

Ахмутханова Заира Арбиевна

студентка

ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»

г. Грозный, Чеченская Республика

ПРОБЛЕМЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ И СПОНСОРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация: в данной статье исследователем рассмотрены основные проблемы развития благотворительной и спонсорской деятельности в России, а также выявлены пути их решения.

Ключевые слова: благотворительность, спонсорство, социальные проблемы.

Благотворительность как социокультурное явление существовало на всех этапах развития общества, реализовываясь через формы, адекватные отдельной эпохе. В советский период Россия утратила благотворительные ценности, и лишь с девяностых годов двадцатого столетия прослеживались тенденции возрождения дореволюционных традиций.

В современных условиях мирового кризиса, а в частности, экономической нестабильности России, благотворительность и спонсорство приобрели особую значимость не только для самих благополучателей, но и для государства в целом. Объясняется это тем, что благотворительность и спонсорство являются не только источниками дополнительной помощи нуждающимся, но и источниками финансирования сфер образования, здравоохранения и культуры.

Однако благотворительность и спонсорство на сегодняшний день претерпевают определенные трудности в развитии, связанные, в первую очередь, с несовершенством законодательной базы в этой области, нестабильностью экономики, а также с недоверительным отношением общества к благотворителям.

Актуальность данного исследования состоит в том, что перед современной Россией особенно остро стоят проблемы социальной помощи населению, а активное развитие благотворительности и спонсорства окажут смягчительное влияние на сложившуюся ситуацию.

Проблемы благотворительности и спонсорства в России рассматривались различными исследователями. Так, к примеру, Е.Н. Антонов в своем исследовании подчеркивает проблему недоверия к некоммерческим организациям со стороны государства и общества: «...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...» [1]. Н.Г. Щитова, в своем исследовании «Благотворительность и меценатство как составляющие предпринимательского имиджа», рассматривает особенности развития меценатства и спонсорства, а также факторы, приведшие к угасанию в России меценатства, среди которых выделяет несовершенство законодательной базы [6]. Мы отчасти согласны с мнениями данных авторов, однако следует подробнее изучить проблемы благотворительности и спонсорства в России, чтобы в дальнейшем выявить пути их решения.

Таким образом, целью данной работы является изучение проблем благотворительности и спонсорства в современной России, а также выявление путей их решения. В соответствии с заданной целью были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть тенденции развития благотворительности и спонсорства в России;
- дать характеристику правовому регулированию данных форм деятельности;
- изучить проблемы развития благотворительности и спонсорства в современном российском обществе;
- выявить наиболее приемлемые пути решения этих проблем.

Благотворительность в России как сложный комплекс многопрофильных учреждений, организаций, фондов, оказывающих социальную помощь по многим направлениям, является общественным явлением XXI века [5]. Благотворительные организации в системе социальной помощи и защиты населения нашей страны играют не маловажную роль, являясь дополнительным источником средств для реализации социальных программ, оказании адресной социальной помощи, при выплате пособий и т. д.

Начавшееся в конце XX, начале XXI вв. на посткризисном пространстве страны, возрождение благотворительной деятельности к настоящему времени оформилось в отдельную систему вспомоществования населению. Того же нельзя сказать о спонсорской деятельности, которая в нашей стране находится лишь на стадии становления. Под спонсорской деятельностью понимается такой вид материальной помощи, при котором предусматривается встречная услуга адресанта этой помощи. Однако в российском обществе к спонсору, как правило, обращаются как к меценату, и ожидают от него выделения средств для решения некоммерческих проблем. Это связано с тем, что общество недостаточно осведомлено насчет понятий «спонсорство» и «благотворительность», очень часто их путают между собой или рассматривают как тождественные. В российском законодательстве спонсорству дается следующее определение: «осуществление юридическим или физическим лицом (спонсором) вклада (в виде предоставления имущества, результатов интеллектуальной деятельности, оказания услуг, проведения работ) в деятельность другого юридического или физического лица (спонсируемого) на условиях распространения спонсируемым рекламы о спонсоре, его товарах. Спонсируемый вклад признается платой за рекламу...» [4]. Однако, как уже говорилось, российским обществом спонсорство воспринимается как вид благотворительной деятельности, что связано с устоявшимися традициями России, где благотворительность является делом духовным [2].

