отмечается юбилей писателя – 170 лет. Позднее это понятие подхватил П.П. Бажов. Именно он первый подсказал, как выжить в условиях мультикультурности и мультиконфесиональности и через поиск различных смыслов, культурных, исторических кодов, сохраненных на территории, он показал, как формируется уральский характер.

Урал – это особый сплав культур и традиций и воплощением, олицетворением его является Данила-мастер. А Хозяйка Медной горы – это образ хранительницы подземных сокровищ. Многие спросят: а где ваш малахит полевской знаменитый? Я вам скажу, что малахита больше на Урале нет, к сожалению, в результате действий наших промышленников неудачных, но есть еще, сохранились другие сокровища.

Мы с Михаилом разработчики многих туристических маршрутов, связанных с уральской идентичностью, но самый главный маршрут – по селу Мраморскому Полевского района. Это место первой промышленной разработки мрамора на Урале известно как Мраморная миля. Мы начали именно с него создание марш-

рута, затем мы здесь организовали и проводим Международный фестиваль скульпторов, которые выполняет свои работы из уральского мрамора, и сейчас на границе Европы и Азии мы заложили евразийский сад, привлекли к этому детей.

Мы посмотрели, что любая идея, начатая буквально с нуля, может стать темой либо изменения общественного пространства с участием студентов и школьников либо для того чтобы сформировать какой-то культурный проект. Надо сказать, что в прошлом году при участии Андрея Бельянинова Генерального секретаря Ассамблеи народов Евразии и Председателя Совета Ассамблеи народов России Светланы Смирновой мы открыли там еще один арт-объект «Круг мира». С 2019 года у нас в действующем карьере проходит День мраморной музыки с участием этномузыкантов. Благодаря организованному медийному сопровождению, о событии писали крупные итровые Информационные агентства.

Ну и в настоящее время мы приступили к созданию креативного образовательного кластера для пяти вузов Екатеринбурга. Сейчас реализуется проект «Язык древнего моря» вместе с педагогическим университетом города Шеньян Китайской Народной Республики. но и мы придумали такой проект, вернее слоган, который мы дарим всем вам «Нет конца границ мира, есть стороны света» пользуясь тем, что здесь есть люди из разных регионов, вот, сегодня Андрей Березин говорил о том, что у него есть такая идея сделать лоскутное такое одеяло, мы проект этот начали

Три месяца назад мы начали проект, придумали его вместе с кыргызами и слоган этого проекта «Сшиваем мир». Это лоскутное одеяло, мы предлагаем мастерам народных промыслов и этномоды сделать свой кусочек этого лоскутного одеяла, и мы соединим все в единое целое.

Приглашаю в этноотпуск на два дня



*Ирина Вейсман,
Заместитель председателя Общественной организации
«Региональная еврейская национально-культурная автономия
Саратовской области»*

Из Свердловской области мы перенеслись в Саратовскую область. Почти 600 км с Востока на Запад, три природных зоны, широкая и неповторимая Волга, да, это все Саратовская область. Наша область всегда была перекрестком культур, где мирно сосуществовали самые разные этносы. На сегодняшний день в Саратовской области проживает более 160 национальностей, каждый вносит свою лепту в развитие региона. Не обижая никого, могу сказать, один из самых интересных с точки зрения национального колорита регионов. Путешествуя по Саратовской области можно наглядно изучать историю отечественной и национальной политики, видеть результаты миграционных процессов и считывать слои этнических культур. На мой взгляд, этнотуризм – это своеобразная, локальная идеология, которую можно описать как процесс формирования новых смыслов на основе того, что уже имеется в регионе.

Важными ресурсами, составляющими этого процесса являются медиа, различные игровые практики и нетривиальная творческая коллаборация. Последние два года мы целенаправленно создаем этнотуристические маршруты для познавательных путешествий в рамках проекта «Этноотпуск на 2 дня», который был дважды поддержан Фондом президентских грантов. При самоизоляции и при закрытых границах люди активно искали направления для семейных вылазок на день-два, и посыл проекта встретил горячую поддержку у целевой аудитории.

«Этноотпуск на 2 дня» – это медиа проект, предлагающий потенциальным путешественникам получение информации через телепрограмму, активные социальные сети, сайт, энциклопедию с научными статьями и также удобное мобильное приложение для онлайн навигации. На сегодняшний день разработано уже 20 этномаршрутов, причем каждый путешественник может видоизменить маршрут и наполнить его нужными именно ему деталями и смыслами. Идея – обучение через развлечение -прекрасно реализуется в проекте посредством включения игровых форматов офлайн и онлайн, этноквизы, этноквесты для самостоятельных путешественников, медиа уроки для школьников, этнофестиваль, смелые творческие

решения играют тоже на развитие этнотуризма.

Короткий пример из собственной практики. В результате партнерской коллаборации проекта с известным в Саратове карнавальным оркестром «3-Бэнд» родился видеоклип, в результате песни, на которую он был снят, стали называть неофициальным туристическим гимном Саратовской области. Добро пожаловать в Саратов, добро пожаловать в этнопутешествие вместе с нашим проектом «Этно-отпуск на 2 дня».



*Эльвира Куклина,
Директор Ресурсного центра «ИНТЕЛЛЕКТУАЛ»*

Республика Марий Эл, конечно, славится тем, что здесь сочетаются древние традиции и современность, этнобрендами Марий Эл считаются блюда марийской кухни «Коман мелна» – марийские «трёхэтажные» блины и «Подкоголь» – вареники или пельмени своеобразной формы и размера. У марийского народа богатая культура, уникальная национальная одежда, вышивка. Я держу в руках национальный головной убор марийских замужних женщин Шамакш.

Мы в своей организации развиваем, продвигаем проекты по медиа сопровождению национальных брендов, этнокультурного туризма. Наш межрегиональный образовательный туристический этнотуристический проект называется «Блоггинг тайм». Я провожу мастер-классы по трендам развития экспертного блога в стиле этнотуризм, этнобрендинг, социальное предпринимательство.

Команда нашего хаба также выступала со своими информационными вебинарами в рамках проекта «Этник – ресурсное сообщество». Благодаря «Этнику», мы продвигаемся, продолжаем как эксперты и выступаем в качестве экспертов на различных площадках, семинарах и других мероприятиях международного, всероссийского уровня.

В проекте «ЭтНик – ресурсное сообщество» участвуют люди из разных уголков страны, и мы готовы совершать новые путешествия и создавать новые этнотуристические маршруты, помогать в исследованиях, разработке проектов, брендов и готовы делиться своими знаниями, навыками. Наше путешествие продолжается.

Тематический хаб «Противодействие конфликтам и экстремизму на национальной почве, этномедиация»

Цель – предотвращение и профилактика межэтнических конфликтов и экстремизма, урегулирование возникших конфликтов через методы этномедиации.

Задачи:

1. Социологический мониторинг острых противоречий и стереотипов, связанных с представителями отдельных этносов.

2. Разработка обучающих программ (тренинги, курсы, вебинары, мастер-классы и т.д.) по «Конфликтологии в национальных отношениях», «Противодействию идеологии экстремизма и терроризма на межнациональной почве» и «Методологии контроля над процессом урегулирования спора в межнациональных отношениях».

3. Разработка онлайн-модуля «Многонациональная Россия: жизнь без стереотипов» для внедрения обучающих программ.

Эксперты

МАШЕТОВА Елена Борисовна, куратор тематического хаба, эксперт в области национальных и федеративных отношений, этномедиатор, конфликтолог, антиманипулятор в этноконфессиональных отношениях. заместитель руководителя Тверской региональной общественной организации «Миграция и гражданское общество».

Тверская область, г. Тверь

БАКАЕВА Анна Владимировна, эксперт в области правового обеспечения национальной безопасности и защиты прав человека в Европейском суде.

Орловская область

ЯКОВЛЕВА Елена Валерьевна, эксперт в области этноконфессиональных отношений, конфликтолог, психотравматолог, виктимолог.

Псковская область, г. Псков.

Мы готовы прийти на помощь для урегулирования споров



*Елена Яковлева,
Заместитель председателя Общероссийской общественной
организации содействия дружбе народов
«СОЮЗ НАЦИЙ И НАРОДОВ РОССИИ»*

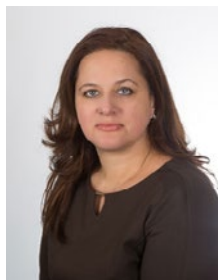
Цель нашей деятельности – предотвращение и профилактика межэтнических конфликтов и экстремизма. Я конкретно работаю с регионами Кавказа.

Какие задачи перед нами стоят: проведение социальных мониторингов, выявление противоречий, стереотипов, связанных с представителями отдельных этносов, разработка обучающих программ, тренингов по конфликтологии, противодействию идеологии, экстремизма и терроризма на межнациональной почве, методология контроля над процессом урегулирования споров в межнациональных отношениях.

Что мы предлагаем: мы разработаем под ключ проведение форума по профилактике насилия в молодежной среде, подготовим и проведем вебинар и лекции, образовательные курсы и тренинги на темы конфликтология в национальных отношениях и этномедиация, противодействие распространению экстремизма и терроризма в молодежной среде, разработаем методологию и проведем обучающую программу по выше указанным темам.

Коллеги, мы работаем с любым уровнем сложности, в том числе с представителями государственных структур, разработаем региональные, межрегиональные исследования на тематику, связанную с конфликтологией, медиацией в национальных отношениях. Приглашайте нас!

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ О РЕЗУЛЬТАТАХ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В РАМКАХ ПРОЕКТА «ЭТНИК: РЕСУРСНОЕ СООБЩЕСТВО»



*Виктория Леденёва,
Руководитель отдела этнодемографических
и интеграционных процессов Института
демографических исследований ФНИСЦ РАН,
доктор социологических наук*

ВВЕДЕНИЕ

Российская Федерация – многонациональное государство, здесь проживает 193 народа, которые говорят более чем на 277 языках и диалектах¹⁹. Преобладающее большинство народов страны на протяжении веков сложились как этнические общности на территории России, сыгравшие историческую роль в формировании российской государственности. Многообразие национального, религиозного и языкового состава населения, многовековой опыт межкультурного взаимодействия, традиции учета государством интересов всех народов, проживающих в Российской Федерации, высокая степень участия институтов гражданского общества в реализации государственной национальной политики определяют основные особенности современного этнокультурного развития народов Российской Федерации. Основная задача современной государственной национальной политики Российской Федерации состоит в укреплении духовной консолидации многонационального народа России как единой гражданской нации.

В решении этой задачи огромную роль играют этнокультурные организации, которые являются институциональным аккумулирующим звеном в деятельности, направленной на сохранение и трансляцию культуры того или иного этноса, межнационального мира и согласия.

Этнокультурное сообщество – форма национальных центров этнокультурной направленности, включенных в систему социальных отношений (власти, бизнеса и общественности) и реализующих региональные социально значимые проекты.

Важным фактором этнокультурной организации, определяющим ее статус, явля-
19 277 языков и диалектов используют народы России// <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/nauka-i-obrazovanie/29672/>

ется включенность в систему социальных отношений. Взаимодействие организации с государственным, коммерческим и некоммерческим секторами определяет ее особую роль как координатора по поддержке этнических культур в регионе.

В настоящее время в Российской Федерации созданы и действуют 1210 национально-культурных автономий (НКА), 21 из которых обладают статусом федеральных, 288 являются региональными, 902 – местными²⁰.

Особое место среди этих организаций занимают НКО, которые создавались как «ресурсные центры» (далее – РЦ). РЦ оказывают необходимую информационную, научно-методическую, консультационную поддержку этнокультурным организациям, обеспечивают сетевую взаимосвязь между социально ориентированными некоммерческими организациями и национально-культурными объединениями, действуют как механизм распространения передового опыта в сфере этнокультурного сотрудничества, гармонизации межнациональных отношений и реализации государственной национальной политики Российской Федерации.

Для общественных организаций, особенно недавно созданных, важно получить поддержку со стороны опытных консультантов и государства для продвижения своих проектов.

Цель проекта «ЭтНик: ресурсное сообщество» – сохранение межнационального мира и согласия через повышение уровня профессиональных компетенций и формирование профессионального ресурсного сообщества лидеров и активистов этнокультурных СО НКО. В рамках реализуемого проекта проведено социологическое исследование ресурсов этнокультурных НКО в продвижении позитивных образцов различных уровней взаимодействия общества и НКО.

Часть I. Результаты анкетного опроса

Общая характеристика исследования

Социологическое исследование было направлено на выявление ресурсных возможностей и потребностей этнокультурного сектора. Необходимо было изучить состояние этнокультурного сектора, его текущее положение, запросы и слабые места, потребности, зоны развития и сдерживающие факторы, влияние на сектор различных программ и проектов, а также основные тенденции, требующие системных изменений и новых подходов.

