

КУЛЬТУРНЫЙ АКТИВИЗМ КОРПОРАЦИЙ КАК ПРИМЕР РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В УПРАВЛЕНИИ ИНСТИТУТОМ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНОВ СИБИРИ

CULTURAL ACTIVISM OF CORPORATIONS AS AN EXAMPLE OF REALIZATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE MANAGEMENT OF CULTURAL INSTITUTION ON THE EXAMPLE OF SIBERIAN REGIONS

**A. Blinnikova
Ya. Torkhov**

Summary. In the last decade, the topic of cultural activism and corporate social responsibility has become one of the key issues in the management of social processes, especially in regions with limited human resources, such as Siberia. Active participation of large companies in the life of local communities not only increases the level of trust and reputation of corporations but also contributes to the development of the social institution of culture.

The content analysis of the websites of large corporations such as Gazprom, Rosneft, Nor Nickel, Polyus, Sberbank provides clear examples of cultural activism projects: the variability of programs from restoration of monuments and support of museums to the organization of festivals and creative workshops. Analysis of the companies' activities shows that Siberian regions, despite their geographical and economic peculiarities, receive substantial support in the cultural sphere.

The importance of corporate cultural activism and corporate social responsibility in Siberian regions goes beyond mere charity, becoming an important part of the management of the social institution of culture and contributing to the formation of sustainable regional development.

Keywords: corporate social responsibility, cultural activism, cultural management, regional management, corporate governance, management, project management, social projects, art projects, social institute of culture.

Блинникова Анна Валерьевна

*к.ф.н., доцент, Федеральное государственное
бюджетное образовательное учреждение
«Иркутский государственный университет»
annoy@list.ru*

Торхов Янис Аднанович

*Аспирант, Белгородский государственный
национальный исследовательский университет
torkh@yandex.ru*

Аннотация. В последнее десятилетие тема культурного активизма и корпоративной социальной ответственности стала одной из ключевых в управлении социальными процессами, особенно в регионах с ограниченными человеческими ресурсами, таких как Сибирь. Активное участие крупных компаний в жизни местных сообществ не только повышает уровень доверия и репутации корпораций, но и способствует развитию социального института культуры, о чем пойдет речь в данном исследовании.

Проведенный контент-анализ веб-сайтов крупных корпораций, таких как Газпром, Роснефть, Норникель, Полюс, Сбербанк, дает наглядные примеры проектов культурного активизма: вариативность программ которых состоит от реставрации памятников и поддержки музеев до организации масштабных фестивалей и творческих мастерских. Анализ деятельности компаний показывает, что сибирские регионы, несмотря на свои географические и экономические особенности, получают существенную поддержку в культурной сфере уже не за счет государственных вливаний, а с помощью корпоративных проектов.

Важность корпоративного культурного активизма и корпоративной социальной ответственности в сибирских регионах выходит за рамки простой благотворительности, становясь важной частью управления социальным институтом культуры и содействуя формированию устойчивого развития регионов.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, культурный активизм, социальный институт культуры, управление культурой, региональное управление, корпоративная политика, корпоративное управление, менеджмент, проектное управление, социальные проекты, арт-проекты.

Введение

В последние годы концепция корпоративной социальной ответственности (КСО) приобрела значительную роль в деятельности крупных компаний. Она включает в себя инициативы, направленные на создание положительного влияния на общество, выходящего за рамки простой прибыли. Одним из важных

направлений КСО является культурный активизм — участие бизнеса в поддержке культурных проектов, которые способствуют укреплению социальных ценностей и сохранению культурного наследия. Сегодня КСО все чаще рассматривается как неотъемлемая часть корпоративной стратегии. В соответствии с международными стандартами, такими как Глобальный договор ООН и ISO 26000, компании стимулируются к ведению этичного

бизнеса с учетом социальных и экологических аспектов своей деятельности.

