

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ



Пятница, 15 ноября 2019 №210

(№6690 с момента возобновления издания)

Цветные тематические страницы №13–28

являются составной частью газеты «Коммерсантъ»

Зарегистрировано в Роскомнадзоре

ПИ № ФС 77-64424 31 декабря 2015 года

Коммерсантъ

в Санкт-Петербурге

Проект реализован

на средства гранта Санкт-Петербурга

Облегчить страдания

В августе 2019 года в Санкт-Петербурге появилась региональная программа по развитию системы паллиативной медицинской помощи на 2019–2024 годы. Одна из основных ее задач — повышение качества жизни неизлечимо больных пациентов. Специалисты уверены, что будущее этой сферы — за междисциплинарным подходом и тесным взаимодействием государственных учреждений и некоммерческих организаций.

АЛЕНА ШЕРЕМЕТЬЕВА

Паллиативная медицинская помощь в Санкт-Петербурге оказывается взрослым и детям с неизлечимыми прогрессирующими заболеваниями или состояниями, угрожающими жизни или сокращающими ее продолжительность, в стадии, когда отсутствуют или исчерпаны все возможности лечения.

По оценкам Эдуарда Москалева, главного внештатного специалиста по паллиативной помощи комитета по здравоохранению Санкт-Петербурга и главного врача СПб ГКУЗ «Хоспис № 4», острая необходимость развития системы оказания пал-

лиативной медицинской помощи в Петербурге обусловлена устойчивой тенденцией к увеличению доли лиц пожилого и старческого возраста, а также сохраняющейся структурой смертности населения города.

По методике расчета ВОЗ, в Санкт-Петербурге ежегодно нуждаются в паллиативной помощи более 40 тыс. человек, говорит Екатерина Овсянникова, старший координатор фонда помощи хосписам «Вера», руководитель паллиативного проекта фонда AdVita.

«Представьте на минуту эту цифру: это же практически население Кронштадта. Так как принцип паллиативной помощи в том, чтобы помочь не

только пациенту, но и его близким, по мировой практике считают потребность из расчета пациент плюс его родные и близкие. Если применить этот принцип к Санкт-Петербургу, то число тех, кто нуждается в паллиативной помощи, возрастает до 600 тыс. человек», — отмечает госпожа Овсянникова.

Согласно данным комитета по здравоохранению Санкт-Петербурга, в 2019 году на оказание паллиативной медицинской помощи из городского бюджета было выделено более 1,2 млрд рублей.

«При этом более 77% всех расходов, выделенных из бюджета Санкт-Петербурга, приходится на заработную плату и начисления, 9,9% — на коммунальные, транспортные услуги, работы и услуги по содержанию имущества, в том числе услуги связи. На приобретение современного оборудования и расходных материалов, включая лекарственные препараты, наркотические анальгетики и средства по уходу, остается не более 13,1% выделенных бюджетных средств», — сообщает Эдуард Москалев.

ПО МЕТОДИКЕ РАСЧЕТА ВОЗ, В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ЕЖЕГОДНО НУЖДАЮТСЯ В ПАЛЛИАТИВНОЙ ПОМОЩИ БОЛЕЕ 40 ТЫС. ЧЕЛОВЕК



Острая необходимость развития системы оказания паллиативной медицинской помощи в Петербурге обусловлена устойчивой тенденцией к увеличению доли лиц пожилого и старческого возраста, а также сохраняющейся структурой смертности населения города

Фото Александра Петросяна

Помимо городского бюджета, осуществляется и внебюджетное финансирование. Так, в 2018 году оно составило 71 млн рублей. Из них чуть более 61 млн рублей было потрачено на медицинские изделия, на закупку лекарственных препаратов (морфин и фентанил) было использовано 10 млн рублей.

ДОСТУПНАЯ ПОМОЩЬ

Специализированную паллиативную медицинскую помощь сегодня можно получить в 18 медицинских учреждениях Петербурга. А первичная доврачебная и врачебная паллиативная помощь оказывается в амбулаторно-поликлинических учреждениях и стационарах.

По словам Эдуарда Москалева, пациенты могут получить паллиативную помощь на дому. Ее осуществляют 13 выездных патронажных бригад и кабинетов паллиативной медицинской помощи.

Господин Москалев добавляет, что, в соответствии с принятой отраслевой программой, до 2024 года планируется строительство нового хосписа в Колпинском районе Петербурга и создание выездных патронажных служб в каждом районе города.

По данным комитета здравоохранения, на сегодняшний день в Петербурге развернуто 725 паллиативных коек и коек сестринского ухода. Из них 480 коек для взрослых и детей (256 коек сестринского ухода и 201 паллиативная койка для взрослых, а также 23 паллиативные койки для детей). Для оказания паллиативной помощи взрослому населению с онкологическими заболеваниями предусмотрено 245 мест.

По оценкам Екатерины Овсянниковой, в отличие от большинства других регионов России, в Петербурге достаточное количество паллиативных коек в стационарах, есть выездные службы паллиативной помощи на дому. В городе работают четыре хосписа и шесть отделений паллиативной помощи для взрослых, на дому помощь можно получить в 10 из 18 районов города.

«В Петербурге особенное административно-территориальное деление: медицинские организации, оказывающие паллиативную помощь, имеют разное подчинение. Какие-то подчиняются напрямую Комитету по здравоохранению, какие-то — районным отделам по здравоохранению, — рассказывает госпожа Овсянникова. — Это приводит к тому, что качество помощи и ее доступность везде разные, отсутствует преемственность между помощью на дому и стационаром».

Из-за отсутствия единой системы и понятного алгоритма маршрутизации пациента тяжелобольной человек зачастую не знает, где он может получить помощь.

«Кроме того, есть перекося в сторону помощи пациентам с онкологическими диагнозами. Это значит, что большинство учреждений, оказывающих паллиативную помощь, специализируется на людях в терминальной стадии онкозаболеваний, — поясняет руководитель паллиативного проекта фонда AdVita. — При этом паллиативная помощь направлена на работу с тягостными симптомами,

и абсолютно не важно, какой при этом у человека диагноз. Это не про диагноз, а про состояние».

ПРАВО НА ЖИЗНЬ БЕЗ БОЛИ

Паллиативная помощь — это право человека на достойную жизнь до конца, без боли, страха и одиночества.

«Это право закреплено за нами 323 Федеральным законом „Об охране здоровья граждан“, — отмечает Екатерина Овсянникова. — Паллиативная помощь включает обезболивание и облегчение других тягостных симптомов заболевания, профессиональный уход, социальную, психологическую и духовную поддержку».

В ПЕТЕРБУРГЕ ОСОБЕННОЕ АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ ДЕЛЕНИЕ — МЕДИЦИНСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ПАЛЛИАТИВНУЮ ПОМОЩЬ, ИМЕЮТ РАЗНОЕ ПОДЧИНЕНИЕ: КАКИЕ-ТО ПОДЧИНЯЮТСЯ НАПРЯМУЮ КОМИТЕТУ ПО ЗДРАВООХРАНЕНИЮ, КАКИЕ-ТО — РАЙОННЫМ ОТДЕЛАМ ПО ЗДРАВООХРАНЕНИЮ

Такая помощь призвана улучшить качество жизни пациентов, столкнувшихся с неизлечимой болезнью. А также включает в себя помощь членам их семей в период болезни и после смерти близкого человека.

Несмотря на то, что того набора услуг, который содержится в определении паллиативной помощи, достаточно, чтобы существенно облегчить жизнь пациента и его близких, на практике не все услуги и манипуляции им доступны.

«Например, многие тяжелобольные люди хотят провести последние дни жизни не в медицинском учреждении, а дома. Но пока на дому можно получить далеко не такой набор услуг, как, например, в хосписе. Необходимо расширять возможности получения паллиативной помощи на дому. Чтобы она включала в себя не только консультации, но и выписку рецептов у постели больного, обезболивание на дому, перевязки, обучение родственников уходу за болеющим близким», — говорит руководитель паллиативного проекта фонда AdVita.

При этом, по ее словам, даже в стационарах пока очень низкое качество обезболивания и работы с другими тягостными симптомами.

«Необходимо налаживать междисциплинарное сотрудничество между медицинскими и социальными службами, чтобы пациент мог получить на дом как медицинскую помощь, так и все необходимое оборудование, и средства по уходу, которые очень важны для улучшения качества его жизни, — добавляет Екатерина Овсянникова. — Родственникам пациентов всех хосписов необходимо открыть возможность посещения в режиме 24/7. Потому что в конце жизни важно только сегодня, ведь завтра может не наступить. Не может быть качественной психологической и социальной поддержки пациента, если мы закрываем дверь перед его близким в 19:00».

Эдуард Москалев обращает внимание на кадровую проблему в сфере оказания паллиативной медицинской помощи.

Причина дефицита кадров, по его словам, в том, что на сегодняшний день отсутствует специальность «врач по паллиативной помощи», а сама должность уже утверждена Минздравом. «Когда врач-специалист (терапевт, хирург, онколог, и пр.) приходит трудоустроиваться в организацию, оказывающую паллиативную помощь, у него уже должно быть на руках удостоверение о повышении квалификации по паллиативной медицинской помощи. Без этого документа его не имеют права

принять на работу, — рассказывает господин Москалев. — Поэтому всем амбулаторно-поликлиническим и стационарным учреждениям города необходимо активно направлять врачей различных специальностей на курсы усовершенствования по паллиативной медицинской помощи».

Необходимо ежегодно формировать заявки для учреждений высшего медицинского образования на выделение квоты целевого приема на обучение по программам оказания пациентам ПМП.

Так же, по его словам, необходимо внедрять меры по материальному стимулированию медицинских работников с учетом специфики работы и высокого риска эмоционального выгорания.

ПЕРЕНЯТЬ МИРОВОЙ ОПЫТ

В развитых странах паллиативная помощь строится на взаимодействии государственных учреждений и некоммерческих организаций.

По словам главного внештатного специалиста по паллиативной помощи комитета по здравоохранению Санкт-Петербурга, в большинстве зарубежных стран в объеме оказания паллиативной помощи более 50% составляет время, проведенное с друзьями и семьей, религиозная или духовная дея-

18 медицинских учреждений Санкт-Петербурга оказывают специализированную паллиативную медицинскую помощь

тельность, уход за собой, нахождение новых смыслов. То есть, несмотря на неизлечимую болезнь, предпринимается попытка сохранить позитивно мыслящий взгляд на всю оставшуюся жизнь.

«Ключевыми игроками в этом процессе являются социально ориентированные некоммерческие организации. Именно они могут приблизить медицинскую и социальную составляющую к быстро изменяющимся потребностям пациента», — поясняет Эдуард Москалев. Создание команд из разных специалистов, работающих с паллиативными пациентами, актуально и для Петербурга.

«В дополнение к стандартной группе первичной медико-санитарной помощи могут подключаться команды специалистов по социальной работе. Их услуги на дому могут включать: помощь сиделок, организацию обучения и прием экзаменов, дневные досуговые центры. Команда может быть еще шире и включать также семью, друзей, соседей, волонтеров, в том числе профессиональные волонтерские организации медицинских сестер, логопедов, психологов, религиозных и духовных работников и деятелей культуры», — перечисляет господин Москалев.

По мнению Екатерины Овсянниковой, в странах, где паллиативная помощь активно развивается уже много лет, она встроена в общую систему здравоохранения и остается частью медицины. «Тогда для человека остается доступной высокотехнологичная помощь, например лучевая терапия, которая уже не вылечит, но уберет болевой синдром и повысит качество жизни. Для наших пациентов это сейчас недоступно», — резюмирует госпожа Овсянникова.

