

RAR
УДК 008
ББК 71
DOI 10.34685/NI.2026.54.3.012

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Давиденко Елена Анатольевна,

соискатель,

Российский научно-исследовательский
институт культурного и природного наследия
имени Д.С. Лихачёва, Южный филиал,
улица Красная, д.28, Краснодар, Россия,
david.sch@yandex.ru.

Аннотация

Статья посвящена исследованию вклада крупных российских корпораций в развитие отечественной культуры в контексте реализации корпоративной социальной ответственности. Анализ социокультурных практик российских корпораций в рамках корпоративной культуры показал их большое разнообразие. Корпоративная социальная ответственность бизнеса реализуется путем участия в крупных инфраструктурных проектах в сфере культуры, науки, образования. В итоге исследования выявлен возросший уровень участия бизнеса в поддержке культуры и решении задач государственной культурной политики в России, но при этом отмечена недостаточность предпринимаемых усилий в этой области, их определенная разрозненность и нескоординированность.

Ключевые слова

Корпоративная социальная ответственность, корпоративная культура, российские корпорации, государственная культурная политика.

Современное состояние отечественной корпоративной культуры, которое связано с уходом с российского рынка транснациональных компаний, в корне изменило модели российской корпоративной культуры, придало большее значение национальному контексту и аксиологическому подходу в развитии корпоративной культуры. Сегодня российская корпоративная культура должна соответствовать стратегическим задачам государства, решающего сложные геополитические вызовы. Она призвана укреплять патриотическую направленность российского бизнеса, обеспечивать

преемственность исторических традиций отечественной управленческой культуры, воспитывать коллективизм, приоритет общественных и коллективных интересов над индивидуальными.

Важнейшими задачами корпоративной культуры должны стать формирование творческого отношения к делу, инициативности, социальной ответственности, духовности, солидарности, стремления к постоянному саморазвитию и самореализации. Все эти качества должны опираться на традиционные ценности российской цивилизации.

В этой связи особую актуальность приобретают культурологические исследования, посвященные преимущественности развития российского предпринимательства, формированию человеческого капитала, социальной ориентации корпоративной культуры отечественного бизнеса.

Цель данного исследования — определить вклад крупных российских корпораций в развитие отечественной культуры в контексте реализации корпоративной социальной ответственности. Для достижения цели исследования были использованы системный подход и сравнительный анализ.

Термин «корпоративная социальная ответственность» (далее — КСО) впервые был предложен У. Шелтоном в 1923 году. Автор концепции подчеркивал необходимость учета интересов общества как внутри корпоративной структуры, так и во внешней среде. Суть КСО заключается в добровольном перераспределении части прибыли на общественно значимые инициативы. Несмотря на временное снижение финансовых показателей, отказ от социальной вовлеченности чреват для бизнеса потерей репутации, снижением узнаваемости бренда и ослаблением позиций в диалоге с государством и партнерами. Таким образом, стратегически успешный бизнес стремится к балансу между получением прибыли и реализацией социальных проектов.

Зародившись в США, практика КСО получила глобальное распространение. Согласно международному стандарту ISO 26000¹, разработанному широким кругом экспертов, КСО определяется как деятельность, направленная на достижение устойчивого развития (социального, экономического и экологического) через максимизацию позитивного вклада бизнеса в жизнь общества и минимизацию негативного воздействия на окружающую среду.

В современной литературе гуманитарный аспект корпоративной культуры рассматривается через призму социальной ответственности, которая тесно переплетается с этикой, философией и системой ценностей компании. Исследователи

подчеркивают, что КСО выходит за рамки законодательных требований, опираясь на аксиологические установки и гражданскую позицию бизнеса. Это подразумевает осознанную ответственность субъекта за последствия своей деятельности для общества и его прогресса.

Спектр социальной ответственности бизнеса многогранен. Ключевыми направлениями являются обеспечение занятости, повышение уровня жизни населения и снижение социальной напряженности. Кроме того, бизнес активно участвует в экологических инициативах, инфраструктурных проектах и поддержке социальной сферы (науки, образования, медицины). В зарубежной практике принято классифицировать КСО по трем уровням:

-Экономический: повышение эффективности труда и рост благосостояния сотрудников.

-Внутренний социальный: соблюдение экологических стандартов, инвестиции в обучение и развитие персонала.

-Внешний социальный: благотворительная деятельность, поддержка образовательных и культурных институтов, а также помощь социально незащищенным группам населения.