Изучение культурного активизма корпораций в Иркутской области и Красноярском крае представляет собой многогранную научную задачу, имеющую несколько ключевых аспектов:

1. *Социально-экономическое развитие регионов.* Культурный активизм способствует развитию экономики регионов через создание рабочих мест, улучшение инфраструктуры и привлечение инвестиций. Анализ этих процессов позволяет определить влияние корпоративных инициатив на социально-экономическое положение территорий.
2. *Устойчивое развитие и КСО.* Культурный активизм является составной частью КСО. Исследование его проявлений помогает выявить, как компании интегрируют культурные проекты в стратегии устойчивого развития, учитывая местные культурные особенности и потребности сообществ.
3. *Формирование идентичности и сохранение культурного наследия.* Активность компаний в культурной сфере способствует укреплению региональной культурной идентичности и сохранению наследия, а также влияет на общественное сознание и самооценку жителей.
4. *Взаимодействие с местными сообществами.* Изучение культурного активизма позволяет оценить характер взаимодействия корпораций с населением, выявить его позитивные и негативные стороны, а также влияние на социальную сплоченность и уровень доверия.
5. *Разработка успешных моделей практик.* Обобщение опыта культурного активизма может стать основой для создания адаптируемых моделей, применимых в других регионах России и за рубежом, включая проекты в области искусства, образования, экологии и социальной справедливости.
6. *Научные исследования и публикации.* Изучение этого направления открывает возможности для проведения научных работ, публикаций и развития академического интереса к вопросам КСО и культурного менеджмента.

В России корпоративная социальная ответственность (КСО) начала развиваться относительно недавно, с начала 2000-х годов, когда бизнес стал осознавать экономические выгоды и социальную значимость таких практик [1]. Ранее компании ограничивались разовыми благотворительными инициативами, но с середины 2000-х наблюдается системный подход к КСО [2].

Выделим ключевые этапы развития КСО в России: так, в 2005 году создан Технический комитет по стандартизации ТК № 471 «Социальная ответственность», который участвовал в разработке международного стандарта

ISO 26000:2010 [3]. В 2007 году введен стандарт ВСК-КСО-2007, первый в мире стандарт, охватывающий различные области КСО, включая права трудящихся, но без финансовой прозрачности. В 2011 году стандарт обновлен, добавлен раздел «Удовлетворенность стейкхолдеров» [3]. С 2008 года Министерство экономического развития и торговли РФ разработало Национальный план действий по внедрению практик КСО [1]. Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) инициировал создание индексов КСО для оценки ответственности бизнеса. В 2015 году появились индексы «Вектор устойчивого развития» и «Ответственность и открытость», которые помогают оценить качество корпоративной отчетности. Со временем акцент КСО сместился от филантропии к комплексным инициативам, включая экологическую устойчивость, этические методы ведения бизнеса и социально-трудовое партнерство с профсоюзами и НКО [4].

Сотрудничество корпораций с местными культурными организациями способствует развитию общественных фестивалей, культурного обмена и улучшению корпоративного имиджа, расширяя формы поддержки искусства, науки и образования в регионах [1]. Проведенный контент-анализ веб-сайтов крупных корпораций, таких как Газпром, Роснефть, Норникель, Полюс, Сбербанк, дает наглядные примеры проектов культурного активизма: вариативность программ от реставрации памятников и поддержки музеев до организации фестивалей и творческих мастерских. Анализ деятельности компаний показывает, что сибирские регионы, несмотря на свои географические и экономические особенности, получают существенную поддержку в культурной сфере. Такое внимание к коренным традициям и современному культурному развитию оказывает влияние на социальное самочувствие и повышает качество жизни жителей. российская модель КСО развивается в направлении интеграции социальных, экологических и культурных инициатив, что отражает мировые тенденции и учитывает национальные особенности. Крупные корпорации, такие как Газпром, Роснефть и Норникель, служат примерами успешной реализации КСО и культурного активизма. Сотрудничество между корпорациями и местными культурными организациями в России становится все более значимым аспектом корпоративной социальной ответственности (КСО). Это сотрудничество не только способствует развитию общественных фестивалей, которые черпают местные традиции и способствуют культурному обмену, но и улучшает корпоративный имидж компаний. КСО охватывает различные формы поддержки искусства, образования и науки, что позволяет компаниям укреплять связи с сообществами и привлекать внимание к важным культурным вопросам [5], [6].

