

УДК 101.1+330.322+316.613

DOI <https://doi.org/10.24195/spj1561-1264.2024.2.21>**Музиченко Ганна В'ячеславівна**доктор політичних наук, професор,  
проректор з наукової роботиДЗ «Південноукраїнський національний  
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»  
вул. Старопортофранківська 26, Одеса, Україна  
[orcid.org/0000-0002-7890-9615](https://orcid.org/0000-0002-7890-9615)**Борінштейн Євген Русланович**доктор філософських наук, професор,  
завідувач кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності  
ДЗ «Південноукраїнський національний  
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»  
вул. Старопортофранківська 26, Одеса, Україна  
[orcid.org/0000-0002-0323-4457](https://orcid.org/0000-0002-0323-4457)

## ФІЛОСОФІЯ ФАНДРАЙЗИНГУ: СОЦІОКУЛЬТУРНЕ БАЧЕННЯ

**Актуальність проблеми.** Фандрайзинг як цілеспрямована діяльність із пошуку та збору коштів на соціокультурно значущі проекти є новаторською сферою менеджменту. Філософія фандрайзингу, будучи цілеспрямованою стратегією залучення різних ресурсів, які приватний підприємець, організація не в силах забезпечити самостійно, із застосуванням актуальних маркетингових інструментів, методів і технологій, представляє латентні можливості системного довгострокового розвитку. Орієнтація на соціокультурні потреби населення завдяки більш точному використанню менеджменту соціокультурної діяльності дозволяє швидко розвивати фінансування соціокультурних проектів за рахунок диверсифікації джерел надходження грошей.

**Метою дослідження** є виявлення смислового і концептуального змісту філософії фандрайзингу, базуючись на соціокультурному застосуванні отриманих знань.

**Теоретико-методологічну базу дослідження** склали основні принципи пізнання суспільних явищ: об'єктивність, системність, комплексність, єдність історичного і логічного, цілісність, суперечливість розвитку, соціальна детермінованість, сходження від абстрактного до конкретного та інші.

**Результати дослідження.** Фандрайзингова діяльність представляє собою пошук потенційних джерел фінансування соціально значимих, проте інвестиційно не привабливих, культурних, освітніх та інших проектів, обґрунтування потреби в коштах і їх співвідношення з інтересами фінансових донорів, формування громадської думки з метою підтримки діяльності організації. У системному фандрайзингу має потребу як організація, так і приватна особа, пов'язана з бізнесом, дослідницькою та науково-викладацькою роботою. Тому фандрайзинг може вестися людиною, що представляє як всю організацію або її структурні підрозділи, так і себе особисто.

Філософія фандрайзингу, за своєю суттю, є проєкцією цінностей всієї організації на суспільство. Усі аспекти керівництва-адміністрування, програми та ресурсне забезпечення – частини єдиного цілого, тому всі вони повинні проявлятися при зборі коштів.

Соціокультурний погляд на філософію фандрайзингу дозволяє виділити сутнісні особливості, основні проблеми і перспективи його як виду діяльності та управлінської технології з пошуку альтернативних джерел фінансування, так і спрямувань розвитку суспільства, бізнес-структур та державно-приватного партнерства на вирішення соціальнозначущих проєктів.

**Ключові слова:** фандрайзинг, філософія фандрайзингу, фандрайзер, соціум, культура, соціокультурне, менеджмент соціокультурної діяльності, соціокультурні проєкти, маркетинг, цінності, освіта.

**Вступ.** Сучасний соціокультурний і соціоекономічний розвиток держави характеризується зростаючою роллю інтелектуального начала творчої особистості і державно-приватного партнерства в усіх сферах діяльності. У зв'язку з цим, підвищується інтерес до різного роду благодійних організацій у контексті використання їх потенціалу в наданні населенню адресних соціокультурних послуг, а також в реалізації їх менеджерської специфіки формування ресурсної бази, що полягає в диверсифікації джерел фінансування соціокультурних проєктів. Це викликає потребу пошуку інноваційного механізму акумулювання ресурсів, базовим механізмом яких є фандрайзинг.

