

Добрые ВЕСТИ

Ежемесячный дайджест
мира Благотворительности

По горячим следам
ледяного вызова

О пользе (благо)творительного падежа.

Coca-Cola Hellenic: добро входит в систему.

Маленький Будда с большим будущим.

Noize создает BUZZ.

Добрые советы от Доктора Светы.



В этом номере

БлагоБлог

2

О пользе (благо)творительного падежа.

Мир Добрых Людей

3-7

По горячим следам ледяного вызова: все, что вы хотели узнать о самом известном благотворительном событии 2014.

Бизнес с Большим Сердцем

8-10

Coca-Cola Hellenic: добро входит в систему. Для вас мы заглянули в самое сердце корпоративной благотворительности лидера мирового рынка.

Лица из теплицы

11

Маленький Будда с большим будущим. История маленького пациента из русской Шамбалы.

Звезда по имени Солнце

12

Noize создает BUZZ. Добрый рэпер – явление уникальное. Мы не смогли пройти мимо, не взяв у него интервью!

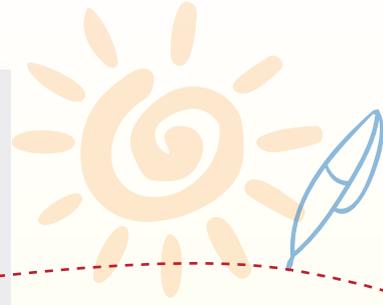
По Добру – по Здорову

13

Добрые советы от Доктора Светы. Что такое иммунитет и как с ним дружить.

БлагоБлог

Не найдя хороших курсов обучения Добру, наш блоггер, не покладая ног, занимается самообразованием и, не покладая рук, делится полученными уроками.



О пользе (благо)творительного падежа

Зачем люди занимаются благотворительностью? Чтобы ответить на этот вопрос, можно для начала проанализировать смысл тех понятий, которыми мы сами формулируем (а значит, и формируем) представление об этом роде деятельности.

Относительно того, что такое «благо», однозначно ответить трудно. Именно для того, чтобы расшифровать значение этого загадочного слова и понять суть и смысл Добра, Ваша непокорная слуга и затеяла весь этот проект, отчитываться о ходе которого я буду в каждом номере «Добрых Вестей». А вот что касается «Творительности», то с ней все куда понятнее: она про творчество. Получается, дорогие мои Солнечные Друзья, что сделанное без креатива и без творческого вдохновения хорошее начинание разве что с большой натяжкой можно назвать Благо-Творительностью в полном смысле слова.

И знаете что? Похоже, я вынесла для себя из этого немудрящего этимологического изыскания неожиданный урок. Слово-то не простое, а сложносоставное. Значит, таковым является и обозначаемое им явление. И вот моя теория: если «Благо» – это, определенно, для того, по отношению к кому Добро творится, то «Творительность» – это, безусловно, для нас с Вами. Добро всегда творится в полном объеме. Каждая из сторон получает свою законную половину и только при наличии обеих Доброе Дело можно считать полностью сделанным.

Вспоминается известная притча про Ходжу Насреддина, в которой он спас тонущего ростовщика, который все никак не желал протягивать руку стоявшим на берегу спасателям. «О жители Бухары», – воскликнул Насреддин, – «Разве Вы не видите, что это ростовщик. Он не умеет давать, он умеет только брать! На, возьми руку!»

Так вот, с благотворительностью, похоже, все наоборот: сегодня есть множество возможностей давать (деньги, вещи, время, силы). И многие это делают. Но все ли умеют в самом хорошем смысле «брать» от этого что-то для себя, заряжаться от сделанного позитивом и радостью?

Так давайте же перепишем правила этой «доброй грамматики» и будем склонять, спрягать и совершать наши добрые дела не в дательном, а творительном падеже. Давайте всякий раз искать и непременно находить (а если не нашли – создавать) творческий элемент в каждом акте проявления доброты. Если ничего не произошло, ничего не изменилось, значит в деле недостаточно творчества и оно рас-творится в пространстве, не оставив по себе следа.

Не оставляйте Добрые дела недоделанными и не откладывайте на завтра то, что можно натворить уже сегодня!



**Всего Вам Доброго.
И будьте добры – Будьте Добры!**
Ирина, Ваш дежурный блоггер.





По горячим следам «Ледяного Вызова»

Сегодня, вероятно, не так уж много людей совсем ничего не слышали о прошлогоднем событии, потрясшем мир соцсетей и вышедшем далеко за его пределы – Ice Bucket Challenge или, если переводить дословно, «Вызов Ледяного Ведра». Сам формат «вызова» – достаточно популярный вид фандрайзинга, еще одного термина из мира благотворительности, который нам проще адаптировать, чем придумывать собственное русскоязычное название – хотя бы потому, что и сам этот вид деятельности мы заимствуем из западной культуры, в которой пока что филантропия развита куда больше, чем в России. Суть «Вызова» в том, чтобы придумать оригинальный способ активности, направленной на сбор средств в пользу того или иного благополучателя – организации или частного лица – и распространять этот оригинальный формат как можно шире, вовлекая в него все больше и больше участников. «Вызовом» может быть и привычный марафон, и скромная красная ленточка на рукаве или лацкане, и такие забавные и необычные формы, как отращивание усов представителями сильной половины человечества.

В этом плане «Айс Баскет Челлендж» выбивается из ряда аналогичных проектов не столько особой оригинальностью формы, сколько невероятным и невиданным прежде масштабом, превратившим его из локальной и нишевой программы в культурно-социальное событие поистине мирового масштаба. Тем не менее, даже после более чем триумфального завершения, многие из тех, кто не просто слышал или видел его в средствах массовой информации, но даже принимал в акции непосредственное участие, четко и подробно знают историю, идеологию и, главное, основные результаты проекта. Спешим восполнить все оставшиеся белые пятна и познакомить вас с наиболее интересными и важными фактами и деталями нашумевшего события.



