

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ В РОССИИ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Работа представлена кафедрой социологии

Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета.

Научный руководитель - доктор исторических наук, профессор Е. А. Окладникова

В статье рассматривается одна из актуальных для российского общества проблем — развитие благотворительности, выявление основных проблем и поиск их решения, а также проблемы развития «третьего сектора» - некоммерческих организаций.

The article touches upon one of the relevant problems of the Russian society - development of charity. The author reveals the main problems, searches for ways of their solution and views problems of the «third sector» — noncommercial organisations.

Базовой предпосылкой данного исследования явился ощутимый дефицит информации о реальном состоянии некоммерческого сектора Северо-Западного региона. Значительная часть организаций «третьего сектора» находится в зоне теневой экономики, не все зарегистрированные некоммерческие организации (НКО) являются реально действующими, многие организации, зарегистрированные в той или иной организационно-правовой форме НКО, по сути, ими не являются и т. д. Отсутствие адекватной информации затрудняет оценку краткосрочных и среднесрочных перспектив развития НКО, тормозит принятие стратегических решений в этой сфере на федеральном и региональном уровнях, порождает вокруг «третьего сектора» противоречивый информационный фон.

Сегодня ощущается необходимость в изучении общественного мнения граждан об осведомленности по данной проблематике, в проведении комплексного обследования НКО, работающих в образовательной сфере и работающих над своим имиджем, изучении экспертного мнения. Все это ориентировано на получение объективной информации о текущем состоянии, динами-

ке развития НКО, а также выявления острых проблем сектора и поиск их решения.

Имеющаяся информация, основанная только на данных государственной статистики или отдельных, локальных исследованиях, не позволяет сформировать полное и комплексное представление о состоянии некоммерческого сектора, его деятельности, развитии и влиянии на социально-культурную жизнь региона.

Цель настоящей работы: социологический анализ объективной (в том числе статистической) информации о текущем состоянии и динамике развития НКО в Северо-Западном регионе России, участниках, поиску инновационных способов популяризации основ благотворительности и выявления путей решения, а также осмысления роли «третьего сектора» в развитие общества.

В результате исследования предполагается вывести ряд выводов и рекомендаций по развитию некоммерческого сектора, внедрению инновационных имиджевых и иных технологий в управлении и продвижении НКО как неотъемлемой части общества.

Информация, полученная в рамках исследования, должна способствовать созданию регулярного мониторинга состояния

некоммерческого сектора, принятию эффективных и обоснованных решений по его развитию, повышению уровня интереса и доверия со стороны общества и государства к проблемам «третьего сектора».

Процессы, происходящие в современной России – расслоение общества, обнищание большей части населения, – заставляют обращать внимание исследователей некоммерческого сектора как на возрождение экономики, так и на развитие благотворительности. Выполняя некую компенсирующую функцию, благотворительность выступает как форма общественной активности людей и является предпосылкой решения ряда социальных проблем, а также преодоления кризиса духовности.

Благотворительность – это вид деятельности, который можно достаточно эффективно использовать при организации социальной помощи государственным структурам и негосударственным благотворительным организациям. Таковыми инструментами выступают социальные проекты, гранты от грантодающих организаций, организаций-доноров, частные пожертвования¹.

Развитие благотворительности сегодня способствует консолидации гражданского общества и позволяет совместно решать проблемы, которые по разным причинам остаются вне поля зрения государства. В последнее время благотворительность стала принимать цивилизованные формы. Если раньше она воспринималась как прерогатива церкви, то сегодня идеи благотворительности получили достаточно широкое распространение среди активных слоев общества. Однако отношение к благотворительности среди остальной части населения по-прежнему остается негативным. Люди либо вообще ничего не знают о деятельности благотворительных организаций, либо воспринимают благотворительность как некое зло².

