



*Социологические науки*

**УДК 364.017**

**В.Д. Ушакова**

**Ушакова Виктория Дмитриевна**, студентка 1 курса группы ПИЯ/маг-2017 информационно-библиотечного факультета Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: otdelnauka@gmail.com

Научный руководитель: **Невская Полина Вячеславовна**, доктор искусствоведения, кандидат филологических наук, доцент, профессор кафедры русского и иностранных языков и литературы Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33).

## **БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

В статье освещаются некоторые аспекты благотворительной деятельности и ее применение в качестве одной из PR-технологий, что способствует привлечению общественности к социальным проблемам, а также продвижению организаций.

**Ключевые слова:** благотворительность, благотворительная деятельность, специальные мероприятия, социальные проблемы, PR-технологии, связи с общественностью.

**V.D. Ushakova**

**Ushakova Victoriya Dmitrievna**, 1st year student faculty of the information and library of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: otdelnauka@gmail.com

Research supervisor: **Nevskaya Polina Vyacheslavovna**, Full PhD (arts), PhD (philological sciences), associate professor, professor of department of russian and foreign languages and literature of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar).

## **CHARITY AS A TOOL OF PUBLIC RELATIONS**

Highlights some aspects of charitable activity and its use as one of the PR-technologies, which helps to attract the public to social problems, and promotion organizations.

**Keywords:** charity, charitable activities, special events, social problems, PR-technologies, public relations.

Благотворительность имеет старинные корни в Российском обществе. Милосердие было нередким проявлением еще до крещения Руси, хоть и не имело точного термина и определения, но со времен крещения, когда принятие христианства призывало к милосердию и любви, прививая взаимодействие индивидов в семье и обществе, помощи ближнему и нуждающемуся, оно стало постоянным знаком проявления внимания, сострадания и помощи.

В современном мире широко распространена практика решения проблем за счет средств благотворительных фондов и частных пожертвований. Многие организации на своей базе имеют благотворительные фонды или же перечисляют средства на уже имеющиеся. А некоторые организации не просто сами жертвуют средства, а привлекают к этому и общество. Организуется кампания по связям с общественностью, посредством которой информируется общественность о той или иной проводимой акции, чтобы и общество смогло оказать помощь. Таким

образом, по средствам благотворительности как инструмента связей с общественностью осуществляется взаимодействие организации с общественностью. Право на благотворительную деятельность является неотъемлемой ценностью гражданского общества и негосударственных организаций.

Благотворительная деятельность в Российской Федерации регулируется следующими нормативно-правовыми актами: Конституцией Российской Федерации, Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 11.08.1995г. №135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».

В ст. 1 ФЗ от 11.08.1995 №135-ФЗ (в ред. от 30.12.2006) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» дается определение благотворительной деятельности: «Под благотворительной деятельностью понимается добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки»<sup>1</sup>.

Как осуществляется благотворительность? Физические, юридические лица бескорыстно, добровольно, безвозмездно передают гражданам или юридическим лицам, денежные средства, бескорыстно выполняют работу, предоставляют услуги. Можно сказать, помогают государству решать социальные проблемы. Возрастает число нуждающихся, возрастает и количество готовых помочь. И тогда благотворительная деятельность выступает в роли дополнительной формы социальной защиты населения.

Организации, в свою очередь, активно занимаются благотворительной деятельностью. Зачастую благотворительность относят к PR организации.

---

<sup>1</sup>ФЗ от 11.08.1995г. №135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.10.2017).

Благотворительная деятельность помогает в формировании положительного мнения в общественном сознании людей, которое строится непременно посредством взаимоотношения организаций с внешней средой. Этот прием относится к функциям PR. К основным функциям связей с общественностью можно отнести:

- создание и поддержание благоприятного имиджа, образа организации;
- сохранение репутации организации;
- разработку комплекса мер, направленных на установление и поддержание контакта организации с ее аудиториями;
- разработку мер и их реализацию по преодолению коммуникативных барьеров и излишних помех, которые препятствуют распространению информации;
- установление взаимопонимания и доверительных отношений между организацией и общественностью;
- создание у сотрудников организации чувства ответственности и заинтересованности в делах предприятия;
- разработку комплекса мер в кризисных и конфликтных ситуациях;
- отслеживание, мониторинг ситуации внутри организации и за ее пределами, разработку мер по ее улучшению и контролю;
- оптимизацию контактов с органами государственной власти и др.<sup>2</sup>

Можно заниматься благотворительной деятельностью и молчать, никому об этом не говорить, так сказать, просто осуществлять «помощь от сердца» нуждающимся. А можно благотворительную деятельность использовать в качестве PR инструмента для повышения имиджа организации и сделать из этого целое событие, рассказать «всему свету». Можно также заниматься благотворительной деятельностью, привлекая общественность. «Вместе решим проблему, вместе создадим новое» – и

---

<sup>1</sup>Егина Е. Н. Понятие и функции PR. URL: <http://www.advertiser-school.ru> (дата обращения: 10.10.2017).