Начало с бейсбольной подачи



Начало и идею вызова сегодня по праву приписывают **Питу Фрейтсу**, игроку бейсбольной команды Бостонского колледжа, у которого было диагностировано смертельно опасное и неизлечимое заболевание – **Амиотрофический Латеральный Склероз, известный еще как «болезнь Лу Герига»**.

Но, строго говоря, Пит не столько придумал сам формат мероприятия, сколько сфокусировал на заболевании и поддерживающей борьбу с ним Ассоциации ALS то, что прежде существовало как самостоятельный вид фандрайзинга, использовавшийся в качестве вирусного способа привлечения внимания и средств к различным благотворительным проектам и фондам. Наиболее достоверные исторические факты указывают,

что экстравагантная идея выливать на голову ведро воды со льдом, призывая к сбору средств в пользу благотворительных организаций берет начало на севере США, где, согласно «Уолл Стрит Джорнал», ее впервые публично осуществили профессиональные игроки в гольф, собиравшие средства в поддержку организаций, занимающихся защитой домашних животных. Акция заключалась в добровольном обливании ледяной водой и последующем внесении благотворительного пожертвования. Как это сегодня принято в информационном обществе, видео процесса было выложено в сеть.

В начале 2014 года вызов приобрел популярность с помощью взявших его на вооружение членов Ассоциации Памяти Погибших Пожарных, которые использовали для обливания пожарные шланги. История свидетельствует, что после того, как видео этой акции попало в сеть, принимавшие в ней участие огнеборцы были наказаны руководством за непрофильное использование рабочего инвентаря. Но, так или иначе, **в Июле 2014** за дело ледяного обливания взялся активист фандрайзинга, сам жертва АЛС, Пит Фрейтс, который стал активно предлагать этот способ сбора средств в качестве проекта поддержки Ассоциации Амиотрофического Латерального Склероза. И буквально в течение месяца масштаб проекта принял самые настоящие глобальные размеры.

Мир Добрых Людей



АЛС: медленный убийца

До Айс Баскет Челленджа мало кто знал об АЛС. Он был известен разве что по наиболее популярному в мировой науке и культуре его пациенту, Стивену Хокингу, нобелевскому лауреату и одному из самых знаменитых популяризаторов физики. Между тем, это заболевание страшно даже не тем, что оно смертельно и неизлечимо, но тем, что смерть от него мучительна и длительна. Болезнь поражает нервные клетки мозга и позвоночника, постепенно парализуя свою жертву и последовательно отнимая у нее способность двигаться, разговаривать, принимать пищу и, наконец, самостоятельно дышать – прежде, чем забрать саму жизнь. В среднем **человек с диагнозом АЛС живет от 2-х до 5-и лет**. И все это время он неотвратно движется к страшному финалу.

АЛС был открыт 140 лет назад, а 75 лет назад этот печальный диагноз был поставлен **известному бейсболисту Лу Геригу** – именно в честь него заболевание получило свое второе, более простое и легкое для запоминания название. С тех пор в мире появилось лишь одно официально запатентованное и разрешенное для клинического использования лекарство. Да и оно способно лишь на то, чтобы на несколько месяцев продлить то, что разве что самый заядлый оптимист способен назвать «жизнью».



В США сегодня более 30 000 больных АЛС.
В среднем его жертва живет не более 5 лет.

Пит Фрейтс: Боец первого дивизиона



Пит Фрейтс: боец Первого Бейсбольного Дивизиона и неутомимый борец с АЛС

Именно таким оптимистом, не пожелавшим сдаваться перед лицом страшного противника, оказался профессиональный спортсмен из Первого Дивизиона бейсбольной лиги США Пит Фрейтс. **Диагностированный в 2012 году**, он первых дней начал свою последнюю игру со смертью. Нет, не на победу в «личном зачете»: он прекрасно знал обо всем, что его ждет и не строил иллюзий. Пит поставил себе задачу, пока силы еще не покинули его, успеть нанести противнику как можно более сильный и сокрушительный удар, привлекая как можно больше внимания и средств на исследование его причин и поиск способов борьбы с ними.

Мать Пита, Гвен Фрейтс, говорит, что не знает, что именно ужаснуло ее больше, когда она узнала о болезни сына и начала собирать о ней информацию: страшные симптомы или тот факт, что за 140 лет, прошедших с момента открытия заболевания, медицина практически не

сдвинулась с места в поиске средств излечения, и медицинские исследования почти не проводились по причине недостаточного финансирования.

Пит взялся за дело со всем свойственным ему спортивным энтузиазмом и дисциплиной. Он активно распространял информацию в соцсетях и начал с того, что привлек к участию в новом проекте, получившем с его не легкой, но мощной руки и подачи **название «АЛС Айс Баскет Челлендж» своих товарищей по команде**. Суть самого вызова состояла в том, чтобы прилюдно облиться водой с кубиками льда, а потом «бросить вызов» следующему участнику, выбрав его из своих знакомых или даже просто известных людей. У получившего вызов было два выхода: в течение 24 часов либо принять вызов, а вместе с ним и ледяной душ, или сделать благотворительный взнос в Ассоциацию АЛС в размере \$100. Многие, стоит отметить, делали и то, и другое. Свой рекордный резонанс проект получил благодаря тому, что основным средством осуществления вызова стали социальные сети, куда участники выкладывали видео с обливанием.

Мир Добрых Людей



Ледяная волна популярности

В самом начале скептически настроенные журналисты называли проект «самым глупым начинанием». Однако, по мере подключения к нему все новых и новых «богатых и знаменитых», им пришлось взять свои слова обратно, заменив их хвалебными отзывами о «самом популярном и эффективном» сетевом событии всех времен и народов. Стартовав в июле 2014, буквально за считанные недели акция не просто обрела популярность, но **привлекла множество звездных участников**, которые и стали основными «виновниками» невиданного прежде эффекта. От игроков команды Бостонского Колледжа вызов быстро добрался до бейсбольных суперзвезд мирового масштаба. А от них уже рукой подать до выдающихся представителей других видов спорта, включая высший дивизион НБА, а также звезд кино, политики и даже обитателей Белого Дома.

