



балерины, оформленные в раму. Я сильно удивился: его образ с этой покупкой у меня совсем не ассоциировался. Он объяснил это тем, что захотел подарить их своему ребенку и тем самым передать ему идею о том, что через 20–30 лет кто-нибудь купит на аукционе и что-нибудь, связанное с ним, если он многого достигнет.

Насколько чаще сейчас люди сами приходят и предлагают помощь?

Намного. Стало проще с волонтерами, помогает и бизнес. Кто-то делает это с точки зрения личного пиара — и мы не против. Никто не говорит, что все в этом мире должно идти исключительно от сердца. Хотя для многих это вполне искренний процесс.

Те, кто не считает нужным помогать деньгами, часто перечисляют нам мили. Благодаря такой помощи ребенок может полететь на обследование или лечение с большой скидкой (за стоимость сборов авиакомпании). При этом мы говорим не только и не столько про полеты за границу, чаще всего это полеты как раз внутри страны. Это чрезвычайно важная поддержка.

Некоторые родители считают правильным привлекать своих детей к волонтерской деятельности и показывать важность социальной ответственности. Внушает оптимизм то, что многие подростки сами принимают решение оказывать посильную помощь. Приходят к родителям и говорят: «Мы хотим».

Конечно, благотворительная помощь должна быть популяризована: обо всем нужно чаще говорить, так как большое количество людей не знает, не понимает или имеет предубеждения насчет этого. Когда люди видят, что это реально работает, а бизнес — что это не несет ущерба репутации, а даже наоборот, то меняют свое отношение к благотворительности и чаще приходят к ней.

За 11 лет, которые работает фонд, появилось ли ощущение, что теперь компании более осознанно подходят к благотворительности, понимают, что это может дать им как в плане пиара, так и поддержки корпоративных ценностей, выстраивания отношений с широкой аудиторией?

На сто процентов. Мы делаем большое количество различных проектов с компаниями. В рамках проекта «Цветы ради жизни» воспитанники детских домов выращивали цветы, прибыль от продажи которых отплавлялась на благотворительные цели. И многие компании ставили у себя стол с этими цветами, которые можно было купить. Это пример ситуации win-win, обо-

юдный выигрыш: ребенок, вырастивший цветок, учится помогать другим; человек, который и так бы купил цветы к празднику, помогает детям, а компания выступает с важной инициативой, практически не затрачивая усилий, часто это даже формат некоего тимбилдинга.

Многие сейчас поняли, что социальная ответственность — это не какая-то отдельная нагрузка, а инструмент для реализации большого количества важных задач, от внутрикорпоративных до вопросов внешних коммуникаций. Статус социально ответственной компании при прочих равных условиях дает конкурентные преимущества: всегда приятнее выбрать банк или авиакомпанию, которая с каждой потраченной вами тысячи рублей, к примеру, хотя бы рубль перечисляет на благотворительность.

Многие благотворительные фонды достаточно хорошо организованы. Могут ли они какие-то схемы своей работы «передать» государственным структурам, научить их более эффективным решениям?

Любая государственная структура — это огромное количество регламентов. И это понятно: если есть риск, что хоть кто-нибудь может на этом паразитировать, то пусть лучше будет эта сотня отчетов, которая поможет убедиться в том, что все было сделано во благо.

Директор одного благотворительного фонда рассказывал, что если пропускать все дела фонда — и прежде всего осложнения, которые возникают в работе, количество спасенных детей — через себя, то очень скоро выгоришь. Насколько у вас получается не принимать неизбежное близко к сердцу?

Я здесь даже больше восхищаюсь девушками, которые у нас работают. На мой взгляд, вся существующая благотворительность на 80–90% женская. Наверное, потому что женщины могут пропустить через себя намного больше чужой боли, не нарушив свой внутренний баланс. Мне кажется, что всегда нужно искать выход этой накопленной боли: для кого-то это спорт, для других — йога, медитация, дыхательные упражнения. К сожалению, благотворительность это далеко не всегда победы и спасенные жизни, это и трагедии, это те, кому помощь, к сожалению, не дала должного результата. Ни мы, ни врачи не боги, но тут важна сама попытка изменить ситуацию, надо принять внутри то, что мы стараемся и делаем доброе дело.

Беседовали Анна Минакова и Александр Шуренков