

К ВОПРОСУ О БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Ноздрин Н. А., Бравицкая Л.С.

Брянский государственный технический университет

Феномен благотворительности привлекает все большее внимание историков, социологов, психологов, философов, экономистов, юристов. Научный интерес к этой теме в последнее время, несомненно, возрастает, но целостная картина, описывающая благотворительность как явление, пока отсутствует.

Термин благотворительность исследователи используют по-разному. Вот лишь некоторые определения. Благотворительность – проявление сострадания к ближнему и нравственная обязанность имущего спешить на помощь неимущему. Благотворительность – действия и поступки безвозмездного характера, направленные на общественную пользу или оказание материальной помощи неимущим.

Благотворительность – добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной помощи. Благотворительность – оказание материальной помощи нуждающимся, как отдельными лицами, так и организациями. Благотворительность может быть направлена также на поощрение и развитие каких-либо общественно значимых форм деятельности (например, защита окружающей среды, охрана памятников культуры и т.д.).

Благотворительность – общечеловеческое движение, включающее совокупность гуманитарных действий отдельного человека, организаций, обществ и т.д. В основе благотворительности лежит стремление проявить любовь не только к ближнему, но и к незнакомому человеку, оказать безвозмездную материальную, финансовую помощь нуждающимся и социально незащищенным гражданам. В современном понимании благотворительность означает предоставление помощи лицам и организациям, участие в улучшении жизни больных и бедняков, немощных и отвергнутых жизнью.

Благотворительность – финансовая или иная поддержка общественных объединений, культурных и спортивных организаций и их программ, осуществляемая коммерческими структурами на безвозмездной основе, благотворительность отличается от спонсорства тем, что не предполагает даже неформальных обязательств со стороны получивших поддержку.

Итак, очевидно: благотворительность – это действие, деятельность, движение, поступок, акт, которые всегда подразумевают одностороннюю направленность, полную или почти полную безвыгодность, или безвозмездность. Однако оценка безвозмездности, данная с точки зрения конкретных людей, совпадающих с жизнью современников, при взгляде сквозь эпохи может оказаться возмездной. И это неэквивалентные отношения, так как возвращается больше, чем дано, и необязательно теми, кто непосредственно получил, и не тем, кто непосредственно дал.

Существуют различные представления и о том, на что должна ориентироваться современная российская благотворительность: на западный опыт или на собственные дореволюционные традиции? На мой взгляд, жизнеспособность как государственных, так и негосударственных форм помощи в немалой степени будет зависеть от того, насколько удастся восстановить оптимальные черты российских традиций благотворительности.

Как же складывается сегодня в стране ситуация с благотворительностью? С одной стороны, и это очевидно, в последнее десятилетие произошел бурный рост

благотворительных организаций. Однако это вызвало у предприимчивых людей желание использовать благотворительные организации в личных, корыстных целях. Прикрываясь благотворительной политикой, один, таким образом, создает имидж (свой либо фирмы), другой решает проблемы со здоровьем, третий зарабатывает политический капитал. В рамках социологического исследования «Бизнес и благотворительность» исследователь из Санкт-Петербурга И. Карлинский выделил несколько типов благотворительности: «неосознанная», «для своих», «притворная», «вынужденная», «латентная» (скрытая). Можно дополнить этот ряд перечислений, однако важно, на мой взгляд, сделать акцент на другом: действующее в стране правовое поле стимулирует появление теневой, или «серой» благотворительности. Это стало возможным не только в силу обстоятельств, обусловленных переходностью, когда многие сферы общественной жизни и социального поведения не достигли необходимого цивилизованного уровня, но и потому, что этическая составляющая самой сути благотворительной деятельности оказалась на втором плане. К сожалению, это отражает ситуацию в России в целом. Особенно выделяется среди негативных типов лакейская благотворительность – парная по отношению к коррупции. Как правило, она возникает в связи с потребностью какого-либо «политического авторитета» федерального, областного, муниципального уровня достичь определенные политические цели (выборы, громкая акция и др.). Не имея возможности либо не желая зарабатывать или использовать деньги из других источников, этот «авторитет» редко сам, а чаще при помощи приближенных к нему лиц дает знать о возникших потребностях (звонки, очные встречи и т.п.). Достаточно большое число коммерческих организаций, до которых доходит «авторитетный глас» и которые так и не смогли выдать себя раба, изыскивают возможность и оказывают «благотворительную поддержку». Деньги передаются наличными и (или) перечисляются по договорам.

