

Стрельнікова О. О.

ДОБРОЧИННА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ: УМОВИ СТАНОВЛЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ

У статті розглянуто умови становлення та розвитку соціального інституту добродійної діяльності у сучасному українському суспільстві. Особливу увагу приділено дослідженню умов функціонування добродійності, визначенню чинників підвищення ефективності взаємодії даного інституту з іншими соціальними інститутами сучасного українського соціуму.

Ключові слова: добродійна діяльність, соціальний інститут добродійності, інституціональна система, міжінституціональні суспільні відносини.

В статье рассмотрены условия становления и развития социального института благотворительной деятельности в современном украинском обществе. Особое внимание уделено исследованию условий функционирования благотворительности, определению факторов повышения эффективности взаимодействия данного института с другими социальными институтами современного украинского социума.

Ключевые слова: благотворительная деятельность, социальный институт благотворительности, институциональная система, межинституциональные общественные отношения.

The article deals with the conditions of formation and development of a social institution of charity in the contemporary Ukrainian society. Particular attention is paid to the study of the conditions of the charity, the factors determining efficiency of interaction of the institution with other social institutions of the modern Ukrainian society.

Key words: charitable activity, social institution of charity, institutional system, inter-institutional public relations.

Інститут добродійної діяльності, що перебуває на етапі становлення, досить органічно вбудовується до інституціональної системи української держави та її громадянського суспільства, а разом із тим і до міжінституціональних суспільних відносин. Становлення та розвиток даного інституту залежить від удосконалення умов функціонування добродійної діяльності, від підвищення ефективності взаємодії даного інституту з іншими акторами, які беруть участь у функціонуванні благодійної діяльності.

Отже, дослідження інституціоналізації добродійності в умовах сучасного українського суспільства, на наш погляд, викликає необхідність визначення умов функціонування, характеру та ступеня ефективності взаємодії даного інституту з іншими соціальними інститутами. А тому мета цієї статті полягає у здійсненні аналізу тих факторів, що обумовлюють взаємодію соціального інституту добродійної діяльності, що перебуває у процесі становлення, з іншими соціальними інститутами сучасного

українського суспільства.

У цілому, можливо говорити про те, що процес формування соціального інституту добродійної діяльності відбувається на перетині функціонування інститутів економіки, влади та ЗМІ.

О. Костіна зазначає, що до сьогодення часу існувала повсюдно поширена практика держави адміністративно включати частину добродійного сектора до механізму реалізації соціальної політики. При цьому метою такого включення була здатність обминути певні обмеження у керуванні бюджетними коштами та поповнити бюджетне фінансування. «У першому випадку кошти переводяться до певних добродійних організацій, де є можливість більш гнучко ними керувати. У другому – держава за допомогою добродійних організацій збирає кошти з приватних джерел, що були призначені на виконання державних зобов'язань. Це свого роду експлуатація добродійності, оскільки державна соціальна політика повинна реалізовуватись за допомогою бюджетного фінансування та державних програм» [6, с. 124].

Добродійні організації досить активно користуються певними послугами держави, що вона надає їх на пільгових умовах. С. Куц під такими послугами розуміє «оренду приміщень під офіс, оплату комунальних послуг, використання приміщень для проведення заходів, надання засобів зв'язку та інформаційних ресурсів» [8, с. 22]. Слід зазначити, що форми надання державної підтримки можуть бути досить різноманітними, однак сучасні дослідники [4, 6, 8] наголошують на наступних: фінансовій та матеріальній підтримці, а також підтримці у вигляді безкоштовного надання приміщень.

Деякі сучасні дослідники [1], розглядаючи співробітництво органів влади та добродійних організацій, окреслили основні фактори, що уповільнюють чи частково заважають реалізації такого співробітництва. Йдеться про недостатню інформованість щодо діяльності одне одного, можливостей та потенціалу кожної зі сторін; недостатній досвід (чи часткову його відсутність) спільної роботи; брак фахівців, які здатні розробляти програми та отримувати суспільно значущі результати; недостатню розвиненість правової бази [1].