Культурный активизм корпораций также включает в себя участие в образовательных программах и науч-

ных исследованиях. Это позволяет создать положительный образ компании в глазах общественности, а также формирует долгосрочные ценности для общества. Важно, чтобы такие инициативы были прозрачными и учитывали интересы всех стейкхолдеров [4].

Таким образом, культурный активизм корпораций в России не только улучшает имидж компаний, но и способствует развитию местных сообществ, укрепляя их социальные связи и поддерживая культурное разнообразие [7], [8], [9].

Основные результаты

ПАО «Газпром» — одна из крупнейших транснациональных компаний России, контролирующая 16 % мирового и 71 % российского рынка природного газа. Компания входит в число четырёх ведущих игроков нефтегазовой отрасли и в 2021 году заняла 49-е место среди крупнейших мировых корпораций. В структуру «Газпрома» входит 248 дочерних предприятий, работающих в сферах добычи, транспортировки, науки, банковских и транспортных услуг.

В рамках стратегии корпоративной социальной ответственности «Газпром» активно поддерживает культурные проекты, направленные на сохранение и популяризацию культурного наследия России. Компания финансирует реставрацию исторических памятников, поддержку традиционных искусств и ремёсел, что способствует укреплению её имиджа и развитию общественных связей, а также формированию национальной гордости.

Одним из дочерних предприятий является ООО «Газпром добыча Иркутск», действующее в Иркутской области. Эта компания проявляет активную социальную ответственность, поддерживая культурные, медицинские и социальные проекты региона. В частности, «Газпром» сотрудничает с Иркутским областным театром кукол «Аистенок», финансируя спектакли в районах, где расположены производственные объекты компании. Среди значимых мероприятий — спонсорство Первого всероссийского театрального фестиваля имени В. Распутина, а также поддержка детских фестивалей, таких как «Первоцвет» и пасхального фестиваля «Дорогая добра».

Компания также участвует в благотворительных проектах совместно с Иркутским отделением Российского детского фонда, поддерживает Международный фестиваль оперной музыки «Дыхание Байкала» и организует мероприятия, посвящённые Дню Победы. Кроме того, «Газпром» спонсирует Международный музыкальный фестиваль «Звезды на Байкале» и поддерживает музыкальные коллективы, например, MusicAeterna, способствуя развитию культурной жизни региона.

ООО «Газпром добыча Иркутск» также занимается благотворительностью, включая закупку медицинского оборудования для местных больниц, что демонстрирует высокий уровень социальной ответственности и заботу о качестве жизни населения (ПАО ГАЗПРОМ — Социальная ответственность // <https://mrg.gazprom.ru/social/>).

ПАО «En+Group», основанная в 2002 году, является одним из ведущих российских производителей алюминия и электроэнергии. Под управлением материнской компании «Базовый элемент», принадлежащей Олегу Дерипаске, En+Group включает дочерние предприятия, такие как РУСАЛ (56 % акций), ЕвроСибЭнерго и Востсибуголь. Компания активно реализует проекты корпоративной социальной ответственности в регионах присутствия, включая Иркутскую область и Красноярский край.

Среди ключевых социальных инициатив En+Group выделяются:

- Проект «На Лыжи!», направленный на развитие спортивной инфраструктуры для лыжного спорта и его популяризацию, реализуемый совместно с Федерацией лыжных гонок России.
- Образовательный проект «Мультилаб En+», который способствует развитию робототехники, программирования и 3D-моделирования в школах. В 2022 году были открыты два новых центра.
- «Детство со знаком+» — программа по созданию детских игровых площадок в городах Иркутск, Ангарск и Тулун, направленная на развитие досуговой инфраструктуры для детей.
- Проект «360» — экологическая волонтерская инициатива, стартовавшая в 2011 году, которая привлекла свыше 150 тысяч участников и позволила утилизировать около 4000 тонн мусора. Это один из крупнейших экологических проектов в России.