Корпоративная социальная ответственность реализуется через широкий диапазон инструментов: от прямого финансирования до личного вовлечения персонала. Мировой опыт показывает, что подходы к участию бизнеса в жизни общества варьируются. Например, правительства стран ЕС вместе с профсоюзами определяют необходимый бизнесу минимум социальной ответственности. Наиболее приоритетными его направлениями являются социальные и экологические программы. Большинство социальных проблем европейские компании относят к сфере этической ответственности. В США компании часто создают собственные фонды, инвестируют в образование, поддерживают пенсионные программы и оказывают адресную помощь нуждающимся.

Современные технологии значительно трансформировали благотворительность. Сегодня активно применяются цифровые платформы, эндаумент-фонды и социальные сети. Популярность набирают такие форматы, как «мэтчинг» (добровольные пожертвования сотрудников), профессиональное волонтерство (pro bono), ко-брендинговые социальные проекты (поддержка социальной помощи при опоре на брендирован-

1 ГОСТ Р ИСО 26000-2012 Руководство по социальной ответственности. URL : <https://docs.cntd.ru/document/1200097847?ysclid=mkqkfdqz6c571726078> (дата обращения: 22.07.2026).

ные товары и услуги) и организация сбора средств через бизнес-структуры².

Переход к рыночным отношениям в России создал предпосылки для трансформации корпоративной социальной ответственности. Бизнес-структуры все чаще принимают на себя функции, традиционно закрепленные за государством, реализуя это через механизмы государственно-частного партнерства (далее — ГЧП). Внедрение инновационных социокультурных практик позволяет компаниям не только повышать конкурентоспособность за счет уникальных предложений, но и активно влиять на формирование городской среды и развитие креативного потенциала общества. Принятие Федерального закона № 330-ФЗ от 08.08.2024 «О развитии креативных (творческих) индустрий в РФ»³ закрепило правовую базу для стимулирования предпринимательства в этой сфере. Законом установлены позитивные условия для развития креативной экономики путем стимулирования предпринимательской деятельности корпораций в области социокультурных практик. Социальная миссия таких проектов заключается в модернизации территорий и реализации государственной культурной политики. Ключевыми задачами данных инициатив являются: обеспечение культурной самоидентификации граждан, повышение доступности культурных сервисов через цифровизацию, устранение барьеров для творческой самореализации, а также сохранение исторической памяти и трансляция традиционных ценностей, способствующая укреплению межпоколенческих связей.

Российский бизнес активно участвует в социокультурной жизни страны, реализуя большое разнообразие инициатив без жестких тематических ограничений. Комплекс поддержки охватывает всё: от сохранения культурного наследия и развития народных промыслов до современного искусства, кино, медиа и организации массовых праздников. Компании также инвестируют

в волонтерские проекты, образовательные программы для молодежи и профессиональную подготовку кадров в сфере культуры.

По данным агентства InterMedia⁴, в эту деятельность вовлечено свыше 2000 организаций, включая IT-гигантов, финансовые структуры, медиахолдинги и издательства. Хотя основная нагрузка по финансированию культуры в РФ лежит на государстве, частный сектор играет важную роль через механизмы корпоративной социальной ответственности. Крупные предприниматели часто выступают меценатами, поддерживая ведущие музеи и театры. Ярким примером является Фонд Владимира Потанина, который ежегодно выделяет гранты до 5–7 млн рублей на развитие музейных инициатив в рамках программ «Музей без границ».

Анализ показал, что среди крупных компаний, работающих в сфере финансов и включивших в свой состав группы и объединения, создающие творческий контент, были отмечены банки — Сбер, ВТБ, Газпромбанк, в сфере добывающих отраслей — Татнефть, IT-индустрий и мобильной связи — Ростелеком, МТС и ряд других. В российском культурном пространстве только один Газпромбанк курирует множество фирм, киностудий, журналов, радио и телеканалов: «Газпром-медиа», Premier, Rutube, «Эхо Москвы», 101.ru, Relax FM, «Радио Energy», «Детское радио», Like FM, «Юмор FM», «Радио Romantika», «Радио Зенит» и др.⁵.

Ярким примером эффективного партнерства стало взаимодействие ПАО «Газпром» и Государственного музея-заповедника «Петергоф». С 2009 года компания выступает главным спонсором реставрации Китайского дворца в Ораниенбауме. Кроме того, ее усилия способствовали восстановлению знаменитой картины Карла Брюллова «Последний день Помпеи». Особый интерес вызвал открытый формат работ: благодаря прозрачным экранам в зале зрители могли

2 Система добра. Как крупный бизнес развивает филантропические проекты. URL : <https://sber.pro/publication/sistema-dobra-kak-krupnii-biznes-razvivaet-filantropicheskie-proekti/> (дата обращения: 22.07.2026).

3 Федеральный закон от 08.08.2024 г. № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». URL : <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50912?ysclid=ml6b44c63n238385280> (дата обращения: 22.07.2026).