**В 2019 ГОДУ
НА ОКАЗАНИЕ
ПАЛЛИАТИВНОЙ
МЕДИЦИНСКОЙ
ПОМОЩИ
ИЗ ГОРОДСКОГО
БЮДЖЕТА БЫЛО
ВЫДЕЛЕНО БОЛЕЕ
1,2 МЛРД РУБЛЕЙ**

Преодолеть поребрик

В Санкт-Петербурге с 2016 по 2020 годы реализуется программа «Доступная среда», направленная на создание условий доступности государственных учреждений города для инвалидов и других маломобильных групп населения (МГН). Между тем эксперты и инвалиды-колясочники говорят, что в городе серьезные проблемы с доступной средой и решать их необходимо в диалоге между властью и общественными организациями, представляющими интересы МГН.

АЛЕНА ШЕРЕМЕТЬЕВА

По данным «Электронного социального регистра населения Санкт-Петербурга», на сегодняшний день в городе проживают свыше 588 тыс. инвалидов.

В том числе свыше 17,8 тыс. детей-инвалидов, 91,2 тыс. инвалидов трудоспособного возраста и свыше 479 тыс. инвалидов пожилого возраста. Среди них более 121,4 тыс. инвалидов с нарушением опорно-двигательного аппарата (из них 17,5 тыс. инвалидов-колясочников), свыше 8,7 тыс. — инвалиды с нарушением зрения, более 19,8 тыс. человек — инвалиды с нарушением слуха.

Согласно данным, предоставленным комитетом по социальной политике, на создание доступности для инвалидов объектов и услуг по десяти отраслям (социальная защита, труд и занятость, образование, здравоохранение, физическая культура и спорт, культура, туризм, информация и связь, общественный транспорт, жилищная сфера) из средств бюджета Санкт-Петербурга в 2018 году направлено чуть более 1,26 млрд рублей. Средства были потрачены, в частности, на проведение работ по капитальному, текущему ремонту существующих объектов, приобретение технических средств адаптации, создание и модернизацию рабочих мест для инвалидов, приобретение транспортных средств и обеспечение доступности жилых помещений инвалидов. В 2019 году на эти цели в бюджете предусмотрено 1,15 млрд рублей, а на 2020 год — 1,51 млрд рублей.

СЛЕДУЯ КАРТЕ

Согласно данным комитета по социальной политике, за 3,5 года реализации «дорожной карты» по созданию условий доступности для инвалидов государственных учреждений города в эксплуатацию введено 72 объекта нового строительства, полностью соответствующих нормативным требованиям доступности, в том числе 41 объект — в соответствии с адресной инвестиционной программой Санкт-Петербурга.

За прошедшие 3,5 года с момента начала действия программы в эксплуатацию введено 606 единиц подвижного состава наземного городского пассажирского транспорта, полностью соответствующих требованиям доступности для инвалидов (с пониженным уровнем пола, оборудованных выдвижными аппаратами, «бегущей строкой» и автоинформаторами). В их числе 435 автобусов, 132 троллейбуса и 39 трамваев.

По состоянию на 30 июня 2019 года, из существующих 4,3 тыс. единиц наземного городского пассажирского транспорта только 2,7 тыс. (63,3%) полностью соответствуют требованиям доступности для всех категорий инвалидов. В том числе 1,9 тыс. автобусов (68,7% от общего числа), 546 троллейбусов (80,3%) и 218 трамваев (28,1%).

Городские власти стараются комплексно подходить к созданию безбарьерной среды. Так, комитет по развитию транспортной инфраструктуры проводит работы по строительству и реконструкции пешеходных переходов, занижению бордюрного камня, оборудованию светофорных постов звуковыми

сигналами, применению нормативных уклонов поверхности на путях следования, а также нанесению и восстановлению дорожной разметки, обозначающей парковочные места для инвалидов. На 2019 год запланировано выполнение порядка 1,7 тыс. занижений бордюрного камня по 162 адресам.

НА БУМАГЕ И НЕ ТОЛЬКО

По словам Кирилла Соловьева, руководителя транспортной службы автономной некоммерческой организации «Медицинский центр XXI век», специалиста по доступной среде, сдвиги в положительную сторону действительно видны. «Появилось ощущение, что государственные комитеты по строительству, развитию транспортной инфраструктуры, благоустройству стали прислушиваться к мнению общественных организаций и самих пользователей», — отмечает эксперт.

Он обращает внимание на то, что пользователи программы «Доступная среда» — это не только инвалиды-колясочники, как многие считают, но и инвалиды по зрению, слуху, это и пенсионеры, которым тяжело передвигаться, и родители с детскими колясками, и даже велосипедисты и роллеры. «Город должен быть удобен для всех. Мы видим, что сейчас новые станции метро проектируются, учитывая рекомендации программы, появилось

Контроль над вводом объектов нового строительства, соответствующих обязательным требованиям доступности, обеспечивает комитет по строительству и Служба государственного строительного надзора и экспертизы Санкт-Петербурга.

БОЛЕВЫЕ ТОЧКИ

По оценкам Натальи Камолиновой, проблем с доступной средой в Петербурге много: от занижения бордюрных камней на улице до доступной среды в учреждениях здравоохранения. «Практически на всех путях перемещения людей с инвалидностью встречаются сложности. Есть так называемая островная доступность: к примеру, торговый центр будет доступным, но до него еще надо добраться и выйти из дома», — поясняет госпожа Камолинова.

Она является депутатом МО «Морской», но здание муниципалитета недоступно для МГН. Зато поликлиника, к которой она прикреплена, приспособлена для маломобильных пациентов.

Как говорит Наталья Камолинова, для маломобильных групп населения доступны не более 15% коммерческих заведений города. «К примеру, я знаю всего несколько общественных пространств и ресторанов с уборными комнатами для маломобильных людей», — сетует госпожа Камолинова.

ЕСТЬ ТАК НАЗЫВАЕМАЯ «ОСТРОВНАЯ ДОСТУПНОСТЬ»: К ПРИМЕРУ, ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР БУДЕТ ДОСТУПНЫМ, НО ДО НЕГО ЕЩЕ НАДО ДОБРАТЬСЯ И ВЫЙТИ ИЗ ДОМА

много маршрутных такси и другого общественного транспорта с низким полом», — констатирует господин Соловьев.

Однако Наталья Камолинова, депутат муниципального округа «Морской», инвалид-колясочник, говорит, что в Петербурге доступной среды больше на бумаге, чем в действительности.

«Сейчас много людей работает в этом направлении: как со стороны администрации, так и со стороны общественных объединений и просто людей с инвалидностью. Пока процесс находится на стадии налаживания взаимодействия и нормальной реализации принятых решений», — отмечает госпожа Камолинова.

Между тем обеспечение условий доступности для инвалидов объектов социальной и транспортной инфраструктуры обязательно с 1 июля 2016 года в отношении вновь вводимых в эксплуатацию объектов, а также объектов, прошедших капитальный ремонт и реконструкцию.

Так, на этапе проектирования, еще до выдачи разрешения на строительство или реконструкцию, Служба госстройнадзора проводит экспертизу проектной документации на соответствие требованиям действующих стандартов и правил, в том числе в части обеспечения доступности для инвалидов и других маломобильных групп населения.

Кирилл Соловьев все же считает, что коммерческие организации ушли чуть дальше от государственных и муниципальных учреждений: примерно 20–25% заведений подготовлены для МГН.

«Сейчас создание доступной среды в коммерческих организациях на совести самих организаций. Стимула всего два. Сознательность руководства частной компании — это наш внутренний стимул. И государственный — штрафы после прокурорской проверки», — поясняет господин Соловьев.

Что касается транспорта, то, по мнению Натальи Камолиновой, его пытаются сделать доступным, но, например, в центре города троллейбус будет низкопольным и доступным, а на окраине на маршруте ходят троллейбусы, которые недоступны. «Особое внимание я бы уделила метрополитену. Там есть служба помощи для маломобильных групп населения, но на некоторых станциях, например на «Приморской», внизу после эскалатора есть два пролета лестниц, преодолеть которые мне помогала служба помощи МГН и неравнодушные прохожие», — рассказывает Наталья Камолинова.

К тому же, как уточняет Кирилл Соловьев, заявку на сопровождение в метро нужно подавать заранее. «Такая же ситуация и с социальным такси. Машину нужно заказывать за двое суток, это не очень удобно. Это основная причина, почему в городе пользуются спросом негосударственные



Обеспечение условий доступности для инвалидов объектов социальной и транспортной инфраструктуры обязательно с 1 июля 2016 года в отношении вновь вводимых в эксплуатацию объектов, а также объектов, прошедших капитальный ремонт и реконструкцию Фото Евгения Павленко

ДЛЯ МАЛОМОБИЛЬНЫХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ ДОСТУПНЫ НЕ БОЛЕЕ 15% КОММЕРЧЕСКИХ ЗАВЕДЕНИЙ ГОРОДА

операторы специализированного транспорта», — отмечает господин Соловьев.

Опрошенные «Ъ» эксперты сходятся во мнении, что основная проблема кроется в отсутствии диалога между властью (в лице комитетов, которые отвечают за создание доступной среды) и общественными организациями, которые знают о проблемах доступности изнутри.

По словам Кирилла Соловьева, мнения тех, кто пользуется доступной средой, не собираются, а благоустройство проводится на усмотрение государственных комитетов. «Работа выполняется, но как-то бестолково», — негодует господин Соловьев. — Например, сейчас везде, где можно и нельзя, размещают тактильные знаки для слабовидящих. А они, бывает, не только не нужны, но и даже мешают перемещению. Единственное решение — налаживать диалог».

Сергей Поюнов, технический эксперт по формированию безбарьерной среды, активист-колясочник, считает, что необходим грамотный надзор при выполнении работ по доступной среде. «Если занижают поребрики, то зачастую не обращают внимание на угол наклона въезда на дорожку с этого заниженного поребрика, так как дорожка не вошла в смету работ или принадлежит другому хозяйству. И так во всех дворовых территориях. Ремонты ведутся, а маломобильным людям этим не воспользоваться», — делится проблемой господин Поюнов.

ДОСТУПНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

Как сообщили в комитете по социальной политике Санкт-Петербурга, действие программы будет продлено до 2025 года, а перечень организаций, участвующих в ее реализации в части подключения к этой работе сферы потребительского рынка (магазины, аптеки, отделения почты, банки и прочие), будет расширен. По словам чиновников, на основании обращений инвалидов администрациям районов необходимо разрабатывать для них индивидуальные маршруты движения: от дома до ближайших значимых для инвалидов социальных объектов.

Власти города намерены работать над повышением уровня доступности вводимых в эксплуатацию объектов нового строительства, в том числе путем участия представителей администраций районов и общественных объединений инвалидов в их приемке.

Кроме того, чиновники говорят о необходимости повышения информированности собственников (пользователей) объектов, в том числе объектов потребительского рынка, об обязанности формирования безбарьерной среды и популяризации такой работы.

Совместно с общественными объединениями инвалидов администрациями районов города уже сформирован перечень приоритетных объектов сферы потребительского рынка, выполнение работ на которых необходимо осуществить в первоочередном порядке, он включает 1,2 тыс. объектов.

Кирилл Соловьев отмечает, что многие коммерческие организации в России даже не пытаются оборудовать пространство для тех же колясочников. «Потому что у многих на подкорке записано, что если человек инвалид, то, скорее всего, беден. А разве может бедный человек позволить себе купить билет в кино, сходить на косметическую процедуру или получить платное медицинское обслуживание? Но это не так! Инвалиды живут и зарабатывают так же, как остальные граждане», — поясняет господин Соловьев.