En+Group активно поддерживает культурные мероприятия. Компания выступает генеральным партнёром Международного музыкального фестиваля «Джаз на Байкале», который с 2005 года стал значимым событием для любителей джаза и привлекает музыкантов со всего мира. В Красноярском крае En+Group спонсирует театральный фестиваль «Золотая Маска», который в 2022 году вернулся в регион после семилетнего перерыва, став важным событием для местной культурной жизни.

Компания инвестирует в развитие социальной и спортивной инфраструктуры регионов — строит и реконструирует образовательные учреждения, детские сады и спортивные объекты, планирует открытие новых спортивных комплексов и благоустройство общественных пространств. En+Group демонстрирует приверженность принципам корпоративной социальной ответственности, поддерживая культуру, спорт, образование и экологию в регионах своей деятельности.

(Пресс-центр // Официальный портал En+Group. URL: <https://enplusgroup.com/ru/media/>)

«Норильский никель» — крупная российская компания, специализирующаяся на добыче палладия, никеля, золота, серебра, платины и других металлов. В состав входят дочерние предприятия, такие как Енисейское пароходство, Кольская горно-металлургическая компания и Норильский горно-металлургический комбинат имени Завенягина.

После ряда аварий, негативно сказавшихся на репутации, компания усилила внимание к корпоративной социальной ответственности. В рамках экологической программы «Серый проект» стоимостью около 3,5 млрд долларов «Норникель» планирует снизить выбросы диоксида серы на 30 % к 2030 году.

Социальные инициативы включают строительство спортивно-оздоровительных комплексов в Норильске и создание нового поселка для жителей Тухандра. Компания поддерживает культурные проекты, такие как фестиваль «День молодежи», конкурс «Мир Таймыра» и фестиваль «Большой Аргиш», направленные на развитие территорий проживания малочисленных коренных народов и сохранение их культурной самобытности.

«Норникель» также является попечителем Мультимедиа Арт Музея и активно участвует в развитии культурных проектов на севере России «Полюс» — одна из крупнейших золотодобывающих компаний в мире и лидер в России. В состав входят дочерние компании АО «Полюс Красноярск», «Polyus Finance Plc», «ZI Zoloto», «Udinsk Gold LLC» и другие.

Корпоративная социальная ответственность «Полюса» реализуется в пяти основных направлениях:

- Наука и образование — спонсорство образовательных проектов, поддержка вузов и колледжей, реализация профессиональных и общеобразовательных программ.
- Спорт — развитие спортивной инфраструктуры, строительство новых объектов, поддержка местных спортивных команд и проведение турниров.
- Искусство и культура — спонсорство культурных мероприятий, продвижение культуры коренных народов, организация фестивалей, поддержка детских и взрослых культурных коллективов.
- Поддержка уязвимых групп населения — помощь пенсионерам, инвалидам, детям из малообеспеченных семей и детям-сиротам (Развитие местного сообщества // Официальный портал Норникель. URL: <https://www.nornickel.ru/sustainability/social-responsibility/communities/>)

ПАО «Сбербанк» является крупнейшим банком в Российской Федерации и Восточной Европе, пользуется

популярностью среди 87 % жителей РФ. Правительство владеет 50 % банка через Фонд национального благосостояния России. На 2020 г. компания имела 186 дочерних компаний, включая ООО «ДубльГИС», ОАО «Сбер Банк», ООО «Сбербанк Капитал», НПФ Сбербанк и другие. Президентом компании является Герман Греф. «Сбербанк» также активно развивает корпоративную социальную ответственность, включая культурный аспект. Компания развивает 5 направлений.