Цель исследования: определить текущее состояние этнокультурного сектора в России с точки зрения реализации имеющихся ресурсов и провести анализ существующих потребностей деятельности этнокультурных организаций в целях

²⁰ Реализация государственной национальной политики в субъектах Российской Федерации / Сборник справочно-методических материалов / Коллектив авторов; [под редакцией А.Ю. Полунова, В.А. Сажинной]. – М.: Издательство – Дубровин С.В., 2021. – 126 с

привлечения необходимой целевой аудитории и достижения запланированного социального эффекта.

В соответствии с указанной целью необходимо было решить следующие **задачи**:

- выявить фактические значения параметров ресурсных возможностей и потребностей этнокультурного сектора;
- провести качественно-количественную оценку ресурсных возможностей и потребностей этнокультурного сектора;
- дать оценку состояния этнокультурного сектора;
- изучить запросы, слабые места, потребности, зоны развития и основные тенденции, требующие системных изменений и новых подходов;
- выявить и осуществить анализ причин и условий сдерживающих факторов в развитии этнокультурного сектора;
- подготовить рекомендации по совершенствованию деятельности этнокультурного сектора.

Целевая группа: лидеры, специалисты и активисты этнокультурных СО НКО (лидеры и активисты этнокультурных центров наиболее осведомлены о деятельности своих организаций, их планах, ориентации и положении во внешней среде, ресурсах и т.д.), имеющие опыт работы в организации не менее трех лет.

Период проведения исследования: с 18 апреля 2022 г. по 26 июня 2022 г. во всех федеральных округах Российской Федерации.

Методы исследования. В данном исследовании были применены метод анкетирования и метод полуструктурированного глубинного интервью экспертов.

1. Анкетный онлайн опрос.

Сбор данных проводился с помощью стандартизированного бланка анкеты через платформу Google Forms и рассылки по электронной почте бланков анкет в формате Word. Анкета состояла из 48 вопросов, поделенных на три блока: 1 блок – организация работы СО НКО (18 вопросов); 2 блок – ресурсные возможности этнокультурных организаций (18 вопросов); 3 блок – выявление потребностей в сфере развития этнокультурных организаций (7 вопросов); общие сведения о респондентах (3 вопроса).

Размер выборки – 304 респондента.

Для формирования выборки был использован метод «снежного кома»²¹. Массив анкет, полученных в результате социологического опроса, составил 304 анкеты (161 в Google Forms и 143 в формате Word).

²¹ Метод основан на том, что представитель целевой группы может назвать еще одного или нескольких человек, которые входят в исследуемую группу. Таким образом, первоначальное определенное количество респондентов возрастает до необходимого объема выборки.

Респонденты – лидеры, активисты, сотрудники организаций этнокультурного сектора. Выбор эмпирического объекта обусловлен целью исследования.

Социально-демографические характеристики респондентов.

Возраст. Возраст респондентов от 21 до 81 года. Самый старший участник исследования 1941 года рождения, самый младший 2001 года рождения.

Уровень образования:

высшее образование или неоконченное высшее – 76,3%;

ученая степень – 12,5%;

среднее профессиональное (колледж, техникум) – 9,2%;

полное среднее – 1,9%.

Основное занятие:

сотрудник НКО – 22,4%;

пенсионер – 9,9%;

предприниматель -12,5%;

работник образования, науки, культуры, здравоохранения и др. – 40,1%;

работник промышленности, строительства, транспорта и др. – 1,9%;

работник торговли, общепита, бытового обслуживания -1,9%;

служащий органов государственной власти, муниципального управления – 3,3%;

специалист экономического, финансового профиля – 4,6%;

не работаю – 3,3%.

2. Полуструктурированные глубинные интервью экспертов.

Проведено 25 индивидуальных полуструктурированных глубинных интервью с экспертами – лидерами наиболее влиятельных этнокультурных НКО, лидерами ресурсных центров этнокультурной направленности, учеными этнокультурного сектора.

Представлены все федеральные округа России:

Центральный федеральный округ – 10 чел.,

Приволжский федеральный округ – 5 чел.,

Северо-Западный федеральный округ – 2 чел.,

Южный федеральный округ – 2 чел.,

Сибирский федеральный округ – 2 чел.,

Уральский федеральный округ – 2 чел.,

Северо-Кавказский федеральный округ – 1 чел.,

Дальневосточный федеральный округ – 1 чел.

Основные этапы исследования.

I ЭТАП:

- предварительная подготовка к проведению социологического исследования;
 - разработка программы инструментария количественного социологического исследования;
 - разработка стандартизированной анкеты социологического опроса;
 - разработка гайда (плана глубинного интервью) экспертного опроса;
 - проведение пилотажного опроса в целях корректировки вопросов анкеты.
- Сбор первичной социологической информации осуществлен методом пилотажного опроса (всего 15 человек).

Контроль работ пилотажного этапа исследования. По итогам опроса, с целью последующей окончательной корректировки вопросов анкеты осуществлен анализ полученных результатов и визуальный контроль анкет для проверки полноты и правильности их заполнения и выявления логических несоответствий. Период проведения пилотажного опроса – март 2022г.

II ЭТАП:

- проведение социологического опроса респондентов из числа лидеров и активистов этнокультурных организаций (всего 304 человека);
- анкетирование посредством направления анкеты респондентам по электронной почте или направления ссылки для заполнения анкеты через Google Формы;
- проведение глубинных личных интервью методом face-to-face с использованием интернет-технологий (всего 25 человек).

III ЭТАП:

- Подготовка и сдача итогового аналитического отчета.
- Подготовка методических рекомендаций по совершенствованию деятельности этнокультурного сектора, содержащих результаты и выводы по итогам проведенного исследования.

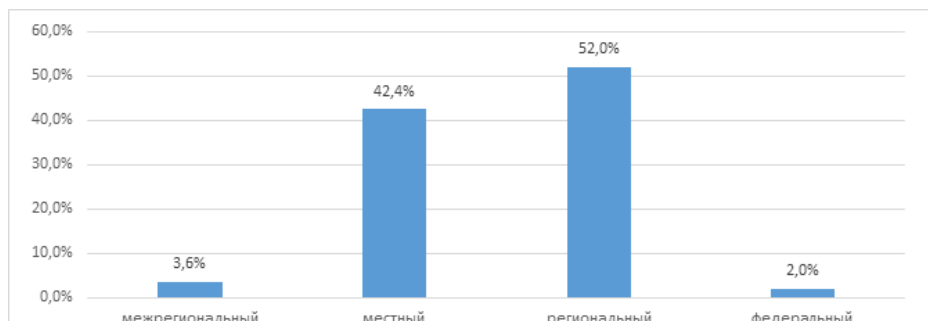
Раздел 1. Организация работы СО НКО

Отправной точкой исследования являлись общие характеристики организаций, в которых работают наши респонденты, – статус и срок деятельности.

Большинство респондентов работают в организациях, имеющих статус региональных, – 52,0%, статус местных организаций – 42,4%, межрегиональных – 3,6%, федеральных – 2,0% (диаграмма 1).

Диаграмма 1

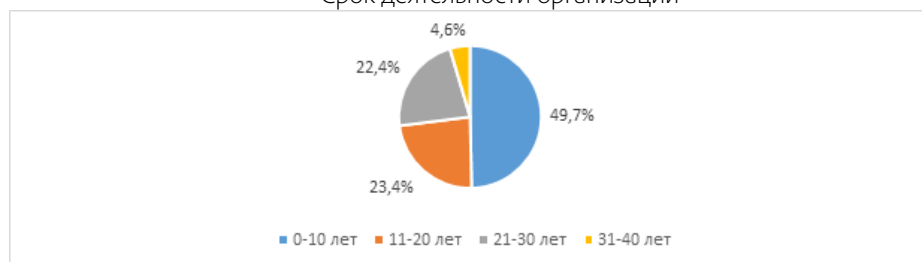
Статус организаций



Почти половина организаций действуют менее 10 лет (49,7%), сравнительно одинаковое количество организаций действуют от 11 до 20 лет и от 21 до 30 лет (соответственно 23,4% и 22,4%), от 31 до 40 лет – 4,6%. Эти данные демонстрируют востребованность нашего проекта для организаций с разным опытом работы и разными сроками деятельности (диаграмма 2).

Диаграмма 2

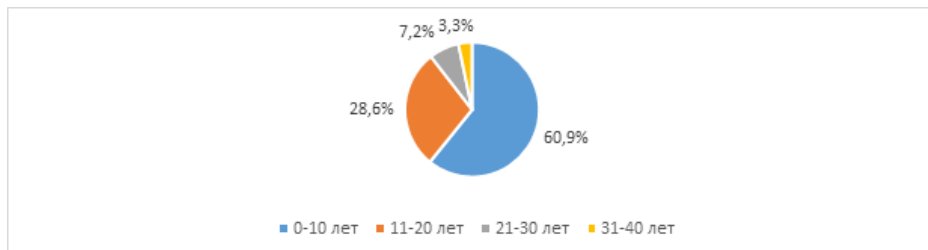
Срок деятельности организации



Все респонденты, участвовавшие в опросе, являются лидерами или активистами этнокультурных организаций. Основная доля опрошенных работают или являются активистами организации менее 10 лет – 60,9%, от 11 лет до 20 лет – 28,6%, от 21 до 30 лет – 7,2%, от 31 до 40 лет – 3,3% (диаграмма 3).

Диаграмма 3

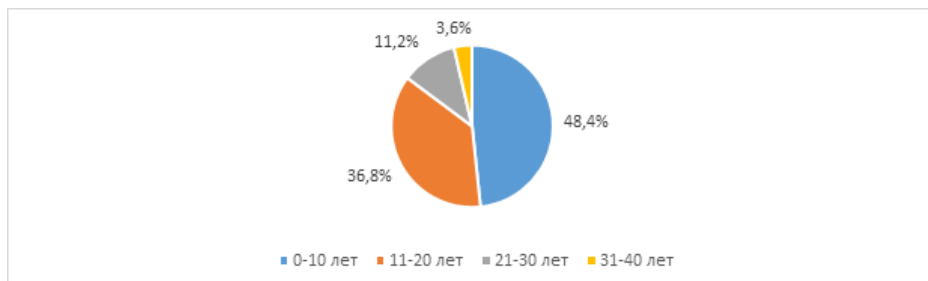
Срок работы респондентов в организации



При этом вовлечены в этнокультурную деятельность не менее 10 лет – 48,4%, от 11 до 20 лет – 36,8%, от 21 до 30 лет – 11,2%, от 31 до 40 лет – 3,6% (диаграмма 4).

Диаграмма 4.

Вовлеченность респондентов в деятельность этнокультурного сектора



Данные об общей характеристике организаций и активности респондентов, необходимы нам для дальнейшего корреляционного анализа и определения связей и зависимости между исследуемыми переменными.

Приоритетной задачей деятельности этнокультурной организации является социализация представителей своего этноса в региональное сообщество, сохранение и развитие этнической культуры и культурно-просветительская деятельность. В массиве наших данных эти направления подтвердились. Почти треть опрошенных указала в качестве основной деятельности «сохранение традиций и обычаев народов» (29,3%) (диаграмма 5).

Диаграмма 5.

Основная задача этнокультурной организации



Наибольшее внимание в работе этнокультурных организаций уделяется социокультурной сфере, наименьшее – работе с детьми и мигрантами. Эти данные подтверждаются вопросом о целевых группах организации. Большинство респондентов в качестве целевой аудитории выбрали местное коренное население – 43,4% и представителей этнических групп – 26,3%. Меньше всего работают с молодежью – 3,9%, с мигрантами и членами их семей в сфере социальной адаптации – 4,6% и с детьми школьного возраста – 5,3%. При этом подавляющее большинство респондентов (81,3%) заинтересованы в расширении целевой аудитории, из них наибольшие значения ответов – 23,6% за счет работы «с молодежью» и 11,2% за счет работы «с детьми школьного возраста».

Приобщая к своей деятельности молодежь и школьников, НКО стараются использовать различные средства по ознакомлению их с народной художественной культурой и традициям своего этноса через участие в национальных и религиозных праздниках, фестивалях, концертах и образовательных семинарах. В открытых ответах респонденты называли и другие целевые группы: инвалиды, бабушки с внуками, вновь прибывшие мигранты, беженцы, иностранные студенты, туристы, соотечественники, проживающие за рубежом, квалифицированные специалисты и т.д. Как видим, просматриваются серьезные перспективы развития этнокультурных организаций и стремления работников сектора расширить целевую аудиторию, однако, по мнению респондентов, существующие проблемы в секторе не позволяют организациям реализовываться полностью.

