

Социальная ответственность: способы формирования в среде белорусского предпринимательства

Лынова Т.И.

Белорусский национальный технический университет

Белорусская благотворительность переживает второе рождение. Если дореволюционная Россия славилась меценатством, а советский период - государственной системой социальной защиты, то современной Беларуси стоит предпринять ряд шагов по созданию новой системы решения социальных проблем. Необходимо объединить силы трех секторов общества: власти, бизнеса и некоммерческих организаций для осуществления социально значимых проектов путем вовлечения их в благотворительную деятельность по определению инвестиционной политики, стратегий контроля, признания программ, аккумулирования средств и их целевой выдачи некоммерческим организациям в форме грантов на реализацию социальных проектов. Представляется, что существуют три основных мотива участия в благотворительности: рациональные соображения выгоды, гражданская позиция и потребность в реализации эмпатии.

Прагматический - рациональные соображения выгоды, пусть и косвенной – необходимость сделать рекламу, создать имидж и т.д. Занятие благотворительной деятельностью обусловлено коммерческими интересами фирмы.

Гражданский – базируется на моральном императиве общественного долга, на моральной (гражданской, религиозной и т.д.) позиции.

Эмоциональный (милосердие) - потребность в реализации эмоций, таких как жалость, милосердие, сострадание. Основой для этого вида мотивации являются психологические особенности самого бизнесмена. Милосердие может принимать форму сострадания чужому горю, чувства вины перед стариками, больными, убогими, ситуативного порыва души. Нередко установка на милосердие сопряжена с духовными, религиозными ценностями, которые реализуются посредством моральной ответственности перед своими

родителями, детьми, обществом в целом. Особенность этого направления – нерациональность мотивов.

Приведенная нами классификация, вероятно, не осознается самими предпринимателями, их мотивация в большинстве случаев спонтанна, что приводит к внутренним противоречиям и психологическим конфликтам самого благотворителя. С одной стороны, он чувствует необходимость помощи слабым, старым, нуждающимся, если это ответственный человек с определенной моральной позицией. Но с другой стороны, будучи человеком прагматическим, не может упустить возможность использовать благотворительность для успеха в своем бизнесе. Такая ситуация обусловлена, в первую очередь, отсутствием культуры благотворительной деятельности в обществе.

Данная проблема может быть решена на уровне общественного сознания. Необходимо формирование ценностей, норм и социальных установок, т.е. моральных правил игры в сфере благотворительности, и популяризация их в массовом сознании. Задача формирования общественного мнения может выполняться посредством НКО, а также через СМИ, освещения проектов, показательных примеров.

Прагматическая установка в благотворительности, как правило, реализуется через PR технологии. Однако, возникают ситуации, когда благотворитель, преследуя цели коммерческой или политической выгоды, пытается действовать с позиции милосердия или общественного долга. В силу чего, возникает конфликт целей и средств, не достигаются желаемые результаты, и появляется разочарование в благотворительной деятельности вообще.

Особенность некоммерческой деятельности, побуждаемой чувством гражданской ответственности, состоит в четкой ориентации на общественно значимый результат. Прагматические интересы фирмы отходят на второй план. Однако сохраняется рациональность подхода при изменении целей деятельности.

Благотворительность, основанная на гражданских мотивах, на принятии социальной ответственности собственно и является благотворительной деятельностью как таковой. Проекты, популярные в данном случае, направлены на решение

конкретных социальных проблем, где есть активные участники, чаще всего, молодежь. Например, помощь одаренным детям, реабилитация малолетних правонарушителей, борьба со СПИДом, наркоманией. Причем, важен не только результат такого проекта, но и то, что участие в нем формирует активную, ответственную личность, что само по себе оказывается социальным проектом.

Акты милосердия свойственны человеку в принципе. Поэтому независимо от своего состояния и дохода человек может совершать милосердные поступки, начиная с помощи бабушке перейти дорогу, кончая оплатой лечения больного ребенка за рубежом. Милосердие не может быть программным, продолжительным и рациональным, в силу того, что это эмоциональный порыв. Именно такими порывами умело пользуются профессиональные просители и нищие. Милосердие рассматривается как личная помощь конкретной беде, конкретной личности. Невозможно помогать людям вообще. Нужен конкретный образ. В этом смысле показательно, что благотворительные марафоны, опирающиеся на милосердие, всегда демонстрируют конкретную беду. Если речь идет о страданиях большой массы людей, всегда выделяются конкретные персоны – ребенок, старик, которые воплощают в себе эту общую боль.

Каждый тип мотивации благотворительной практики предполагает свои особенности восприятия и понимание целей, задач и объектов благотворительности.

Рационально – прагматический тип мотивации благотворительности, вероятно, нешироко распространено в коммерческом секторе, что имеет своей причиной уровень развития, как бизнес культуры, так и культуры всего общества.

Таким образом, на первый план в современном обществе выходит эмоциональная и моральная мотивация благотворительности. Потенциально привлекательными объектами помощи для предпринимателей, мотивированных жаждою, милосердием являются дети, инвалиды и старики. Для тех, чьим мотивом выступает гражданский долг, наиболее важным оказывается оказание помощи молодежи: борьба с наркоманией, профилактика преступности, профессиональная ориентация и т.д.