Недосконалість українського законодавства й бюрократизованість процесу реєстрації громадської чи добродійної організації вплинула на еволюцію добродійної діяльності загалом. Державна реєстрація до цієї категорії включає різні групи: від клубів собаківництва та мисливських спілок, які слугують виключно інтересам своїх членів, до правозахисних, екологічних та добродійних організацій, які слугують широким верствам суспільства. На думку А. Смаля, «законодавчі акти, що стосувались розвитку філантропії в Україні, так і не забезпечили належних умов для участі громадян та юридичних осіб у поліпшенні суспільного добробуту через організовану філантропію» [11, с. 4].

Звертаючись до аналізу особливостей розвитку добродійної діяльності в умовах сучасного українського суспільства, С. Куц наголошує, що «відсутність специфікованих та всеохоплюючих законів для неприбуткового

сектора та благодійництва є хронічною хворобою в Україні. З перших днів перебування при владі українського законодавця були відсутні зрозумілі, неперсоніфіковані норми та регулятивні документи» [8, с. 19]. На заваді розвитку добродійної діяльності стає своєрідна недосконалість українського законодавства (складається з Конституції України, Закону України «Про благодійництво та благодійні організації», Закону України «Про волонтерську діяльність», Закону України «Про об'єднання громадян», Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств», Закону України «Про соціальні послуги» та інших нормативно-правових актів, що регулюють добродійну діяльність), яке регулює функціонування добродійності у державі. Вона (недосконалість діючого українського законодавства) знаходить відбиття в ускладненій процедурі утворення та діяльності організацій, що надають добродійну допомогу; у неврегульованості правового статусу добродійних фондів, а також певних видів добродійної діяльності (меценатства, публічного збору пожертв, добродійних лотерей тощо); у недосконалісті оподаткування фірм, які займаються добродійною діяльністю; у неповній прозорості звітування добродійних організацій стосовно їхніх діяльності, майна, матеріальних та нематеріальних ресурсів. Чіткої законодавчої регламентації потребують податкові стимули та пільги, якими користуються суб'єкти добродійної допомоги.

Роль держави та місцевих органів влади складається з того, аби створити необхідні сприятливі умови та нормативні механізми розвитку та реалізації добродійності без прямого втручання. Добродійна діяльність зобов'язана перестати бути специфічною послугою, що надається органами влади чи посадовими особами. Визначення масштабу, суб'єкта та форми добродійної діяльності не повинно входити до компетенції представників влади. Однак проведене нами дослідження реалізації благодійної діяльності у сучасному українському суспільстві свідчить про те, що вплив держави на функціонування добродійності залишається таким, що домінує. На сучасному етапі відбувається процес «одержавлювання» добродійної діяльності, держава активно втручається у процес реалізації благодійної діяльності. На нашу думку, такий характер взаємодії держави з добродійним сектором обумовлений так званою «радянською спадщиною» (вона проявляється у тому, що держава відіграє вирішальну роль у реалізації благодійної діяльності).

Україна знаходиться на шляху розробки механізмів соціальної взаємодії держави з добродійними організаціями, які мають бути побудовані таким чином, що чітка, узгоджена та недвозначна система правових норм забезпечує взаємодію, а процедури розробки та реалізації соціальних програм та проектів стають відкритими та контрольованими громадськістю. Подальшому розвитку добродійної діяльності необхідне забезпечення різноманітних форм та способів фінансування з багатьох джерел на базі відкритих конкурсів, а також зафіксовані та погоджені правила оцінки, звітності та контролю за виконанням взаємних зобов'язань сторін.

Також на становлення та розвиток добродійної діяльності досить активно впливають і соціально-економічні відносини, що домінують у суспільстві. А. Векслер й Г. Тульчинський зазначають, що «досвід більшості країн світу доводить, що філантропічна діяльність із поодиноких акцій перетворюється на масове явище, якщо держава та громадськість відіграють активну роль у стимулюванні та заохоченні підприємців під час вирішення соціальних проблем. Мова йде про створення правових умов, економічних та позаекономічних механізмів, формування громадської думки стосовно того, аби підприємцеві було і престижно, і корисно займатися добродійною діяльністю» [4, с. 198].