Из наиболее заметных фигур на звездном небосклоне в акции приняли участие главный социальный бизнесмен мира **Марк Цукерберг**, патриарх телевизионных шоу **Ларри Кинг** (он, впрочем, поучаствовал в проекте в качестве «ведущего», подставив под холодные струи своего продюсера), эксцентричная **поп-дива Леди Гага** (она, вопреки своему шумному сценическому имиджу, приняла вызов со стоическим молчанием, сидя на стуле в черном купальнике, пока ассистенты поливали ее холодной водой из серебряного сосуда). А подростковый кумир **Джастин Бибер** окатил себя ледяной водой дважды – видимо, решил сделать эксцентричную выходку полезной и здоровой привычкой.



Ледниковый Период в Белом Доме



Набрав достаточно силы, девятый вал акции захлестнул и политический истеблишмент сперва США, а потом и других стран. Так, семейство Кеннеди, славящееся своей многочисленностью и сплоченностью, и здесь продемонстрировало «семейный подряд», делегировав для участия в акции целых **20 членов**. Апофеозом этого удивительного поступка стал ледяной душ старейшей из политической династии, **86-летней вдовы сенатора Роберта Кеннеди**, в узких семейных кругах известной как «Мамаша Этель»: она мало того, что наравне с другими подверглась «криотерапии», но бросила вызов ни много ни мало самому действующему **президенту США Барак Обама**. Сам президент, однако, пожелал отделаться

простым взносом, посчитав акцию слишком легкомысленной для солидного президентского имиджа. Такого же мнения, похоже, придерживался и получивший вызов **экс-президент Джордж Буш**. На выложенном им в сети видео он как раз рассуждает о том, что прилюдно обливаться водой – «не по-президентски», когда его супруга Лора, судя по всему, не разделяющая такую точку зрения, берет процесс в свои решительные руки и окатывает благоверного ледяным... нет, не презрением, а всего лишь содержимым своего заранее приготовленного ведра. До России проект добрался в виде **вызова Владимиру Путину**, брошенного популярным кино-мачо Вином Дизелем. Впрочем, наше «первое лицо» в участии замечено не было и, похоже, сохранило свою репутацию «неподмоченной».





Зло наносит ответный удар

Как любое событие, имеющее все признаки эпической истории, Ледяной Вызов имеет и свою теневую сторону: его триумфальное шествие по планете было омрачено несколькими трагическими случаями. Причем поражает даже не это, а та символичность, которую они имели в контексте всей истории. Так, наиболее громкие трагедии «Вызова», сама суть которого неразрывно связана с водой, также имеют «водную» природу. Сперва трое пожарных были тяжело ранены, а один погиб в результате нелепой случайности: они помогали студентам местного университета эффективно принять Вызов, обливая их с пожарной лестницы специально приехавшей для этого машины. После того, как доброе дело было сделано, пожарные начали спускаться и задели высоковольтную линию. В результате находящийся в корзине **41-летний отец семейства был убит током.**

А самый жестокий удар Вызов получил в августе, когда во время дайвинга утонул один из инициаторов и активистов проекта, **друг Пита Фрейтса Кори Гриффин.** Эта история имеет все

признаки настоящего драматического триллера: мало того, что Кори не был новичком в нырянии, но вдобавок на месте происшествия чудом оказался отставной спасатель, которому удалось поднять молодого человека со дна и даже отвезти его в соседний госпиталь, но спасти 27-летнего Кори так и не удалось. Парень умер в день, когда официальные сборы начатого им «Вызова» достигли \$100 000.



Кори Гриффина, активиста Вызова, язык не поворачивается назвать «жертвой».

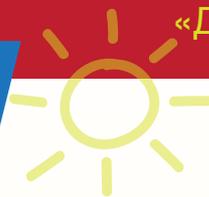


Результат превосходит ожидания

Поскольку любой фандрайзинг по определению прежде всего нацелен на сбор средств, то эффективность Ледяного Вызова вряд ли подлежит сомнению. Всего за месяц были собраны рекордные не только для АЛС, но и для благотворительного движения вообще **\$220 миллионов.** Из них **\$1 миллион – всего за уикенд!** Впечатляет и «человеческий фактор»: за время проведения акции у АЛС появилось более 739 000 новых доноров.

Но, как отмечают инсайдеры фонда и многие обозреватели, инициатива имеет не только материальную ценность. Едва ли не более важным фактором, по мнению Нэнси Фрейтс, матери Пита и активистки Ассоциации, Вызов послужил поворотным моментом в истории как самого заболевания, на исследование которого была ассигнована значительная часть собранных фондов, так и в истории благотворительного движения. Благодаря легкому, современному и веселому формату, Вызов привлек в ряды филантропов поколение **молодых людей от 18 до 30 лет.** А известный прежде лишь узкому кругу специалистов диагноз стал достоянием широкой гласности: за время проведения Вызова количество просмотров соответствующей статьи в английской Википедии составило порядка **2,89 миллионов** по сравнению с 163 300 за аналогичный период прошлого года. Всего в процессе Вызова было снято и размещено в сети **более 2,4 миллионов оригинальных видео.**





Немного холодной воды напоследок

Как водится, социально значимое событие вызвало в обществе не только позитивную реакцию. Некоторые критики посчитали, что самому Ледяному Вызову не помешает порция холодного душа. Среди наиболее распространенных возражений – слишком легкомысленный и «одноразовый» характер мероприятия. Так, журналист издания «Money», чей отец умер от АЛС, посвятил проекту разгромную статью, квинтэссенцией которой стал **призыв к «Антиледяному Вызову»**: не обливаться водой, а просто пожертвовать «чертовы деньги» организации, которой действительно доверяешь и с которой хочешь установить длительные серьезные отношения.

Звучали также упреки в том, что своей креативностью и яркостью акция отвлекла внимание от других проектов, не менее АЛС нуждающихся в средствах. На что организаторы справедливо возражают: Август – традиционно «низкий сезон» в благотворительной сфере. А благодаря «Вызову», в августе 2014 увеличение пожертвований отмечалось у многих фондов и организаций.