- Музыка. Спонсируются музыкальные коллективы, «Сбербанк» является партнером разных музыкальных объединений, таких как music Aeterna.
- Театр. Компания участвует и в сфере театра, сотрудничает с фестивалем «Золотая маска» и «Ар-тмиграция».
- Живопись. Компания занимается реставрацией картин и сотрудничает с выставками и музеями, запустила проект совместно с Окко под названием «Третьяковка с...», суть проекта заключается в том, что это фильм-экскурсия по объектам искусства.
- Кинематограф. «Сбербанк» является партнером «Кино без границ», суть проекта заключается в том, что помогает людям с ограниченными возможностями в кинематографе и ТВ. Спонсируется фестиваль короткометражного российского кино «Короткие встречи».
- Цирковое искусство. Компания развивает цирковое направление в искусстве, спонсирует с 2010г. Международный молодежный конкурс-фестиваль циркового искусства, который создан для привлечения внимания к достижениям цирка в России.

ПАО «Сбербанк» имея значительное количество возможностей для ведения своей культурной активности. Компания занимается развитием практически всех сфер искусства, являясь партнером и спонсором множества культурных организаций, музеев, фестивалей, выставок и конкурсов. Сейчас идет развитие цифровых культурных проектов для обеспечения повсеместного доступа к произведениям искусства (Медиа // официальный портал СБЕР про. URL: <https://sber.pro>)

В контексте социальной ответственности бизнеса и культурного активизма социально-трудовые институты играют решающую роль в содействии сотрудничеству между корпорациями и сообществами. Эти институты, включающие профсоюзы, некоммерческие организации и культурные организации, выступают в качестве посредников, которые связывают корпорации с местными заинтересованными сторонами. Способствуя партнерству между бизнесом и социально-трудовыми институтами, корпорации могут гарантировать, что их культурные проекты будут актуальными, инклюзивными и полезными для сообществ, которым они служат. Например, сотрудничество между корпорациями и местными куль-

турными организациями может привести к развитию общественных фестивалей, которые чествуют местные традиции и способствуют культурному обмену. Такие инициативы не только улучшают корпоративный имидж, но и способствуют устойчивости местных культур [12].

Выводы

Культурный активизм представляет собой мощный подход для корпораций к выполнению своих обязательств в области КСО, внося при этом значимый вклад в общество. Участвуя в культурных проектах, крупные корпорации могут решать социальные проблемы, продвигать культурное наследие и способствовать вовлечению сообщества. Интеграция международных стандартов КСО и сотрудничество с социально-трудовыми институтами еще больше повышает эффективность и воздействие этих инициатив. Поскольку компании продолжают принимать культурный активизм, они не только улучшают свою корпоративную репутацию, но и вносят вклад в более широкую цель социального развития и культурной устойчивости.

Благодаря культурному активизму корпорации могут сыграть решающую роль в формировании более справедливого и культурно богатого общества, демонстрируя, что успех бизнеса и социальная ответственность могут идти рука об руку.

Культурный активизм как компонент корпоративной социальной ответственности присутствует как на международной арене, так и в Российской Федерации. Западные компании, благодаря более развитой практике

КСО, начали активно реализовывать культурные проекты значительно раньше российских предприятий. В России ситуация отличается: развитие культурного активизма в рамках КСО началось относительно недавно. Основные инвестиции в культурные объекты и инфраструктуру в стране осуществляют крупные компании из добывающих и энергетических отраслей. Такой фокус обусловлен стремлением этих компаний бороться с миграционным оттоком населения из регионов присутствия, а также поддерживать и развивать население и трудовые ресурсы. В результате корпорации вкладывают стратегические средства в развитие человеческого капитала: им нужны не только рабочие, способные выполнять механические функции, но и высокоразвитые специалисты с уникальными качествами, способными обеспечить конкурентоспособность и устойчивый рост бизнеса. Таким образом, культурный активизм как часть КСО гармонично сочетается с интересами бизнеса, местных сообществ и власти, а также вписывается в глобальные тренды развития креативной экономики и индустрий [13] [14].