До того ж, що особливо важливо для сучасної України, концептуально фандрайзинг надає величезні можливості для забезпечення економічної стійкості організацій соціальної та культурної сфер життя людей і посилення ролі інститутів громадянського суспільства. Однак на тлі зростаючого інтересу, фандрайзинг як практичний і, особливо, теоретичний соціокультурний феномен залишається маловивченим. Велику значущість фандрайзинг знаходить в діяльності глобальних благодійних організацій, місія яких спрямована на максимізацію ефективного зростання життєзабезпечення і соціокультурних стандартів. Неприйняття до уваги специфіки некомерційного господарювання та соціокультурної сфери, а також ціннісно-нормативних підстав благодійних організацій перешкоджає гармонійному вбудовуванню фандрайзингу в діяльність сучасних українських благодійних організацій і створює ризик скорочення потенційної його результативності.

Висока затребуваність фандрайзингу в сучасному розвитку благодійних організацій, необхідність розробки теоретичних і вдосконалення практичних аспектів його застосування, розуміння значення соціокультурного для діяльності в сфері фандрайзингу зумовили дослідження філософії фандрайзингу як навчальної дисципліни, а не тільки як напряму та соціокультурного аспекту застосування як найбільш значущого для життя суспільства.

**Метою дослідження** є виявлення смислового і концептуального змісту філософії фандрайзингу, базуючись на соціокультурному застосуванні отриманих знань, для чого необхідно вирішити наступні **завдання**:

- 1) висвітлити сутність фандрайзингу;
- 2) охарактеризувати філософію фандрайзингу як навчальну дисципліну і як концепцію якісного життєзабезпечення;
- 3) визначити теоретико-методологічні підходи до вивчення змісту та умов фандрайзингової діяльності;
- 4) показати значення соціокультурного для філософії фандрайзингу в плані поліпшення життєвих стандартів;
- 5) скласти портрет фандрайзера в сучасному українському суспільстві.

**Об'єктом дослідження** визначаємо філософію фандрайзингу у всьому різноманітті її проявів.

**Предметом дослідження** є соціокультурна площина філософії фандрайзингу в сучасному суспільстві.

**Теоретико-методологічну базу дослідження** склали основні принципи пізнання суспільних явищ: об'єктивність, системність, комплексність, єдність історичного і логічного, цілісність, суперечливість розвитку, соціальна детермінованість, сходження від абстрактного до конкретного та інші.

Дослідження здійснювалося на основі порівняльного системно-структурного та міждисциплінарного підходів; сукупності соціокультурного підходу. В ході дослідження були використані: філософсько-історичний та системний методи; метод сходження від абстрактного до конкретного.

**Результати дослідження.** Найбільший інтерес для нас представляли ідеї провідних зарубіжних теоретиків сучасності: американських (Ч. Уорд, А.Сарджент, Дж. Шан, Е. Джейн, К. Кляйн, У. Міндюк, М. Бабиц, К. Келлі [6]) і європейських вчених (Е. Кайзер, Т. Кройцер, Л. Шульц, М. Ульзерманн, Ф.Концерт, М. Хабах [5]), які не тільки зробили значний внесок у розвиток саме теорії фандрайзингової діяльності, а й створили найбільші наукові центри

дослідження фандрайзингу. Вивчення цих публікацій дало уявлення про історичний розвиток фандрайзингу та основні підходи до його розуміння.

Також необхідно виділити роботи українських вчених, які були у площині наших інтересів. Це дослідження О. Комаровського [1], О. Корінцевої [2], А.М. Соколової і О.В. Чернявської [3], О.І. Мінгазутдінова і О.І. Шниркова [4] та інших.