Кроме того, **огромное количество воды и электроэнергии**, потребовавшейся на изготовление обязательных для соблюдения формата кубиков льда, вызвало негодование борцов за экономию ресурсов, которые язвительно советовали бросить «Ледяной Вызов» страдающей от засух и нехватки питьевой воды Сомали. Апофеозом расточительности по праву считается канадская версия Вызова, в которой воду на участников льют в огромном количестве с вертолета.

Но, как бы то ни было, Вызов определенно принес гораздо больше пользы. Конечно, даже такими мощными разовыми импульсами не решить всех мировых проблем. Но именно они способны **задать направление движению**, которое непременно будет продолжено впоследствии, пусть и в куда менее бурном темпе и эксцентричном и формате.



Канадцы в буквальном смысле подняли Вызов на новую высоту...

Добрые
ВЕСТИ

Ежемесячный дайджест
мира Благотворительности

Бизнес с Большим Сердцем



Соса-Солa Hellenic: добро входит в систему

Пока электричка неторопливо мчит меня в теперь уже московское Новопеределкино, где расположен завод по производству безалкогольных напитков компании Соса-Солa Hellenic, я, готовясь к интервью, пытаюсь создать в воображении портрет человека, отвечающего в компании за благотворительность. Перебрав, словно фоторобот, несколько расхожих стереотипов, останавливаюсь на даме приятной наружности наподобие добродушной хлопотуньи Шурочки из «Служебного романа». Первые же взгляд на моих собеседниц заставляет поставить крест на карьере менталиста: менее всего эти молодые и энергичные бизнес-леди способны заставить заподозрить их в излишней сентиментальности.



Татьяна Губина, менеджер по внешним связям и коммуникациям

Мария Левченко, старший PR-специалист: два главных (и весьма обаятельных) лица корпоративной благотворительности

К вопросу об ответственности

Для начала Татьяна сразу поправляет меня в «терминологии»:

Речь идет не просто о корпоративной благотворительности. У нас есть понятие Корпоративной Социальной Ответственности. Это определенные характеристики и принципы, которые сотрудники не просто учитывают, но разделяют и берут на себя, когда становятся частью коллектива и частью компании. Это не просто наш долг перед обществом: это наша внутренняя идеология. Работая в компании Соса-Солa Hellenic, которая является частью Системы Соса-Солa, ты берешь на себя эти принципы и не просто их декларируешь, а веришь в них. И наши внутренние исследования показывают, что сотрудники понимают, что это не просто красивая история для корпоративного пиара, не просто вклад нашей компании в жизнь окружающего мира и общества – это прежде всего их персональный, личный вклад. Важно, что вся наша благотворительная деятельность базируется прежде всего на деятельности наших сотрудников: это еще и инструмент вовлечения. Таким образом, благотворительность направлена не только вовне. Она также служит и средством объединения коллектива, она сплачивает людей вокруг себя и создает общее и единое понимание того, зачем и почему все мы работаем именно здесь и что нам это дает помимо устойчивого оклада.

Об алгебре гармонии

Выражаю сомнение относительно того, должно ли Добро входить в привычку, как чистка зубов или мытье посуды. Татьяна объясняет разницу между привычкой и системой, без лишних эпитетов переходя на язык цифр и фактов. Ловлю себя на том, что в «корпоративных устах» это звучит искренне, убедительно и человечно.

Два года назад мы запустили в московском регионе пилотную волонтерскую программу. Практика показала, что она отлично сработала. Во-первых, прирост волонтеров идет в геометрической прогрессии. Разрабатывается ряд мероприятий, составляются графики участия. И это не просто средство, которое помогает людям с пользой провести свободное от работы время. Это позволяет нам конструировать понимание того, как наши сотрудники воспринимают те ценности, которые мы пропагандируем и продвигаем.

О вознаграждении – моральном и не только

Конечно, любая организация, любой проект подразумевает результат как для благополучателей, так и для того, кто эти блага создает. Поэтому наши волонтеры за свой вклад в общее доброе дело получают не только «моральный дивиденд». Ежегодно мы проводим специальные мероприятия, награждаем лучших. У нас есть много номинаций, и в каждой победители получают подарки и призы, которые вручает высшее руководство. Для людей важно, что их вклад заметен, что он учитывается. Это признание вклада каждого.

В этом, возможно, особенность корпоративной благотворительности: участвуя в добрых делах от имени и в составе крупной производственной компании, ты относишься к ним так же, как к работе – ответственно, серьезно. С другой стороны, такая по-человечески благодарная работа на благо окружающих влияет и на восприятие своих профессиональных процессов и обязанностей: в них появляется дополнительный, гуманитарный смысл.

Бизнес с Большим Сердцем



От частного к общему

Спрашиваю, не получится ли так, что люди будут участвовать в корпоративных программах только для того, чтобы заработать себе побольше «очков» в компании. Оказывается, в Coca-Cola Hellenic продумано и это.

Прежде чем запустить программу, мы изучали, как люди понимают свое место в компании, какие собственные потребности хотели бы реализовать с ее помощью. В соответствии с тем, какие сферы и направления деятельности сотрудники считают самыми важными для других и интересными для себя, мы выделили несколько ключевых форм. Есть проекты экологической направленности, «Зеленые Команды», когда люди учувствуют в субботниках, собирают мусор, облагораживают берега рек. Есть программа помощи детским домам, наиболее яркое мероприятие данного направления – «Рождественский Караван», когда знаменитые красные грузовики с Сантой приезжают к детям, организуют праздники и даже позволяют посидеть детишкам за рулем огромной машины. Но это лишь «вершина айсберга»: в течение всего года проводятся волонтерские мероприятия, выезды в детские дома, мастер-классы, обучающие занятия – вариантов масса.