МИРОВОЙ ОПЫТ

Когда речь заходит о доступной среде, эксперты часто обращаются к западному опыту. Ведь практически все развитые европейские страны полностью приспособлены для людей с особыми потребностями.

«Фактически все новые здания, начиная с супермаркетов и заканчивая больницами, без крылец и ступеней. Парковочные места для инвалидов оборудованы по правилам, удобный транспорт и так далее», — перечисляет Кирилл Соловьев. — Я считаю, что нам недостаточно просто внедрять подобные решения — для начала нам нужно понимать, зачем это делается, глобально менять сознание».

Наталья Камолинка считает, что для начала необходимо просто соблюдать законодательство РФ в отношении людей с инвалидностью. По ее словам, в нем все четко прописано и колоссально количества проблем можно было бы избежать. «За границей есть много интересных решений. Например, такая мелочь, как кнопка для автоматического открывания дверей. В таких мелочах и чувствуется отношение государства к человеку, и из них складывается комфортное существование в городском пространстве», — резюмирует госпожа Камолинка.

КОНТРОЛЬ НАД ВВОДОМ ОБЪЕКТОВ НОВОГО СТРОИТЕЛЬСТВА, СООТВЕТСТВУЮЩИХ ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ ТРЕБОВАНИЯМ ДОСТУПНОСТИ, ОБЕСПЕЧИВАЮТ КОМИТЕТ ПО СТРОИТЕЛЬСТВУ И СЛУЖБА ГОСУДАРСТВЕННОГО СТРОИТЕЛЬНОГО НАДЗОРА И ЭКСПЕРТИЗЫ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Центнер мацы и двадцать фур кваса

Каждый год около тысячи бездомных умирает на улицах Петербурга — в 2018-м эта цифра составила 947 человек. Число почти не меняется из года в год, несмотря на несколько пунктов обогрева, мобильный и стационарный приют, открытые силами города, «Ночлежки» и Мальтийской службы помощи. В эту тысячу входят и замерзшие, и случаи инфарктов, инсультов, воспалений легких.

НАТАЛЬЯ ЛАВРИНОВИЧ

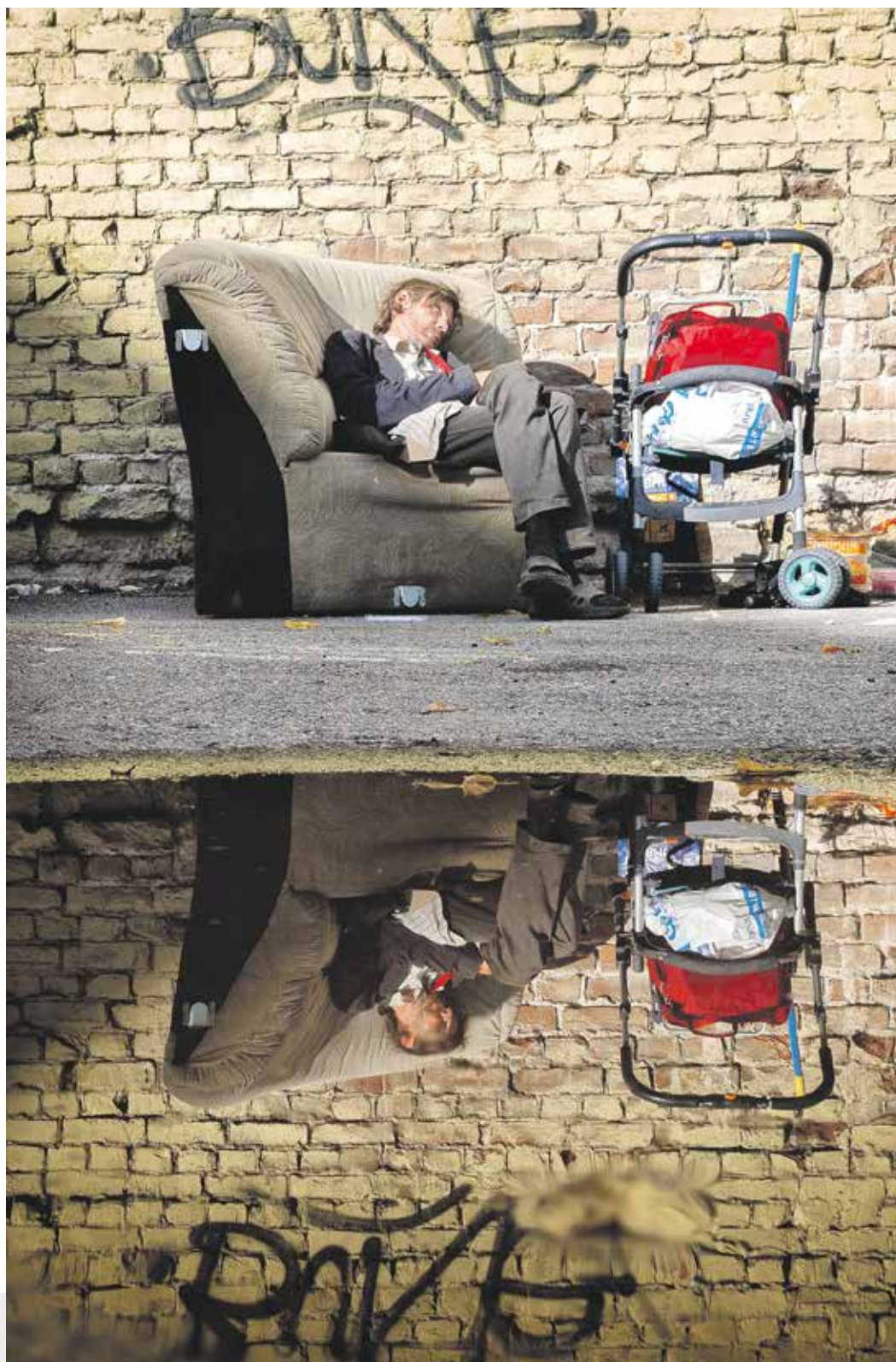
«Чтобы повлиять на эту жуткую статистику, нужно, чтобы количество пунктов обогрева было не единичным, — говорит руководитель БО «Ночлежка» Григорий Свердлин. — Их должно быть хотя бы 10, 15, 20, тогда мы увидим, насколько это помогает справиться со смертностью».

Первые пункты «Ночлежки» появились в городе 10 лет назад около Балтийского вокзала. В последние холодные сезоны (с октября по апрель) их открывается по три. Одна ночь пребывания бездомного человека в таком пункте обходится Ночлежке в 313 рублей, за сезон сумма составляет 2,817 млн рублей. На сегодняшний день в городе функционирует две армейские палатки, обогреваемые тепловыми пушками: на Шкиперском протоке и Политехнической улице. В прошлый холодный сезон работал еще пункт во Фрунзенском районе, суммарно в них размещались 1299 человек. Чуть меньше — 229 рублей — затраты на ночлег человека в новом приюте «Ночлежки» на 40 мест, открытым летом 2019 года в Обухово и работающем круглый год.

Около половины посетителей ночных приютов приходят в палатки раз за разом, остальные проводят одну или несколько ночей.

**ОКОЛО ПОЛОВИНЫ
ПОСЕТИТЕЛЕЙ НОЧНЫХ
ПРИЮТОВ ПРИХОДЯТ
В ПАЛАТКИ РАЗ
ЗА РАЗОМ, ОСТАЛЬНЫЕ
ПРОВОДЯТ ОДНУ
ИЛИ НЕСКОЛЬКО
НОЧЕЙ**

Средства на содержание пунктов обогрева поступают из нескольких источников. Одна часть — субсидия комитета по социальной политике, за счет этих денег благотворительная организация оплатила зарплаты дежурным пунктам на Кушелевке, аренду палаток, бытовок, туалетных кабинок. «Если говорить про весь бюджет „Ночлежки“, то государственных денег в нем примерно 10%, 15–20% — деньги благотворительных фондов, 25% — бизнес, 50% — частные пожертвования обычных людей, — рассказывает Григорий Свердлин. — Десять лет назад пожертвований от бизнеса практически не было, как и частных тоже, а сейчас это основные источники финансирования. Я думаю, причина еще и в том, что у людей и компаний по-



Имеющихся в городе ресурсов для организации ночлега бездомных явно недостаточно
Фото Евгения Павленко

является доверие к нам, они видят, что «Ночлежка» за каждый рубль отчитывается. Видят истории людей, которым мы реально помогли выбраться с улицы. Это тоже мотивирует: на самом деле все мы хотим изменить хоть одну жизнь к лучшему. И для людей из бизнеса важно, что «Ночлежка» старается системно решать проблемы: не открыли один приют и работаем, а создаем прачечные, душевые,

кафе и других. Это не первая прививка роскоши: «Ночлежке» жертвует обувь известный датский обувной концерн. Одна из крупных сетей фаст-фуда, работающая в городе, также помогает «Ночлежке». Одна из овощебаз по запросу поставляет овощи и фрукты: тонну картофеля, моркови, огурцов, 200 килограммов яблок за раз, этого хватает на пару недель. Компания, занимающаяся замо-

источнику на Байконурской улице, создавали там очередь, набирали 20 огромных бутылок. Потом к поставкам воды подключилась частная организация, а недавно и «Водоканал».

Основная часть средств Мальтийской службы — субсидии комитета по социальной политике, они покрывают 60% расходов, плюс пожертвования из головного фонда Malteser International. Бывают и неожиданные жертвователи: консул Мальтийского ордена в Санкт-Петербурге Михаил Куснирович второй год подряд выделяет около 1 млн рублей на столовую службы для нуждающихся.

СВЕСТИ БАЛАНС

Сколько всего людей в городе нуждается в ночлеге — цифры, в которых благотворительные организации между собой не сходятся. «Ночлежка» называет 50–60 тыс. человек — тех, кто реально живет на улице и у кого нет крыши над головой. По данным городского центра учета, их порядка 2000 человек. Мальтийская служба помощи ориентируется на цифру в 5–6 тыс. уличных бездомных.

Как бы то ни было, имеющих в городе ресурсов, в том числе домов и отделений ночного пребывания «Центра учета и социального обслуживания граждан Российской Федерации без определенного места жительства» (для поступления в которые нужен паспорт, медсправка и так далее), явно недостаточно. Поэтому инициатива вице-губернатора Анны Митяниной по открытию новых пунктов обогрева, озвученная в прошлом году, — очень своевременная.

Тогда шла речь об открытии их почти во всех (!) районах Северной столицы. Даже если палатки появятся лишь в каждом втором районе, это все равно будет означать от 200 до 500 новых спальных мест в тепле. Однако к концу октября комитет по социальной политике не смог предоставить никаких данных о пунктах. По словам руководителя его пресс-службы Натальи Королевой, данные задерживают сами районы, а экстремально теплая погода середины месяца этому только на руку.

В прошлом году социальная палатка от города открылась во Фрунзенском районе, в Обухово. Принимали туда всех желающих, и без документов. Есть также государственный пункт обогрева в Адмиралтейском районе. К слову, бюджетники тоже могут рассчитывать на помощь бизнеса: гостиницы города привозят на Обводный канал продукты, хотя объемы и не сопоставимы с частными благотворительными организациями.

Сейчас в России система помощи бездомным объективно лучше всего налажена в Северной столице. В Москве в 2018 году на улицах умерло 2674 человека без определенного места жительства, единственный столичный пункт обогрева на несколько сотен мест размещается в Люблино. «Но о полноценной системе помощи в Петербурге можно будет говорить, когда будет 20–30 пунктов обогрева, десяток прачечных и душевых на город, несколько десятков реабилитационных центров», — резюмирует Свердлин.