Термін «фандрайзинг» має англійське походження. *Fund* – фонд, джерело, капітал, грошові кошти, *raise* – піднімати, знаходити, збирати. Будучи калькою з англійської, фандрайзинг являє собою методику (в широкому сенсі) пошуку джерел фінансування.

Є кілька розумінь фандрайзингу як наукової категорії:

1) фандрайзинг є процесом збору коштів, які використовуються для реалізації соціально значущих програм і наукових проєктів;

2) фандрайзинг має на увазі процес залучення грошових коштів та інших ресурсів організацією з метою реалізації певного соціального проєкту. Кошти можуть надходити від приватних осіб, комерційних організацій, фондів, урядових організацій тощо.

Враховуючи контекст роботи і наше розуміння цінності вільного ринку і грошей в сучасному суспільстві, зупинимося на робочому визначенні **фандрайзингу** як діяльності, спрямованої на мобілізацію фінансових чи інших ресурсів, що ґрунтується на зборі коштів, формуванні фондів для досягнення соціокультурних, соціоекономічних, морально-етичних, освітніх цілей.

Організація фандрайзингу передбачає пошук потенційних джерел фінансування, розуміння і обґрунтування потреби в коштах, співвідношення з інтересами фінансових донорів, формування громадської думки на користь підтримки діяльності організації.

До фандрайзингу можуть залучатися і організація як юридична особа, так і приватна особа, пов'язані з діяльністю в сфері бізнесу, науки, соціуму, культури, благодійності.

Слід особливо підкреслити, що фандрайзинг – це не випрошування грошей. Випрошують милостиню, а організація або особа, яка працює у різних сферах, зокрема і в бізнесі, і в благодійності потребують не подачок, а пожертвувань, зроблених усвідомлено. Необхідно переконувати людей у важливості та вигоді такої діяльності. Тільки поняття вигода в цьому контексті являє собою не обов'язково економічну, а у першу чергу, морально-етичну, освітню та інші складові.

Взагалі фандрайзинг бере веде свій початок ще з давнини. І, якщо розглядати його протягом всієї історії, то він видозмінювався з покоління в покоління, виникали і використовувалися нові стратегії, нові канали доходів і способи комунікацій.

У Стародавній Греції багаті жертвували на будівництво храмів і театрів, вони були мотивовані тиском однолітків і високими ідеалами. Споконвіку різні релігійні організації збирали кошти для місць дотримання культу і допомагали бідним, закликавши до спонсорських відносин донорів, що мають владу не тільки в суспільстві, а й на державному рівні. Київський князь Володимир встановив обов'язок духовенству займатися збором коштів для допомоги людям, визначивши десятину на утримання монастирів, церкви. Протягом довгого періоду часу церква і монастирі залишалися центром соціальної допомоги людям. У середні віки благодійність була одним з головних напрямків діяльності братств, які з певною долею умовності можна вважати першими благодійними культурно-освітніми проєктами. У братства заможні люди (князі) свідомо вкладали гроші для розвитку української освіти і просвітництва.

Американські колоністи збирали кошти для шкіл і пожежної безпеки, посилаючись на те, що люди тим самим роблять велике благо. У 1865 році Армія порятунку надсилала особисті листи із закликом збирати гроші, їжу та одяг. Громадянська війна в США дала початок, проведеним під керівництвом жінок, ярмаркам і базарам зі збору коштів. Перша світова війна в Європі зумовила зростання некомерційних організацій не тільки на батьківщині учасників війни, а й за кордоном, всі люди намагалися підтримувати солдатів і постраждалих громадян. При цьому використовувалися методи: з вуст в уста, події (ярмарки, базари), плакати, газети і фільми, радіо тощо.

Заклики під час Другої світової війни допомогли збору коштів на мільйони доларів. У 1917 році скаути в Америці почали продавати печиво своїм друзям та сусідам. Також на початку ХХ століття серед коштів фандрайзингу з'явилася пряма поштова розсилка, вона допомагала принести в заклик пожертвування більше емоційного компоненту, а безкоштовний зворотний конверт із штампом і адресою став еволюцією фандрайзингу.