Есть и вовсе уникальный проект – Центр социальной (постинтернатной) адаптации детей московского Департамента Образования. Это реальный жилой дом, в котором воссозданы типичные бытовые условия, в которые попадает повзрослевший ребенок. Там их учат самым простым базовым вещам, которых они были лишены в учреждении. Например, девочки учатся готовить, краситься. Есть программа помощи пенсионерам «Старость в радость», программа помощи лечебным учреждениям. В общем – самые востребованные виды помощи.

О переходе качества в количество

Интересуюсь, каков реальный эффект программ и какие из форм благотворительности пользуются особой популярностью. В Татьянинном ответе радует тот факт, что как минимум в этой сфере мы если не «впереди планеты всей», то определенно на переднем крае мировых тенденций.

Сегодня в российских программах задействовано около половины сотрудников компании. Самое массовое, наверное, экологическое направление: это весело, это позитивно, это активно, и это всем близко и понятно. Но и сбор пожертвований пользуется популярностью. Самый сложный и требовательный способ – непосредственное волонтерство, когда нужно ехать в подопечное учреждение, большая часть которых расположена за пределами Москвы. Когда требуется прямой контакт, прямое действие.

Если говорить о региональных особенностях, отличается не столько общая популярность направлений благотворительной деятельности, а специфика их востребованности в разных регионах. Например, в Санкт-Петербурге очень популярна помощь приютам для бездомных животных. В Москве желающих мало, большинство предпочитает помогать детям.

А вот в плане различия между Россией и другими мировыми регионами особой разницы как раз нет. Вероятно, базовые человеческие ценности не так сильно зависят от технологического прогресса и политической ситуации. Это те же самые грузовики, которые ездят к тем же самым детям. И в этом, вероятно, сила компании Coca-Cola Hellenic, сила нашего бренда, что в каждой стране мира можно найти основание и контекст для такого прекрасного проекта.

О работниках склада и складе корпоративного характера

На вопрос о том, кто из сотрудников компании более расположен к участию в благотворительности, Татьяна объясняет, что речь не столько об участии или неучастии, сколько о предпочтении тех или иных форматов деятельности.

Круг волонтеров в компании постоянно расширяется. Те, кто уже принимает участие, становятся своего рода посланцами, как сейчас говорят «амбассадорами», вовлекая в благотворительность коллег и пропагандируя ее в своем рабочем коллективе. Интересно, что существует определенная зависимость формата благотворительной активности от профессиональной специфики. Так, люди, занятые преимущественно в бизнес-процессах – менеджмент, офисные работники – предпочитают «деятельные» виды активности, прежде всего прямое волонтерство. А вот работники, отвечающие в компании за «матчасть» – производство, склады, логистика – более активно участвуют в сборе вещей и средств.



Бизнес с Большим Сердцем



Яркие кадры решают всё

На вопрос о том, какие события на корпоративном благотворительном фронте наиболее запомнились, отвечает Мария.

Из наиболее запомнившихся за последнее время – благотворительная программа совместно с фондом «Подсолнух». Впервые мы приехали в РДКБ (Российская Детская Клиническая Больница, где находится отделение для маленьких пациентов с диагнозом «первичный иммунодефицит») с «Рождественским Караваном» в начале прошлого года. Потом наше сотрудничество продолжилось акцией «Яркий День», которая прошла в ноябре 2014 года в трех офисах компании и привлекла рекордное количество сотрудников. Это было действительно очень здорово, ярко и весело. Поскольку одно из условий акции – прийти в яркой одежде, в день ее проведения офисы наполнились невиданным количеством нарядных и веселых людей в разноцветных костюмах и шляпах. А буква «Я», вокруг которой закручивается действие благотворительной акции, до сих пор стоит в офисе.

А в эти новогодние праздники мы приехали в РДКБ уже в расширенном составе. Как мы шутили вместе с ребятами из фонда, нам доверили уже не 30, а целых 300 детей. Мы устроили большой праздник для всей больницы, концерт. Самое главное, что кроме Санта Клауса, который был, естественно, «настоящий», большинство участников концерта – наши сотрудники. Мы вообще богаты талантами и каждое новое мероприятие приносит нам все больше и больше открытий и новых звезд.

О кризисе и возможностях

Не могу напоследок не задать актуальный сегодня вопрос относительно влияния общей экономической ситуации на настоящее и будущее корпоративной благотворительности.

Кризис – это всегда период поиска новых возможностей. И мне кажется, что именно сейчас благотворительность может стать идеей, которая способна сплотить людей вокруг себя. У нас есть множество ресурсов – прежде всего человеческих – способных поднять благотворительность и социальную ответственность на новый уровень, сделать ее более востребованной.

Скорее всего, будут пересмотрены форматы благотворительности: будет меньше чисто финансовых форм, но увеличится помощь действием. То есть не столько объем пожертвований уменьшится, но изменится их качество: компании будут охотнее жертвовать свое время, свои силы.

Не в последнюю очередь это способно оздоровить и сам сектор, очистить рынок. Все-таки много спекуляций вокруг различных НКО и используемых ими финансовых механизмов.

Благотворительная отрасль привлечет действительно увлеченных, заинтересованных – причем с обеих сторон. По крайней мере среди наших партнеров и коллег многие ищут интересные и креативные способы участвовать в жизни мира. Прежде всего это дает чувство внутреннего удовлетворения и радости, что ты нужен.

Именно радости?

Конечно! Жалость не столько «унижает человека», которого жалеют, сколько прежде всего истощает того, кто постоянно ее испытывает. Я считаю, что, напротив, добро нужно делать с удовольствием. Тогда результат будет обоюдным и выиграют все.



Лица из Теплицы



Маленький Будда с большим будущим

Айканат и Рена: звучит как имена героев легенды или фэнтези. Что, впрочем, не так уж далеко от истины: Айканат и Рена с Алтая, из затерянного в его дебрях села Онгудай. В больнице они почти всегда вместе, так что Рена болеет за сына не только в переносном, но и в самом прямом смысле.