СЕЙЧАС В РОССИИ СИСТЕМА ПОМОЩИ БЕЗДОМНЫМ ОБЪЕКТИВНО ЛУЧШЕ ВСЕГО НАЛАЖЕНА В СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЕ. В МОСКВЕ В 2018 ГОДУ НА УЛИЦАХ УМЕРЛО 2674 ЧЕЛОВЕКА БЕЗ ОПРЕДЕЛЕННОГО МЕСТА ЖИТЕЛЬСТВА

пункты обогрева, службы психологической помощи, приют для бездомных с алкогольной зависимостью и так далее. Они сами мыслят в таких категориях и такими масштабами».

Основные бизнес-жертвователи пунктов обогрева: топливная компания — дочернее предприятие финского концерна, снабжающее «Ночлежку» дизельным топливом (в том числе и для тепловых пушек); сеть городских ресторанов универсальной кухни из 40 заведений в Петербурге — они обеспечивают горячие ужины и оплачивают работу палатки; организация помощи автолюбителям на дорогах много лет выделяет средства на зарплату водителя «Ночного автобуса», который возит ужины в том числе и людям, ночующим в палатках.

Вообще список бизнес-жертвователей гораздо шире и состоит из нескольких десятков компаний. Например, в пункте обогрева кровати сооружены из палет, ДСП и «пенки», а вместо одеял используются спальные мешки, которые дарит «Ночлежке» организация, занимающаяся торговлей товарами для отдыха и туризма, походным снаряжением и так далее. Роман Семенов, ее директор по развитию и альпинист, считает ситуацию со смертностью бездомных «самым экстремальным и позорным для общества „видом спорта“», и подчеркивает, что во всем мире в горах число случаев со смертельным исходом ограничивается десятками, а не сотнями и тем более тысячами.

Сеть городских ресторанов не единственный поставщик еды: как правило, существует семь-восемь постоянных жертвователей обедов. Из 30 тыс. порций, которые развозит в течение года «Ночной автобус», пятая часть приходится на пункты обогрева. Первые сезоны работы пунктов «Ночлежка» покупала на пожертвования лапшу быстрого приготовления, но спустя три-четыре года появилась возможность привозить горячую еду.

Случается, что эта еда поступает из самых модных заведений городского общепита — ресторанов Дмитрия Блинова и Станислава Лехова, рок-

розкой рыбных полуфабрикатов, тоже привозит определенный объем продукции.

Бывают и экзотические жертвования: недавно «Ночлежке» предложили центнер мацы. «Газель» туалетной бумаги, двадцать 40-тонных фур замороженного кваса в феврале, 1000 пирогов от службы доставки, которые раздавали несколько дней, — дары бывают разные. Периодически возникает снедь со свадеб, похорон и поминок, которую доставляют кейтеринговые компании.

ВОДА — ИЗ ИСТОЧНИКА

Примерно в 350 рублей оценивает ночь бездомного в круглосуточном и круглогодичном мобильном приюте (палатке МЧС) на Коломяжском проспекте Мальтийская служба помощи; за год здесь находят приют около 500 человек. С 2015 года в палатке принимают инвалидов, и срок их пребывания здесь — как минимум два месяца (а по факту гораздо больше). Сердобольные граждане привозят их с улиц или из больниц. Раньше людей без определенного места жительства «выписывали» прямо на улицу, но недавно Мальтийская служба с помощью депутата Законодательного собрания добилась того, чтобы медицинские учреждения своим транспортом доставляли таких людей на Коломяжский по предварительной договоренности.

Кровати стоят в два уровня, нижний предназначен для инвалидов, верхний — для просто бездомных.

«Мы не избалованы вниманием бизнеса, — говорит руководитель службы Михаил Калашников. — Но тем не менее уже несколько лет нам один хлебозавод (со штаб-квартирой в Хельсинки. — **Ред.**) отдает бесплатно хлеб. Мы обеспечиваем жильцов приюта завтраками, обеды и ужины привозят другие общественные организации. Компания, занимающаяся переработкой древесины, поставляет дрова: палатка отапливается дровяной печью, в месяц уходит примерно тонна брикетов. Очень важная позиция — это вода: раньше мы ездили к

Сколько людей в городе нуждается в ночлеге, тыс. чел.



Источник: данные организаций

Служба активного долголетия

В 2018 году количество петербуржцев старше 60 лет составляло 22% (1,2 млн человек) от общего числа населения города. По прогнозам специалистов, к 2026 году доля пожилых людей увеличится до 29%. Для оказания медико-социальной помощи людям старшего возраста в Петербурге работает специализированная гериатрическая служба. Ее основная задача — продление активного долголетия — весьма созвучна с трендом на повышение пенсионного возраста.

ИРИНА АХМАТОВА

Основное направление деятельности гериатрической службы — оказание долговременной медико-социальной помощи жителям Санкт-Петербурга в возрасте от 60 лет и старше. Цель такой помощи — продление периода активного долголетия и сохранения независимости от помощи окружающих в повседневной жизни.

НА СЛУЖБЕ У СТАРОСТИ

Гериатрическая служба Петербурга была создана в 1994 году и сегодня представлена кабинетами врачей-гериатров и гериатрическими отделениями в амбулаторно-поликлинических учреждениях, а также геронтологическими койками в стационарах. По состоянию на 1 июля 2019 года общее количество геронтологических коек в Санкт-Петербурге составляет 240 штук. Из них 194 койки для круглосуточного пребывания и 46 коек дневного стационара.

Одним из ведущих учреждений данного профиля является Городской гериатрический медико-социальный центр, расположенный на набережной реки Фонтанки, 148. В его структуру входят четыре амбулаторно-консультативных отделения, включая медико-социальное отделение с диспетчерским пунктом «Тревожная кнопка», и семь стационарных отделений, включая хоспис и выездную службу. Консультативную и стационарную помощь в центре могут получить петербуржцы в возрасте 60 лет и старше, а также лица с признаками преждевременного старения.

Помимо гериатрического центра, помощь по данному профилю можно получить в кабинетах врачей-гериатров, расположенных в городских поликлиниках и в специализированных стационарах.

Согласно данным комитета по здравоохранению Санкт-Петербурга, спрос на гериатрическую помощь в городе довольно высокий. Так, в 2018

году число посещений по месту жительства врачом-гериатром составило 90,3 тыс. визитов.

В соответствии с планом мероприятий федерального проекта «Разработка и реализация программы системной поддержки и повышения качества жизни граждан старшего поколения „Старшее поколение“», до конца 2019 года в Петербурге дополнительно будут развернуты 62 койки геронтологического профиля. Они откроются на базе нескольких специализированных учреждений. Так, в СПб ГБУЗ «Городской гериатрический медико-социальный центр» появится 22 койки, а в СПб ГБУЗ «Госпиталь для ветеранов войн» будет возвращено 40 дополнительных коек.

Также до конца 2019 года в нескольких районах Петербурга откроются амбулаторные структурные подразделения гериатрического профиля.

В Выборгском районе кабинет гериатра появится в СПб ГБУЗ «Городская поликлиника №117» на улице Симонова, 5. В Невском районе на базе СПб ГБУЗ «Городская поликлиника № 100» откроется гериатрическое отделение на 30 коек в помещении на Дальневосточном проспекте, 6, корпус 1. Во Фрунзенском районе в СПб ГБУЗ «Городская поликлиника № 56» на Пискаревской улице, 40а, появится кабинет гериатра. В Кировском районе на базе СПб ГБУЗ «Городская поликлиника № 43 ПО 101» на улице Маршала Казакова, 14, корпус 4, также открывается кабинет гериатра.

КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

По данным комитета по здравоохранению, в 2018 году численность физических лиц врачей-гериатров в Санкт-Петербурге составила 59 человек.

По словам Максима Кабанова, главного внештатного специалиста-гериатра комитета по здравоохранению Санкт-Петербурга, начальника СПб ГБУЗ «Госпиталь для ветеранов войн», в настоящее время обучение врачей по специальности «гериатрия» осуществляется на базе ФГБОУ ВО «Северо-Западный государственный медицин-



Практика развитых стран показывает, что превентивная медицина и своевременная диспансеризация, особенно в пожилом возрасте, позволяют существенно сократить частоту нежелательных инвалидирующих осложнений хронических заболеваний, присущих лицам старшего возраста
Фото Александра Корякова

ский университет им. И.И. Мечникова». Обучение ведется в рамках федерального проекта «Обеспечение медицинских организаций системы здравоохранения квалифицированными кадрами» за счет федерального финансирования. В общей сложности обучение проходят 30 врачей-специалистов, что дает возможность закрыть потребность во врачах данной специальности.

ВЫЛЕЧИТЬ И СЭКОНОМИТЬ

Практика развитых стран показывает, что превентивная медицина и своевременная диспансеризация, особенно в пожилом возрасте, позволяют существенно сократить частоту нежелательных

Структура стационарной гериатрической помощи в Санкт-Петербурге

№	Учреждение	Количество геронтологических коек
1	СПб ГБУЗ «Городской гериатрический медико-социальный центр»	59 коек круглосуточных 16 коек дневного стационара
2	СПб ГБУЗ «Клиническая больница Святителя Луки»	31 койка круглосуточных
3	СПб ГБУЗ «Городская больница № 36 Святого Праведного Иоанна Кронштадтского»	23 койки круглосуточных
4	СПб ГБУЗ «Городская больница № 38 им. Н. А. Семашко»	46 коек круглосуточных 5 коек дневного стационара
5	СПб ГБУЗ «Гериатрическая больница № 1»	35 коек круглосуточных 25 коек дневного стационара

Источник: комитет по здравоохранению Санкт-Петербурга



нарных условиях; третий уровень — центры, где оказывается высокотехнологичная медицинская помощь и осуществляются профильные научные исследования», — поясняет Максим Кабанов.

По его словам, в настоящее время в системе гериатрической службы города есть амбулаторно-поликлинические подразделения, гериатрические стационары, стационары сестринского ухода, но, к сожалению, важнейший третий уровень оказания медицинской помощи пациентам старшей возрастной группы в Санкт-Петербурге должным образом не организован, что, естественно, не может не сказаться на качестве лечения пациентов.

«Очевидно, что настало время упорядочить деятельность всех элементов гериатрического направления, связав их тесным взаимодействием с социальной службой города, соединить строгий логистикой в интересах повышения качества и доступности медицинской помощи пациентам старшего поколения», — отмечает господин Кабанов.

ДО КОНЦА 2019 ГОДА В НЕСКОЛЬКИХ РАЙОНАХ ПЕТЕРБУРГА ОТКРОЮТСЯ АМБУЛАТОРНЫЕ СТРУКТУРНЫЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ ГЕРИАТРИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ

инвалидизирующих осложнений хронических заболеваний, присущих лицам старшего возраста. В свою очередь, такая тактика ведения возрастных пациентов позволяет нивелировать затраты на дорогостоящее медикаментозное лечение и экстренную госпитализацию.

В гериатрических центрах, благодаря регулярному амбулаторному наблюдению за состоянием здоровья пожилых пациентов и проведению ком-

плекса лечебно-реабилитационных мероприятий, помощи социальных работников и консультациям психолога, создаются хорошие условия для профилактики критических состояний.

плекса лечебно-реабилитационных мероприятий, помощи социальных работников и консультациям психолога, создаются хорошие условия для профилактики критических состояний.

Специалисты отмечают, что качество жизни пожилых людей часто снижается из-за следующих проблем со здоровьем: старческого слабоумия (деменции и болезни Альцгеймера), хрупкости костей (остеопороза), инконтиненции (недержания мочи), тугоухости и сахарного диабета второго типа. Все эти состояния вкупе с основными заболеваниями контролируются врачами-гериатрами совместно с другими специалистами.