З 1940-х років соціальні організації використовують телебачення для залучення коштів за допомогою телемарафонів. У 1990-х роках Грінпіс популяризував збір коштів на вуличних майданчиках. З цього часу і з'являється поняття фандрайзингу як професійної діяльності.

Коли ми будемо говорити про формування сучасних ідей фандрайзингу, то необхідно звертатися до США.

У 1905 році благодійник Чарльз Уорд почав збирати гроші для будівництва будівлі, в якій повинна була розташуватися міжнародна волонтерська організація YMCA. Вона була заснована в Лондоні в 1844 році і стала відома завдяки організації дитячих таборів. І в підсумку поширилася в більш ніж 120 країнах світу, включаючи Америку. Зазвичай подібні збори завжди тривали мінімум кілька місяців, але Чарльз Уорд поставив собі завдання впоратися за один тиждень. Для цього він склав маркетинговий план залучення фінансування для будівництва. План включав кілька кампаній, які працювали паралельно. Кожному учаснику гранично точно пояснили його зону відповідальності, важливість цієї справи і дали час, за який він повинен впоратися. Чарльз Уорд найняв директорів з реклами, чого раніше для зборів ніколи не робили. Вони давали на перші шпальти газет інформацію про збір і про діяльність кожної з кампаній. І стежили, щоб новин про це було достатньо і їх все помітили, але не надто багато, щоб вони не дратували. Найголовнішим було те, щоб люди могли розуміти, на що вони дають свої гроші і куди саме вони йдуть.

Із появою фінансової звітності у відкритому доступі збір коштів здобув успіх. Надалі в світовій історії фандрайзинг отримувал і отримує популярність, особливо коли держава скорочує фінансування некомерційних організацій і соціальних проєктів. Наприклад, під час різних фінансових криз. Тоді благодійні фонди самостійно дають реклами зборів, користуючись тими ж принципами, які свого часу ввів Чарльз Самнер Уорд.

Він розробив модель інтенсивних «вихрових» кампаній (intensive or whirlwind campaigns), які були засновані на чотирьох загальних принципах: концентрація часу, організація, пожертвування, освіта [7]. Його метод – Уорд-план – передбачав ретельно організований інтенсивний збір коштів, що проводиться протягом декількох тижнів і має широкий розголос.

Але необхідно розуміти: успішний фандрайзинг у сьогоденні є неможливим без чітко розробленої стратегії та концепції. Саме тому мова йде про значущість філософії фандрайзингу. Ми розуміємо під **філософією фандрайзингу** концептуально розроблену стратегію залучення матеріальних, соціальних і культурних ресурсів, спрямовану на самореалізацію людини, ґрунтуючись на системі смисло-життєвих цінностей і успішному функціонуванні організацій, які зосереджують увагу на зборі коштів, формуванні фондів для досягнення соціокультурних, соціоекономічних, морально-етичних, освітніх цілей.

Саме у філософії фандрайзингу завдяки успішному функціонуванню різнопланових організацій (у тому числі й громадських) ми бачимо ключову роль соціокультурного.

Організації з'являються для того, щоб задовольнити той чи інший вид потреб людини і суспільства. Потреба в послугах або можливість їх надати становить сенс існування організації і дає їй право розробляти і втілювати в життя свої програми. Це стає головною справою організації. Вона вимагає масштабного впливу на суспільство, що, в свою чергу, дає підстави для збору коштів.

Організація може заявити про своє право на фандрайзинг, спонукаючи та мотивуючи донора зробити пожертву/спонсорську допомогу/благодійний внесок. Але в той же час вона повинна заслужити цей привілей, оперативно реагуючи на потреби людей. При цьому якість програм не повинна викликати сумніву, а керівники організації, рада директорів повинні забезпечити планування і управління на вищому рівні. Організація може попросити про пожертвування/

внесок, але потенційний донор зовсім не зобов'язаний відповідати їй згодою – у нього є право сказати «так» або «ні». І якою б не була відповідь, до неї слід поставитися з повагою.