В последнее время некоммерческий сектор стал более профессиональным, овладел новыми имиджевыми технологиями про-

движения себя в обществе, методикой ведения дел и соответствующей терминологией. Сформировав за период своего становления определенный круг реципиентов своих социальных услуг, некоммерческие организации выходят на качественно новую стадию развития, предполагающую расширение их социальной деятельности, привлечение к ней широких масс населения, взаимодействие с органами власти и бизнесом, что позволяет рассматривать их как полноправного субъекта социальной сферы, активного участника социального партнерства. Углубляет проблему, несомненно, непонимание роли благотворительности в смешении государственных и общественных функций. Многие до сих пор считают, что решением всех социальных проблем может и должно заниматься государство. Поэтому деятельность благотворительных организаций воспринимается как дополнение к государственным органам социальной защиты. А также существует противоречие, заключающееся в том, что его растущий потенциал недостаточно востребован прежде всего населением, а оценка возможностей некоммерческих организаций со стороны органов власти и бизнеса необоснованно занижена³.

Изменить ситуацию к лучшему помогут следующие меры:

- разработка и использование имиджевых технологий продвижения и популяризации в деятельности НКО;
- налаживание позитивной работы и построение доверительных или партнерских отношений с государством;
- предоставление обществу широкой информации об основных целях, задачах и мотивах деятельности НКО;
- создание устойчивого финансирования НКО.

Взаимодействовать с государством нынче очень непросто. Чиновники тоже люди. У них присутствуют похожие мнения и настроения, как и во всем обществе. Еще 5-6 лет назад эти настроения были абсолютной величиной. Сейчас ситуация меняется в луч-

шую сторону. Но это устойчивое отношение в государственной среде, чиновников. Такое классовое недоверие к фондам часто присутствует на формальном уровне (нормативные и законодательные акты) и на бытовом, ментальном уровне.

Это все еще значительный психологический и отчасти процедурный барьер, который присутствует в среднем звене чиновничества, с которым приходится постоянно сталкиваться. «Третий сектор» вынужден преодолевать эти барьеры, затрачивая свои ресурсы - временные и материальные⁴.

«Барьер государственный является одним из нескольких основных. Другим стало абсолютное непонимание со стороны общества. В этом могут помочь информационные стратегии и имиджевые технологии. Ни для кого не секрет, что сегодня информирование населения о благотворительной деятельности осуществляется недостаточно, что объясняется рядом причин. Как одну из проблем можно назвать отсутствие продуманного подхода к освещению темы благотворительности в СМИ. Все НКО вынуждены работать в очень агрессивных условиях всеобщего недоверия: со стороны государства и общества. Пока ситуация не изменится, позитивная социальная информация не сможет пробраться на федеральные каналы и радиостанции»⁵.

Кроме того, целый комплекс проблем связан с тем, что благотворительные фонды либо не стремятся активно распространять о себе информацию (создание странички в Интернет, распространять информацию о себе, налаживать партнерские отношения со СМИ, организовывать пресс-конференции, презентации), либо не умеют это профессионально делать. Причина - отсутствие возможности пригласить профессионального PR-менеджера.

На основании изложенного выше автором сделаны следующие выводы:

1. Проблема устойчивости стоит сейчас очень остро. Мы говорим о выживании «третьего сектора». Это путь пестратегический, недолгосрочный. Чтобы вести качественные программы, нужна возможность планировать на 3-4 года вперед. Тогда это даст серьезную отдачу.

2. Уже можно не убеждать людей, что благотворительный сектор необходим - он работает. Хочется надеяться, что уже в этом удалось убедить общественность. В целом «третий сектор» занял свою нишу и работает на расширение и укрепление своих позиций.

3. Если Россия будет развиваться по цивилизованным и демократическим законам, то благоприятная ситуация развития «третьего сектора» неизбежна: благотворительность - это часть демократии.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс, 1986. С. 121.

² Павлова Н. Цивилизованная благотворительность - третий сектор. М., 1994. С. 89.

³ Белокрыльцева А., Белокрыльцева Д., Суворова О. Бизнес. Благотворительность. Общественное мнение. М.: Просветительский фонд «Диалог», 2005. С. 75.

⁴ Интервью с программным директором «Фонд им. Д. Лихачева» О. Л. Лейкиндом (архив автора, март 2008 г.).

⁵ Там же.