Согласно данным комитета здравоохранения, государственной программой «Развитие здравоохранения в Санкт-Петербурге» предусмотрено совершенствование оказания пожилым жителям города специализированной медицинской по-

СЛОЖНОСТИ ТРЕТЬЕГО УРОВНЯ

Порядок оказания медицинской помощи по профилю «гериатрия» определен приказом Минздрава России. Так, в настоящий момент реализуется трехуровневая система медицинской помощи по данному профилю. «Первый уровень — амбулаторная помощь (гериатрические кабинеты); второй уровень — специализированная, в том числе паллиативная медицинская помощь в стацио-

Он добавляет, что необходимо увеличить количество получающих необходимое лечение и ликвидировать очереди ожидания госпитализации.

«Эта важная комплексная задача может быть решена путем создания при Госпитале для ветеранов войн (как наиболее соответствующем и отвечающем целям и задачам лечения пациента старшего возраста) Регионального центра гериатрической медицины», — рассказывает Максим Кабанов. — Главной задачей Центра должна стать организация реального взаимодействия с гериатрическими поликлиниками районов и социальными службами путем создания объединенного регистра пациентов старшей возрастной группы. Выявление пациентов с наличием возрастной астении позволит в тесном взаимодействии с социальной службой и гериатрами поликлиник курировать медицинскую составляющую не только в стационарах, но и на дому, что позволит при необходимости своевременно госпитализировать пациента».

Эксперт отмечает, что создание при госпитале Центра гериатрической медицины не умаляет роли и значения Городского гериатрического медико-социального центра, а, напротив, будет усиливать его целевое предназначение, повышать роль как координатора и способствовать существенному увеличению потоков пациентов, обслуживаемых на различных уровнях лечебного процесса, максимально уменьшая повторные госпитализации.

Количество подразделений первичной медико-санитарной специализированной помощи по профилю «гериатрия»

Наименование	Количество подразделений по годам				
	2014	2015	2016	2017	2018
Кабинеты врачей-гериатров	16	16	16	21	23
Гериатрические отделения	24	24	23	15	16

Источник: комитет по здравоохранению Санкт-Петербурга

ПО ДАННЫМ КОМИТЕТА ПО ЗДРАВООХРАНЕНИЮ, В 2018 ГОДУ ЧИСЛЕННОСТЬ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ ВРАЧЕЙ-ГЕРИАТРОВ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ СОСТАВИЛА 59 ЧЕЛОВЕК

Новая ступень

Развитие общества формирует все новые и новые ожидания и требования к бизнесу. Тренд последних лет — социальная ответственность (СО) предпринимателей. Сфера СО бурно развивается, предлагая обществу все новые практики и пути реагирования компаний на социально одобряемые запросы.

СВЕТЛАНА ПОПОВА

Сегодня социальная ответственность бизнеса — добровольная ответственность компаний перед обществом в таких областях, как благосостояние сотрудников, экономика, этика конкуренции, окружающая среда. «В российском бизнесе за последние 5–7 лет можно отметить рост социальной ответственности в вопросах прозрачности бизнеса. В последние годы вырос акцент на развитие „зеленых“ технологий и вопросы экологии. Уже никого не удивит сбором батареек или раздельным сбором отходов. Почти все российские компании участвуют в акции „Час Земли“, — говорит предприниматель Дмитрий Спиридонов.

Среди причин распространения практик СО именно в нашей стране эксперты выделяют государственные директивы, глобальные программы в крупных корпорациях и личную инициативу собственников компаний. При этом девелопер Кирилл Игнахин обращает внимание на то, что повышение социальной ответственности бизнеса — вынужденная мера. «К сожалению, у нас основная предпосылка расширения практик СО — это ухудшение финансового положения населения и постепенное сокращение зоны ответственности государства во многих социальных сферах. Там, где это происходит, начинает действовать бизнес, правда, в рамках имеющихся у него возможностей», — отмечает эксперт.

Самый первый (и древнейший) уровень, с которого обычно компании начинают задумываться о социальной ответственности, — это корпоративная филантропия. Как пояснила эксперт в области социально ориентированного маркетинга и коммуникаций Ольга Шаратута, «это достаточно легко: компания переводит деньги и дальше не контролирует, куда они пошли и на что, — максимум, проверяет надежность благополучателя, но не вовлекается в процесс».

Именно в таком формате еще буквально пять-семь лет назад корпорации поддерживали детские дома. «При этом они бездумно тратили деньги только на материальные блага: один раз в год покупали подарки или технику», — рассказала Марина Зубова, президент и учредитель благотворительного фонда «Гольфстрим».

Но, по данным эксперта, чисто финансовые бюджеты на благотворительность сократились раза в два в связи с экономической ситуацией в стране — и тенденции к увеличению пока не наблюдается. Многие фонды оказались на грани закрытия.

Теперь на смену большим бюджетам пришла новая практика — поддержка *pro bono* (менторство). «Зародившись в США в середине прошлого века, оно постепенно распространялось на другие страны. Есть организации, которые реализуют проекты с вовлечением *pro bono* волонтеров. Для корпораций они организуют так называемые „кейс-дни“ или тимбилдинговые форматы, в ходе которых сотрудники решают практический кейс для некоммерческой организации, реализуя, таким образом, социальную миссию — и свою личную, и своей компании», — объясняет HR-эксперт Элина Полухина. В качестве примера, удачно реализуемого *pro bono*, предприниматель Евгений Фонталин приводит интеллектуальное волонтер-



Финансовые бюджеты на благотворительность сократились раза в два в связи с экономической ситуацией в стране, и тенденции к увеличению пока не наблюдается. Многие фонды оказались на грани закрытия. Теперь на смену большим бюджетам пришла новая практика — поддержка *pro bono* (менторство)

Фото Александра Корякова

ство — помощь профессиональными знаниями, когда специалисты компаний дают сотрудникам фондов юридические и маркетинговые консультации, проводят обучение, снимают фото и видео, разрабатывают дизайн и сайты.

Так же вследствие сокращения бюджетов появилась практика *cause related marketing* в кооперации фондов и бизнеса, когда бизнес готов делать отчисления с продажи продукта.

Марина Зубова также рассказала, что крупный бизнес стал создавать благотворительные фонды внутри себя, которые в сотрудничестве с НКО могут более комплексно решать проблемы, контролируя при этом целевое расходование средств. Кроме того, частные лица, у которых есть капитал, создают свои именные фонды.

Но филантропия — это только первая ступень. Перерастая ее, многие компании начинают активно использовать практики следующего уровня социальной вовлеченности бизнеса — корпоративного волонтерства, когда компания дополнительно вовлекает своих сотрудников в реализацию программ СО.

Массовое корпоративное волонтерство появилось два-три года назад, когда всем хотелось больших показателей. Часто оно было навязано сверху и преподносилось как тимбилдинг по субботам: приехать, что-то покрасить, отремонтировать и уехать, как рассказала Марина Зубова. Все эти разовые акции, безусловно, нужны социальному сектору, но проводились они без понимания того, что на самом деле нужно благополучателям. Сейчас такое волонтерство уходит в прошлое, так как компании поняли, что следует идти от нужд всех сторон процесса: сотрудников, компании, получателей помощи, благотворительных фондов и так далее. «К счастью, благотворительный сектор в России не стоит на месте, а развивается. И такие волонтерские акции перерастают в инфраструктурные проекты, когда оказывается не точечная адресная помощь, а системная. Сегодня сами фонды предлагают компаниям целые программы системной помощи. Появляется возможность решать проблему так, как она должна быть решена», — добавила Марина Зубова. Поэтому вместо единовременного привоза игрушек в детские дома бизнес вкладывается в системные программы, например в образование детей-сирот, в их профориентацию и трудоустройство, приводит пример Анастасия Ложкина, консультант по фандрайзингу и проектам в области КСО.

Когда бизнесу недостаточно практик первых двух уровней СО, он задумывается о следующей ступени — «социальных инвестициях». «Компания уже не просто отдает деньги в пользу благого дела, а рассчитывает на получение социального или финансового результата», — поясняет Ольга Шаратута. Финансовые и имиджевые выгоды здесь есть для обеих сторон: и для бизнеса, и для благополучателя. При этом в идеале компания настроена на выведение проекта на самоокупаемость.

В этой связи предприниматель Константин Клюка отмечает еще один из трендов глобального подхода к развитию социальной ответственности — принцип инклюзивности, вовлечения всех заинтересованных сторон: государства, компаний, людей, которые с этим продуктом или объектом соприкасаются. «Раздельный сбор мусора невозможен без развития соответствующего подхода и формирования навыка. В рамках проекта, который реализует наш холдинг, мы формируем навык у подрастающего поколения и формируем более рациональное отношение к сбору отходов. Акцент делается на молодежи, поскольку взрослое поколение менее восприимчиво», — говорит эксперт.

В реализации самых разнообразных программ СО компании не боятся экспериментировать, применять новые подходы и методы, такие как краудфандинг, например. «Краудфандинг в целом — еще относительно новый для страны инструмент: так, крупнейшие краудфандинговые платформы страны в этом году отметили семилетие. В процессе промо крауд-кампаний бренды включаются в интересные проекты как ресурсно, так и финансово. Из недавних примеров: крупный телекоммуникационный холдинг обратил внимание на проект по строительству галереи домового росписи в Прикамье и помог строительными материалами, что значительно снизило необходимую финансовую цель», — пояснила Наталья Игнатенко, маркетолог в сфере краудфандинга.

Также некоторые компании находят и поддерживают интересные им инициативы, зародившиеся в самом сообществе, где представлена компания, — например, грантовые программы.

В целом Марина Зубова отметила, что «мы идем к системному пониманию благотворительности в нашей стране». И есть надежда, что рано или поздно мы достигнем такого уровня, когда социальная ответственность уже глубоко укоренится в ДНК-коде компаний и бизнеса.



Но, как и любой другой бизнес, сфера отдыха, досуга и развлечений находится под влиянием страновых особенностей ведения дел, стереотипов и ментальности Фото Евгения Павленко

Ответственное зрелище

Когда вопрос с базовыми потребностями в целом решен, общество начинает все больше тратить на ценности нематериальные. И рано или поздно ребром встает вопрос о посылах и смыслах, которые несет в себе сфера зрелищ. Так актуальность приобретает социальная ответственность индустрии развлечений.

СВЕТЛАНА СЕМЕНОВИЧ

И, несмотря на очевидную значимость и важность этого явления, понимание термина «социальная ответственность» еще складывается, обрастая все новыми требованиями и критериями.

Социальную ответственность бренд-менеджер Дарья Вахрушева определяет как контроль над своими публичными действиями, которые могут повлечь негативные последствия. А проектный менеджер социально ориентированных программ и продуктов Галина Пушкарь определяет это явление шире: «Социальная ответственность — это значит делать лучше жизнь тех, кто живет рядом с тобой, чтоб в этом лучшем обществе людям хотелось потреблять интересно, разнообразно и часто. Движущими мотивами социальной ответственности выступают аргументы о репутации организации или события, формировании положительного мнения о себе среди целевых потребительских аудиторий, расширении горизонтов для успешного развития бизнеса. И можем продолжать этот филологический пассаж перечислений. Однако все много проще, достаточно вспомнить В. И. Ленина: „Нельзя жить в обществе и быть свободным от общества“, — уточняет эксперт.

Сфера отдыха, развлечений и шоу-бизнеса не является исключением и существует в обществе, реагируя на социально значимые запросы, тенденции и течения.

