

Белый цвет благотворительности



Игорь Цыкунов

Когда обсуждалась идея специального приза «Серебряного Лучника» и Национального благотворительного фонда для лучшего PR-проекта в сфере благотворительности, было много сомнений. Кто-то считал, что проектов на конкурс придет мало — активность некоммерческих организаций слаба. Кто-то говорил об уровне — откуда в этой области профессионалы? Разве что крупные фонды могут позволить себе нанять PR-специалистов. Боялись самодеятельности. В результате приз утвердили с оговоркой, что он может не вручаться, если не найдется достойной работы. Это был эксперимент в чистом виде. И он не огорчил, а удивил и порадовал.

Активность

Всего на конкурс Национальной премии в области развития общественных связей было принято 116 заявок, из которых 61 — проекты, связанные с благотворительностью. Всего же интерес к конкурсу в той или иной мере проявило около 1000 некоммерческих организаций. Вообще, было подано больше сотни заявок, но после консультаций часть из них отозвали. По разным причинам: не успевали доделать презентацию проекта, возникли сомнения в качестве проекта, часто — решили усилить информационное сопровождение своей работы и в будущем году представить на конкурс достойный проект. В любом случае появился интерес. Многие заявители сообщили, что в процессе подготовки проектов проанализировали их с точки зрения связей с общественностью и поняли, что упустили ряд хороших возможностей для продвижения организации. И это, как нам кажется, очень ценный результат, при условии, конечно, что обнаруженные ошибки будут исправлены.

«Самодеятельность»

Она, конечно же, присутствовала. Около трети проектов преподносились, прежде всего, как социальные, и уже только поэтому достойные внимания и поощрения. Но это не в формате конкурса, где оценивалось в первую очередь PR-сопровождение проекта, а не его содержание. Однако была и другая треть проектов, профессионально и грамотно подготовленных, и они успешно конкурировали с работами коммерческих организаций и PR-агентств.

Победителями экспертный совет и жюри конкурса признали сразу два проекта: национальную благотворительную программу помощи больным детям «Доброе сердце» и социальный проект обучения компьютерной грамотности людей пожилого возраста «Бабушка-Онлайн». В первом случае были оценены масштабность работы и эффективность сбора денег, во втором — креативность и публичность, достигнутая при минимуме затрат.

Проекты победителей войдут в очередную том книги «50 лучших проектов национальной премии в области развития общественных связей» и станут в некотором роде образцами благотворительных проектов. В декабре 2010 года книга поступит во все книжные супермаркеты крупных городов России, Украины и Белоруссии, будет передана в научные и студенческие библиотеки крупнейших университетов Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, других городов России.

В книгу может быть включен и еще один проект, приз не завоевавший, но отмеченный экспертами. Это работа «Исцеление через творчество», представленная Благотворительным фондом реализации инновационных программ «Грани таланта». Сотрудники фонда привлекли внимание общественности к центру творческой реабилитации для детей с тяжелыми пороками сердца при Центре сердечно-сосудистой хирургии имени А. Н. Бакулева.

Хорошо оценили эксперты благотворительный проект «Последний герой» Ульяновской детской общественной организации туризма. Испытания и конкурсы экстремальной игры для трудных подростков не только зрелищны, но и эффективны. Каждый год по ходатайству организаторов 50–60 процентов подростков снимается с учета инспекции по делам несовершеннолетних. Отмечена конкурсная работа «Цветик-семицветик» Краснодарского фонда социальной защиты населения, популяризирующая помощь тяжелобольным детям. Хорошо представленные проекты дают и серьезный экономический эффект — собрано





76 миллионов рублей в пользу сотен маленьких пациентов больниц.

27 января 2010 года в Московском международном Доме музыки состоялась XIII церемония вручения Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник». Сцена была украшена цветовыми колоннами всех цветов радуги, которые меняли цвет по желанию лауреата. Красный называли символом красоты, радости, уверенности, кипучей энергии и победы; зеленый — любви и надежды; синий цвет ассоциировался со свободой и безграничным полетом; фиолетовый заявлялся как знак превосходства, гармонии и изысканности. Выбор цвета благотворительности склонился к белому, который, как известно, содержит в себе все цвета радуги.



После вручения специального приза Национального благотворительного фонда и Попечительского совета Национальной премии «Серебряный Лучник» сомнения уже не высказывались. Было принято решение о введении в конкурсе будущего года номинации для PR-проектов в сфере благотворительности.

Нас приняли в профессиональную среду. Мы доказали — в некоммерческой среде PR не только существует, но и может составить конкуренцию крупным компаниям и профессиональным агентствам.

P. S.

Недавно в Национальный благотворительный фонд приезжали гости из Саратовского фонда «Александр Невский». Пришли просто пообщаться, рассказать новости. Одна из новостей — после конкурса принято решение ввести в штат PR-специалиста. И, судя по планам, работы у нового сотрудника будет много. ■