Таким образом, изучение культурного активизма корпораций в Иркутской области и Красноярском крае представляет собой важное направление, которое может внести значительный вклад в понимание роли бизнеса в обществе, а также в развитие устойчивых моделей взаимодействия между корпоративным сектором и местными сообществами. Распространение этого опыта поможет другим регионам адаптировать успешные практики и улучшить качество жизни населения через культурные инициативы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Авилова М.Г. Корпоративная социальная ответственность в России: тенденции, проблемы, решения / М.Г. Авилова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2016. — Т. 34. — С. 1–5. — URL: <http://e-koncept.ru/2016/56712.htm>.
2. Орехов С.А., Иванова С.П. Концепции и эволюция корпоративной социальной ответственности / С.А. Орехов, С.П. Иванова // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2018;(5):131–138. // <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2018-5-131-138>
3. ISO 26000 — Руководство по вопросам обеспечения корпоративной социальной ответственности // официальный портал bsi. URL: <https://www.bsigroup.com/ru-RU/ISO-26000/>
4. КСО и устойчивое развитие бизнеса в России. Устойчивое развитие и корпоративная социальная ответственность // официальный портал SUSTAINABLE BUSINESS. // URL: <https://csrjournal.com/189-kso-i-ustojichivoe-razvitie-biznesa-v-rossii.html>
5. Копа Д.Д. Корпоративная социальная ответственность как фактор накопления новейших форм капитала в современной рыночной экономике / Д.Д. Копа // Экономическая теория в условиях глобализации экономики. — 2019. — № 6. — С.12–23.
6. Ли Мяо. Корпоративная социальная ответственность в России: социокультурный аспект / Мяо Ли // Социодинамика. — 2018. — №12. // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-v-rossii-sotsiokulturnyy-aspekt>
7. Сисенова А.Т. Корпоративная социальная ответственность — новая философия бизнеса. / А.Т. Сисенова / Вестник университета «Туран». — 2020. — №2. — с. 64–68.
8. Блиникова А.В., Фальковская Т.Ю. Культурный ландшафт сибирских регионов: объекты, субъекты, инструменты развития. / А.В. Блиникова, Т. Ю Фальковская. Монография. — Иркутск, 2024. 97 с.
9. Костарнова Н. <https://www.forbes.ru/forbeslife/416541-zachem-rossiyskie-kompanii-vkladyvayut-milliony-v-korporativnyuyu-socialnyuyu> // <https://www.forbes.ru/forbeslife/416541-zachem-rossiyskie-kompanii-vkladyvayut-milliony-v-korporativnyuyu-socialnyuyu>
10. Зачем российские компании вкладывают миллионы в корпоративную социальную ответственность // официальный портал Forbes. // URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/416541-zachem-rossiyskie-kompanii-vkladyvayut-milliony-v-korporativnyuyu-socialnyuyu>

11. Киварина М.В. Корпоративная социальная ответственность / М.В. Киварина // Экономический журнал. — 2018. — № 4. — С. 41–56.
12. Князева М.Л., Волуйская М.В., Кажберова В.В., Стебловская С.Б. Культурная повестка дня в региональном аспекте: движение вперед или откат назад? / М.Л. Князева, М.В. Волуйская, В.В. Кажберова, С.Б. Стебловская // Вестник ВУиТ. — 2022. — № 2 (38). //URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnaya-povestka-dnya-v-regionalnom-aspekte-dvizhenie-vpered-ili-otkat-nazad>
13. Кочетков Е.Е. Региональное пространство: особенности возникновения и трансформации / Кочетков Е.Е. // Социально-гуманитарные знания. 2023. №-4. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnoe-prostranstvo-osobennosti-vozniknoveniya-i-transformatsii>
14. Firm value impact of corporate activism: Facebook and the stop hate for profit campaign. Nuria Villagra, Abel Monfort, Mariano Méndez-Suárez. //https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.052

© Блиникова Анна Валерьевна (annoy@list.ru); Торхов Янис Аднанович (torkh@yandex.ru)
Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»