По мнению Галины Пушкарь, индустрия развлечений и в настоящее время, и всегда была привлекательным и желанным жизненным ориентиром для человека. И если посмотреть на жизнь с точки зрения статистики, то очевидным является тот факт, что людей успешных и финансово защищенных совсем немного, а вот из так называемых льготных категорий — подавляющее большинство. И именно этой категории важно знать, что есть и будет возможность побаловать себя, отсюда ожидания и ценовой доступности, и качественно-го отдыха за допустимые для себя деньги. И в этой части индустрия развлечений несет ответственность за так называемый уровень социального оптимизма, настроение в стране, считает эксперт.

А чтобы выполнять эту задачу, сфера отдыха и шоу-бизнес должны поддерживать и подогревать несколько основополагающих тем.

Главный социальный тренд последних лет — непроходящая мода на особенности и эксклюзивности, внешние, поведенческие, создающие личностную харизму, привлекающие зрителя и способствующие коммерциализации. В качестве примера Галина Пушкарь приводит некогда популярную группу Spice Girls, где были собраны простые девчонки: худые и пампушки, высокие и небольшого роста, красивые и обыкновенные. «Именно тот факт, что каждая из фанаток могла найти похожую на себя, стал определяющим в высокой популярности „перчинок“, как было при-

нято их называть. Сработал феномен трансформации обыкновенного в эталонное через выбор обычных девочек в звезды», — поясняет эксперт. И именно в этом видит социальную ответственность индустрии развлечений — дать ощущение личной уникальности обыкновенному человеку.

Еще одной базовой темой для индустрии развлечений Галина Пушкарь называет инклюзивность, то есть участие во всем, от создания и презентации продукта до его потребления, людей с различными видами ОВЗ (ограниченных возможностей здоровья). Всем людям, с любыми особенностями, хочется сходить в кино, кафе, парк, дискотеку, поехать в классный тур, устроить себе увлекательное путешествие по миру и по жизни вообще. Поэтому, по мнению госпожи Пушкарь, нужны фильмы с сурдопереводом, нужны кафе с пониженной высотой столов для колясочников, нужна доступная среда на всех видах транспорта и в инфраструктурных масштабах, чтобы развлечения и хорошее настроение, которое они обычно дают, были доступно всем и каждому.

На сегодняшний день в нашей стране много инклюзивных проектов, много площадок, где реализуются проекты, отвечающие требованиям СО, но и много позиций, где данная тема в состоянии точки роста.

НИЧЕГО ЛИЧНОГО

Созданные и поддерживаемые индустрией развлечений тренды постепенно охватывают самые широкие сферы жизни населения, создавая предпосылки для рождения новых бизнесов. «Так, тема здорового образа жизни и способов его поддержания в России уже привела к появлению существенного числа бизнесов, декларирующих интересующий целевую аудиторию подход и берущих на себя ответственность его обеспечивать. В туристическом бизнесе получила импульс развития идея создания эко- и этнодеревень. Желание сохранить особенности этноса каккарей в деревне Мартыново, продолжить культурные традиции и внедрить инновации в городе Мышкине (Ярославская область) привели к формированию успешного туристического кластера, опирающегося на давний бренд Углича. Пример экопродуктов — уже несколько компаний, чьи ценности декларируются как здоровое питание», — рассказал профессор Александр Цыганов, руководитель департамента страхования и экономики социальной сферы Финансового университета при правительстве РФ.

Активно включился в новые тренды и сегмент корпоративного досуга. Как рассказывает представитель ивент-рынка Юлия Жоля, «в ивент-сегменте социальная ответственность не просто заметна — она является одним из главных трендов. Все чаще при организации даже развлекательных или внутрикорпоративных мероприятий заказчики просят интегрировать в механику проекта те или иные социально ориентированные практики.

Тренд на социальную ответственность формируется и запросом снизу. И для клиентов брендов, и для самих сотрудников важно ощущать, что компания „имеет голос“ и способна реагировать на те или иные социальные вызовы».

Широкий круг социально значимых задач, которые решает индустрия развлечений, в то же время не отменяет стремления данного бизнеса к максимизации прибыли. И это накладывает на него еще больше ответственности в виде повышенного уровня СО во внутрикорпоративных процессах: маркетинговых коммуникациях, HR, финансах и так далее. В частности, важно принять меры, чтобы все сотрудники развлекательного предприятия реально разделяли поддерживаемые ценности. «Например, цирки часто декларируют ответственное отношение к животным, ведут занятия с детьми, спонсируют меры по сохранению природы, но достаточно небольшого факта жестокого и негуманного обращения с животными, чтобы испортить всю благостную картинку», — отметил Александр Цыганов.

Но, как и любой другой бизнес, сфера отдыха, досуга и развлечений находится под влиянием страновых особенностей ведения дел, стереотипов и ментальности. Очевидно, что называть компанию социально-ответственной невозможно, если она не считается законопослушной. Но в реалиях нашей страны здесь возникает некоторое несоответствие. Социально ответственный бизнес, конечно, должен быть законопослушным и не идти сознательно на уклонение от налогов. В то же время, по мнению Александра Цыганова, российское общество пока не рассматривает такие практики как абсолютное зло. Но ситуация меняется, и новое поколение молодых людей уже сейчас по-другому смотрит на обязанность по уплате налогов, нежели молодежь в 1990–2000-х годах, считает юрист Юлия Зазуля.

Кроме того, в отрасли еще периодически встречается подмена понятий и целей. «Социальная ответственность в России часто вызвана не реальным желанием сделать мир лучше, хотя бы вокруг себя, в том обществе, в котором живешь и общаешься, а желанием получить коммерческие преимущества. Например, участие в строительстве спортивных объектов, спонсирование концертов и соревнований часто связано с желанием получить непосредственный доступ к чиновникам, курирующим данные программы на федеральном или региональном уровнях», — посетовал Александр Цыганов.

Но в целом проблемы и несоответствия показывают, что данная сфера находится в стадии развития и роста, поиска оптимальных путей. А что касается свободы художника в самовыражении и реализации своего замысла, то СО не вступает с ней в противоречие. Потому что зритель находит свой смысл — для этого и нужны полифонические значения, подытожила Галина Пушкарь.

Затянутые в социальные сети

Цифровизация жизни и распространение социальных сетей накладывают серьезный отпечаток на подход к социальной ответственности бизнеса.

СВЕТЛАНА ПОПОВА

Социальные сети дают возможность вывести ситуацию в публичное пространство. «А общество оценивает то или иное решение именно по принципам социальной ответственности, так как эти принципы понятны и близки всем людям. Таким образом, социальную ответственность возводят во главу угла именно соцсети», — считает маркетолог Антон Бабчихин.

А значит, социально ответственным предпринимателям необходимо быть готовым к ряду «сюрпризов» онлайн-пространства.

Во-первых, в социальных сетях отклик от аудитории приходит существенно быстрее, чем при использовании традиционных каналов продвижения. С одной стороны, это дает компаниям прекрасный рабочий инструмент. «Если раньше клиенты искали компанию, то теперь компании ищут и привлекают клиентов — по причине все возрастающей конкуренции. И как раз соцсети выступают тем самым инструментом, с помощью которого можно заявить о себе, продемонстрировать свои

возможности, показать успехи и достижения», — говорит адвокат Варсеник Айрапетян. С другой стороны, такая скорость передачи информации приводит к тому, что любое недовольное мнение клиента о продукте или компании в считанные часы может уничтожить репутацию бизнеса и пошатнуть его бренд. «Сегодня голос нашего клиента и сотрудника стал намного громче и быстрее, чем когда-либо. Теперь каждый недовольный клиент может заявить о своем опыте использования продукта, мнении, догадках, претензиях к товару», — отмечает маркетолог Рина Подповетко.

Во-вторых, любую информацию и заявление в сети можно проверить, при этом все, что однажды попало в сеть, остается в ней навсегда. «А анонимность в сети постепенно пропадает. И хейтерские атаки, и фейковые отзывы становятся возможно отслеживать, что работает и на бизнес, и на лояльную аудиторию бренда», — добавляет госпожа Подповетко. Это заставляет бизнес более ответственно относиться и к клиентам, и к сотрудникам, а также строиться на искренних убеждениях и ценностях: компания должна сама выполнять то, о чем гово-

рит, и следовать заявленным нормам. Одних заявлений уже недостаточно, требуются фактические действия. И именно действия становятся почвой для обсуждений в публичном пространстве. Антон Бабчихин уверен, что если компания заявляет о себе как о социально ответственной, но при этом не защищает своих работников (например, не платит за них налоги или увольняет женщину перед декретным отпуском), то общество быстро обнаружит это несоответствие. И отреагирует соответствующим образом.

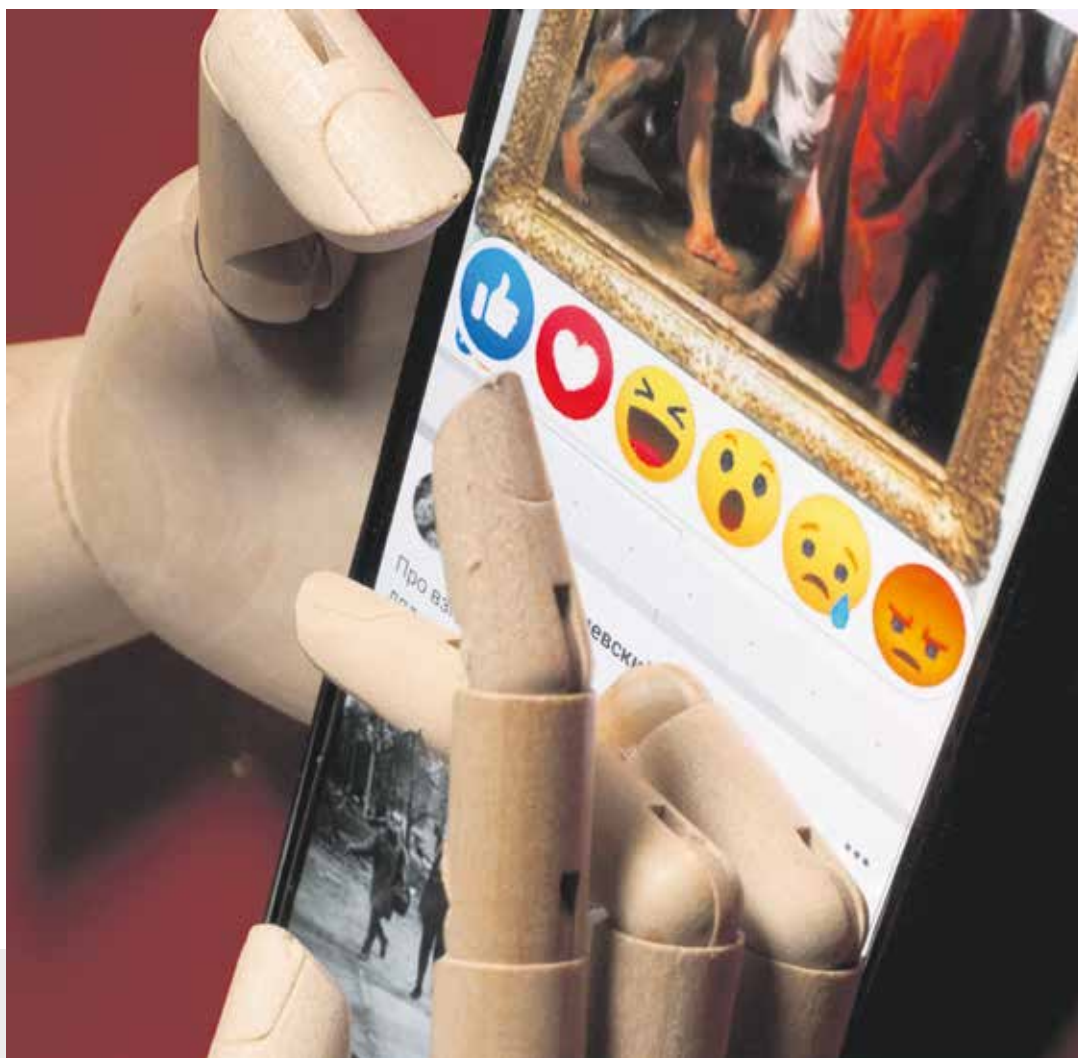
Еще один фактор, накладывают отпечаток на социально ответственный бизнес в условиях цифровизации быта, заключается в том, что социальные сети — это больше про «личности», чем про бизнес в целом, как отметила Рина Подповетко. А бизнес, как известно, делают люди. Теперь потребители знают, кто конкретно стоит за брендом, а это значит, что репутацию компании строят не только бизнес-процессы, но и владелец компании, и каждый ее сотрудник.