Отвечая на вопрос об основных направлениях деятельности организации, большинство респондентов указало на «содействие реализации проектов некоммерческих организаций в сфере государственной национальной политики» – 42,1%, на втором месте «организация культурно-досуговых массовых мероприятий

(фестивалей, концертов и др.)» – 17,8%, на третьем «организация и проведение семинаров, лекций, круглых столов по актуальным вопросам межнациональных отношений» – 14,8%. Остальные направления набрали не более 10% (диаграмма 6).

Диаграмма 6

Основные направления деятельности организации



Сопоставив эти данные с вопросом об основных задачах этнокультурного сектора (диаграмма 5), мы обратили внимание на небольшую долю тех, кто отметил «изучение родных языков». В диаграмме 6 эти данные подтвердились незначительной долей ответивших об осуществлении деятельности по сохранению родных языков.

Тем не менее, деятельность организаций этнокультурного сектора весьма разнообразна. Вот лишь некоторые из перечисленных проектов, реализуемых нашими респондентами: Традиционный праздник «Тылыщ Поры», Этнографическое наследие, Ежегодная выставка поморских художников, Этнофорум мастеров марийской вышивки, подростковый клуб «Энерджу», ЭТНОдевчонки в поисках счастья, Народный фитнес, Мраморная миля, Студия цифровой помощи национальной самодеятельности, Проект « Этноспорт-объединяет», Нооруз, «Няндомы За!», «ЭтноКаникулы», Обряды народов Таймыра, Фестиваль Нягань. «Дорогами Шевченко и Тукая идём, даря тепло родного края», Священная рыба Сакана, Ненецкий пояс, Областные праздники ЫйЫн и Каргатуй, «ЭтноSTYLE – это наш стиль!», выставки «130 лет путешествию царя Николая II». «Летний театральный сезон в Темникове» «Боброво – территория Дружбы» и другие проекты. Тематическое

разнообразие проектов позволяет сделать вывод о том, что в целом большинству организаций достаточно ресурсов для их реализации.

Среди основных причин, необходимых для успешной реализации проектов, респонденты назвали поддержку со стороны органов власти (58,2%) и финансовую поддержку (52,3%) (диаграмма 7).

Диаграмма 7

Причины успешной реализации проектов



Сумма ответов больше 100%, так как вопрос предполагал выбор нескольких вариантов ответа.

Основной причиной неуспешной реализации проектов респонденты назвали финансовые трудности, в максимальном значении это 69,4% (диаграмма 8).

Диаграмма 8.

Причины неуспешной реализации проектов



Сумма ответов больше 100%, так как вопрос предполагал выбор нескольких вариантов ответа.

Таким образом, финансовые трудности ограничивают возможности организа-

ций, и многие идеи остаются нереализованными. Сохраняется серьезная проблема неясности целей и задач при разработке проекта, в связи с чем можно сделать вывод об отсутствии у респондентов знаний в области социального проектирования.

Распределение ответов показывает, что поиск надежных партнеров не вызывает у респондентов особых затруднений, что можно детерминировать, с одной стороны, как умение руководства организации выстраивать партнерские отношения с разными субъектами, заинтересованными в этнокультурной деятельности, с другой стороны, результаты могут свидетельствовать об отсутствии у респондентов навыков поиска партнеров и непонимания важности партнерских отношений. В этой связи следует отметить востребованность специальных курсов и обучающих семинаров о способах поиска партнеров и о партнерском взаимодействии.

Несколько неожиданными оказались ответы об осведомленности местного населения о деятельности организации. Большинство опрошенных (69,7%) уверены, что местное население хорошо знает организацию, при этом 18,4% выразили сомнение, а 11,8% вообще не смогли ответить, знакомо ли местное население с организацией.

Основными причинами слабой осведомленности респонденты назвали отсутствие своего информационного ресурса (32,6%) и малую посещаемость сайта (34,9%). Данные результаты можно объяснить тем фактом, что руководители организаций не придают серьезного значения этому вопросу, не используют имеющуюся информацию для проверки осведомленности об организации, не понимают значимости собственного сайта, и часто результатом такой деятельности является существенное снижение уровня доверия к организации местного населения и органов власти. Организациям рекомендуется не только устанавливать контакты с региональными медиа платформами для тиражирования актуальной информации о деятельности организации, но и иметь собственный сайт.

Один из главных вопросов нашего исследования в рамках заявленных задач касался сотрудничества организации с органами государственной и муниципальной власти. Для статуса НКО необходимо использование административного ресурса, позиционирование НКО как коллективного партнера органа власти и получение признания на муниципальном и региональном уровнях. Почти 90% респондентов уверены, что власть заинтересована в сотрудничестве с организацией, но в ответах о влиянии организации на принятие решений органами власти в сфере национальной политики такая уверенность отсутствует, более того, значительная доля респондентов затруднились оценить взаимодействие с властью (18,4%) (табл.1).

Таблица 1.

Сотрудничество органов власти и этнокультурной организации, %

	Да	Скорее да	Скорее нет	Нет	Затрудняюсь ответить
Заинтересованы ли органы власти в сотрудничестве с Вашей организацией?	45,4	41,8	3,9	2,3	6,6
Оказывает ли Ваша организация влияние на принятие решений властями в сфере национальной политики?	15,5	45,1	13,5	7,6	18,4

Более половины опрошенных (56,3%) из тех, кто ответил «да» на вопрос о влиянии организации на органы власти (15,5%), затруднились оценить степень такого влияния. Следует добавить, что организации нацелены на осуществление взаимодействия с органами власти, но не видят способов и механизмов, как это сделать, как заинтересовать власть, необходима серьезная проработка данного вопроса на обучающих семинарах.

Раздел 2. Ресурсные возможности этнокультурных организаций

Цель нашего исследования заключалась в изучении имеющихся у организации ресурсных возможностей. Сегодня есть немало положительных примеров деятельности этнокультурных СО НКО, успешно привлекающих ресурсы для реализации своих проектов и профессио-нально организующих свою работу. Управление ресурсами в этнокультурной сфере требует системных решений для успешного развития сектора, формирования новых подходов, накопления и распространения успешных практик. Однако отсутствие долгосрочных перспектив развития и системы их реализации, позволяет говорить о существующих этнокультурных центрах не как о системе, а только как о сети, имеющей некоторые внутренние связи чисто формального характера.

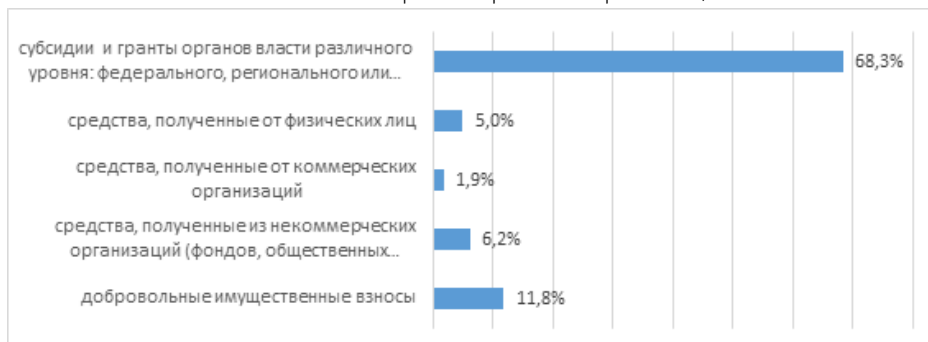
Подавляющее большинство этнокультурных организаций на уровне местных сообществ испытывают проблемы с ресурсами, построением стратегии развития и системного взаимодействия, что в целом позволило бы повысить достигаемый организацией социальный эффект.

Формирование новых источников финансирования является для организации основным фактором развития. Распределение ответов об источниках финансирования свидетельствует о том, что в большинстве случаев финансирование осу-

ществляется посредством участия в конкурсах грантов и субсидий разного уровня (68,3%) (диаграмма 9).

Диаграмма 9

Источники финансирования организации



Однако возникает сомнение, что респонденты смогли правильно определить категорию источника финансирования. Скорее всего, значительные показатели по индикатору «конкурсы грантов и субсидий разного уровня» объясняются тем фактом, что респонденты отразили в ответах гранты Фонда Президентских грантов и Президентского Фонда культурных инициатив, но эти организации не относятся к государственным структурам, а являются общественными организациями.

Сравнительный анализ по критериям «статус организации» и «источники доходов» показал, что основным источником доходов для межрегиональных, региональных и местных организаций являются гранты и субсидии различного уровня. Для организаций федерального уровня основными источниками являются средства, полученные от различных организаций и физических лиц (табл.2).

Таблица 2.

Соотношение статуса и источников финансирования организации, %

Источники финансирования деятельности организации	Статус этнокультурной организации			
	федеральный	межрегиональный	региональный	местный
субсидии и гранты органов власти различного уровня: федерального, регионального, местного	9,8	29,2	70,1	62,8
средства, полученные от некоммерческих организаций (фондов, общественных организаций и др.)	11,5	20,8	2,4	3,3
средства, полученные от коммерческих организаций	12,1	0,0	2,4	1,7
добровольные имущественные взносы	3,3	4,2	19,2	22,3
средства, полученные от физических лиц	13,1	12,5	6,0	3,3
регулярные и единовременные поступления от учредителей	6,6	12,5	0,0	3,3
членские взносы	0,0	8,3	0,0	0,0
доходы (выручка) от реализации товаров, работ, услуг, имущественных прав	1,6	0,0	0,0	3,3
внереализационные доходы (дивиденды, проценты по депозитам и т. п.)	0,0	0,0	0,0	0,0
прочие доходы	11,5	12,5	0,0	0,0

Более половины опрошенных указали на недостаток финансирования организации (54,0%) и отрицательно ответили о регулярности финансирования (53,4%) (табл.3).

Таблица 3.

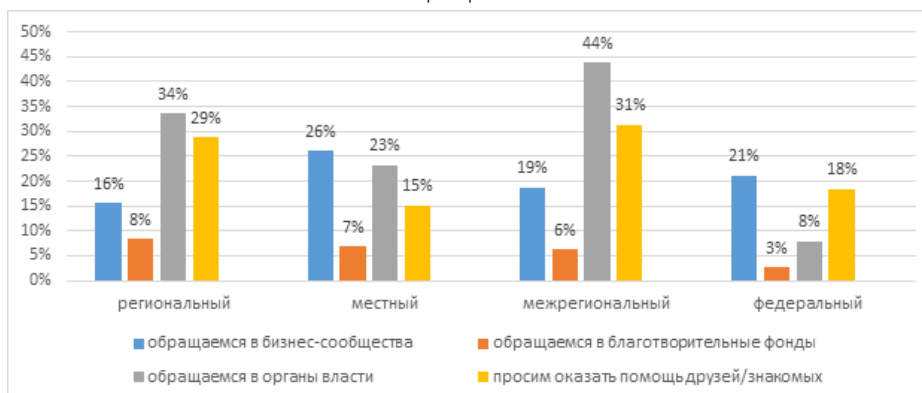
Распределение ответов респондентов о финансировании организации, %

Ответ	Испытывает ли Ваша организация недостаток в финансировании?	Поступает ли финансирование в организацию регулярно?
Да	54,0	21,1
Иногда	3,7	19,9
Нет	36,0	53,4
Затрудняюсь ответить	6,2	5,6

Проблема поиска финансирования одна из самых трудно решаемых для этнокультурных организаций. Сравнительный анализ выявил существенную разницу между статусом организации и способами поиска доноров для мероприятий (диаграмма 10).

Диаграмма 10

Соотношение статуса организации и способов поиска доноров для мероприятий



Региональные организации в основном обращаются в органы власти (34%), и к друзьям/знакомым (29%), в то время как местные структуры ищут финансовую поддержку у бизнес-сообщества – так ответили 26% опрошенных, что на 10 пунктов больше, чем в ответах респондентов региональных организаций (16%) и в органах власти (23%).

Межрегиональные организации в основном обращаются в органы власти (44%), незначительная доля в благотворительные фонды (6%).

Федеральные структуры ищут доноров в бизнес-сообществе (21%) и просят оказать помощь друзьям (18%).

Предпочтения организаций объясняются несколькими факторами: с одной стороны, НКО местного уровня не имеют широких коммуникаций с органами власти и не рискуют обращаться к региональным структурам за помощью, с другой стороны, этот же фактор способствует налаживанию более тесных контактов руководителей муниципальных организаций с местным бизнес-сообществом. Им проще договориться с местными предпринимателями и привлечь их к организации тех или иных мероприятий, чем найти деньги на региональных или федеральных площадках. В тоже время региональным структурам проще обратиться за финансовой поддержкой в региональные органы власти.