Кожна організація, яка має привілей збирати пожертви, повинна бути готова відповісти на багато питань, навіть якщо донор не озвучить їх вголос: «Для чого ви існуєте?», «Чим ви відрізняєтеся від інших організацій?», «Чому ви вважаєте, що заслуговуєте на підтримку?», «Чого ви хочете домогтися і що маєте намір для цього зробити?», «Як ви будете звітувати у використанні коштів?».

Відповідь на питання «Хто ви і для чого існуєте?» міститься в заяві про місію організації. Таким чином визначається система цінностей, на основі якої будуть розроблятися програми, соціокультурна спрямованість організації, її «внесок» в соціокультурне життя людини і суспільства. Таким чином, місія організації у філософії фандрайзингу – це своєрідний «магніт», який буде притягувати і утримувати інтереси керівників, членів ради директорів, волонтерів, штатних співробітників, донорів та ін.

Відповідь на питання «Що в нас особливого?» – це про цілі, завдання і програми, намічені та розроблені організацією відповідно до її системи цінностей і ціннісно-нормативної системи суспільства.

Відзначимо, що в сучасному суспільстві зміни (трансформації) – це постійна величина. Динамічний розвиток світу і глобалізація прискорюють темп змін, формуючи таким чином нову константу. Тому організація завжди повинна бути готовою до роботи під постійно зростаючим тиском.

Також організації не можуть дозволити собі ігнорувати зовнішнє середовище, яке не тільки оточує, але і поглинає їх. Важливі фактори всередині середовища – демографія, соціум, культура, освіта, технології, економіка, політика, а також змінюються суспільні моделі – впливають на щоденну роботу. Успішність і швидкість реакції на трансформації зовнішнього середовища, зокрема реакція на форс-мажор є запорукою успішної філософії фандрайзингу і, як наслідок, успіху людини.

Важливим для розуміння значущості соціокультурного у фандрайзингу є розуміння того, що фандрайзинг не є благодійністю, тому що благодійність (як варіант – філантропія) має на увазі процес надання допомоги адресно, окремій людині або юридичній особі з боку громадян, підприємств або організацій на добровільній, безоплатній і пільговій основі, без матеріальної вигоди. Тому особи чи організації, які займаються благодійністю, можуть перераховувати особам, що нуждаються, грошові кошти, надавати майно (рухоме і нерухоме), виконувати роботи і послуги. У той же час, фандрайзинг являє собою завжди повноцінну маркетингову стратегію з детальним планом і прозорою звітністю. Фандрайзер може детально пояснити жертводавцям, на які конкретно проекти, закупівлю якого обладнання і роботу якого персоналу підуть гроші. А потім надати детальний банківський звіт про це. Крім того, фандрайзинг не можна вважати «просто збором пожертв», оскільки в ньому донор (тобто спонсор чи інвестор) також отримує вигоду. Це не схема «просто дайте нам гроші і відчуйте задоволення», а взаємовигідна фінансова співпраця. Особливістю фандрайзингової діяльності є обов'язкове отримання донором певної вигоди, наприклад, сформованої довіри до нього або компанії з боку суспільства, піар, впізнаваність серед певної соціальної групи, підтвердження соціальної місії компанії тощо.

Така співпраця в сучасному суспільстві особливо швидко знаходить поширення саме в соціокультурній сфері, коли йдеться про малий чи середній бізнес, де швидко збільшується кількість робочих місць, продукуючи одне одним завдяки можливостям та специфіці розвитку. Саме тому поширюється менеджмент соціокультурної діяльності, враховуючи такі спеціальності та напрями діяльності, як: імпресаріо; адміністратор; фінансист; маркетинголог; а також розвиваються такі наукові напрями, як-то: лідерство в інноваційній сфері; бізнес-аспекти менеджменту; туристична та екскурсійна діяльність; продюсування; туризм, гостинність, рекреація та інше.

