

Больше, чем пакет с продуктами: как фонд «Выручаем» и региональные НКО меняют язык социальной помощи в России

Благотворительный фонд Х5 «Выручаем» завершил образовательный практикум «Сила истории». Проект организовал для представителей некоммерческого сектора (НКО) несколько лекций с экспертами из разных направлений, которые поделились опытом и практическими советами, как изменить общественное восприятие продуктовой помощи. После теоретической части участники практикума передавали продукты нуждающимся и проводили глубинные интервью, применяя на практике новые навыки этичной коммуникации. Более 40 уникальных историй о подопечных, получающих продуктовую поддержку, уже опубликованы в региональных СМИ и социальных сетях благотворительных фондов.

Продуктовая благотворительность – базовый инструмент, который помогает семьям с низким доходом высвободить средства для решения жизненных трудностей. Главной целью практикума «Сила истории» стало обучение региональных фондов современному языку коммуникаций: без манипуляций, с опорой на факты и глубоким уважением к человеческому достоинству.

Обучение проходило в несколько этапов. В июле был организован онлайн-модуль, в рамках которого специалисты участвовали в серии из 7 онлайн-вебинаров, посвященных этичному интервью с благополучателями, работе со СМИ, использованию нейросетей в работе НКО, фандрайзингу и профилактике профессионального выгорания. После этого участники перешли к дистанционной практике, для этого фонд «Выручаем» выделил продуктовые сертификаты в магазинах торговой сети «Пятёрочка». Специалисты должны были бережно передать помощь, провести этичное интервью с благополучателями и написать об этом историю. Авторы лучших историй были приглашены на интенсив в Москву.

В интенсиве практикума принимали участие специалисты со всей страны – от Дальнего Востока до Заполярья и Юга России. На очное обучение приехали специалисты из Москвы, Санкт-Петербурга, Хабаровска, Бийска, Томска, Нарьян-Мара, Нижнего Новгорода, Ростова-на-Дону, Череповца, Калуги и Ярославской области. Среди участников – менеджеры по связям с общественностью следующих некоммерческих организаций: «Дети Мариин», «Дорога к дому», «Улица Мира», «Доброе дело», «Дом милосердия кузнеца Лобова», «Чужих детей не бывает», «Дети в семье», «Добрая Казань», «Путь в большой мир», «Благотворительный фонд им. Алены Петровой», Комплексный центр социального обслуживания населения города Бийска, а также 2 региональных отделения Российского красного креста: Калужское и Ненецкое.

*«Мы увидели потрясающий отклик со стороны региональных коллег. Сегодня огромен запрос на обучение профессиональной коммуникации PR-специалистов в НКО, – отмечает **Анна Скоробогатова, президент благотворительного фонда Х5 «Выручаем»**. – Опубликованные истории – это реальные примеры, как людям в непростой жизненной ситуации вовремя предложили помощь. Выводя эти истории в публичное поле, мы вместе с участниками практикума меняем отношение общества к продуктовой благотворительности и показываем, что такая поддержка – это системная инвестиция в благополучие людей».*

Программа очного интенсива в Москве стала кульминацией проекта. Под руководством ведущих экспертов участники прокачивали комплексные PR-навыки:

- **Этика и интервью:** социолог РАНХиГС Дмитрий Rogozin провел полный учебный день, посвященный практике нарративного интервью.
- **Доказательная база:** Анна Скоробогатова, президент «Выручаем» на цифрах разобрала социальные эффекты продуктовой помощи (снижение бедности и уровня тревожности). На практическом упражнении участники перевели эти данные на язык ключевых аудиторий: GR, корпораций, массовых доноров, волонтеров и

благополучателей.

- **Визуал и тексты:** финалисты прошли мастер-класс по мобильной фотографии от Александра Маерса и воркшоп по созданию сильных текстов от спецкора ИД «Коммерсантъ» Александра Черныха.
- **Достоинство человека:** Мария Черток из фонда «Культура благотворительности» провела открытый диалог о смыслах работы в НКО и соблюдении достоинства как благополучателей, так и самих сотрудников.
- **Работа со СМИ:** Людмила Зонхоева, эксперт по работе с СМИ, сотрудничающая с крупнейшими фондами, провела воркшоп по инструменту «Матрица коммуникационных заходов» для системного взаимодействия с редакциями.

Отзывы участников интенсива:

- Екатерина К., Ростов: «Дорогие организаторы, вы сделали невероятный подарок: соединили культуру полезности с психологией достоинства в золотой пропорции. Гостеприимно укутали комфортом и одновременно заставили шевелить мозгами и эмоциями. А кормили так, будто у вас KPI: в каждого участника поместить объём одного продуктового сертификата в один приём пищи!»
- Дарья Ш., Череповец «Хотелось бы выразить огромную благодарность за организацию такого чудесного мероприятия! Всё было на высочайшем уровне - питание, комфортные и уютные условия проживания, лекции, увлекательная экскурсия. Спасибо за гостеприимство! Отдельная благодарность спикерам за новые знания и открытия! Эти дни подарили нам кучу невероятных эмоций, впечатлений и вдохновения!»
- Анастасия Ч., Казань: «Спасибо за возможность принять участие в интенсиве! Для меня это было очень познавательно и нужно - настолько, что иногда я ловила себя на мысли: «Вот за этим я и пришла». Время пролетело очень быстро и с какой-то невероятной атмосферой. Организаторы, вы крутые! Это правда огромный труд - нас всех собрать, накормить, обучить и поддержать в нашем пути. Спасибо за спикеров, за те упражнения, кейсы и истории, которые мы разобрали. Для меня было очень ценным послушать опыт и истории коллег, понравилось, какие глубокие темы мы поднимали и как с разных точек зрения это всё рассмотрели.»
- Маргарита Ц., Череповец «Эти три дня в Москве пролетели очень быстро. Было здорово встретиться с коллегами из других фондов и услышать крутых спикеров вживую. Понравилось, что было много практики и мы сразу пробовали то, о чём говорили, - фотографировали на улицах, разбирали свои тексты, обсуждали сложные темы. Еще раз благодарю за эту возможность!»

Практикум завершился созданием пула амбассадоров нового языка благотворительности – специалистов, которые вернутся в свои регионы с готовыми инструментами для привлечения партнеров, взаимодействия со СМИ и системного развития некоммерческого сектора.

[Ссылка на публикацию](#)