Звертаючись до аналізу взаємодії добродійних організацій з бізнесом, О. Костіна наголошує на двох основних напрямках такої взаємодії: надання підприємствами разової добродійної допомоги та вибіркоче надання тривалої допомоги окремим організаціям (наприклад, тим, що реалізують свою діяльність у сфері охорони здоров'я чи спорту) [6, с. 127]. Це, насамперед, може бути пов'язане зі стійким стереотипом про те, що добродійні пожертви не знаходять своїх адресатів (тих, хто потребує добродійної допомоги), а залишаються, власне, у самих «добродійців». Усе частіше комерційні структури підтримують проведення добродійних акцій та заходів шляхом сплати по рахунках, ніж прямим перерахуванням коштів на рахунок добродійних організацій [8, с. 15]. За такої організації з'являється можливість простежити за цільовим використанням отриманих коштів.

Т. Бачинська наголошує на тому, що реалізація добродійної підтримки бізнес-структурами може бути досить корисною й для останніх. Вона виокремлює основні групи чинників, що сприяють взаємодії добродійності й бізнесу, а саме: добродійна діяльність впливає на психологічний клімат та мораль співробітників фірми; добродійність покращує імідж та авторитет компанії; благодійна діяльність сприяє зменшенню соціальної напруженості та росту стабільності бізнесу [2].

Деякі вчені [3], які зверталися до аналізу особливостей добродійної діяльності бізнесу, визначають певні фактори, що досить негативно впливають на розвиток добродійності комерційних структур. Мова йде про такі фактори [3, с. 490-492]: побоювання тих, хто надає добродійну допомогу, через небезпеку привабити велику кількість тих, хто потребує допомоги; побоювання повернути увагу з боку державних контролюючих органів, оскільки добродійна діяльність може здійснюватися за рахунок неофіційного (а тому й неоподаткованого) прибутку; побоювання «примусової» добродійної діяльності (реалізація благодійної діяльності за примусом органів влади); недосконалість правової бази, що сприятиме розвитку добродійності; несформованість громадської думки стосовно добродійної діяльності комерційних структур (існування стереотипів щодо «відмивання» коштів тощо).

Як зазначено вище, на становлення та розвиток добродійності досить активно впливають і засоби масової інформації, що відображають роботу

суб'єктів добродійної діяльності, формують ставлення громадськості до цього явища в цілому.

Є багато причин, через які добродійні організації зацікавлені у висвітленні своєї діяльності у ЗМІ. На думку сучасних дослідників [4, 7, 8], мова йде і про створення єдиного позитивного образу добродійності, що здебільшого залежить від ЗМІ; і про формування активного позитивного ставлення з боку населення, що стає необхідною умовою ефективної діяльності добродійних організацій; і про формування мотивації у майбутнього добродійця до реалізації добродійної діяльності та ін. Однак висвітлення добродійної діяльності у ЗМІ становить собою ще одну проблему, яка разом із недосконалістю законодавчої бази, нестатком професійних кадрів та нерозвиненістю податкового законодавства досить активно впливає на процеси інституціоналізації добродійної діяльності в умовах сучасного українського суспільства.

Н. Шувалова зазначає, що непоінформованість громадян про діяльність добродійних організацій та про добродійність загалом пов'язана з такими основними чинниками [10, с. 6]: суб'єкти добродійної діяльності погано надають інформацію про себе та про власні добродійні ініціативи і відсутній адекватний підхід до висвітлення проблем добродійності у ЗМІ (добродійні організації в основному обмежуються розповсюдженням власної інформації, публікаціями на сайтах та виданням спеціалізованої літератури). Н. Шувалова наголошує на тому, що «добродійність повинна бути поважною та викликати велику повагу з боку суспільства. Сприяння у формуванні таких суспільних настроїв повинні надавати ЗМІ, які могли б активніше пропагувати діяльність добродійців. У свою чергу добродійні організації повинні забезпечувати максимальну прозорість роботи шляхом публікації звітів про свою діяльність» [10, с. 46].

Сталим та широко розповсюдженим у масовій свідомості є уявлення про те, що добродійна діяльність сприяє створенню реклами й позитивного іміджу, доброго імені, яке має першочергове значення для підприємств, розрахованих на співпрацю з масовим споживачем. На думку О. Оберемка, цьому є досить просте пояснення: люди схильні розуміти добродійну акцію як таку дію, що має позитивне моральне значення, яке підпадає під категорію добра [9, с. 17]. Отже й підприємець, що займається добродійною діяльністю, розцінюється як людина, яка створює добро й заслуговує на довіру. Це, у свою чергу, створює добрий імідж, збільшує попит на продукцію, що виготовляється підприємством, та сприяє накопиченню прибутків.