Необхідно підкреслити, що фандрайзинг завжди вирішує суспільні проблеми, а не особисті. Згідно з досвідом рейганоміки, фандрайзинг отримує популярність тоді, коли держава

скорочує фінансування некомерційних організацій, соціальних і культурних проєктів. У цьому випадку благодійні фонди самостійно дають реклами зборів, користуючись тими ж принципами, які спочатку ввів Чарльз Уорд.

Підкреслимо: чим краще буде підготовлена кампанія зі збору коштів, чим кращою буде логістика звернення по допомогу, тим вище шанси цю допомогу отримати. Така діяльність так само потребує планування, як і будь-яка інша. І звичайно, не існує ніякої «магічної формули» для успішного фандрайзингу та ніякого способу гарантовано отримати гроші у відповідь на прохання. Однак, якщо людина або організація відомі своєю позитивною репутацією, надійністю та відкриті для людей, якщо логічно, психологічно і економічно вірно підготовлені звернення до потенційних спонсорів і доведено, що гроші спонсорів, меценатів необхідно віддати саме цій людині або організації, – то, швидше за все, кошти будуть надані.

Для того, щоб збір коштів йшов ефективно, необхідно відзначити наступні закономірності, які необхідно враховувати фандрайзеру:

- ніколи не можна розраховувати тільки на одне джерело коштів, яким би надійним воно не здавалося;

- імовірність отримати гроші збільшиться, якщо просити їх не на підтримку своєї організації, а на виконання конкретного проєкту, що приносить очевидний прибуток, користь суспільству;

- при розробці стратегії збору коштів необхідно реалістично оцінити, до яких джерел фінансування звертатися в тому чи іншому випадку і як подати свій проєкт в найбільш адекватній для конкретного донора формі;

- щоб процес фандрайзингу був успішним, необхідно працювати не тільки з самими різними джерелами коштів, а й вести його постійно.

Для успішного фандрайзингу також корисно:

- збирати досє на потенційних спонсорів;
- враховувати свій минулий досвід збору коштів;
- вести постійний пошук джерел фінансування.

Існує кілька **загальних правил успішного фандрайзингу**, які допомагають досягти найбільших результатів:

1. Найважче – пошук донорів, але, перш за все, потрібно подивитись навколо себе, встановити знайомство і поступово роз'яснювати донорам суть проєктів;

2. Грантодавці дають гроші не організаціям, а людям. Тому важливо встановлювати міцні зв'язки зі службовцями організацій, бо тільки так можливо забезпечити довготривале фінансування організації;

3. Потрібно постійно практикуватися у фандрайзингу. Тільки за допомогою накопичення досвіду можливо оцінити свої ідеї і проєкти;

4. Обов'язково правильно систематизувати інформацію про донорів і підтримувати з ними на контакт;

5. Критично важливо швидко змінювати суть проєкту. Буває і так, що до моменту розгляду заявки донором, її ідеї вже застаріли;

6. Після отримання фінансування необхідно постійно бути на зв'язку з грантодавцем і передавати йому інформацію, пов'язану тим чи іншим чином з проєктом;

7. З точки зору етики потрібно повідомляти тільки правду. Інформацію, яку надають, можуть перевірити і в інтересах структур та людей, які отримують кошти, не бути запідозреному в навмисному спотворенні інформації.

8. Необхідно, щоб правильною була вся стратегія фандрайзингу.

Фандрайзинг в Україні, незважаючи на російську агресію, є сферою та видом діяльності, які швидко розвиваються. Хоча основні напрямки і технології фандрайзингу в сучасному українському суспільстві повторюють приклади інших країн, існує регіональна специфіка щодо динаміки розвитку різних механізмів, донорської поведінки, інфраструктурних особливостей (законодавство, платіжні системи, поширення Інтернету тощо). Знання цієї специфіки

і конкретних закономірностей останніх років необхідно як практикам-фандрайзерам для ефективної роботи та розвитку професії, так і дослідникам для розуміння та прогнозування розвитку громадянського суспільства, а також донорам та інфраструктурним організаціям. У цій сфері практика істотно випереджає узагальнення. Тож динамічні дослідження, результати яких відразу представляються спільноті фандрайзерів, донорів та інфраструктурних організацій, мають особливу цінність.