Если говорить о российском законодательстве в области благотворительности и спонсорства, то здесь тоже не определены четкие разграничения между ними. На сегодняшний день нет определенного законодательства о спонсорской

деятельности. Последняя с одной стороны, рассматривается как вид рекламной деятельности в Законе РФ «О рекламе», с другой, как один из видов благотворительности в ФЗ РФ «О благотворительной деятельности». Несовершенство законодательной базы прослеживается не только в области спонсорской деятельности, но и благотворительной. Так, в Конституции РФ лишь упоминаются возможные формы поощрения благотворительности со стороны местного самоуправления, которых на практике, однако, недостаточно.

В современном российском обществе на эффективное развитие благотворительности и спонсорства оказывают влияние ряд существенных проблем, с которыми они сталкиваются. К примеру, недоверие со стороны общества к благотворителям и благотворительным организациям является немаловажным барьером в их развитии. Благотворительность сегодня окружена самыми разными мифами и предрассудками. Многие воспринимают ее как один из способов выгоды для руководителей этих организаций. Такое ее восприятие обществом обусловлено тем, что многие организации выделяют средства из своего бюджета на благотворительность чисто из коммерческих соображений либо для улучшения своего имиджа. Однако, следовало бы помнить, что, какими бы целями не сопровождалась их взносы, они так или иначе идут на благотворительность.

Следующей важной проблемой развития благотворительности и спонсорства в современной России, является ее экономическая составляющая. Важно отметить, что, если в начале века данная проблема стояла на первом месте и в большинстве случаев была единственной, то сегодня она не стоит так остро, однако все еще имеет место. Нехватка у значительной части бизнес-структур денежных средств на осуществление благотворительной деятельности, отсутствие традиций, опыта, необходимого профессионализма в оказании благотворительной поддержки – являются факторами, снижающими эффективность благотворительной деятельности [3].

Для разрешения этих и других проблем, с которыми сегодня сталкиваются благотворительность и спонсорство, необходимо популяризовать эту деятельность в обществе. Необходимо снять барьеры общественного недопонимания

благотворительной деятельности с помощью средств массовой информации. Государство, в свою очередь, должно способствовать развитию благотворительной деятельности, создавая, благоприятные политические, экономические, правовые и организационные условия для ее развития, и видеть в благотворительности основной рычаг управления социальными проблемами.

Таким образом, мы приходим к выводу, что в современном обществе отводят малозначительную роль благотворительности и спонсорству, ожидая помощь только от государства. Однако при правильном подходе государства к развитию некоммерческих организаций, последние могут стать немаловажным источником разрешения остро стоящих социальных проблем.

Список литературы

1. Антонов Е.Н. Благотворительность в России: основные проблемы и пути решения // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – №631. – С. 22

2. Благотворительность в России: вчера, сегодня, завтра // Центр научной и политической мысли и идеологии. – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rusrand.ru>

3. Ковалева С.И. Проблемы становления и развития современной благотворительности: опыт истории [Электронный ресурс]. – Режим доступа: viperson.ru

4. ФЗ Российской Федерации «О рекламе». – 1995.

5. Чернышева А.И. Благотворительная деятельность в современной России / А.И. Чернышева, О.А. Петровская // Студенческий научный форум: Материалы VI Международной студенческой электронной научной конференции. – 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.scienceforum.ru/2014/523/2924>

6. Щитова Н.Г. Благотворительность и меценатство как составляющие предпринимательского имиджа // Вестник МГУКИ. март-апрель. – 2012. – №2 (46). – С. 2016.