Матеріали засобів масової інформації, що присвячені добродійній діяльності, здебільшого не стосуються самого явища, а являють собою приховану рекламу, що покликана формувати добре ставлення читачів (а разом із тим і споживачів) до певної людини, закладу, підприємства й продукції, що ними виробляється [5]. З метою формування певного іміджу, добродійні акції, що висвітлюються у ЗМІ, мають досить умовний зв'язок із благодійною діяльністю. На нашу думку, це дає змогу говорити про

практичну відсутність серед певних прошарків населення українського суспільства добродійної діяльності. Дійсні прояви добродійності, на жаль, майже не знаходять відбиття у матеріалах ЗМІ, оскільки не є цікавими для них із фінансового або іншого боку.

Підбиваючи підсумок аналізу добродійної діяльності на сучасному етапі, слід зазначити, що становлення та розвиток добродійності в українському суспільстві досить тісно пов'язані з існуючими у соціумі владою, державним устроєм, соціальною політикою та політичними настроями. Взаємозв'язок добродійної діяльності з державною соціальною політикою носить складний характер та значною мірою обумовлюється тими уявленнями, що склалися у даному соціумі, стосовно соціальної справедливості, індивідуальних та колективних прав та обов'язків, стосовно ступеня відповідальності держави за добробут своїх громадян. На нашу думку, недостатньо вивченими залишаються значення добродійної діяльності взагалі та її вплив на внутрішній бік життя суспільства зокрема. На даному етапі розвитку добродійності необхідне вирішення наступних завдань:

- удосконалення законодавства;
- формування довіри;
- підготовка фахівців;
- розвиток системи приватних пожертв;
- розширення позаекономічного стимулювання з боку держави;
- взаємодія ЗМІ та добродійності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Благодійні інституції України: сучасний стан та перспективи розвитку (за результатами соціологічного дослідження) / О. В. Безпалько, Ю. М. Галустян, А. В. Гулевська-Черниш та ін.; за заг. ред. А. В. Гулевської-Черниш. – К.: Книга плюс, 2008. – 120 с.
2. Благотворительность в России: исторические и социально-экономические исследования: сб. науч. ст. / сост. и науч. ред. О. Л. Лейкинд и др. – СПб.: Лики России, 2004. – 608 с.
3. Благотворительность в России: социальные и исторические исследования: сборник научных статей / сост. и науч. ред. О. Л. Лейкинд и др. – СПб.: Лики России, 2001. – 845 с.
4. Векслер А. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность / А. Векслер, Г. Тульчинский. – М.: Вершина, 2006. – 336 с.
5. Єсіна О. О. (Стрельнікова О. О.) Добродійність у дзеркалі засобів масової інформації / О. О. Єсіна // Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: зб. наук. праць ДонДУУ. «Соціологія державного управління». – Т. X. – Донецьк: ДонДУУ, Східний видавничий дім, 2009. – С. 287 – 292. – (Серія «Спеціальні та галузеві соціології»; вип. 116.).
6. Костина Е. Ю. Благотворительность в российском обществе как социальный институт и вид социальной деятельности: на материалах

Приморского края: дис ... канд. социологических наук: спец. 22.00.04 / Е. Ю. Костина. – Владивосток, 2005. – 221 с.

7. Кузина О. Благотворительность в России как социальный институт / О. Кузина. – [Электронный ресурс] – Режим доступа к статье: http://www.hse.ru/data/007/979/1224/Kuzina_8_04_08.doc

8. Куц С. А. Українська філантропія: традиції і реалії: [аналітичний огляд] / С. А. Куц. – К.: Асоціація Бостон-Київ, 1997. – 29 с.

9. Оберемко О. Локальная идентичность благотворителя как представление о «территории свободы» / О. Оберемко // Социальная реальность. – 2007. – № 3. – С. 15-19.

10. Отношение к благотворительности в России: [обзор материалов исследования] / под ред. Н. Шуваловой. – М.: Форум Доноров, 2006. – 48 с.

11. Смаль А. Legal Update: Charitable Activity in Ukraine / А. Смаль // The International Renaissance Foundation's Bulletin. – 1995. – № 4. – С. 3-21.