### Висновки.

1. Фандрайзинг являє собою категорію загальногуманітарного знання, що формується на основі метамодерної свідомості та системи світогляду, які складаються в процесі соціалізації сучасного суспільства і включають уявлення про пріоритети, норми і моделі поведінки людини в соціокультурному просторі конкретного регіону. Важливим елементом фандрайзингу є концептуальне уявлення стосовно системного пошуку матеріальних засобів і ресурсів, що формують спрямованість зусиль фандрайзера, організацій і установ різного роду на специфіку взаємодії, яка поширює систему поглядів, відносин, нововведень, що трансформуються у форми збереження культури, соціальної та культурної спадщини за допомогою залучення грошових засобів, підняття значення освіти як підвищення матеріального достатку, благодійності.

2. Світоглядна основа філософії фандрайзингу відображає особливості менталітету народу, зміни, що відбуваються в суспільстві, в тому числі і розширення умов для самореалізації особистості, підвищення пріоритету індивідуально-ціннісного підходу над «нормативно-прагматичним». Ця особливість для українського суспільства важлива саме сьогодні, враховуючи необхідність швидкого розвитку під час російської агресії.

3. Для філософії фандрайзингу значущою є соціокультурна діяльність, котра розвивається під впливом цілісної системи соціоекономічних, соціопсихологічних, соціопедагогічних та інших факторів, спрямованих на залучення нових форм фінансування.

4. Фандрайзер в сучасному українському суспільстві є системним елементом феномену фандрайзингу, який засновує свою діяльність на загальній соціалізації особистості в конкретному соціокультурному просторі, інтегрує духовні процеси у фінансові, ціннісно-нормативні, пізнавальні, комунікативні, освітні аспекти життя людини. У своїй життєдіяльності фандрайзер орієнтується на концепцію посередництва, що організує діалог між піклувальниками/донорами та адресатом, трансляцію цінностей соціуму і культури, формування ефективних форм залучення ресурсів різного роду.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Коваровський О.В. Фандрайзинг у питаннях, відповідях та цитатах: навч. посіб. Луганськ: Луганськ-Арт, 2007. 54 с.
2. Корінцева О.І. Менеджмент неприбуткових організацій: навч. посіб. Суми: «Собор», 2004. 104 с.
3. Чернявська О.В., Соколова А.М. Фандрайзинг: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 188 с.
4. Шнирков О.І., Мінгазутдінов О.І. Фандрайзинг: основні особливості та форми: метод. посіб. Київ: Ін-т міжнар. відн. КНУ ім. Т. Шевченка, 2000. 50 с.
5. Fundraising: Handbuch für Grundlagen, Strategien und Methoden / Redaktionsteam: Kai Arne Burmester und andere. Frankfurt-am-Main: Fundraising Akademie, Gabler, 2008. 898 p.
6. Sargeant A. Fundraising Principles and Practice. Adrian Sargeant, Jen Shang and Associates. San Francisco: Wiley Imprint, 2010. 605 p.
7. The Great Philanthropists and Key Historical Figures // Матеріали освітнього порталу Study Fundraising. URL: [http://www.studyfundraising.info/page12.php#Early\\_American\\_Fundraising](http://www.studyfundraising.info/page12.php#Early_American_Fundraising) (дата звернення: 06.06.2024).

