

В пользу бедных

Российский бизнес не отягощает себя расходами на благотворительность.

По данным на начало марта, в России насчитывается 35 млн. регулярно недоедающих, 5 млн. бездомных, в том числе 1 млн. детей, 3 млн. наркоманов, 2,5 млн. онкологических больных и полмиллиона детей-инвалидов. "Эти дикие цифры и самая мысль об огромном море страдания, незримо накрывающем страну, не трогают сердца обеспеченного меньшинства", - прокомментировал ситуацию председатель Совета Федерации, лидер партии "Справедливая Россия" Сергей Миронов.

Проблема помощи нуждающимся обсуждалась на прошедшей в Москве в начале марта по инициативе газеты "Ведомости" конференции "Благотворительность в России". Она очень напоминала светский раут, сверкали ослепительные голливудские улыбки, но в речах выступавших порой проскальзывали по-настоящему тревожные нотки. Объемы благотворительности даже крупнейших российских компаний были на порядок ниже, чем у их коллег в странах Европы и США, у отечественных благотворительных фондов еще до всякого кризиса хронически не хватало средств. Но и эта скромная помощь нуждающимся, чьи беды в кризис многократно возрастают, будет, по-видимому, сокращаться.

Подлинное и окончательное решение проблемы помощи нуждающимся заключается в переходе к иному социальному укладу

Хорошо хоть, что в то время, пока крупнейшие корпорации подсчитывают, как оптимизировать расходы на благотворительность, обычные люди становятся более отзывчивыми. Оказывается, спрос на благотворительные банковские карты уже в конце января превысил ожидаемый на весь 2009 год чуть ли не вдвое: вместо ожидавшихся 30-40 тыс. заявок оказалось 60 тыс. Сотрудники фонда "Подари жизнь" сообщили, что общая сумма пожертвований не уменьшилась за счёт взносов частных лиц: такие поступления возросли с минувшей осени на 20 % и сейчас составляют 70 % всех сборов.

Что неудивительно: чем беднее человек, чем больше трудностей испытал в жизни, тем лучше понимает чужие беды и скорее готов прийти на помощь. Альтруист-труженик готов отдать страждущему последнюю рубашку, чем и отличается от богача-филантропа, который не пожалеет для нищих крошек с барского стола, да и то, если рядом будут телекамеры центральных каналов.

Для большинства "корпоративных филантропов" благотворительность проводится по линии департаментов по рекламе, маркетингу и PR, с обязательным расчётом бизнес-эффективности. Да и среди профессиональных структур, которые организуют сборы на всякие богоугодные цели, нередок чисто коммерческий подход: столько-то собрали, столько-то передали адресатам, а вот столько-то нам за то, что всё организовали. И зарплаты у специалистов по милосердию - разумеется, квалифицированных специалистов - поверьте, не меньшие, чем у сотрудников коммерческих компаний.

Невозможно забыть яркий пример из собственного личного опыта. Несколько лет назад мне довелось побывать в общественной организации, которая по совместительству служила избирательным штабом предпринимателя, который планировал баллотироваться депутатом Государственной Думы. Ещё до начала избирательной кампании добрые дела творили направо и налево, а после - просто лавиной. Мобилизация студентов на уборку мусора на стройплощадке храма, посылка гуманитарной помощи местным омоновцам, командированным в Чечню, оснащение школьного компьютерного класса в райцентре... В плане работ благотворительные акции обозначались "информационными поводами", каждая сопровождалась несколькими оплаченными публикациями в прессе.

Молодой сотрудник обратился к руководству с таким предложением: "Мы должны постараться сделать больше добрых дел, чтобы в случае, если нас не изберут, о нас осталась добрая память!". И получил красноречивый душевный ответ: "Серёжа, хотя вы молоды, нельзя быть таким романтиком. Мы не потратим ни рубля больше, чем нужно для моего успешного избрания". Нелишне отметить, что кандидат этот был

успешно избран депутатом Госдумы, а в настоящее время возглавляет одно из региональных отделений "партии власти".

А вот о призёрах конференции "Благотворительность в России" немало интересного можно узнать прямо из открытых публикаций прессы. Компания "Русал", которой присудили первое место, получила от государства в качестве антикризисной поддержки \$ 4,5 млрд., хотя за два с половиной года выплатила дивидендов собственникам на \$ 7,8 млрд., значительная часть которых была переведена на зарубежные счета.

Пока корпорации подсчитывают, как оптимизировать расходы, обычные люди становятся более отзывчивыми

Таким же образом интересны и другие члены "призовой тройки". Компания "Седьмой Континент", завоевавшая второе место, - одна из торговых сетей продовольственных супермаркетов. Наценка на продукты питания в них обычно достигает 60-80 % в ущерб и сельхозпроизводителям, и поставщикам, и покупателям.

Представителей обладателя "бронзы", банка "УралСиб", хотелось бы расспросить о том, каким именно образом государственная финансовая поддержка банковского сектора направлялась, вместо кредитования производства, на рынок валютных спекуляций, способствуя падению курса рубля в полтора раза.

Вспоминается крылатое выражение "разговор в пользу бедных", значение которого современные словари трактуют как надуманные доводы, показное, лицемерное сочувствие чужим несчастьям, видимость активного содействия нуждающимся. Филологи рассказывают о происхождении фразеологизма: в конце XIX - начале XX века, до Октябрьской революции, в России в пользу сирот, вдов, стариков, нетрудоспособных проводились особые благотворительные вечера. На них устраивались лотереи, собирались деньги "в пользу бедных", звучало много пышных речей, хвастовства, слащавой и лицемерной болтовни.

Сама необходимость частной благотворительности, хоть индивидуальной, хоть корпоративной, уже является приговором тому типу общественного устройства, которое не способно обеспечить достойную жизнь всем людям. Благотворительные акции при современной рыночной экономике выступают суррогатом, своеобразными костылями для неизлечимо травмированной людской совести. Реальное и окончательное решение проблемы заключается в создании подлинного, а не только декларативного социального государства.

Автор: Артур Скальский © Новая Политика интернет-журнал ОБЩЕСТВО, РОССИЯ 👁 1923 13.03.2009, 15:38
👍 186

URL: <https://babr24.com/?ADE=51593> Bytes: 6111 / 6111 Версия для печати

👍 Порекомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)