Конкретизация вопроса о финансировании показала значимость фактора участия организации в конкурсах грантов и субсидий разного уровня (табл.4).

Таблица 4.

Участие организации в конкурсах грантов и субсидий разного уровня, %

	Да, часто	Иногда	Не участвует
Участвует ли Ваша организация в грантовых конкурсах	Федерального уровня		
	36,6	25,5	38,5
	Регионального уровня		
	42,9	33,5	23,6
	Муниципального уровня		
	27,3	29,2	43,5
Участвует ли Ваша организация в конкурсах субсидий	Федерального уровня		
	19,3	18,6	62,1
	Регионального уровня		
	31,7	36,0	32,3
	Муниципального уровня		
	21,1	33,5	45,3

Финансирование с использованием механизма грантов на конкурсной основе является пред-почтительной формой, поскольку позволяет обе-спечить значи-тельный объем потребностей организации.

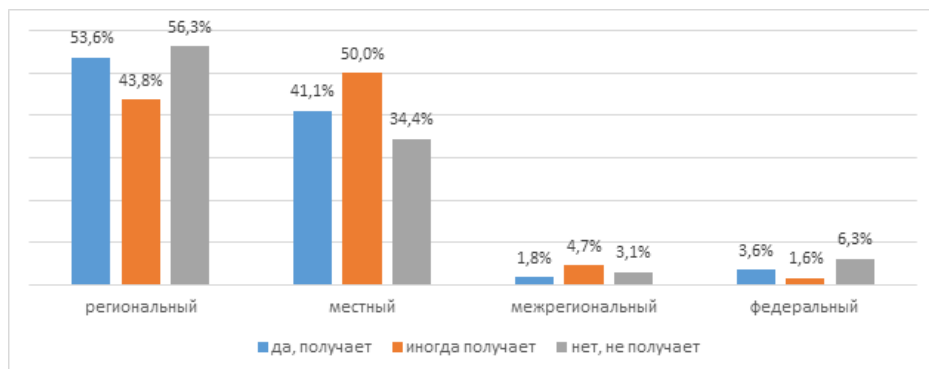
Реже всего респонденты подают заявки на конкурсы субсидий федерального уровня. Субсидии федерального уровня, в частности, предоставляются Федераль-ным агентством по делам национальностей на реализацию мероприятий по укреп-лению единства российской нации и этнокультурному развитию народов России в рамках реализации государственной программы Российской Федерации «Реа-лизация государственной национальной политики». Субсидия предоставляется в целях обеспечения затрат на проведение мероприятий, направленных на этнокуль-турное развитие народов России, в том числе, сохранение и защиту самобытности, культуры, языков и традиций народов Российской Федерации.

Однако реальная практика такова, что этот путь для региональных органи-заций малодоступен. Проекты, на которые выделяются субсидии, должны быть федерального уровня, региональным и местным проектам получить такую субси-дию сложно. Опыт тех организаций, которые все-таки имели такую возможность, показывает, что субсидию, как правило, удастся получить только один раз, соот-ветственно, выполненный проект может не иметь дальнейшего продвижения из-за отсутствия возможностей повторного получения субсидий.

В ходе исследования выявлена взаимосвязь между статусом организации и поддержкой государственных структур, что позволяет в дальнейшем прогнози-ровать вероятность результата среди изучаемых переменных и акцентировать внима-ние на новых источниках финансирования (диаграмма 11).

Диаграмма 11

Соотношение статуса организации и поддержки
от государственных структур



Мы не уточняли формы и виды государственной поддержки, для нас важно было определить взаимозависимые переменные. Чаще всего государственную поддержку получают региональные организации, в отличие от муниципальных. Мы связываем это с очевидным ростом запросов региональных НКО на выстраивание конструктивного диалога с властью. Появляются новые сообщества с активной позицией, которые в той или иной форме стремятся закрепить взаимодействие с органами власти. Что касается местных организаций, то причины, от которых зависят получают они государственную поддержку или нет, кроются в слабой подготовленности самих организаций. Они меньше верят в собственные силы и возможности, меньше мотивированны на получение поддержки от государства, не обладают необходимыми знаниями в вопросах финансовой грамотности. С точки зрения обучения финансовым вопросам, местные организации, в первую очередь, нуждаются в обучающих семинарах по мотивации, как основы успешной деятельности. Завершая блок вопросов о финансовом обеспечении организаций, отметим необходимость в обучающих семинарах по теме грантовой культуры организации, т.е. о способах поиска источников финансирования, донорах и получения государственной поддержки и, в целом, о разных формах привлечения средств не только через грантодающие фонды.

Респонденты выделили основные виды деятельности этнокультурных организаций, на которые, по их мнению, необходимо государственное финансирование (диаграмма 12).

Диаграмма 12

Виды деятельности этнокультурных организаций, на которые необходимо государственное финансирование



Сумма ответов больше 100%, так как вопрос предполагал выбор нескольких вариантов ответа.

Для ведения деятельности любой организации необходимы ресурсы. Требования к ресурсам определяются целями и задачами деятельности организации. Для этнокультурных НКО данный фактор играет определяющую роль, так как в силу организационно-экономических особенностей, возможности получения ресурсов ограничены, в частности, законодательно. Уже сам факт наличия тех или иных ресурсов у этнокультурных организаций определяет потенциал ее деятельности.

Этнокультурная деятельность организаций обеспечивается множеством факторов. Перед нами стояла задача выяснить потребности и возможности организаций в ресурсном обеспечении. Было задано несколько однотипных вопросов на выявление разных ресурсов. Мы объединили результаты в общую таблицу для целостного представления. Результаты опроса дают основание утверждать, что, в основном, исследуемые организации имеют необходимые ресурсы для реализации своих проектов (табл.5).

Таблица 5

Наличие ресурсов у организаций, %

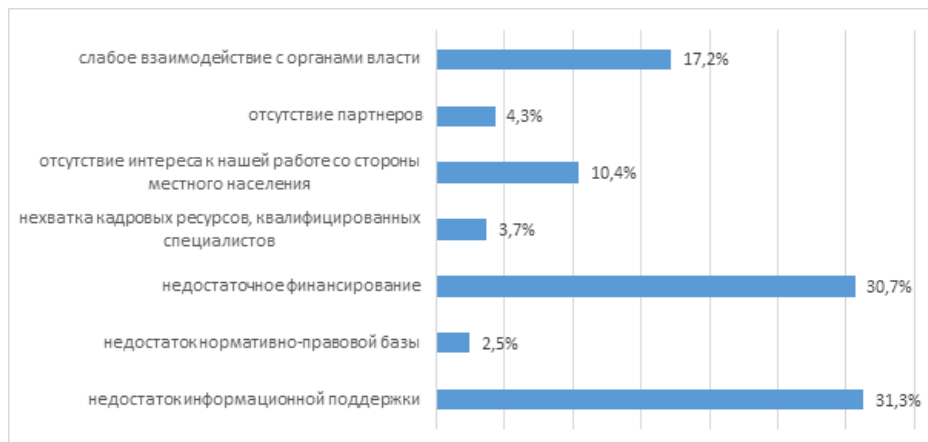
ВОПРОСЫ	ОТВЕТЫ			
	Да, достаточно	Скорее да	Скорее нет	Нет, не достаточно
Достаточно ли в Вашей организации специалистов для реализации проектов?	26,1	13,7	35,4	24,2
Имеют ли сотрудники Вашей организации необходимые навыки и компетенции для выполнения своих обязанностей?	В основном да, имеются	В основном нет, не имеются	Затрудняюсь ответить	
	75,2	11,2	11,8	
Имеется ли у Вашей организации офис?	да, имеется, помещение находится в собственности организации	да, имеется по договору аренды	да, имеется, предоставлено на безвозмездной основе	нет, не имеется
	19,3	14,3	34,2	29,2
Имеется ли у Вашей организации помещение для осуществления проектной деятельности?	да, имеется, помещение находится в собственности организации	да, имеется по договору аренды	да, имеется, предоставлено на безвозмездной основе	нет, не имеется
	14,9	37,9	21,1	24,8
Обеспечена ли Ваша организация необходимым оборудованием и инвентарем?	В основном обеспечена		Нет, оборудования не хватает	
	51,6		47,8	

Ключом к пониманию и объяснению успешности реализации этнокультурных проектов являются профессиональные навыки и компетенции сотрудников. Значительная доля респондентов (75,2%) высоко оценили профессиональные качества своих коллег.

Вышеперечисленные факторы наличия ресурсов являются общими (благоприятными или ограничивающими) для деятельности организации. Однако наше исследование зафиксировало и другие факторы, влияющие на результаты работы (диаграмма 13).

Диаграмма 13

Сложности, возникающие при реализации проектов

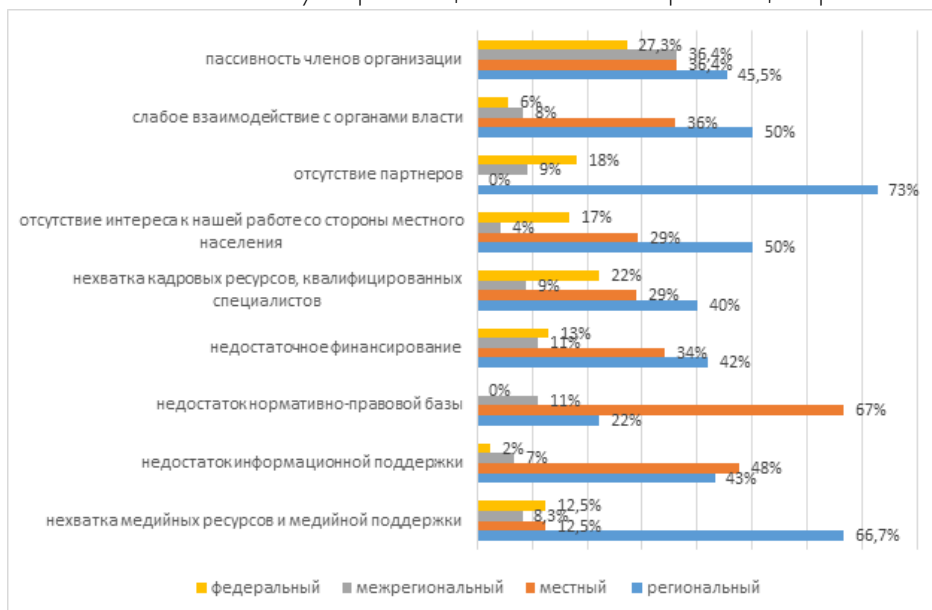


Исходя из полученных результатов, наибольшее значение (31,3%) отражает проблемы в информационном поле организации. Можно говорить о низкой информационной активности организации, при том, что с самого начала своей деятельности они ориентированы на информирование целевой аудитории о проектах и мероприятиях. Напомним, что среди причин слабой осведомленности местного населения об организации (раздел 1), респонденты назвали отсутствие собственного информационного ресурса (32,6%) и малую посещаемость сайта (34,9%). Основная причина состоит в том, что организации не работают с сайтами и не занимаются их продвижением.

Результаты анализа выявили переменные, детерминирующие степень зависимости двух переменных: статус организации и сложности, ограничивающие ее деятельность (диаграмма 14).

Диаграмма 14

Соотношение статуса организации и сложностей в реализации проектов



Сумма ответов больше 100%, так как вопрос предполагал выбор нескольких вариантов ответа.

Обращает на себя внимание оценка респондентов организаций регионального уровня, которые основной проблемой назвали отсутствие партнеров (73%), тогда как респонденты организаций местного уровня не выделяют этот показатель совсем, что может свидетельствовать либо о наличии у респондентов постоянных партнерских связей между организациями, либо о недооценке важности партнерства. В целом, респонденты из региональных структур более критично оценили возможности своих организаций. Практически по всем индикаторам их оценки превышают показатели респондентов муниципальных организаций. Главными проблемами остаются: слабое взаимодействие с органами власти – 50% и 36% соответственно; отсутствие интереса к работе со стороны местного населения – 50% и 29%; нехватка кадровых ресурсов, квалифицированных специалистов – 40% и 29%; недостаточное финансирование – 42% и 34%.

Таким образом, из выделенных исследуемых групп больше всего сложностей назвали представители региональных организаций, что объясняется более грамотным и критичным подходом к анализу своей деятельности, т.к. эти организации находятся на более высоком уровне развития и самооценки, чем муниципальные.

В то же время доля ответов респондентов организаций местного уровня по показателю «недостаток нормативно-правовой базы» значительно превышает долю ответов всех других респондентов – 67%, при этом респонденты региональных организаций этот индикатор не отметили.