### REFERENCES

1. Kovarovskyi O.V. Fandreizynh u pytanniakh, vidpovidiakh ta tsytatakh: navch. posib. Luhansk: Luhansk-Art, 2007. 54 s.

2. Korintseva O.I. Menedzhment neprybutkovykh orhanizatsii: navch. posib. Sumy: «Sobor», 2004. 104 s.
3. Cherniavska O.V., Sokolova A.M. Fandraizynh: navch. posib. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury, 2013. 188 s.
4. Shnyrkov O.I., Minhazutdinov O.I. Fandraizynh: osnovni osoblyvosti ta formy: metod. posib. Kyiv: In-t mizhnar. vidn. KNU im. T. Shevchenka, 2000. 50 s.
5. Fundraising: Handbuch für Grundlagen, Strategien und Methoden / Redaktionsteam: Kai Arne Burmester und andere. Frankfurt-am-Main: Fundraising Akademie, Gabler, 2008. 898 p.
6. Sargeant A. Fundraising Principles and Practice. Adrian Sargeant, Jen Shang and Associates. San Francisco: Wiley Imprint, 2010. 605 p.
7. The Great Philanthropists and Key Historical Figures // Materialy osvithnoho portalu Study Fundraising. URL: [http://www.studyfundraising.info/page12.php#Early\\_American\\_Fundraising](http://www.studyfundraising.info/page12.php#Early_American_Fundraising) (data zvernennia: 06.06.2024).

**Muzychenko Ganna Viacheslavivna**

Doctor of Political Science, Professor,  
Vice-rector for scientific work

South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky  
26, Staroportofrankivska str., Odesa, Ukraine  
[orcid.org/0000-0002-7890-9615](https://orcid.org/0000-0002-7890-9615)

**Borinshtein Yevgen Ruslavovich**

Doctor of Philosophical Sciences, Professor,

Head of the Department of Philosophy, Sociology and Management of Sociocultural Activities  
South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky  
26, Staroportofrankivska str., Odesa, Ukraine  
[orcid.org/0000-0002-0323-4457](https://orcid.org/0000-0002-0323-4457)

## THE PHILOSOPHY OF FUNDRAISING: A SOCIOCULTURAL VISION

*Fundraising is a category of general humanitarian knowledge that is formed on the basis of metamodern consciousness and a worldview system, which are formed in the process of modern society socialization and include ideas about priorities, norms and models of human behavior in the sociocultural space of a specific region. An important element of fundraising is a conceptual idea about the systematic search for financial resources that shape the focus of the efforts of the fundraiser, organizations and institutions of various kinds on the specifics of interaction, which spreads the system of views, relations, innovations that are transformed into forms of preservation of culture, social and cultural heritage by attracting funds, raising the importance of education as an increase in material well-being, charity.*

*The purpose of the paper is to reveal the semantic and conceptual content of the philosophy of fundraising, based on the sociocultural application of the acquired knowledge.*

*The theoretical and methodological basis of the study was made up of the main principles of studying social phenomena: objectivity, systematicity, complexity, unity of the historical and logical, integrity, contradictions of development, social determinism, descent from the abstract to the concrete, and others.*

*Research results. Fundraising activity is a search for potential sources of funding for socially significant, but not attractive for investment, cultural, educational and other projects, substantiation of the need for funds and their correlation with the interests of financial donors, public opinion formation in order to support the organization activities. Systemic fundraising is needed by both an organization and a private person connected with business, research, and scientific-teaching work. Therefore, fundraising can be conducted by a person representing both the entire organization or its structural divisions, and himself personally.*

*The philosophy of fundraising, in its essence, is a projection of the entire organization values onto society. All aspects of leadership-administration, programs, and resource provision are parts of a single whole, so they all need to be reflected in fundraising.*



*A sociocultural view of the philosophy of fundraising allows us to highlight its essential features, main problems and prospects as a type of activity and management technology for finding alternative sources of funding, as well as directions for the development of society, business structures and public-private partnerships for solving socially significant projects.*

**Key words:** *fundraising, fundraising philosophy, fundraiser, society, culture, sociocultural, management of sociocultural activities, sociocultural projects, marketing, values, education.*