4 Сфера культуры и культурные индустрии в РФ: аналитика 2016–2018: результаты комплексного исследования / [гл. ред. Е. А. Сафонов]. М., 2019. Культура и культурные индустрии в РФ 2016–2018. Результаты комплексного исследования / [гл. ред. Е. А. Сафонов]. М., 2019. – URL : https://www.intermedia.ru/uploads/culture-of-russia-2018_web.pdf (дата обращения: 22.07.2026).

5 Там же

наблюдать за процессом реставрации в режиме реального времени. Финансовую поддержку ремонтных работ Покровского собора и реализацию выставочной инициативы «Новодевичий монастырь. Вехи истории» оказывал благотворительный фонд «Транссоюз»⁶.

Компания «Северсталь» планирует направить около 3 млрд рублей на благотворительные проекты в Череповце в 2026 году. Такое решение было принято на совещании под руководством председателя Совета директоров Алексея Мордашова. Этот показатель почти в два раза выше показателя 2025 года. Кроме того, «Северсталь» останется учредителем «Агентства городского развития». По этой линии планируется продолжить поддерживать программы ремонта в учреждениях культуры, высаживать зеленые насаждения и проводить грантовый конкурс для инициатив местных жителей⁷.

Госкорпорация «Ростех» действует в рамках стратегии социальной ответственности, активно поддерживая культурные, образовательные и художественные проекты, имеющие общественную значимость. На сегодняшний день на его счету десятки подобных инициатив. Среди ключевых мероприятий выделяется военно-музыкальный фестиваль «Спасская башня», признанный крупнейшим в мире событием подобного рода, ежегодно объединяющим на Красной площади коллективы со всех уголков планеты. Также ежегодно с 2015 года в Москве проходит Фестиваль фейерверков, представляющий собой уникальное сочетание искусства и высоких технологий. Значимым проектом является фестиваль «Толстой Weekend», поддерживаемый Ростехом. Он проходит в Ясной Поляне — родовом имении писателя в Тульской области, которое превращается в центр творческой жизни, где организуются театральные постановки, кинопоказы, образовательные лекции и мастер-классы. Кроме того, Ростех поддерживает Кинофестиваль семейных и детских фильмов, являющийся частью Обще-

национальной программы «В кругу семьи». Данный проект был инициирован по благословию Патриарха Московского и всея Руси Алексия II. Его главная цель — поддержка института семьи и формирование позитивного образа семьи в культуре и искусстве⁸.

На сайте «Культура. Гранты России» выставлены условия регионального конкурса журналистов в области печатных и онлайн-СМИ «Искра Юга им. В. В. Смирнова». Грантодатель — фонд «Вольное дело», курируемый О. Дерипаской. В качестве основной цели провозглашается содействие повышению популярности качественных масс-медиа в регионе, рост профессионального уровня журналистов ЮФО, СКФО, Крыма, установление профессиональных связей между изданиями, а также поощрение талантливых авторов региона. Фонд выделил годовой грант на подготовку серии материалов об истории и традициях кубанского казачества⁹. При этом, анализируя роль бизнеса в развитии отечественной культуры, исследователь М. В. Фомин отмечает недостаточность этих усилий¹⁰. Он подчеркивает, что вклад бизнеса в развитие российской культуры остается ограниченным. Автор указывает на дефицит ресурсов в культурной сфере и критикует чрезмерную зависимость культурной политики от государства, что препятствует полноценному использованию рыночных инструментов и потенциала НСО. Несмотря на значительное влияние бизнеса в других областях, его участие в поддержке культуры (за исключением меценатства) остается минимальным. По мнению исследователя, налаживание конструктивного диалога между предпринимательским сообществом и культурными институтами необходимо для повышения качества жизни граждан. В то же время крупные компании все чаще интегрируют социальную ответственность в свою стратегию, используя участие в масштабных инфраструктурных, образовательных и научных проектах для укрепления

6 В Москве открылся первый Форум-фестиваль #День-Мецената. URL : <https://asi.org.ru/2025/04/08/v-moskve-otkrylsya-pervyj-forum-festival-denmeczenata/> (дата обращения: 22.07.2026).

7 «Северсталь» направит 3 млрд рублей на благотворительность. URL : <https://asi.org.ru/news/2025/11/20/severstal-napravit-3-mlrd-rublej-na-blagotvoritelnost-v-cherepovce/> (дата обращения: 22.07.2026).

8 Культурные проекты Ростеха: отфестиваля фейерверков до семейного кино. URL : <https://rostec.ru/media/news/kulturnye-proekty-rostekha-ot-festivala-feyerverkov-do-semejnogo-kino/#start> (дата обращения: 22.07.2026).