Мы можем говорить о том, что местным организациям не хватает законодательного ресурса для более эффективной работы. Незавершенные муниципальные правовые акты по вопросам деятельности НКО – это серьезная проблема этнокультурного сектора.

Одновременно наблюдается определённый дефицит получения СО НКО квалифицированной юридической помощи по различным вопросам. Этнокультурные НКО нуждаются в правовом сопровождении своей деятельности, поэтому необходимо повышать правовую грамотность сотрудников, т.к. они могут и не знать некоторые особенности законодательства.

Было бы хорошей практикой на системном уровне внедрять образовательные программы, проводить мероприятия и создавать условия для повышения правовой грамотности сотрудников этнокультурного сектора. Необходимы обучающие семинары и тренинги для повышения уровня компетенций целевых групп через изучение особенностей законодательства Российской Федерации об НКО, формирование знаний о договорной работе, умений и навыков по ведению документооборота в НКО, подготовке отчётов в надзорные органы и многие другие вопросы. Часто серьезной проблемой и причиной низкой активности муниципальных организаций является отчетность по грантам или субсидиям. Формы отчетности сложные и не всегда понятны сотрудникам, это приводит к тому, что муниципальные организации не хотят получать гранты.

Из-за отсутствия правовых навыков, муниципальные структуры не всегда используют в своей работе те законодательные нормы, которые уже разработаны и приняты. С одной стороны, необходимо проводить системную работу по повышению грамотности сотрудников СО НКО, с другой стороны, сектор нуждается в правовой поддержке. В этом направлении мы можем рекомендовать органам государственной власти более тесное сотрудничество.

По ранее выявленным показателям, выстраивание партнерских отношений с заинтересованными субъектами этнокультурного сектора было отмечено респондентами в числе приоритетных направлений. В этой связи актуализируется вопрос о способах поиска партнеров для мероприятий/проектов (диаграмма 15).

Диаграмма 15

Поиск партнеров для мероприятий/проектов



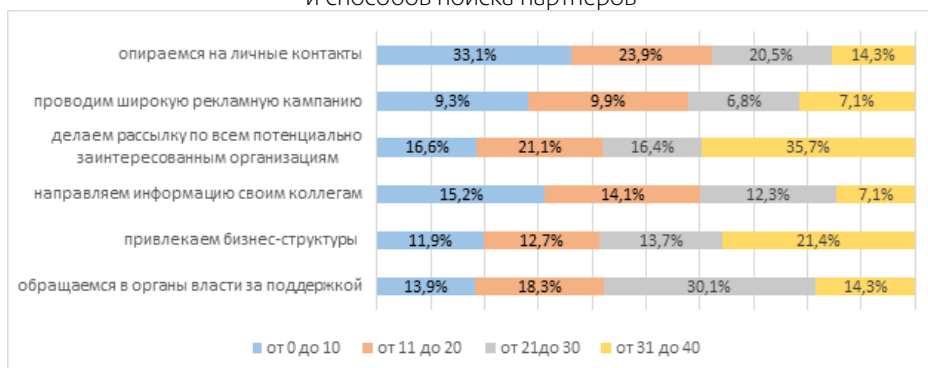
Общее распределение ответов показало зависимость организаций от личных контактов, почти треть опрошенных ответили, что опираются на личные связи в поиске партнеров (31,7%). Мы согласимся с тем, что любые способы поиска партнеров можно охарактеризовать как личные контакты, однако нам необходимо было оценить уровень взаимодействия организации с другими субъектами, участвующими в развитии этнокультурного сектора. Меньше всего респонденты уделяют внимания проведению рекламной кампании (3,7%) и обращаются в бизнес-структуры (9,3%).

Сравнение двух показателей «срок деятельности организации» и «способы поиска партнеров» позволило сделать определенные выводы о партнерском взаимодействии организаций в зависимости от их «возраста».

В первой группе – организации, работающие менее 10 лет. В поиске партнеров, они в основном ориентируются на личные контакты (33,1%) и делают рассылку по заинтересованным структурам (16,6%). Меньше всего они задействуют рекламную кампанию (9,3%) и привлекают бизнес-структуры (11,9%) (диаграмма 16).

Диаграмма 16

Соотношение срока деятельности организации
и способов поиска партнеров



Во второй группе – организации, работающие в этнокультурном секторе от 11 до 20 лет, также опираются на личные контакты (23,9%) и делают рассылку (21,1%), но при этом стараются привлечь органы власти (18,3%). Можно утверждать, что накопленный опыт работы расширяет возможности организаций.

Более тесное сотрудничество с органами власти у организаций третьей группы, работающих в секторе от 21 до 30 лет. Около трети опрошенных указали, что обращаются в органы власти (30,1%), на втором месте – «опираемся на личные контакты» (20,5%).

И наконец, респонденты четвертой группы – организаций, имеющих опыт взаимодействия с разными структурами и проведения большого количества мероприятий более 30 лет, сделали акцент на рассылке заинтересованным лицам – 35,7% опрошенных. Такие индикаторы, как «проводим широкую рекламную кампанию» и «направляем информацию своим коллегам» получили наименьшие значения. Мы видим объяснение этому в том, что колоссальный опыт работы в этнокультурном секторе, научил организации не тратить время и ресурсы на деятельность, которая не дает желаемых результатов, поэтому обращение к конкретным потенциальным партнерам мероприятия/проекта, по мнению респондентов, позволяет эффективно и с наименьшими затратами реализовать проект. Отметим, чем дольше организация работает в этнокультурном секторе, тем выше ее авторитет у заинтересованных структур и местного населения. Такие организации чаще делают ставку на взаимодействие с органами власти. Вместе с тем, низкие показатели активной рекламной деятельности «старших» организаций, скорее всего, свидетельствуют о недооценке ими роли рекламной кампании. Руководители организаций не проводят рекламную деятельность и не стремятся получить новые знания в области

рекламы, т.к. считают, что это неприменимо в некоммерческом секторе.

Информационное поле этнокультурных организаций.

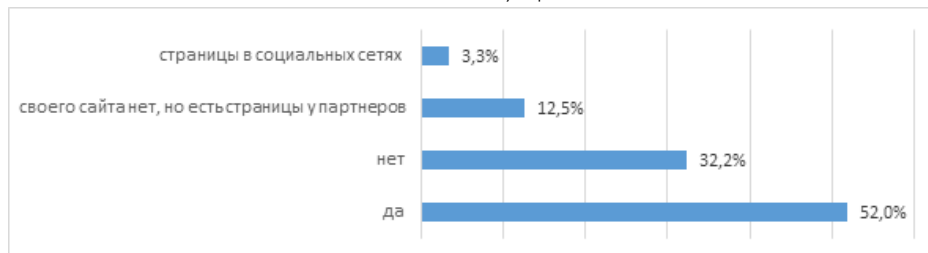
Актуализации этнокультурной деятельности могут способствовать медийные, интернет-, информационно-коммуникационные и другие ресурсы, направленные на продвижение этнокультурных организаций в современных информационно-коммуникационных формах. Наличие таких ресурсов – важный фактор формирования этнокультурного пространства в каждом регионе. Состояние медиа платформы (информационное обеспечение деятельности национально-культурных автономий, наличие веб-сайта, Интернет порталов и т.д.) отражает реальное состояние развития этнической группы в составе местного сообщества и рассматривается как параметр ее социокультурного развития.

Блок вопросов нашего исследования был направлен на оценку информационного поля этнокультурных организаций. Большинство респондентов ответили, что получают поддержку со стороны СМИ – 65,2%, в тоже время около трети респондентов не получают такой поддержки – 29,2%. На вопрос: «Достаточна ли поддержки со стороны СМИ?» положительно ответили более половины опрошенных – 56,2%, но 36,6% ответили отрицательно. Несмотря на то, что большинство организаций успешно выстраивают работу со СМИ, значительная доля опрошенных отрицательно охарактеризовала такое взаимодействие. Причины, на наш взгляд, в неправильно организованной работе. С одной стороны, нужно проводить образовательную работу с этнокультурными организациями в целях получения навыков внешних коммуникаций, с другой стороны, проводить глубокую разъяснительную работу с представителями СМИ для объяснения специфики работы этнокультурного сектора, т.к. часто причина кроется в том, что СМИ не понимают целей и задач деятельности этнокультурных организаций и не умеют с ними работать.

Повышение конкурентоспособности этнокультурных сайтов в общероссийском и региональном масштабах может стать одним из актуальных направлений проектной деятельности. Продвижение лучшей практики в этой области служит не только целям сохранения отдельных этнических культур, но и развитию новых технологических приемов для представления разных этнических сообществ (диаграмма 17).

Диаграмма 17

Наличие сайта у организации



У большинства организаций имеется собственный сайт или они пользуются сайтами партнеров. В силу ограниченности рамок исследования мы не задавали вопросы, касающиеся эффективности работы сайта: насколько часто происходят обновления, публикуются ли новости о мероприятиях и других событиях. В последующих исследованиях мы планируем уделить этому вопросу больше внимания, т.к. считаем, что хорошо подготовленное информационное поле – это отправная точка деятельности любой организации.

Важнейшим фактором успешной работы организации в местном сообществе является ее участие в социальных сетях, где формируется ее информационное поле.

Социальные сети являются неотъемлемой частью деятельности любой общественной организации, тем более той, целью которой является укрепление межнационального единства. Большая часть общения между разными субъектами общественной жизни переместилась в интернет-пространство, поэтому социальные сети в качестве онлайн-платформ обеспечивают поддержание связей между людьми и организациями (диаграмма 18).

Диаграмма 18

Присутствие организации в социальных сетях



Распределение ответов показало, что подавляющее большинство (69,7%) имеют свои странички в группе «ВКонтакте» и в Телеграмм (14,1%) остальные

показатели не превысили 10%.

Раздел 3. Выявление потребностей в сфере развития этнокультурных организаций

Система потребностей и интересов этнокультурных организаций постоянно меняется в силу изменений, происходящих в обществе и появления новых форм этнокультурного взаимодействия. Для того, чтобы быстро реагировать на появляющиеся проблемы, выражать интересы этнических групп и решать задачи государственного масштаба по сохранению и развитию культуры, необходимо понимать, какие ключевые потребности организации остаются нереализованными. Задача данного раздела исследования заключалась в выявлении необходимых потребностей этнокультурных организаций.

Один из первых пунктов раздела касался коммуникационного взаимодействия организаций с участниками уже прошедших мероприятий. Обратная связь необходима в общественной работе, она помогает проанализировать все недостатки и нюансы проделанной работы, проверить, как технически было организовано событие и учесть замечания в следующий раз. Кроме того, с помощью обратной связи можно собрать контакты и пригласить людей на другие события. Обратная связь работает сразу по двум направлениям: первое позволяет соотнести реализованное мероприятие или проект с ранее поставленными целями и планируемыми результатами; второе позволяет организации понять, для кого она работает и востребована ли ее деятельность в регионе (диаграмма 19).

Диаграмма 19

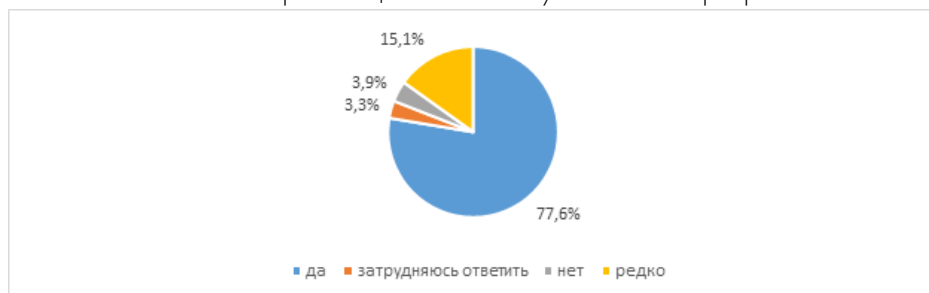
Виды обратной связи от участников реализованных мероприятий/проектов



В основном, для получения обратной связи респонденты пользуются электронной почтой (29,2%) и социальной сетью WhatsApp (25,3%). Эти способы наиболее удобны для получения необходимой информации. Следующий вопрос, который, на наш взгляд, выявляет одну из основных составляющих в работе общественных организаций, позволяет определить, проводится ли организациями анализ отзывов, полученных посредством обратной связи от участников мероприятий и как на основе отзывов выстраивается стратегия дальнейшей работы (диаграмма 20).