«Айканат себя не принимает», – говорит Рена. – «Он стал очень закрытый. Мне кажется иногда, что он хочет сдаться». Родители, даже такие чуткие, порой не совсем понимают своих детей. Айканат не то, чтобы сдаваться не собирается – он просто воспринимает свою болезнь как задачу, которую надо решать. Или, точнее, как миссию, которую надо выполнить.

«Я хочу быть омонем», – твердо заявляет Айканат на вопрос о том, кем он хочет стать. И эта разница между «стать» и «быть» в его устах слышна особенно ясно. Айканат действительно чем-то напоминает героя фантастической саги, обитателя Шамбалы, звание которой Алтаю приписывают далеко не случайно. Он почти не снимает защитную маску, и в ней он похож на самурая или джедая: ее безликая стерильная поверхность только подчеркивает глаза – пристальные, словно испытующие и сканирующие собеседника.

А еще от него исходит какая-то очень вдумчивая сосредоточенность. Во всем: от слов, произнесенных негромко и внятно, до самых простых движений. Вот я вхожу в отделение клинической иммунологии, закрывая за собой герметичную дверь, а мне навстречу движется Айканат. «Движется», пожалуй, самое правильное слово. Сейчас он почти не может ходить, каждый шаг дается ему с трудом, но, в отличие от многих людей, которые в подобном положении смотрятся беспомощно, он выглядит, скорее, как испытатель, совершающий серьезную и кропотливую работу: он испытывает свое тело, учится им управлять. Йоги называют это «осознанной ходьбой». В его движениях нет боли и надрыва, только целенаправленное усилие.

После плановой операции по трансплантации костного мозга, которая должна была подарить надежду на выздоровление, у него началась реакция, которую сами врачи называют «трансплантант против хозяина»: организм не принимает донорские клетки и начинает с ними бороться, отторгать. В случае с Айканатом, впрочем, верно скорее обратное. При удивительной внутренней цельности, которая в этом маленьком человеке видна невооруженным глазом, именно он, где-то на самом органическом уровне, не приемлет ничего чужого, навязанного извне.

«Айканат себя не любит», – жалуется Рена. У нее, в отличие от сына, глаза постоянно распахнуты, словно в ожидании. Но не плохого – его как раз ждать не надо, оно приходит само – а радостного, хорошего. «Он иногда говорит мне: мама, оставь меня в больнице, зачем тебе такой я?». Но порой он говорит и другое, особенно когда Рена начинает прилюдно слишком уж открыто выражать свою жалость и сострадание: «Мама, зачем это здесь? Иди к сестрам и там с ними поговори!». «Мужчина», – с плохо скрываемой гордостью резюмирует она.

Айканат живет в собственном пространственно-временном континууме. Ежегодно он пересекает страну из конца в конец, из Онгудая в Москву – путешествие, за которое любой мальчишка отдал бы последнюю «Нинтендо». Но

для него эту возможность вряд ли можно назвать «счастливой». Свои долгие переезды (одно только такси от дома до барнаульского аэропорта стоит порядка 10 тысяч) он совершает лишь для того, чтобы переместиться из одних замкнутых стен в другие. Но сказать, что он замкнулся в себе нельзя. Просто он чаще, чем сверстники, погружается в себя. Глядя в его глаза и слушая его вдумчивую, не по-детски рассудительную речь, я его прекрасно понимаю: там, внутри Айканата, наверное, открытый космос.

«Взрослеть я не хочу, это же постоянная ответственность перед кем-то. А я хочу брать на себя миссии и их выполнять», – делится Айканат планами на жизнь. И в ответ на глупый «взрослый» вопрос о том, как дается ему учеба, дает по-настоящему взрослый ответ: «Всего знать невозможно. Нужно иметь свое мнение. Знание ведь это что? Просто слова, которые идут, идут и когда-то кончаются. А мнение не кончается никогда». Айканату 10 лет. Всё только начинается



Звезда по имени Солнце

Noize создает BUZZ

Если бы хип-хоп не был по природе своей таким молодым и молодежным жанром, Noize MC по праву мог бы носить звание патриарха этого стиля в российской музыкальной культуре. Потому мы особенно были рады его желанию присоединить свой голос к нашей новой акции «Нота Поддержки», в которой музыканты размещают в клипах слайд с координатами фонда «Подсолнух» и призывом к помощи детям.

Стоит ли удивляться, что мы не преминули воспользоваться счастливой возможностью перекинуться с Нойзом (в миру он оказался Иваном, что, согласитесь, могло бы стать не менее колоритным «ником» для пионера русского хип-хопа, если бы не было родным именем) парой актуальных вопросов. Перекидываться, правда, пришлось через полмира: исполнитель отбыл на заслуженный, хоть и кратковременный отдых в дальние жаркие страны. Но и это, в свою очередь, видится отсюда, с заснеженных просторов нашей Необъятной, своего рода символом – того, что для Добра не существует границ, а его теплота безмерна).

ДВ: Кажется, Эминем сказал как-то: «Если джаз – это когда хорошему человеку плохо, то Рэп – когда плохому человеку хорошо». Так что видеть Вас среди наших Добрых Друзей и участников акции «Нота Поддержки» одновременно приятно и неожиданно. Как сочетается для Вас образ «сурового» рэпера и благотворительная деятельность?

Noize:

В музыке моей группы хип-хоп – лишь одна из красок палитры. Да, это некий общий знаменатель, призма, через которую мы смотрим на остальные музыкальные жанры, но, если говорить, например, о живых выступлениях, то наше лайв-шоу гораздо ближе по духу к рок-концерту, чем к хип-хоп-формату. Я люблю рэп, но большинство стереотипов, связанных с этой субкультурой, не имеют отношения ко мне и моей музыке. Образ "сурового" рэпера – это не про меня. Мне ближе самоироничный подход в стиле Beastie Boys и раннего Эминема.

ДВ: Кстати, по сравнению с мировым контекстом, есть ли какая-то специфика у отечественного рэпа и хип-хопа?