другие подобные призывы используют для привлечения к совместному труду. Возможно, один человек не справится с существующей проблемой, но если организация призовет общественность, если каждый пожертвует столько, сколько он может, то действительно, вместе можно решить проблему, в первую очередь, социальную.

Организация взаимодействует с обществом посредством осуществления благотворительной деятельности. В свою очередь, благотворительность относится к специальным мероприятиям связей с общественностью, которые являются инструментами PR. Во время проведения специальных мероприятий приглашается большое количество журналистов и различные СМИ, известные личности, чтобы мероприятие «засветилось» в как можно большем количестве источников. До проведения мероприятия разрабатываются рекламные ролики, пишутся пресс-релизы и пост-релизы по окончании, используется большой спектр СО-инструментов для большей информированности о существовании такого мероприятия. Специальные мероприятия проводятся для постоянного присутствия компании в информационном поле, а также привлечения внимания журналистов и целевой аудитории к организации (ее продукции). Для каждой благотворительной акции может использоваться совершенно разный инструментарий PR деятельности.

Благотворительную деятельность могут осуществлять как физические, так и юридические лица. Это могут быть и специально созданные организации в формах: благотворительных фондов, учреждений и общественных объединений для осуществления помощи нуждающимся, где фонды или общественные учреждения занимаются привлечением средств, а организация непосредственным распределением. Но благотворительные фонды или учреждения могут существовать отдельно и самостоятельно осуществлять благотворительную деятельность. Также это могут быть коммерческие и некоммерческие организации, занимающиеся благотворительной деятельностью, и просто физические лица, которые

осуществляют благотворительную деятельность в форме безвозмездного выполнения работ, оказания услуг.

Формы благотворительности в современном мире расширяются, и под благотворительностью понимается не только финансовая, материальная поддержка. Физическая помощь и моральная поддержка тоже могут относиться к формам благотворительной деятельности. Это может быть и донорство крови, и, например, помощь бездомным животным, оказанная волонтерами, что в последнее время набирает обороты.

Актуально и востребовано применение PR-технологий в благотворительной деятельности организаций, что содействует продвижению самих организаций или привлечению общественности к социальным проблемам. А использование благотворительности как инструмента связей с общественностью является практически неотъемлемой частью в деятельности организации, где важным аспектом является развитие связей с общественностью. В законодательстве или других каких-либо нормативных и правовых актах нет пункта, в котором бы говорилось, что каждая организации должна заниматься благотворительностью. Организация решает сама: быть ей социально ответственной или нет. Потому что если решили помогать, нужно действительно помогать. Те организации, которые занимаются благотворительной деятельностью, являются социально ответственными. Это означает, то они соблюдают не только законодательство и этические нормы, и добросовестно занимаются бизнесом, но и находят время и средства на решение социальных проблем. Социально ответственные организации вызывают больше доверия у общественности, это помогает и в формировании их имиджа. Однако и о большой ответственности организациям не стоит забывать, поскольку, если организация заявила о социальной проблеме и о своей решимости ее предотвратить, необходимо продумать и спланировать каждый шаг, поскольку весь процесс «борьбы» организации с этой проблемой, осуществление благотворительной деятельности относительно этого вопроса

отразится на ее репутации и имидже либо в положительном ключе, либо в отрицательном. Поэтому осуществлять ли благотворительность, принимая на себя ответственность или нет, – каждая организация решает и сама.

### **Список используемой литературы**

1. *Абакумов С.* Давайте поддержим благотворителей // Российская благотворительность в зеркале СМИ. 2007. № 5. С. 3-5.

2. *Агулина С.В.* История социальной работы. Ставрополь: СКФУ, 2014. 250 с.

3. *Баранов Д.Е., Демко Е.В.* PR: теория и практика. М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. 352 с.

4. *Гусейнов А.А., Апресян Р.Г.* Этика. М.: Гардарики, 2000. 472 с.

5. *Егина Е.Н.* Понятие и функции PR. URL: <http://www.advertiser-school.ru>

6. ФЗ от 11.08.1995г. №135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». URL: <http://www.consultant.ru>

7. *Фролова Т.* Российская пресса и благотворительность в культурно-исторической перспективе. М.: Агентство социальной информации, 2005. 352 с.