Диаграмма 20

Анализ организациями отзывов участников мероприятий



Почти 80% опрошенных анализируют информацию, полученную по каналам обратной связи, 15,1% делают это редко, а 3,9% признались, что не ведут такую работу. Большинство организаций владеют навыками целенаправленного сбора информации по каналам обратной связи, так или иначе, на разном уровне анализируют отзывы участников мероприятий и серьезно относятся к этому виду деятельности. Правильно организованная обратная связь должна состоять из нескольких заранее продуманных этапов: планирование – сбор информации – анализ – обсуждение, полученных результатов – внедрение результатов в последующие проекты. Однако в открытой части вопроса встречались и такие мнения: «Это неработающий инструмент», «Никто ничего не пишет в обратную связь», «Нам это ничего не дает для работы», «Люди пишут только отрицательные отзывы». Необходимо понимать, что и отрицательные отзывы могут быть конструктивными и принести пользу организации, если их правильно интерпретировать.

Эффективность любой деятельности должна оцениваться критериями и показателями. В сфере социокультурных проектов дать такую оценку бывает непросто в силу общественно значимого подхода к реализации тех или иных мероприятий. Сложно посчитать, насколько удовлетворены состоявшимся событием те или иные представители целевых групп. Например, в Государственной программе Россий-

ской Федерации «Реализация государственной национальной политики» в подпрограмме 2 «Общероссийская гражданская идентичность и этнокультурное развитие народов России» целевыми индикаторами и показателями являются:

- количество участников мероприятий, направленных на укрепление общероссийского гражданского единства;
- численность участников мероприятий, направленных на этнокультурное развитие народов России.

В этом контексте представляется весьма актуальным проанализировать критерии и показателя эффективной деятельности организации. С этой целью, респондентам были заданы два вопроса, касающиеся количественных и качественных критериев достижения результатов (диаграмма 21).

Диаграмма 21

Количественные критерии достижения/недостижения результата от реализации мероприятий



Сумма ответов больше 100%, так как вопрос предполагал выбор нескольких вариантов ответа.

Объективным показателем, отражающим эффективность деятельности организации, является «количество граждан, участвующих в мероприятии», на него указало большинство опрошенных – 83,6%. Кроме прочих критериев, респонденты в максимальном значении отметили количество публикаций на интернет-ресурсах (44,4%) и количество запросов на последующие мероприятия (38,5%). Наименьшим значением отмечен критерий о количестве государственных и муниципальных учреждений, которые организации привлекают к своей деятельности (14,5%). С

одной стороны, явно ощущается недостаток помощи от государственных и муниципальных учреждений, невовлеченность этих структур в этнокультурный сектор. С другой стороны, респонденты не считают этот индикатор критерием достижения результатов, явно недооценивают роль государственных и муниципальных учреждений в своей деятельности и помощь с их стороны. Заметим, что вопросы межсекторного взаимодействия постоянно обсуждаются на разных площадках и мероприятиях по этнокультурному развитию, однако результаты исследования показали, что вовлеченность бизнеса и государственных организаций в деятельность СО НКО пока невысоко оценивается респондентами как критерий достижения результата. Полученные данные актуализируют тему межсекторного взаимодействия в этнокультурной среде, с которой нужно серьезно работать, поскольку ресурс у межсекторного взаимодействия огромный, но организации не уделяют ему достаточного внимания, т.к. не видят от него эффекта.

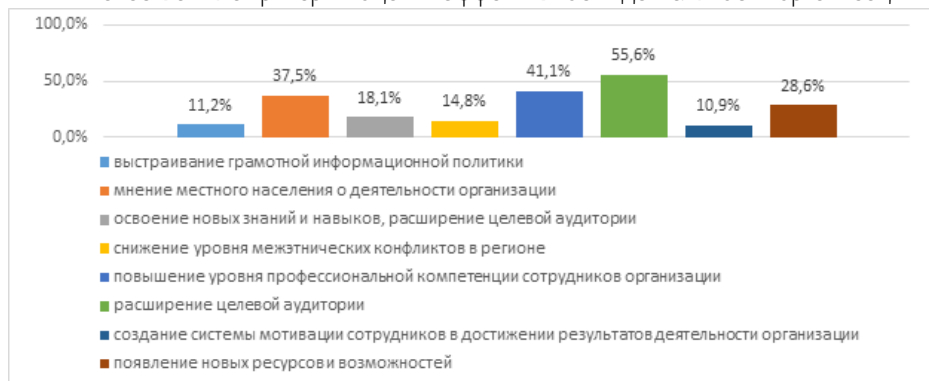
Большинство характеристик и результатов работы СО НКО строгому количественному измерению не поддаются. Для их оценивания используют качественные показатели. Качественные критерии в большей степени являются оценочными субъективными критериями и измеряются, как правило, с помощью экспертных оценок (часть II отчета).

Качественные показатели, как правило, являются превентивными и оказывают влияние на эффективность конечных результатов работы организации. Качественный анализ деятельности организации включает в себя данные, которые можно наблюдать, но не измерять. Так, можно понять основные причины, мнения, мотивы эффективной деятельности и выявить основные тенденции и направления развития.

Респондентам был предложен набор качественных критериев эффективности деятельности организации (диаграмма 22).

Диаграмма 22

Качественные критерии оценки эффективности деятельности организации



Сумма ответов больше 100%, так как вопрос предполагал выбор нескольких вариантов ответа.

В максимальном значении респонденты выделили расширение целевой аудитории (55,6%). Минимальное значение получили два критерия: «создание системы мотивации сотрудников» (10,9%), на наш взгляд, в силу отсутствия понимания респондентами сути и содержания такой системы, и критерий «выстраивание грамотной информационной политики» (11,2%), что в очередной раз подтверждает наши предыдущие выводы о слабой информационной деятельности организаций.

Завершающий вопрос о барьерах, оказывающих наибольшее влияние на реализацию проектов в этнокультурном секторе, подтвердил некоторые наши предыдущие выводы об основных проблемах этнокультурного сектора (диаграмма 23).

Диаграмма 23

Барьеры, оказывающие наибольшее влияние на реализацию проектов в этнокультурном секторе



Вопросы-фильтры, завершающие исследование, подтверждают выводы предыдущих разделов о слабом финансировании мероприятий. Треть респондентов называют эту причину основной (33,5%). К этим оценкам следует добавить и оценку тех, кто отметил «пассивность местного населения» (21,7%). Не вдаваясь в подробности причин пассивности местного населения, отметим, что этот показатель объясняет многие неудачи в реализации мероприятий/проектов. Видимо, организации не всегда задаются вопросами: на кого рассчитано мероприятие и будет ли оно интересно местному сообществу? В основном, респонденты оценивают внешние причины, не связанные с деятельностью организации, и меньше внимания уделяют внутренним проблемам организации.

Придерживаясь цели и задач нашего исследования в ходе работы, мы выявили основные проблемы в ресурсном обеспечении организации. Тем не менее итоговый вопрос о ресурсах организации детерминировал новые направления в решении задач обеспеченности организаций (диаграмма 24).

Диаграмма 24

Рейтинг ресурсов для расширения деятельности организации по развитию этнокультурного сектора



Сумма ответов больше 100%, так как вопрос предполагал выбор нескольких вариантов ответа.

Представляется, что финансовые ресурсы являются для организаций ключевым (72,7%), но не решающим фактором эффективного развития. Особой значимостью обладают кадровые ресурсы (34,2%), формирующие социальную базу, на которую может опираться организация в своей деятельности. Именно они выступают базовым, первичным элементом, способным сформировать конкурентные преимущества организации. Технические ресурсы также влияют на эффективность деятельности (32,9%).

Как нам представляется, работа с общественностью играет в организациях такую же значимую роль, что и процесс налаживания связей с властными структурами. Однако, с нашей точки зрения, есть проблема недооценки коммуникативного ресурса и связей с общественностью как части социальной базы организации. Наличие хорошо выстроенных коммуникативных взаимосвязей (партнерство, общение, сотрудничество), конструктивного диалога с целевой аудиторией позволяют привлечь и другие ресурсы, которых у организации недостаточно на данный момент, в частности, административные. Органы власти, в первую очередь, взаимодействуют с теми организациями, которые имеют большую целевую аудиторию и

умеют с ней работать.

В завершение исследования респондентам был задан вопрос о механизмах развития ресурсных центров. Мы исходили из тезиса, что важной частью инфраструктуры этнокультурного сектора являются организации, которые создавались как ресурсные центры и за время своего существования трансформировались в институты развития. Они накопили уникальный опыт, который сегодня требует анализа и осмысления, т.к. динамика развития общества ставит перед ресурсными центрами новые задачи (диаграмма 25).

Диаграмма 25

Механизмы развития эффективной работы ресурсных центров



Сумма ответов больше 100%, так как вопрос предполагал выбор нескольких вариантов ответа

Исходя из результатов исследования, основные механизмы в развитии работы ресурсных центров имеют схожие оценки респондентов. Так, в диапазоне примерно третьей части опрошенных выделены сразу несколько показателей. Чуть больше – «организация взаимодействия между ресурсными центрами и представителями органов власти, коммерческими организациями, НКО и местными сообществами» (38,2%). Вместе с показателем «расширение и упорядочение системы государственной поддержки ресурсных центров» (36,8%) это позволит укрепить ресурсные центры. Эти два показателя прямо взаимосвязаны, т.к. организация взаимодействия позволит расширить систему государственной поддержки ресурсных центров. Выявлены потребности в аналитических материалах, что подтверждает

актуальность нашего социологического исследования и необходимость расширения информационно-аналитической и научной базы в данном направлении. Треть опрошенных (31,6%) отметили организацию ресурсными центрами образовательных курсов. Люди видят необходимость в повышении профессиональных компетенций. Наименьшее значение набрал показатель «принятие специализированных нормативно-правовых актов» (13,8%), потому что в данном случае, анализируя деятельность ресурсных центров, люди не отметили это как критичное.

В конце анкеты был задан открытый вопрос для развернутых ответов или дополнительных сведений: «Что еще Вы хотели бы добавить о мерах по совершенствованию деятельности ресурсных центров и этнокультурного сектора?».

Приведем примеры некоторых мнений респондентов: *«Необходимо вовлекать молодежь-волонтеров в работу НКО»*, *«Регулярная поддержка – очное обучение кадров НКО»*, *«Выстраивание прямой связи с руководством регионов в дальнейшей поддержке местных организаций»*; *«Проведение большего числа межнациональных мероприятий»*; *«Чаще проводить встречи с представителями ФАДН»*; *«Больше взаимодействия с сельским населением»*; *«Эффективность ресурсных центров может быть достигнута в результате комплексной поддержки»*; *«Поддержка и развитие национальных СМИ»*; *«Межэтнические коллаборации»*; *«Необходимость выстраивания партнерского диалога с представителями органов государственной власти различного уровня для реализации проектов необходимых целевой аудитории, а не «для галочки»»*, *«Активность и заинтересованность самих членов общественного движения»*, *«Межсекторное взаимодействие»*²².

Таким образом, респонденты определили несколько актуальных направлений в развитии этнокультурного сектора. Анализ данных исследования позволит организациям не просто наметить ближайшие планы на будущее, а сформировать стратегию перспективного развития на долгие годы.

ЧАСТЬ II. ЭКСПЕРТНЫЙ ОПРОС (ГЛУБИННОЕ ИНТЕРВЬЮ)

II этап исследования включал качественные методы сбора информации (экспертный опрос). Экспертный опрос проводился методом полуструктурированных глубинных интервью.

Проведено 25 индивидуальных полуструктурированных глубинных интервью с экспертами – лидерами наиболее влиятельных этнокультурных НКО, руководителями ресурсных центров этнокультурной направленности, экспертами-учеными в сфере развития этнокультурного сектора.

Гайд включал 20 вопросов.

²² Здесь и далее во всех цитатах сохранена авторская орфография

Интервью было тематически структурированным и методически предусматривало несколько базовых тем, на основании которых строилась беседа (Приложение 2).

Темы интервью определялись целью и задачами социологического исследования и включали следующие смысловые блоки:

- общая информация об организации и реализуемых проектах;
- участие организации в конкурсах грантов и субсидий;
- взаимодействие с органами власти;
- основные проблемы в деятельности организации;
- формы и методы совершенствования деятельности организации;
- ресурсные возможности и перспективы развития организации.

Результаты экспертного опроса свидетельствуют, что в целом организации проводят работу в сфере межнационального единства, но у каждой организации есть свое приоритетное направление. Некоторые больше специализируются на образовательных проектах, другие занимаются исключительно продвижением культуры определенных народов, сохранением и развитием национально-культурных традиций народов, проживающих на территории региона. Осуществляются проекты, направленные на межэтническое взаимодействие, ресурсную поддержку, социально-культурную адаптацию мигрантов. Развиваются научно-исследовательские и просветительские направления по этнокультурной политике и разрабатываются проекты в сфере межнациональных отношений. Руководители региональных организаций в качестве направления работы назвали объединение и консолидацию усилий этнокультурных центров по сохранению национальных традиций различных этнических групп.