И на это предпринимателям необходимо обратить серьезное внимание: сотрудники предприятия должны реально разделять поддерживаемые ценности. «Согласитесь, будет выглядеть странно, если девизом фирмы является здоровый образ жизни, а в соцсетях будут публиковаться фото сотрудников, где они на отдыхе злоупотребляют спиртными напитками», — говорит Варсеник Айрапетян.

Следующим нюансом, который привносит цифровизация общества в бизнес, стремящийся быть социально ответственным, является расширение аудитории предприятия. С распространением социальных сетей появилось много новых аудиторий, самой большой из которых являются дети, отметила Рина Подповетко. Ни для кого не секрет, что это самая многочисленная и активная аудитория социальных сетей. Следовательно, публикуемый контент должен подвергаться более строгой цензуре, а посыл компании должен быть ясным для восприятия. Таким образом бизнес убивает сразу двух зайцев: возвращает лояльность к бренду с детства и создает репутацию социально ответственной компании.

Антон Бабчихин предупреждает: когда жизнь бизнеса выносится в пространство социальных сетей, то ее интерпретация становится неконтролируемой. Аудитории социальных сетей широки и разнородны, а возможность высказаться публично привлекает очень многих. И тогда начинает работать механизм «сломанного телефона»: постоянная передача информации от источника к источнику приводит к ее искажению. Либо целевой аудиторией компании случайно становятся те, кому производимый ею продукт не предназначен (к примеру, о достоинствах элитного алкоголя узнают подростки). И тогда могут быть проблемы. В том числе и с законом, как отметил адвокат Айрапетян.

«И если ситуация вышла в публичное пространство, значит, следует отследить ключевые смыслы, в которых ее анализируют, а также аудитории, которые проявили активность. Далее на основании этого делать публичные заявления. А спрогнозировать, какие это будут смыслы и какие будут аудитории, крайне сложно», — сетует Антон Бабчихин.



Когда жизнь бизнеса выносится в пространство социальных сетей, то ее интерпретация становится неконтролируемой

Фото Евгения Павленко

Петербургская благотворительность: частное дело государственного масштаба

«Помощь социально незащищенным слоям населения» в Петербурге появилась гораздо позже, чем собственно эти слои, и долгое время оставалась прерогативой частных благотворителей. Даже через 200 с лишним лет своего существования государственная соцзащита серьезно уступала частной и по масштабам, и по качеству.

КОНСТАНТИН ШОЛМОВ

В допетровскую эпоху нищие, сироты, инвалиды, одинокие старики традиционно могли найти поддержку в монастырях или прямо в богатых семьях: институт приживалок и приживальщиков был широко развит, особенно в купеческой среде. Но кардинальные изменения в жизни общества, война, затянувшаяся на два десятилетия, тотальная мобилизация населения, да и оскудение монастырей привели к тому, что в новорожденной Российской Империи появились огромные люмпенизированные массы. Разорившиеся крестьяне и отставные солдаты, спившиеся моряки, военнопленные, беженцы, сироты, количество которых исчислялось сотнями тысяч — значительная часть этого сброда по своей воле или под давлением обстоятельств оказалась в Санкт-Петербурге, который в 1710-е годы больше напоминал не европейскую столицу, а разудалое пиратское гнездо на Тортуге. Любивший решать все вопросы в «ручном режиме» Петр Первый в 1712 году распорядился «учинить» специальные учреждения по призрению калек и стариков, а также «гошпиталей» для приема и прокормления «младенцам, которые не от законных жен рождены, дабы вящего греха не делали, сиречь убивства». Впрочем, ни этот, ни последующие указы государя не были выполнены по банальной причине: казенных средств на них не отпускалось. Крайне раздраженный, Петр решил проблему «лишних людей» со свойственной ему энергией: всех «гуляющих людей», даже иночского чина, хватили и, бив батогами, отправляли на фабрики. Малолетних сирот младше десяти лет предлагалось раздавать всем желающим «в вечное владение», а старше — «писать в матрозы и присылать в Санкт-Петербург в Адмиралтейство», что, с учетом колоссальной смертности на флоте, было скверной альтернативой.

ВТОРАЯ ПОПЫТКА

Вторично решить проблему пауперизма государство решилось только при Екатерине II, повелевшей создать в каждой губернии «приказ общественного призрения» с весьма широкими обязанностями: попечение и надзирание об установлении и прочном основании народных школ, сиротских домов, больниц, богаделен, домов для призрения неизлечимых больных, домов для сумасшедших, рабочих домов, смирительных домов и так далее. Дело и теперь пошло не слишком быстро — в столице империи приказ удалось создать только пять лет спустя. Главной причиной было все то же отсутствие денег. Екатерина, впрочем, не только распорядилась выделить из казны на эти цели по 15 тыс. рублей на каждую губернию,

но и подала личный пример, отдав приказу 52 659 рублей, собранных петербургским дворянством и купечеством на сооружение памятника ей же. После этого пожертвования полились рекой: только на открытии Петербургского приказа общественного призрения было собрано больше 32 тыс. рублей. Для аристократов такие пожертвования являлись возможностью проявить себя в деле «улучшения нравов», для купцов и духовенства — заявить о себе и повысить свой статус. Попечительская тусовка с тех пор и до самой революции становится кратчайшим путем к подножию императорского трона. Примечательно, что на торжествах по поводу открытия сироты и призреваемые получили торжественный обед общей стоимостью в 40 рублей, тогда как собравшиеся гости — завтрак от имени губернатора, за который приказу пришлось из своих сумм уплатить за кушанья 160 рублей трактирщику Хюгету и за напитки 85 рублей погребщику Радышевскому.

Важным новшеством стала возможность для благотворительных организаций распоряжаться собранным капиталом, а именно отдавать его в рост. На рубеже XVIII и XIX веков именно в подведомственных приказам общественного призрения учреждениях можно было взять крупную — до 1000 рублей — ссуду. Что, естественно, приводило к многочисленным махинациям. Руководители приказов при этом назначались из судейских чиновников, что довольно точно иллюстрирует

общее отношение к проблеме. Забота о подопечных приказа воспринималась скорее как досадная необходимость. Недаром, как только в Петербурге появился Смирительный дом (исполнявший в том числе функцию ночлежки), полицейские власти начали отправлять в него всех без разбора, причем «на бессрочное содержание», то есть пожизненно! Чаша терпения приказных переполнилась, когда таким образом им прислали солдатку Васильеву, «взятую в пьянстве и без паспорта». Чиновники отправляют Васильеву обратно полицейским, сопроводив меланхолическим пояснением, что «в виду неопределенности закона, кто кого и как смирять должен» необходимо про каждого подопечного «впредь объяснять о таковых подробно их презрительные поступки, и коликое время усмирение долженствует продолжаться, а без означенного объяснения впредь таковых присылаемых на смирение принимать не будет».

Немало хлопот на первых порах доставила приказу и богадельня. Приняв в свое ведение Василеостровскую богадельню, приказ нашел в ней «2-х неизлечимобольных, 3-х дряхлых, 4-х престарелых, 6 отроков, 5 младенцев и богаделенных». Об условиях их содержания лучше всего говорит тот факт, что, едва увидев чиновников, большинство помещенных в богадельню «объявили желание быть освобожденными на свое пропитание, причем обещали представить росписки благотворительных людей, что не допустят их до нищенства». → 27



В XVIII веке Петербург больше напоминал не европейскую столицу, а разудалое пиратское гнездо на Тортуге. Постепенно порядок в городе был восстановлен, но отдельные очаги неблагополучия дожили до середины прошлого столетия
Фото ИТАР-ТАСС

Случайные зрители

Любой рекламный контент ищет в медийном пространстве свою целевую аудиторию. Но у рекламы есть и «побочная» ветвь потребителей — случайные зрители, не являющиеся потребителями рекламодателя, но вынужденные получать (видеть, слышать, замечать) рекламное сообщение в медийном пространстве. К этой категории относятся и дети.

СВЕТЛАНА ПОПОВА

И у значительной части общества есть запрос на то, чтобы рекламное сообщение не задевало чувства или не приносило дискомфорт как раз таким «широким массам».

СОЦИАЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ РЕКЛАМЫ
ОЧЕНЬ ВАЖНА, ВЕДЬ РЕКЛАМНЫЕ ДЕНЬГИ ВИДНЫ,
И ОНА СОСТОИТ В ПРОСВЕЩЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ,
ПРОДВИЖЕНИИ КРАСОТЫ, ДОБРОТЫ,
ЛУЧШИХ ТРАДИЦИЙ И НОРМ ОБЩЕСТВА,
ФОРМИРОВАНИИ ЖЕЛАНИЯ ЖИТЬ ЛУЧШЕ

«Социальная функция рекламы очень важна, ведь рекламные деньги видны, и она состоит в просвещении потребителей, продвижении красоты, доброты, лучших традиций и норм общества, формировании желания жить лучше», — говорит маркетолог Елена Коваленко.

Устремления сделать рекламу светлее и добрее нашли свое отражение в набирающем популярность понятии «социальная ответственность в рекламе». В нашей стране даже существует и рекомендуется к добровольному применению национальный стандарт социальной ответственности.

«Положения о социальной ответственности рекламы содержатся в Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций. Так, ст. 5 указанного Кодекса гласит, что маркетинговая коммуникация не должна побуждать к какой-либо форме дискриминации, в том числе по признакам расы, национальности, религии, пола, возраста, ограниченности физической возможности или сексуальной ориентации или к иным формам унижения человеческого достоинства. Также маркетинговая коммуникация не должна без обоснованной причины содержать идею, что отказ от приобретения рекламируемого товара может стать причиной несчастья или страдания. И еще говорится, что маркетинговая коммуникация не должна побуждать

к насилию, противоправному поведению и жестокости», — рассказывает криминолог Елена Бочкарева.

Но национальный стандарт дублирует нормы закона о рекламе. В частности, Елена Бочкарева обращает внимание на схожие принципы в статье 5

(общие требования к рекламе) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Таким образом, стремление сделать рекламу социально ответственной пока ограничилось требованиями законодательства. Однако эксперты и потребители считают, что этого недостаточно. «Существует множество лазеек для недоброкачественных рекламных сообщений. К примеру, в области интернет-рекламы лекарственных препаратов. По закону нельзя рекламировать рецептурные лекарственные средства на конечного потребителя. Но если производитель лекарств добавляет на интернет-страницу один вопрос „Вы врач?“,

то доступ к странице с препаратами открыт. Как только посетитель страницы подтвердил, что он специалист здравоохранения (без предоставления каких-либо документов), — вся ответственность



У значительной части общества есть запрос на то, чтобы рекламное сообщение не задевало чувства или не приносило дискомфорт широким массам зрителей
Фото Александра Корякова

переходит на него, и в этом случае производитель может продвигать в интернете рецептурные препараты», — рассказала Оксана Малащенко, менеджер интернет-проектов.

