

**РАЗВИТИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИНИЦИАТИВ В СФЕРЕ
КУЛЬТУРЫ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА ИДЕЙ**

Мишанина А. П. (Национальный исследовательский университет ИТМО)

Научный руководитель – к.э.н., доцент Соловьева Д. В.
(Национальный исследовательский университет ИТМО)

В работе рассматривается использование культурных событий как инструмента для развития и продвижения проектов социального активизма. Автором исследуется роль культуры в преобразовании стигматизированного общественного восприятия социальных проблем, анализируются существующие кейсы социального активизма, их взаимодействие с культурными событиями, а также социальная активность культурных проектов из разных сфер.

Введение. Проекты социального активизма играют важную роль в решении социально-значимых проблем, так как большинство из них имеют своей целью решение острых социальных вопросов общества и отдельных социальных групп.

Отсутствие в научном поле наработок по деятельности некоммерческого сектора является одной из причин возникновения барьеров для эффективного функционирования проектов социального активизма, которые в сочетании с российским консервативным восприятием социальных проблем зачастую становятся летальными для социальных инициатив. В данном аспекте важно подобрать правильные инструменты продвижения, которые будут способствовать преодолению этих барьеров. Одним из таких инструментов является культура, так как культурное событие в данном случае выступает призмой преобразования стигматизированного восприятия проблемы в новое, толерантное видение.

Цель работы. Исследовать особенности, возможности и перспективы использования культурных событий как инструмента для продвижения социальных проектов.

Основная часть. Социальный активизм – разновидность гражданского активизма, инициативная деятельность группы людей, направленная на популяризацию и решение социальных проблем. Одной из основных потребностей, объединяющей все проекты социального активизма является необходимость создания методики формирования стратегии продвижения социального бренда, которая учла бы все аспекты социальной деятельности в аспекте популяризации идеи проекта среди широких общественных масс, ранее не знакомых с проблемой, а также с учётом роли личности в продвижении этой идеи.

Стигматизация социальных проблем является результатом отношения к ним со стороны общества. Для того, чтобы продвинуть проект, направленный на популяризацию социальной идеи, необходимо не только создать корректный имидж, но также подобрать такие инструменты, которые в симбиозе будут способны исказить восприятие социальной проблемы в сознании широких масс от стигмы к толерантности и принятию. Важнейшим из таких инструментов является культура.

Культура охватывает все сферы жизни социума. Разнообразие культурных областей позволяет охватить разные социальные группы, что и требуется в вопросе продвижения социальной инициативы: так можно добраться до самых неосведомленных о проблеме слоёв населения и показать проблему в новом, ранее не известном им ключе.

Для более глубокого понимания выбора тактики использования культурных событий в качестве инструмента продвижения социальных инициатив, рассматривается несколько видов взаимодействия культуры и проектов социального активизма: с точки зрения присутствия проектов социального активизма в культурных мероприятиях в качестве участника или партнёра без акцентирования внимания на социальной проблеме, с точки зрения культурных проектов, непосредственно ставящих популяризацию социальных проблем в качестве одной из целей своей деятельности, а так же в аспекте обеспечения доступности культурного события для широких масс населения.

Выводы. На основе проведенного исследования сформировано представление о роли культуры в качестве инструмента продвижения проектов социального активизма, разработана классификация культурных проектов по степени их вовлеченности в проблемы проектов социального активизма, предложены способы использования культурных событий в качестве одного из методов продвижения социальных инициатив.