Результативность и успешность реализуемых проектов зависит от нескольких факторов. В первую очередь, эксперты акцентировали внимание на целевой аудитории и ее потребностях.

Мнение эксперта: «Прежде чем приступить к оформлению заявки или к реализации проекта, необходимо определить, на какую аудиторию будет направлен проект, какого результата мы хотим достичь, какие перспективы даст нам этот проект? Это основные вопросы, без понимания которых нельзя начинать какую-либо активную деятельность».

Второй фактор успешности проектов – сильная команда. В отличие от респондентов массового опроса, где основной проблемой называлось отсутствие финансирования, для экспертов приоритетом является кадровый ресурс.

Мнение эксперта: «Наши проекты успешные, единственное, чего не хватает – это человеческих, командных ресурсов, тогда проекты проигрывают. Проигрывают,

если профессиональная некомпетентность, если команда необученная, если люди не умеют управлять проектом. Если просто идут от того, что нам нужно провести мероприятие для «галочки», то мероприятие проводится. Для меня успешность проекта – это его социальная эффективность, ярко выраженная, которая идет в дальнейшую перспективу. И если этот дальнейший социальный эффект серьезный, долгосрочный, он идет системно. А если просто провели мероприятие и забыли про него, но это неуспешный проект».

Все организации участвуют в конкурсах грантов и субсидий. Однако результативность у всех разная. Эксперты отмечали, что иногда интересные проекты не набирают нескольких баллов и не проходят по конкурсу. Чаще всего причины в непроработанных заявках. Если заявки пишутся на реальные проекты, в которых продуман каждый шаг действия, где четко прописана ответственность каждого участника и все статьи расходов подтверждены соответствующими документами, такие заявки, скорее всего, будут поддержаны.

Мнение эксперта: «Сейчас некоторые организации поручают написать заявку специализированным компаниям, на мой взгляд, это имеет место только в одном случае, если до размещения заявки вы хотите получить экспертное мнение. Писать заявку должен сам руководитель, т.к. отчитываться за выполнение будет руководитель проекта, а система отчетов очень строгая».

Экспертам было предложено назвать три плюса и три минуса в деятельности организации. Каждый респондент выделял отдельные плюсы и минусы, присущие конкретно его организации, однако, проанализировав интервью, мы объединили в таблицу наиболее распространенные ответы (табл.б).

Таблица 6

Основные плюсы и минусы в работе организаций

Плюсы в деятельности организации	Минусы в деятельности организации
Консолидация необходимых ресурсов	Нехватка экспертов
Полное завершение проекта, доведение до конца	Ограничения по ресурсам
Постоянное обучение в рамках проекта	Отсутствие инфраструктурных ресурсов
Объединение совместных усилия	Нежелание молодежи участвовать в проектах
стратегическое планирование деятельности	Отсутствует взаимодействие с вузами и колледжами в рамках проектной деятельности
Бренд, инновации, узнаваемость	Неразвит институт наставничества
Поддержка регионального отделения Ассамблеи народов России	Отсутствие стабильной команды (под каждый проект набирается новая команда)
Через проекты улучшается межнациональная ситуация в регионе	Отсутствие постоянной пресс-службы и грамотной пиаркампании
Сплоченная команда	Работа не отражается в отчетах органов власти
Настроенность на конечный результат	Власть не заинтересована в работе организаций
Вера в то, чем занимаешься	Отсутствие стабильной ресурсной площадки

Конечно, это не весь список названных экспертами плюсов и минусов, т.к. ограниченные рамки отчета не позволяют представить их полностью. Но для дальнейших исследований тщательная проработка данных показателей необходима.

Эксперты положительно высказывались о взаимодействии с органами власти.

Мнение эксперта: *«Органы власти всегда открыты для диалога, т.к. этнокультурные сообщества и органы власти работают для решения одной задачи, власть проявляет большой интерес к деятельности организаций».*

На периодической основе осуществляется коммуникация с Общественной палатой, аппаратом Правительства и другими государственными структурами регионов. Как правило, руководители организаций входят в состав экспертных Советов по межнациональным отношениям при губернаторе субъекта, являются членами региональных Общественных палат. Организации входят в межнациональный Совет администраций городов и в Советы по реализации государственной национальной политики. Обсуждают и совместно утверждают планы мероприятий. Эксперты расценивают это как нарабатанный с годами авторитет и высокий уровень доверия к организации.

Периодическая коммуникация по вопросам в сфере межнациональных отношений, этнокультурного и национально-гражданского развития осуществляется с федеральными структурами, что говорит о включении их в достаточно близкое коммуникационное окружение. Нельзя сказать, что во всех регионах сложилась комплексная система взаимодействия органов государственной власти с общественными организациями этнокультурного сектора, но базовые системы взаимодействия присущи всем регионам, которые представляли наши эксперты. Базовая система включает федеральные органы власти, региональные советы и комиссии по вопросам национальной политики, национально-культурные объединения и ассоциации, региональные научные учреждения и региональные СМИ.

Мнение эксперта: *«Лично у нашей организации диалог с властью налажен, нет противоречий, рабочие отношения есть, они нормальные. Но как сблизить профильные органы государственной власти с национально-культурными организациями – надо продумать наверху и внедрять в практику взаимодействия».*

Однако есть и слабые стороны взаимодействия с властью. Весьма показателен ответ одного из экспертов, согласно которому именно несоответствие региональных форм и механизмов работы в области реализации национальной политики и несоответствие региональной правовой базы современной этнокультурной ситуации снижают результативность деятельности в этой сфере.

Мнение эксперта: *«Слабых сторон во взаимодействии с властью гораздо больше, прежде всего, это несоответствие практики этносоциальным процессам, в частности, в рамках двух направлений: поддержка этнокультурного многообразия и формирование толерантности у местного сообщества. Региональные формы работы отстают от реальной ситуации».*

Безусловно, все эксперты отметили недостаточность финансирования как регионального, так и федерального. Были отмечены следующие проблемы: несоответствие федеральных норм современной этнокультурной ситуации в России; недостаточность федеральных норм в области поддержки коренных малочисленных народов; отсутствие механизма представительства этнических сообществ во власти в регионе; слабое управление процессами миграции; отсутствие единого механизма представительства этнических сообществ во власти регионов.

Весьма симптоматично, что эксперты не считают нехватку федерального и регионального финансирования главным препятствием эффективному решению задач в сфере этнокультурного развития в регионе. Проблемами позиционирования организации названы такие факты, как слабое понимание обществом идей государственной национальной политики России и неумение этнокультурных организаций донести их до местного населения.

Эксперты предлагали разные инструменты, программы, проекты, новые формы и методы для внедрения в деятельность организации. Высказывались мнения, что необходимо развивать образовательное направление, а не только социокультурное. Самое главное – определиться с интересами и потребностями целевой аудитории. Сравнительный анализ результатов анкеты и экспертных интервью подтверждает ранее сделанные выводы об определении и проработке интересов целевой аудитории – это первый и важный этап деятельности этнокультурных организаций.

Мнение эксперта: «Сначала мы думали, что целевая аудитория – это дети. Но оказалось, что мы вышли на педагогов, которые работают с детьми. В этнокультурном образовании столько ниш незанятых, которые не подсвечены. Получается, что в домах культуры у специалистов нет педагогического образования. В то же время, если педагоги при начальной школе, то у них нет этнокультурного образования. Возникает диссонанс.. В итоге выходит, что мы открываем новые ниши и новую целевую аудиторию. Мы работаем с педагогами, обучаем их этнокультурной тематике. Педагоги далее работают с детьми. Мы выезжаем в районы, это большой обхват аудитории и территории. Когда работаешь в глубинке, культурный код открывается заново. У людей возникает чувство причастности к своему культурному наследию. Виден социальный эффект, видны качественные результаты».

Можно выделить ряд условий, позволяющих расширить СО НКО свою ресурсную базу, сделать ее более устойчивой. Отвечая на вопрос о ресурсах организации, многие эксперты акцентировали внимание на материальной базе организации, что соотносится с ответами анкетного исследования, где технические ресурсы назывались в числе приоритетных для организации: «Не хватает своего помещения, нужна материальная база, чтобы народ знал место размещения организации и знал, куда можно прийти».

Высказывались предложения о тесном взаимодействии с образовательными и научными организациями.

Мнения экспертов: «Деятельность этнокультурных центров активизировалась. Я являюсь работником образования и науки, преподаю в университете. Я хотела открыть направление – руководитель этнокультурного центра. У нас не хватает профессиональных кадров, которые работают в этом направлении, а нам нужно их готовить».

«Нам для работы не хватает методического обеспечения, научного подхода к нашей деятельности. Мы, как практики, можем что-то организовать и провести, но нам надо учиться мыслить стратегически, на основе теоретических под-

ходов. Иногда мы не знаем какая ситуация складывается у нас в регионе, не можем ее проанализировать. Нам нужны обучающие семинары с научным и экспертным сообществом».

Таким образом, можно выделить ряд условий, позволяющих СО НКО расширить свою ресурсную базу и сделать ее более устойчивой:

1. открытость власти для СО НКО;
2. интеграция СО НКО, межэтнические коллаборации, взаимодействие разных организаций;
3. стабильность деятельности СО НКО, их высокая способность достигать поставленных целей, используя свои возможности.

В качестве основных показателей взаимодействия власти с СО НКО мы определили два основных показателя (табл.7).

Таблица 7

Показатели взаимодействия власти с СО НКО

Показатель степени зрелости СО НКО	Показатель степени открытости власти
высокий уровень профессионального развития НКО, позволяющий достигать серьезного социального эффекта	готовность власти согласовывать совместные программы и проекты
готовность и способность СО НКО выражать и отстаивать свои интересы, доводить их до обсуждения и принятия властными органами в качестве проблем, требующих разрешения	учет мнения СО НКО при принятии управленческих решений в сфере национальной политики в регионе
способность СО НКО согласовывать требования и интересы различных социальных групп и наличие механизма такого согласования	делегирование органами власти проектов, программ, мероприятий или отдельных задач этнокультурным организациям

Важно, чтобы разные направления взаимодействия власти и СО НКО нашли свое отражение в их регулярной и планомерной деятельности.

Таким образом, этнокультурные СО НКО способны:

- ✓ быстро реагировать на возникающие проблемы в межэтнической сфере;
- ✓ выражать интересы этнических групп;
- ✓ выполнять различные государственные заказы;
- ✓ выполнять функцию общественного контроля, способствуя тем самым повышению эффективности деятельности различных государственных служб.

Однако, возможности и потенциал этнокультурных СО НКО к настоящему времени раскрыты не полностью. Отчасти это связано с несформированностью государственного и общественного запроса, особенно в регионах, и, как следствие, недостаточностью ресурсов, обеспечивающих стабильное функционирование СО НКО. Необходимо помнить, что именно социальная база СО НКО является основным ресурсом для реализации проектов и мероприятий в этнокультурном секторе и, как результат, позволяет достичь значимых социальных эффектов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные выводы.

В данном исследовании была предпринята попытка провести анализ состояния этнокультурного сектора с целью выявления его ресурсных возможностей и потребностей. Мы ставили задачу изучить текущее положение, запросы, потребностей, зоны развития и сдерживающие факторы этнокультурного сектора, требующие системных изменений и новых подходов.

По результатам исследования сделаны следующие выводы.

1. Этнокультурные НКО создают в регионах большие возможности для развития национальной культуры народов и этнических групп и их эффективной адаптации в региональный социум. Благодаря совместной деятельности государственных и муниципальных органов власти и национально-культурных организаций сохраняются традиции народов России создаются различные площадки для диалога. Деятельность этнокультурных НКО помогает правительствам субъектов эффективно координировать этнокультурную сферу. Через НКО происходит взаимодействие всей этнической группы с другими институтами гражданского общества.

2. Большинство этнокультурных организаций, принимавших участие в исследовании, имеют статус региональных организаций и работают не более 10 лет. Организации ведут деятельность по всем направлениям этнокультурного сектора, однако приоритет отдается сохранению традиций и обычаев народов. Слабо развито направление, связанное с изучением родных языков. Менее всего развиты направления работы с детьми школьного возраста, на недостаточном уровне проводится работа с мигрантами и членами их семей.

3. В открытых вопросах респондентов и интервью экспертов высказывались пожелания о приобщении к своей деятельности подростков и молодежи через освоение народной художественной культуры и участие в национальных праздниках и мероприятиях. Организации заинтересованы в расширении целевой

аудитории, просматриваются хорошие перспективы развития, однако, существующие проблемы в секторе и ограниченность ресурсов не позволяют организациям реализоваться полностью. Требуется дополнительное развитие работы с детьми дошкольного и школьного возраста, мигрантами и членами их семей.