Вряд ли правильно, на мой взгляд, к благотворительной деятельности относить и спонсорство, так как спонсорство – часть маркетинговой политики компании, по сути – это явление коммерческое. Ведь помощь, оказанная коммерческой фирмой, формирует корпоративную идеологию, образ компании. А в будущем эта помощь может вернуться в виде образованных клиентов, устойчивых доходов, высокопрофессиональных сотрудников. Спонсорство является необходимым элементом бизнес-стратегии компании. Это не способ красиво отдавать деньги, а бизнес, и значит, ему присуща своя этика. Благотворительность же – то, что никто не стремится рекламировать, это очень интимное дело, совершаемое не для публики, а для себя. «Благотворительность начинается с того момента, когда люди уже заработали деньги. Благотворительность – для тех, кто отдает свое, а не для тех, кто на этом фоне пытается заработать, а потом поделиться», – считает известный бизнесмен и благотворитель Владимир Потанин.

Бытует точка зрения, что в развитом социально ориентированном государстве благотворительность вообще не должна существовать. В то же время мировой опыт говорит о том, что в материально обеспеченных странах благотворительность не только не исчезает, а активно развивается и приобретает новые социально-эффективные формы. К таковым не без основания можно отнести фонды местного сообщества. Кроме того в России существует еще и «Этический кодекс союза благотворительных организаций России», принятый 24 ноября 2000 года.

Принимая во внимание важную роль благотворительной деятельности в современном обществе, учитывая давние традиции соблюдения этических норм благотворительности и меценатства в России, основываясь на требованиях законодательства Российской Федерации и положениях Устава, Союз благотворительных организаций России на своем Учредительном Съезде принял настоящий Кодекс, который призван:

- определить нравственные ориентиры в организации благотворительной деятельности;
- консолидировать работу членов Союза;
- повысить их престиж и авторитет в обществе;
- способствовать развитию благотворительной деятельности в Российской Федерации.

И, конечно же, кодекс принимает все основные этические ценности, такие как гуманизм, справедливость, милосердие, бескорыстие.

Конечно, этика бизнеса и благотворительности в России еще не полностью сформирована, тем не менее, в конечном счете, этическое поведение оказывается более эффективным, чем победа в прямом конкурентном столкновении с использованием неэтичных средств.

Если в США благотворительность стоит на пороге новой эпохи, российская благотворительность находится еще в самом начале своего развития. Россия находится там же, где была Америка в эпоху, когда Карнеги и Рокфеллер еще не основали свои фонды. Карнеги необычайно ревностно заботился о развитии школ и библиотек, особенно в тех регионах, которые были интересны ему в промышленном отношении, где он проводил железные дороги и строил металлургические компании, добывал уголь. Теми же чертами по преимуществу характеризуется благотворительность крупных корпораций в нашей стране. Нефтяные магнаты заботятся о социальных условиях в самых разных отношениях в тех регионах, в развитии которых они заинтересованы. Это естественный процесс, как развития благотворительности, так и развития бизнеса.

На этом фоне есть только начатки организованной благотворительности в виде корпоративных фондов. К примеру, Фонд имени Вернадского содержится на деньги Газпрома, однако это не является значимой деятельностью в масштабах этой крупнейшей газовой компании. Наиболее интересный пример в современной России это, конечно, фонд Владимира Потанина. Это первый в России классический фонд большой благотворительности, который на наших глазах начинает свою работу, вырабатывает свои собственные стратегии и практики и учится технологиям филантропии: как организовывать конкурсы, как создавать и осуществлять программы. Понятно, что развитие благотворительности в России будет тесно связано с новым частным богатством и будет иметь выраженные индивидуальные черты. У нас много людей преуспевших в бизнесе и уже имеющих крупные состояния, и многие из них очень молоды. Поэтому от них можно ожидать – в том числе и при создании фондов – такого же отношения к благотворительности, какое было у раннего Карнеги или же у современных американских благотворителей, получивших деньги в области высоких технологий. Эти люди, если и будут создавать благотворительные фонды, то станут внимательно следить за тем, как они управляются, а на стратегическом уровне будут управлять ими сами. Это тоже будет естественный этап развития, и его надо будет только приветствовать.

Надежды на развитие системной благотворительности в России есть именно потому, что у нас немало людей, которые обладают крупными состояниями и являются сильными предпринимателями и талантливыми менеджерами. Крупная системная благотворительность – это не дело коллективных образований, таких как корпорации или общества. Большая благотворительность – дело отдельных больших людей, сделавших имя и деньги в предпринимательстве.