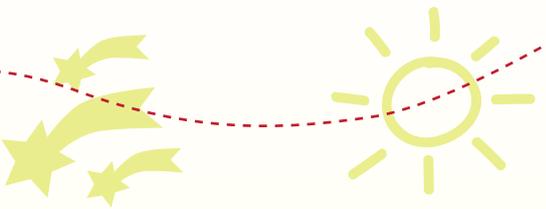
Noize:

Да, конечно. До самого недавнего времени подавляющая часть русского рэпа так или иначе была вдохновлена нью-йоркским хип-хопом середины 90-х: грустные 3 ноты на пианино, бит в темпе 90 ударов в минуту, мрачный текст "за жизнь". Из приятных особенностей могу отметить, что, при всех культурологических претензиях к русскоязычной версии жанра, отечественные тексты в среднем всё-таки несколько интеллектуальнее, чем это принято в американской урбан-музыке. У нас в России хип-хоп всё-таки пока ещё остаётся относительно свежим жанром, контркультурным и "живым". На Западе это давно уже огромная и сильно закостеневшая индустрия со своими сложившимися правилами и рынком, сродни любому другому большому сектору глобального шоу-бизнеса.

ДВ: Насколько тема добра вообще и благотворительности в частности популярна в ваших кругах? Есть ли какие-то изменения в последнее время?

Noize:

Я давно участвую в самых разных благотворительных проектах. Это важно и здорово, как мне кажется. Думаю, практически любого человека, за исключением самых отпетых нигилистов, в той или иной форме и степени волнует вопрос "Что хорошего я сделал в своей жизни?" Я не веду статистических исследований на тему популярности благотворительности, но мне кажется, что ее резонанс надо измерять в первую очередь не цифрами статистики. Каждый, как говорится, творец своего счастья – и не только своего.

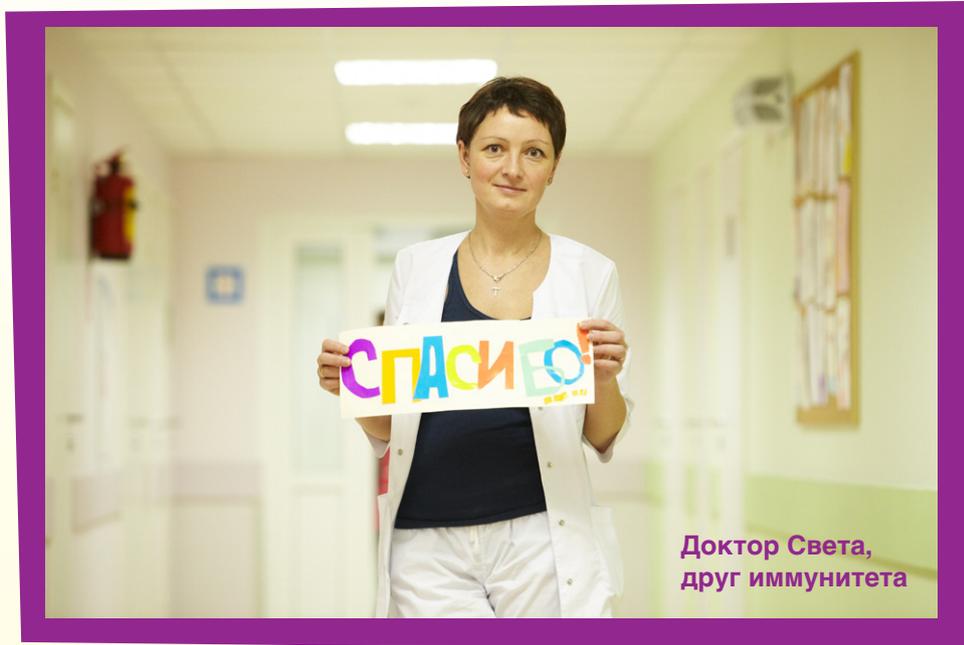




Здоровые советы от Доктора Светы

Весна на носу. Точнее – в носу. Размахивая, словно белым флагом, дежурным носовым платком и похрустывая свежевывавшими реагентами, мы поспешили в Российскую Детскую Клиническую Больницу к профессиональным иммунологам за советом о том, как поддержать иммунитет в это непростое время. Наш «Доктор Света» (солнечного, естественно), Светлана Сергеевна Вахлярская, провела с нами стартовый «ликбез» относительно того, что такое иммунитет и поделилась с нами и всеми нашими Солнечными Людьями ценными знаниями и рецептами.

ДВ: Спасибо рекламе полезных молочных коктейлей, сегодня каждый знает, как выглядит иммунитет. Судя по роликам, это милый мохнатый мумми-тролль, которого хлебом не корми – дай полакомиться специальным напитком из баночки!



Доктор Света,
друг иммунитета



Светлана:

И это первое, самое распространенное заблуждение! Действительно, сегодня слово «иммунитет» очень популярно – с легкой руки рекламы различных укрепляющих его напитков. Но мало кто точно понимает, что это такое. В двух словах: иммунитет – это не объект, это система.

Иммунная система – это комплекс органов и клеток, защищающих организм от чужеродных агентов – вирусов, бактерий, грибов, собственных мутировавших клеток. Основная задача иммунной системы – защита организма от инфекционных заболеваний или истребление уже попавших в организм инфекционных агентов. Человек живет в окружении бактерий, грибов и вирусов. На коже и в кишечнике человека постоянно живут бактерии. Это так называемые «соседи» человека. Иммунная система не позволяет этим «соседям» проникнуть внутрь организма человека. А если вдруг проникновение произошло, например, человек порезался, иммунная система «отграничивает» воспаление и не позволяет инфекции проникнуть дальше, в ткани или в кровь.

Иммунная система одна из наиболее активно работающих систем в организме. Если уж и сравнивать ее с каким-то персонажем, то скорее уж она – рабочая лошадка, Эдакая трудяга, которая не знает отдыха ни днем, ни ночью, ни зимой, ни летом. А уж зимой в период эпидемий вирусных инфекций эта лошадка тянет вдвое, а то и втрое больше, потому что число контактов с инфекционными агентами возрастает.