4. Ресурсная база этнокультурных организаций является основой, на которой держится вся их деятельность. Этот фактор играет серьезную роль, и сам факт наличия ресурсов определяет потенциал деятельности организации. Под ресурсами понимается весь потенциал, который организация может задействовать и использовать для достижения своих целей. С одной стороны, у организаций появляется все больше возможностей для расширения своей деятельности, в виде информационных, коммуникационных, мотивационных, методических ресурсов и других. С другой стороны, ресурсы становятся все более дорогостоящими и ограниченными (в частности, законодательно). Кроме того, усиливается конкуренция в данной сфере. Конкуренция идет за счет ежегодного роста новых НКО, и для того, чтобы оставаться востребованными, необходимо задействовать возможности, скрытые резервы и потенциал всей инфраструктуры территории. К сложным моментам деятельности этнокультурного сектора можно отнести ограничения по возможным видам деятельности, инвестиционную непривлекательность этнокультурной сферы, высокую потребность в кадровых ресурсах, жесткие процедуры государственного контроля.

5. Рейтинг ресурсов для расширения деятельности организации по развитию этнокультурного сектора, представленный в исследовании, показал роль финансовых ресурсов как ключевого фактора развития. Финансовые проблемы ограничивают возможности организаций, и многие идеи остаются нереализованными. Формирование новых источников финансирования является для организации основным фактором развития. В большинстве случаев финансирование осуществляется посредством участия в конкурсах грантов и субсидий разного уровня. Поиски других источников вызывают затруднение и часто игнорируются руководителями организаций.

6. В проектной деятельности сохраняется проблема неясности целей и задач, в связи с чем был сделан вывод об отсутствии у респондентов необходимых навыков социального проектирования. Отмечается востребованность специальных курсов и обучающих семинаров по данной тематике.

7. Актуальной задачей является поиск надежных партнеров. Результаты исследования выявили недостаточность у лидеров организаций навыков поиска и работы с партнерами, что также требует проведения специальных образовательных мероприятий.

8. Результаты исследования свидетельствуют о слабой осведомленности местного населения о деятельности организации, что отражает проблемы в информационном поле организации и низкую информационную активность. Причинами слабой осведомленности является отсутствие своего информационного ресурса или малая посещаемость существующего сайта. Руководители организаций не придают серьезного значения этому вопросу, не используют имеющуюся информацию для проверки осведомленности об организации, недооценивают значимость наличия собственного сайта, и часто результатом такой деятельности является существенное снижение уровня доверия к организации местного населения и органов власти.

9. Актуализации этнокультурной деятельности могут способствовать медийные, интернет-, информационно-коммуникационные и др. ресурсы, направленные на продвижение этнокультурных организаций в современных информационно-коммуникационных форматах. Необходимо проводить глубокую разъяснительную работу как с представителями СО НКО в целях обучения навыкам коммуникаций, так и с представителями СМИ для объяснения специфики работы этнокультурного сектора. Организациям необходимо налаживать контакты с журналистами и региональными медиа платформами для продвижения актуальной информации о предстоящих и прошедших событиях и в целом для развития взаимодействия между НКО и СМИ. Важнейшим фактором успешной работы организации в местном сообществе является ее участие в социальных сетях, где формируется ее информационное поле. Повышение конкурентоспособности этнокультурных сайтов в общероссийском и региональном масштабах – еще одно направление проектной деятельности.

10. Организациям не хватает законодательного ресурса для более эффективной работы, особенно это ощущается на муниципальном уровне. Также выявлена серьезная проблема в необходимости проведения мероприятий и создании условий для повышения правовой грамотности сотрудников этнокультурных организаций. Наблюдается недостаточный уровень правовых знаний у сотрудников НКО и определенный дефицит возможности получения некоммерческими организациями квалифицированной юридической помощи по различным вопросам.

11. Сделан вывод о необходимости организовать работу по сбору, обработке и анализу информации, получаемой посредством обратной связи от участников прошедших мероприятий. Обратная связь помогает проверить, как было организовано событие, и учесть замечания в следующий раз. Однако, не все организации пользуются этими возможностями.

12. Разработана система количественно-качественных показателей оценки

эффективности деятельности этнокультурной организации.

Количественные показатели включают:

- ✓ количество граждан, участвующих в различных проектах и программах организации;
- ✓ количество проектов, реализованных данной организацией НКО;
- ✓ количество проектов, получивших грантовую поддержку как от государственных (федеральных, региональных и местных) органов власти, так и из других источников;
- ✓ количество запросов от представителей целевой аудитории на последующие мероприятия;
- ✓ количество предоставляемых услуг;
- ✓ количество ежедневных посещений сайта;
- ✓ количество информационных ресурсов и зарегистрированных на них пользователей;
- ✓ количество партнеров, вовлеченных в различные виды деятельности организации (власть, бизнес, СМИ и т.д.).

Качественные показатели включают:

- ✓ повышение уровня профессиональной компетенции сотрудников организации;
- ✓ освоение новых знаний и навыков;
- ✓ расширение целевой аудитории;
- ✓ мнение местного населения о деятельности организации;
- ✓ снижение уровня межэтнических конфликтов в регионе;
- ✓ выстраивание грамотной информационной политики;
- ✓ создание системы мотивации сотрудников в достижении результатов деятельности организации;
- ✓ появление новых ресурсов и возможностей.

Показатели позволяют установить причинно-следственные связи, определить основные характеристики реализуемых мероприятий через количественные и качественные результаты, выявить динамику основных показателей деятельности организации и конкретные тенденции развития. Важно, что количественно-качественные показатели способствуют развитию ресурсной базы организации.

13. Экспертами отмечены основные проблемы этнокультурного сектора: несоответствие федеральных норм современной этнокультурной ситуации в России; недостаточность федеральных норм в области поддержки коренных малочисленных народов; недостаточное управление процессами миграции; отсутствие еди-

ного механизма представительства этнических сообществ в диалоге с органами государственной власти.

14. Отсутствие видения долгосрочных перспектив развития и системы их реализации позволяет говорить об этнокультурной сфере не как о системе, а только как о сети, имеющей некоторые внутренние связи. Подавляющее большинство этнокультурных организаций испытывают проблемы с построением стратегии развития и системного взаимодействия, что, не позволяет им достигать ожидаемого социального эффекта.

Рекомендации по совершенствованию деятельности этнокультурного сектора.

В результате проведенного исследования разработаны рекомендации по реализации деятельности этнокультурных организаций, которые могут стать основой для развития этнокультурного сектора.

Для органов государственной и муниципальной власти:

1. изучить вопросы разработки, принятия и совершенствования нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность этнокультурных СО НКО;
2. проводить системное обновление нормативно-правовой базы, постепенно исключая устаревшие акты и нормы и заменяя их на более адекватные, соответствующие современным тенденциям;
3. разработать инструментарии или методики для измерения оценки эффективности этнокультурных мероприятий;
4. проводить семинары, совещания, рабочие встречи с представителями этнокультурных СО НКО на системной основе;
5. в целях совершенствования информационного обеспечения деятельности этнокультурных СО НКО проработать вопрос широкого использования IT-технологий и цифровых каналов коммуникаций;
6. расширить объем публикуемых в открытом доступе статистических данных о межнациональной ситуации в регионе, которые позволили бы выявить количественные и качественные характеристики различных целевых групп;
7. ввести систему комплексного ежегодного мониторинга, разработки аналитических материалов с целью выявления проблем и потребностей в сфере этнокультурного развития;
8. предусмотреть возможность методического сопровождения деятельности этнокультурных СО НКО с целью широкого вовлечения граждан в мероприятия по реализации задач государственной национальной политики Российской Федера-

ции;

9. расширить информационную поддержку этнокультурных организаций, вести работу со СМИ по увеличению количества информационных материалов по этнокультурной тематике;

10. осуществлять разработку и внедрение научно-методических и образовательно-просветительских программ, информационно-справочных изданий, ресурсов информационного сопровождения этнокультурных процессов, проводить регулярный мониторинг информированности местного населения, социологические исследования для выявления отношения местного населения к деятельности этнокультурных СО НКО;

11. поддерживать развитие межсекторного взаимодействия в этнокультурной сфере через вовлечение в открытый диалог представителей НКО, бизнеса и государственной власти;

12. расширять систему государственной поддержки СО НКО и ресурсных центров.

Для ресурсных центров:

1. проводить оценку эффективности проектов и программ этнокультурных СО НКО;

2. содействовать развитию социального предпринимательства и частной благотворительности;

3. проводить работу по развитию межсекторного взаимодействия;

4. проводить аналитическую работу по созданию баз данных этнокультурных организаций в регионе, а также проектов, программ и мероприятий;

5. выпускать методические материалы, каталоги лучших практик, доклады, отчеты, аналитические записки с целью выявления проблем и потребностей в сфере развития этнокультурных организаций;

6. расширять информационно-аналитическую и научную базы, проводить социологические исследования, направленные на изучение этнокультурного сектора;

7. использовать в работе инновационные социальные технологии и опираться на опыт коллег (РЦ, НКО и т.д.);

8. на системной основе проводить образовательные мероприятия, направленные на повышение профессиональных компетенций сотрудников и активистов СО НКО;

9. совместно с этнокультурными организациями проработать запросы и проводить обучающие семинары/вебинары по темам:

- ✓ практика подготовки заявки на конкурс (социальное проектирование);
- ✓ проектная культура;
- ✓ механизмы поиска партнеров и доноров для реализации мероприятий/проектов;
- ✓ работа с волонтерами;
- ✓ стратегическое планирование;
- ✓ фандрайзинг;
- ✓ PR сопровождение;
- ✓ развитие информационного пространства;
- ✓ инновационные технологии в деятельности этнокультурных организаций;
- ✓ формирование благоприятной среды для развития общественной активности и некоммерческих организаций;
- ✓ развитие межсекторного взаимодействия;
- ✓ создание специальных ресурсов по оказанию помощи в поиске партнеров;
- ✓ проведение исследований и мониторинга деятельности, отслеживание результатов проведенных мероприятий.

10. проводить мониторинг и выявлять для дальнейшего тиражирования эффективные модели построения межсекторного взаимодействия, соответствующие трендам общественных интересов и включающие взаимодействие всех субъектов этнокультурной инфраструктуры (органов государственной и муниципальной власти, этнокультурных организаций, ресурсных центров, бизнес-структур, образовательных, научных и иных организаций);

11. выявлять и поддерживать социально значимые этнокультурные практики.

Для этнокультурных организаций:

1. расширять целевую аудиторию за счет привлечения новых участников мероприятий;
2. устанавливать контакты с региональными медиа платформами для предоставления актуальной информации о деятельности организации;
3. укреплять уровень доверия к организации через повышение открытости и правильное позиционирование. Рекомендовано проводить активную работу по развитию собственного сайта и инструментов продвижения организации в социальных сетях;
4. проводить мониторинг изменения этноструктуры региона и запросов целевой аудитории и учитывать это при подаче заявок на конкурсы грантов и субсидий;

5. искать возможности поиска разных источников финансирования и их последующее увеличение;
6. привлекать научное сообщество для разработки на научной основе инновационных социальных технологий реализации деятельности в сфере межнационального взаимодействия, этнокультурного развития;
9. стимулировать развитие волонтерского движения;
10. поощрять и мотивировать сотрудников и активистов на повышение уровня профессиональной компетенции.

Предложенные рекомендации позволят активизировать в регионах работу в области гармонизации межнациональных отношений и популяризации культур народов России, расширить информационную пропаганду всех аспектов этнокультурного развития, способствовать сохранению и изучению языков народов России, повысить значимость этнокультурного сектора в региональном управлении и формировании общественных отношений.

Проведенное исследование позволило оценить развивающийся потенциал этнокультурного сектора и определить новые аспекты деятельности. Уникальность исследования состоит в том, что ранее тема ресурсного обеспечения этнокультурных организаций не являлись предметом изучения, что открывает перспективы для проведения дальнейших сравнительных исследований этнокультурной сферы.

Проект реализован с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов, и при поддержке Совета при Президенте Российской Федерации по межнациональным отношениям

Сборник методических материалов по итогам реализации Всероссийского проекта «ЭтНик: ресурсное сообщество»

Над сборником работали:

Михалёва Е.А.

Леденёва В.Ю.

Засядько А.С.

Поскрёбышева В.О.

Трусова А.Е.

Бурова А.И.

Верстка Козлов М.Ю.

Подписано в печать 12.07.2022

Печать цифровая. Тираж 300 экз.

Распространяется бесплатно.

Напечатано в типографии Live Print,
117405, Москва, ул. Дорожная, 60, офис 101
Тел.: +7 (495) 411-90-94