9 Искра Юга им. В. В. Смирнова. URL : <https://iskra.expertsouth.ru/> (дата обращения: 22.07.2026).

10 Фомин М. В. Государство и бизнес: социокультурные аспекты взаимодействия // Среднерусский вестник общественных наук, 2018. Т. 13. № 1.

репутации, формирования позитивного имиджа и получения налоговых преференций.

В заключение необходимо отметить, что крупные производственные структуры, осознавая свою миссию, берут на себя корпоративную ответственность перед социумом, активно позиционируют себя в публичном пространстве. Проводимые мероприятия и акции повышают престиж корпорации, улучшают её имидж, позволяют получить налоговые льготы и преференции. Корпоративная социальная ответственность реализуется путем участия в крупных инфраструктурных проектах, поддержкой науки, медицины, образования и т.д.

Корпорации в настоящее время играют значительную роль в развитии благотворительности и организации социокультурных проектов. Анализ социокультурных практик российских корпораций показал их большое разнообразие. Это разработки и мероприятия в области охраны культурного наследия, поддержки народного творчества, его сохранения, изучения и популяризации, а также в области исполнительского, изобразительного и монументального, декоративно-прикладного искусства, кинематографа и фотографии, радио и телевидения и т.д. Средствами подобных практик ведется поддержка развития добровольческой (волонтерской) деятельности в сфере культуры, программ в области дополнительного образования, культурно-просветительских программ для школьников, профессиональной подготовки и переподготовки

кадров, а также обеспечения и обслуживания всей индустрии досуга. Исследователи отмечают возросший уровень участия бизнеса в поддержке культуры в России и решении задач государственной культурной политики, но при этом отмечают пока недостаточность предпринимаемых усилий в этой области, их определенную разрозненность и нескоординированность.

Список литературы

1. В Москве открылся первый Форум-фестиваль #ДеньМецената. URL: <https://asi.org.ru/2025/04/08/v-moskve-otkrylsya-pervyj-forum-festival-denmeczenata/> (дата обращения: 22.07.2026).
2. Культурные проекты Ростеха: от фестиваля фейерверков до семейного кино. URL : <https://rostec.ru/media/news/kulturnye-proekty-rostekha-ot-festivalya-feyerverkov-do-semeynogo-kino/#start> (дата обращения: 22.07.2026).
3. Система добра. Как крупный бизнес развивает филантропические проекты. URL : <https://sber.pro/publication/sistema-dobra-ka-krupnii-biznes-razvivaet-filantropicheskie-proekti/> (дата обращения: 22.07.2026).
4. Федеральный закон от 08.08.2024 г. № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». URL : <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50912?ysclid=ml6b44c63n238385280> (дата обращения: 22.07.2026).

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS AS A TOOL FOR DEVELOPING CORPORATE CULTURE

Davidenko Elena Anatolyevna,

Applicant of the Likhachev Russian
Research Institute for Cultural and Natural Heritage,
Krasnodar, Russia,
david.sch@yandex.ru.

Abstract

This article examines the contribution of large Russian corporations to the development of Russian culture in the context of corporate social responsibility. An analysis of the sociocultural practices of Russian corporations within the context of corporate culture revealed their great diversity. Corporate social responsibility is realized through participation in major infrastructure projects in culture, science, and education. The study revealed an increased level of business involvement in supporting culture and addressing state cultural policy issues in Russia. However, it also noted that current efforts in this area are insufficient, fragmented, and uncoordinated.

Keywords

Corporate social responsibility, corporate culture, Russian corporations, state cultural policy.

References

1. The first #MecenatDay Forum-Festival has opened in Moscow. URL: <https://asi.org.ru/2025/04/08/v-moskve-otkrylsya-pervyj-forum-festival-denmeczenata/> (accessed: 22.07.2026).
2. Rostec's cultural projects: from a fireworks festival to family cinema. URL: <https://rostec.ru/media/news/kulturnye-proekty-rostekha-ot-festivalya-fejerverkov-do-semejnogo-kino/#start> (accessed: 22.07.2026).
3. The system of good. How big business develops philanthropic projects. URL: <https://sber.pro/publication/sistema-dobra-kak-krupnij-biznes-razvivaet-filantropicheskie-proekty/> (accessed: 22.07.2026).
4. Federal Law No. 330-FZ dated 08.08.2024 "On the Development of Creative (Artistic) Industries in the Russian Federation". URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50912?ysclid=ml6b44c63n238385280> (date of reference: 22.07.2026).

Ссылка для цитирования: Давиденко, Е. А. Корпоративная социальная ответственность бизнеса как инструмент развития отечественной культуры / Е. А. Давиденко // Культурное наследие России. — 2026. — № 3. — С. 94–99. — DOI: 10.34685/НН.2026.54.3.012.