ДВ: То есть, если иммунная система в норме, человек не болеет?

Светлана: Неправильно думать, что человек со здоровым иммунитетом не должен болеть. Люди со здоровой иммунной системой могут порой заболеть серьезными инфекциями. Поэтому в помощь иммунной системе были придуманы антибиотики, противогрибковые и противовирусные препараты.





Здоровые советы от Доктора Светы



ДВ: Фразы типа «укреплять иммунитет», «поддерживать иммунитет» превратились в расхожий рекламный слоган. Возникает впечатление, что он у нас изначально слабенький и неустойчивый – иначе зачем бы его все время укреплять?



Светлана: Необходимо помнить, что большая часть людей на земле имеет здоровую иммунную систему, способную бороться с вирусами, бактериями и грибами, которые нас окружают. В противном случае, человечество просто вымерло бы от инфекций. Для того природа и создала защитные клетки, что бы мы с вами не погибли от ежесекундного столкновения с инфекционными агентами, витающими вокруг нас. В периоды эпидемий (зимой ОРВИ, летом кишечные инфекции) иммунная система работает более напряженно. Другое дело, что, как и любую систему (например, компьютерную), ее можно собственными руками перегрузить – и тогда она начинает «зависать» и давать сбои. Снизить сопротивляемость организма к инфекциям могут стресс, переутомление, дефицит сна, злоупотребление алкоголем, курение, недостаток витаминов, переохлаждение или перегрев, сферхнагрузки, негативные эмоции, неблагоприятная экологическая ситуация. Подозреваю, что ускорение темпа жизни сказывается на работе нашей иммунной системы отнюдь не положительно. Иными словами, мы сами подвергаем наш иммунитет ненужным нагрузкам и даем ему дополнительные «непрофильные» задания разбираться с последствиями нашей неумеренности и безалаберности в отношении своего здоровья, отвлекая ресурсы от прямых обязанностей. И потому возникает ощущение, что болеем мы чаще и вокруг все больше и больше людей с ослабленным иммунитетом. Хотя реально это не так.

ДВ: То есть, иммунитет не бывает «слабым» – это нагрузки на него бывают чрезмерными? И его нужно не «укреплять» или «поддерживать», а просто не перегружать и не мешать ему поддерживать нас?

Светлана: Совершенно верно! Представьте себе циркового силача: как бы силен он ни был, если на его плечи класть все новый и новый груз, он, в конце концов, сдастся. И это вовсе не значит, что он ослаб.

ДВ: В качестве средств укрепления и повышения иммунитета рекомендуют все – от спорта и народных средств до йогуртов и иммуномодуляторов? Как не заблудиться в этом разнообразии?



Светлана: Как ни банально прозвучат мои слова, но правильный образ жизни, правильное питание и бережное отношение к себе и своему организму помогают иммунной системе в ее работе, точнее - не мешают.

К иммуномодуляторам я отношусь настороженно. Я считаю, что эти препараты может назначить только врач и только при наличии показаний, поэтому не занимайтесь самолечением, обратитесь к специалисту.

Легкие и умеренные физические нагрузки, закаливание стимулируют иммунную систему. Положительные эмоции также благотворно сказываются на работе иммунной системы. Влюбленные люди, в отличие от одиноких, болеют реже. А еще витамины, прогулки на свежем воздухе, позитивное общение с друзьями, положительные эмоции и любые творческие идеи. И будьте здоровы!

Читайте в новых Добрых Вестях

Добрые Вести

Ежемесячный дайджест
мира Благотворительности

✓ Благо-Блог

Не найдя хороших курсов обучения Добру, наш блоггер, не покладая ног, занимается самообразованием и, не покладая рук, делится полученными уроками.

Мир добрых людей

Для Добра не существует ни государственных границ, ни языковых барьеров. Ежедневно в мире люди из разных уголков земли совершают удивительные, увлекательные и крайне эффективные дела на благо окружающих. Узнать о новостях мирового благотворительного движения поможет эта рубрика.

♥ Бизнес с Большим Сердцем

Размер не имеет значения: Большим Сердцем может в равной степени обладать и гигант индустрии и маленькая компания из нескольких добрых людей. О тех, кто в стремлении быть полезным и нужным смело выходит за рамки и границы рынков и производственных отраслей, мы расскажем в этой рубрике.

➤ Мастер Добрых Дел ⇐

Не важно, что вы умеете, и к чему у Вас талант и способность. Любой навык, интерес и умение можно направить на Доброе Дело. И он непременно принесет плоды. О тех, кто овладел мастерством творить Добро, рассказывает эта рубрика.

😊 Лица из Теплицы

Не ждите от нас жалостливых «историй болезни». Наши подопечные и их близкие при первом же знакомстве поражают невероятной даже для здорового человека верой в жизнь и стойким стремлением быть счастливыми, активными и полными сил. Познакомиться с ними поближе и подружиться поможет эта рубрика.

☀ Звезда по имени Солнце

Некоторые звезды поднимаются в зенит для того, чтобы снизу лучше был виден их блеск. Другие – для того, чтобы дарить свет как можно большему количеству людей. Именно о них, в блеске софитов не теряющих внутреннего света и душевного тепла, идет речь в этой рубрике.

! По Добру – по Здорову

Иммунитет – наш самый бесценный дар. Простые и необременительные способы не растерять его по ходу нашей бурной жизни раскрывают профессиональные иммунологи и специалисты наших клиник. Будьте здоровы!



«Подсолнух» – фонд помощи детям с диагнозом «Первичный Иммунодефицит». Мы не устаем бороться не только за их жизнь и здоровье, но в первую очередь против самой причины – страшного заболевания.

Присоединяйтесь к нашему сообществу Солнечных Людей и становитесь частью нашей Солнечной Системы добра и поддержки!

Узнайте больше о Первичном Иммунодефиците. Проверьте своих близких. Помогите нашим подопечным. И сделайте собственную жизнь богаче, ярче и активнее – на www.fondpodsolnuh.ru