А иногда в порыве поиска выразительных средств обращения к потенциальному потребителю и «неограниченному кругу лиц» рекламодатель, соблюдая закон о рекламе, может сделать неприятно вызывающую картинку или ролик, отмечает Елена Коваленко.

В подобных случаях эксперты и говорят о необходимости более широкой интерпретации понятия «социальной ответственности в рекламе», чтобы наряду с желанием заработать действиями рекламодателя руководили и другие мотивы. Елена Бочкарева считает, что в нашей стране необходим набор критериев, определяющих высокий уровень социальной ответственности рекламы, разработанный с целью сокращения пропаганды потребительства и увеличения рекламных сообщений, направленных на моральное и нравственное развитие общества.

Эксперты также отмечают, что стране не хватает одного органа, который может запретить показ рекламы, — Федеральной антимонопольной службы. «Деятельность данного органа заключается в том, чтобы реагировать на жалобы, но не отслеживать рекламу на рынке (как показывает практика). И в таком случае каждый рекламодатель берет на себя социальную ответственность за рекламу», — считает Оксана Малащенко. В Европе надзорные организации уже созданы. Например, в Великобритании — Управление по стандартам рекламы (ASA). «В августе этого года ASA наложило

ДЛЯ БОЛЬШОЙ ЧАСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОМПАНИИ — ПРОСТО НАБОР БУКВ, ИХ БОЛЬШЕ ИНТЕРЕСУЕТ КРАСИВАЯ ПОДАЧА ПРОДУКТА ИЛИ УСЛУГИ, А ТАКЖЕ ИХ КАЧЕСТВО

запрет на показ рекламных роликов от двух компаний (среди них международный автоконцерн) — за пропаганду гендерных стереотипов. Оба видео попали под действие недавно вступивших в силу

новых правил, которые запрещают трансляцию рекламы, оскорбляющей чувства любого из полов», — рассказала Ольга Шаратута, эксперт в области социально ориентированного маркетинга и коммуникаций.

КРЕАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Несмотря на кажущуюся очевидность пользы социальной ответственности рекламодателей, отношение к данному вопросу у специалистов неоднозначно. Ряд экспертов отмечает пользу и необходимость данного явления в бизнесе. «Следование нормам социальной ответственности, во-первых, защищает права потребителя от некачественной информации. Во-вторых, заставляет рекламодателей тщательнее подбирать рекламные тексты и образы для рекламы», — заявляет Оксана Малащенко. А это, по мнению эксперта, влияет на конкурентоспособность рекламодателей — доверие к рекламе со стороны потребителей повышается.

«Социальная ответственность брендов приобретает все более серьезное влияние на принятие решения о покупке. Бренды, рассказывающие о своей социальной ответственности через маркетинговые инструменты, наблюдают рост продаж в среднем на 4% по сравнению с теми, кто не рассказывает вовсе», — рассказывает Ольга Шаратута.

А независимый пиар-консультант Анна Цкриалашвили считает, что оценить эффект от социально ответственной рекламы достаточно сложно. «Если в качестве показателя взять количество упоминаний в СМИ, то да, вероятно, что такая реклама вызовет больший интерес у журналистов. Стоит помнить о том, что быть сегодня социально ответственным равно быть в тренде, что в целом положительно сказывается на репутации бренда в медиасреде. Если же во главу угла мы поставим продажи, то такая реклама в российских реалиях

окажется с большой вероятностью неэффективной», — отмечает эксперт. По мнению Анны Цкриалашвили, для большей части потребителей социальная ответственность компании — просто набор букв, их больше интересует красивая подача продукта или услуги, а также их качество. Сыграть на социальной ответственности в продвижении можно, если это товары премиум-сегмента, потребителям которых важно поддерживать определенный имидж. «Впрочем, конкуренция на этом рынке не так велика, и влияют на нее в большей степени иные факторы», — добавляет Анна.

В итоге реклама сегодня ограничена жесткими рамками. С одной стороны, производителю необходимо представить свой продукт ярко и креативно, чтобы выделить его среди сотен других. С другой — его реклама не должна никого обидеть. Проблема в том, что сегодня существует огромное количество социальных групп и каждая может найти в рекламном материале какой-то подтекст, который они примут за оскорбление, считает Анна Цкриалашвили. Следовательно, социально ответственная реклама должна быть максимально нейтральной, что в негативном смысле сказывается на ее красочности. Это нормально для западного рынка, где покупатели уже устали от «пестроты» и отдают предпочтение брендам с минималистичной концепцией и сильной линией социальной ответственности (например, известный мебельный бренд, делающий рекламу в эко-стилистике). Следовательно, там же и вырабатываются концепции и технологии для максимальной результативности такого вида рекламы. Но в нашей стране пока такой потребности нет, считает Анна Цкриалашвили, также нет и необходимых наработок для производства социально ответственной рекламы, поэтому кейсы чаще работают не на положительную репутацию, а наоборот. Впрочем, это дело исключительно времени, уверяет эксперт.

25 → СБОЙ В ТЕХНОЛОГИИ

Но хуже всего обстояло дело с Воспитательным домом. Это учреждение для «призрения» незаконнорожденных детей, сирот и детей бедняков являлось частью грандиозного проекта Ивана Бецкого, известного сторонника идей Просвещения. Основной задачей просветители видели «исправление сердец и нравов народа», для чего предполагалось как можно ранее изымать детей из скверной среды и помещать в среду идеальную. Сироты и подкидыши, а также незаконнорожденные (при Воспитательном доме вскоре был открыт Родильный госпиталь) как нельзя лучше подходили для создания новой породы людей, технологию которого Бецкой изложил в «Генеральном учреждении о воспитании обоего пола юношества». Он же пожертвовал на содержание Воспитательного дома довольно крупные суммы из своего кармана. Но начинание, вознесшееся столь мощно, едва не кончилось крахом. Первоначальный энтузиазм жертвователей иссяк, так что через 20 лет после открытия заведение не собирало и 200 рублей в год, тогда как требовалось около 100 тыс. Кроме того, поток сирот и подкидышей оказался в несколько раз больше ожидаемого. Переполненность классов и дортуаров привела к вспышкам инфекций, которые следовали одна за другой. Дизентерия, оспа, холера и туберкулез косили воспитанников, смертность достигала 80–85%. В конце жизни попавший в опалу, разбитый параличом Бецкой отошел от руководства Воспитательным домом, и только приход на его место Марии Федоровны, супруги Павла I, спасает учреждение от полного развала.

Последующие 30 лет оказались для российской системы социальной защиты решающими. Жена, а затем вдова императора, мать еще двух императоров полностью посвящает себя благотворительности. В 1796 году под ее опекой находилось лишь два учреждения, в 1828, в год смерти, — 39. Но самое главное, что к этому времени уже сложилась структура управления, подготовки кадров и финансирования, легко институционализировавшаяся в Ведомство учреждений императрицы Марии — главный государственный орган соцзащиты Российской империи, просуществовавший до 1917 года.

В этой системе удивительным образом сочеталось использование ресурсов из разных источников: государственного бюджета, не тождественного ему кошелька членов императорской фамилии (например, сама Мария Федоровна пожертвовала около 4 млн рублей, ее невестка Елизавета Алексеевна отдавала больше 180 тыс. ежегодно), пожертвований и коммерческой деятельности учреждений. Бюджет ведомства в начале XX века достигал 128 млн рублей, причем это составляло менее 20% от суммы, расходуемой на содержание учреждений ведомства. Все остальное давали благотворители и собственные доходы заведений. К примеру, при многих женских школах действовали швейные и корсетные мастерские, производившие товары на продажу. Половина прибыли шла учреждению, половина — на личный счет воспитанницы.

У ведомства имелись собственные доходные дома и промышленные предприятия, доставшиеся главным образом тоже в результате пожертвований. Пожалуй, самым экзотическим из них была фабрика, выпускавшая игральные карты. Ее подарил еще Воспитательному дому Павел I. Помимо собственно фабрики, учреждению на вечные времена было передано право клеймить и продавать игральные карты во всех пределах Российской Империи. Фабрика то была монополистом в производстве карт, то продавала свое право на откуп. Интересно, что при этом члены Опекунского совета контролировали частных производителей, с тем чтобы их карты строго соответствовали утвержденным образцам. С конца XIX века к карточным деньгам добавляются сборы от публичных развлечений — многочисленных, как мы бы сейчас сказали, опен-эйров, проходивших в народных парках Петербурга.

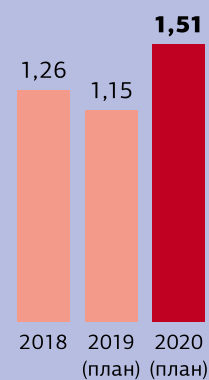


Оценить эффект от социально ответственной рекламы достаточно сложно
Фото Евгения Павленко

ИНВАЛИДЫ ПЕТЕРБУРГА

Согласно данным комитета по социальной политике, за 3,5 года реализации «Дорожной карты» по созданию условий доступности государственных учреждений города в эксплуатацию введено 72 объекта нового строительства, полностью соответствующих нормативным требованиям доступности, в том числе 41 объект в соответствии с адресной инвестиционной программой Санкт-Петербурга.

СКОЛЬКО ТРАТИТ ГОРОД НА СОЗДАНИЕ ДОСТУПНОСТИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ ОБЪЕКТОВ И УСЛУГ, МЛРД РУБ.



91,2 тыс.
инвалидов
трудоспособного
возраста

17,8 тыс.
детей-
инвалидов

Всего
более
588 тыс.
инвалидов

**Свыше
479 тыс.**
инвалидов
пожилого
возраста

Средства были потрачены, в частности, на капитальный и текущий ремонт существующих объектов, приобретение технических средств адаптации, создание и модернизацию рабочих мест для инвалидов, приобретение транспортных средств и обеспечение доступности жилых помещений инвалидов.

10 НАПРАВЛЕНИЙ

- Социальная защита
- Труд и занятость
- Образование
- Здравоохранение
- Физическая культура и спорт
- Культура
- Туризм
- Информация и связь
- Общественный транспорт
- Жилищная сфера

В Петербурге более **121,4 тыс.** инвалидов с нарушением опорно-двигательного аппарата (из них 17,5 тыс. инвалидов-колясочников)

Свыше 8,7 тыс. —
инвалиды с нарушением зрения

Более 19,8 тыс.
человек —
инвалиды
с нарушением слуха

Пользователи программы «Доступная среда» — это не только инвалиды-колясочники, как многие считают, но и инвалиды по зрению, слуху, это и пенсионеры, которым тяжело передвигаться, и родители с детскими колясками, и даже велосипедисты и роллеры.

За 3,5 года действия программы в эксплуатацию введено **606 единиц подвижного состава** наземного городского пассажирского транспорта, полностью соответствующих требованиям доступности для инвалидов (с пониженным уровнем пола, оборудованны выдвигаемыми аппаратами, «бегущей строкой» и автоинформаторами).

СООТВЕТСТВУЮТ ТРЕБОВАНИЯМ ДОСТУПНОСТИ ДЛЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ ИНВАЛИДОВ

1,7 тыс.

ЗАНИЖЕНИЙ БОРДЮРНОГО КАМНЯ
по 162 адресам запланировано на 2019 год

По состоянию на 30 июня 2019 года, из 4,3 тыс. единиц наземного городского пассажирского транспорта только **2,7 тыс.** (63,3%) полностью соответствуют требованиям доступности для всех категорий инвалидов.

