



Особенности психологии социального инвестирования и благотворительности обсудили в Общественной палате РФ

Говорить о благотворительности или молчать? Этот вопрос стал главной темой мастер-класса «Говорим о социальных инвестициях, волонтерстве и благотворительности: смыслы, ценности и подводные камни», который прошел 15 августа на площадке Общественной палаты РФ.

С приветственным словом к участникам мероприятия обратился заместитель председателя Комиссии ОП РФ по экономике и трудовым отношениям Вадим Ковалев.

«В нашей комиссии мы всегда рады вашим идеям и инициативам. И я хотел бы пригласить вас, может быть уже в завершение мастер-класса, подумать о практических шагах, как площадка Общественной палаты может быть полезна для развития диалога между бизнесом и обществом», — отметил он.

Профессор-практик РАНХиГС при Президенте РФ, директор Института психогенетики и эффективного поведения, бизнес-тренер Людмила Мосина в ходе своего мастер-класса рассказала о том, как включенность в соинвестиции, волонтерство и благотворительность влияет на развитие личности, и ответила на главный вопрос дискуссии.

«Говорить о благотворительности, конечно, нужно, но с пониманием того, как говорить и о чем. Это должно затрагивать струны души как тех, кому помогают, так и тех, кто помогает. Наша задача — осознавать контекст: что люди думают и что чувствуют, ведь реальность меняется, когда меняется мышление», — подчеркнула ведущая мастер-класса.

В своем выступлении Людмила Мосина также остановилась на стереотипах, существующих в обществе относительно благотворительности, среди которых желание помогать «в тишине» или перечислять деньги конкретному человеку, но не фонду. Есть и те, кто считает благотворительные фонды недостаточно прозрачными, уверен, что отсутствие больших ресурсов не позволяет поддерживать фонды, а также боится потерять душевное спокойствие, оказывая помощь.

Эксперт считает, что очень важно уметь просить помощь: в российской деловой культуре просьба от слабости имеет большую силу, чем просьба от силы. И здесь необходимо понимать того, к кому вы обращаетесь. Главное качество благотворителя — интерес к другому человеку, поэтому важно изначально установить контакт.

Рассказывая об источниках энергии, она подчеркнула, что больше всего энергии человеку дает

благодарность.

«Когда мы благодарны предыдущим поколениям, у нас появляется энергия, чтобы помогать будущим поколениям лучше себя чувствовать. Не бойтесь отмечать то, что вы сделали, не обесценивайте себя, цените свой вклад в жизнь других людей», — добавила Людмила Мосина.

Важность партнерского подхода во взаимодействии НКО и бизнеса в вопросах благотворительности и волонтерства отметила заместитель руководителя Национального совета по корпоративному волонтерству Анна Бушлякова.

«На сегодняшнюю тему мы смотрим с точки зрения человека. Мы предлагаем коллегам совместные проекты. На данный момент более 70 компаний уже вовлечено в совместную деятельность. Поднимая вопрос, как донести до крупного бизнеса проекты, которые хочется предложить, я бы обратила ваше внимание на такую организацию, как “Форум доноров”. На мой взгляд, если некоммерческий сектор начинает объединяться, то они больше обмениваются опытом. И вот как раз “Форум доноров” реализует множество проектов. Они организуют встречи, где представители бизнеса рассказывают о том, как выбираются благотворительные проекты. Конечно, это связано и со стратегией устойчивого развития, которая есть у крупного бизнеса. Еще раз подчеркну, что главное — это обмен опытом и объединение, соответственно, чем больше взаимопроникновения, тем больше опыта», — считает Анна Бушлякова.

Директор Лаборатории социальной рекламы Гюзелла Николайшвили в своем выступлении акцентировала внимание на том, что фандрайзинговая реклама — самое токсичное направление, которое выжимает из людей самые большие эмоции.

«Повышая культуру социальной рекламы, мы пытаемся отделить эту рекламу, чтобы она шла отдельным потоком и была более цивилизованной. Мы пытаемся показать пути и научить создавать фандрайзинговую рекламу. И самое главное — мы боремся с токсичной рекламой, выжимающей слезы, так как это наносит ущерб и самой благотворительности, и, к сожалению, расширяет сектор теневой благотворительности», — добавила спикер.

Подводя итог встречи, главный редактор портала «Бизнес и общество», директор центра «Сопричастность» Татьяна Бачинская поблагодарила всех участников за диалог, подчеркнув, что каждый решает сам, говорить или не говорить о благотворительности.

«Компаниям было бы хорошо говорить о благотворительности, потому что они не просто рассказывают о своей деятельности, а еще и мотивируют, помогают другим понять, почему надо этим заниматься. Очень важно, каким языком и через какие каналы говорить. Хочется попросить бизнес быть более открытым, близким к сердцу. Всем нам нужно меняться, и компаниям, которые хотят рассказать о себе, и благотворительным организациям, которые хотят рассказать о совместных проектах с компаниями, таким образом отыскав друга, партнера, помощника», — отметила Татьяна Бачинская.