



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ
ФОНД ВЛАДИМИРА
ПОТАНИНА

ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ФИЛАНТРОПИИ

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ — 2021

ФИЛАНТРОПИЯ В НОВОМ МИРЕ

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ — 2021

ФИЛАНТРОПИЯ В НОВОМ МИРЕ

Декабрь, 2021 г.

Авторы

Наталья Фреик
Анастасия Ложкина

Идея и финансовая поддержка

Благотворительный фонд
Владимира Потанина

Редактор

Наталья Дорошева

Издательская группа

Тимофей Андросов
Андрей Высоцкий
Дарья Куваева
Роман Склоцкий
Валерия Чернякина

Благотворительный фонд Владимира Потанина

г. Москва, ул. Тверская, д. 16, стр. 1
+7 (495) 149-30-18
fondpotanin.ru
facebook.com/potaninfoundation
vk.com/potaninfoundation



Благотворительный фонд
Владимира Потанина, 2021

© Благотворительный фонд Владимира
Потанина, 2021

© Фреик Н. В., 2021

© Ложкина А. С., 2021

© Дорошева Н. М., 2021

Данное произведение распространяется по лицензии Creative Commons «Attribution-NonCommercial-NoDerivatives» («Атрибуция — Некоммерческое использование — Без производных произведений») 4.0 Всемирная.

© Издательство «ДПК Пресс», 2021
dpk-press.ru

СОДЕРЖАНИЕ

Вступительное слово	5	
<hr/>		
	6	Разнообразие, равенство и инклюзия
Практикум: рекомендации для организаций, стремящихся следовать принципам разнообразия, равенства и инклюзии	8	
Практикум: разнообразие в языке, или как писать правильно	9	
<hr/>		
	9	Филантропия глобальных систем
Практикум: коллаборация бизнеса и НКО	12	
Практикум: «экологическое мышление» фандрайзера	13	
(Де)политизация филантропии	13	
<hr/>		
	14	Переосмысление роли крупных доноров в филантропии
Практикум: примеры предложений для крупных доноров	17	
Практикум: что нужно знать при планировании работы с молодым поколением крупных доноров	18	
<hr/>		
	19	Филантропия, основанная на доверии
Практикум: как добиться доверия доноров	21	
Практикум: завоевываем доверие через открытость и прозрачность	22	
<hr/>		
	22	Местная филантропия
Практикум: возможности местных сообществ	24	
<hr/>		
	25	Трансформация фандрайзинга
Практикум: как предупредить цифровое мошенничество	27	
Заключение	29	
<hr/>		
	30	Ключевые источники
Об авторах	34	



ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО

Последние два «пандемийных» года серьезно повлияли на мироустройство, изменив привычный уклад жизни и задав принципиально новые условия для развития человечества. Филантропия, будучи тесно интегрированной во многие общественные и другие процессы, оказалась в центре событий, а филантропические игроки были вынуждены оперативно реагировать на новые возникающие вызовы, перестраивать свою деятельность и балансировать между тактикой и стратегией.

Настоящий дайджест продолжает серию материалов Центра развития филантропии, посвященных анализу ключевых тенденций в филантропии на глобальном уровне. В начале 2020 года увидел свет аналитический доклад «Будущее филантропии: ключевые тренды. Метаанализ прогнозов», в котором были описаны самые заметные векторы развития филантропии как глобальной индустрии. Однако основная работа над докладом пришлась на «допандемийное» время, поэтому в него не вошли новые процессы и явления, вызванные пандемией. К моменту появления дайджеста «Фандрайзинг в эпоху перемен: уроки и тенденции» уже было достаточно информации, позволяющей проанализировать влияние пандемии на филантропию и, в частности, на фандрайзинг.

Спустя два года с начала пандемии можно уверенно говорить и о новых явлениях, меняющих ландшафт мировой благотворительности, и о продолжении ряда тенденций,

проявивших себя еще в «доковидную» эпоху. Настоящий дайджест представляет собой попытку выявить и описать эти явления и наметить контуры филантропии будущего. Стоит отметить, что темы и дискурсы, представленные ниже, по-разному проявляются и раскрываются в разных странах и регионах мира. Например, вопросы, связанные с борьбой против изменений климата, пока актуальны далеко не для каждого некоммерческого сектора. А смысловое наполнение темы инклюзии в России отлично от западных стран. Тем любопытнее подробно изучить выявленные тенденции и проанализировать, насколько они представлены в российской повестке дня.

Для того чтобы дайджест не остался теоретическим материалом, в нем представлены кейсы, позволяющие увидеть способы привлечения ресурсов на развитие той или иной темы, будь то усиление местной филантропии или развитие филантропии глобальных систем. Наличие ресурсов является одним из первостепенных факторов для системного решения социальных проблем, поэтому в практическую часть обзора вошли креативные примеры привлечения средств, описание нетривиальных партнерств и рекомендации для фандрайзеров и руководителей НКО.

Мы надеемся, что этот материал будет полезен для профессионалов некоммерческого сектора и станет поводом для размышлений и дискуссий на тему будущего филантропии.

Центр развития филантропии

**Благотворительного фонда
Владимира Потанина**

РАЗНООБРАЗИЕ, РАВЕНСТВО И ИНКЛЮЗИЯ (DIVERSITY, EQUITY, INCLUSION)

Три этих принципа в той или иной комбинации (DEI, D&I) — в центре внимания общественной повестки западных стран. В других странах мира эта тема также набирает обороты.

Разнообразие (Diversity) — это признание различий между людьми (пол, раса, религия, сексуальная ориентация, национальность, социальный статус, язык, физические и ментальные способности, возраст и пр.) и стремление, чтобы менее представленные группы были включены в команды, сообщества и пр. В западных компаниях обычно речь идет об увеличении представительства женщин и цветных людей; а в Индии — женщин и представителей низших каст.

Инклюзия (Inclusion) не является естественным следствием разнообразия — это создание среды, когда люди менее представленных групп чувствуют, что они ценны, что приветствуется их присутствие в команде, отрасли, сообществе. Например, в компании есть реальные возможности для карьерного роста.

Равенство (Equity) — это обеспечение всем справедливого доступа к возможностям и ресурсам. Это процесс, который начинается с признания «неравной» отправной точки и принятия обязательств устранить дисбаланс.



Для филантропии распространение ценностей DEI означает:

- Более разнообразные советы директоров, больше женщин и людей разных цветов кожи среди руководства фондов и благотворительных организаций.

Примеры: раскрытие данных о разнообразии в коллективе фонда [The Annie E. Casey Foundation](#); прогресс Фонда Форда (The Ford Foundation) в направлении DEI.

Согласно [отчету](#) Charity Finance (Charity Chief Executives Survey 2021), уже 36 % крупнейших британских благотворительных организаций возглавляют женщины (в 2019 году — 29 %), сокращается и разрыв в оплате труда. В то же время, согласно [исследованию CSS Fundraising](#), в американских НКО внедрение принципов DEI в первую очередь затрагивает разнообразие в коллективах организаций, советах директоров; в меньшей степени происходят изменения коммуникаций и стратегий привлечения доноров, в работе с волонтерами, в направлениях деятельности.

- Более пристальное общественное внимание к ценностям, которые исповедуют НКО и доноры в своей деятельности; порицание доноров за поддержку грантополучателей, которые противостоят принципам DEI ([например](#), выступают с антирасистской риторикой) или [принимают пожертвования](#) от лиц, обвиняемых в антисемитизме.
- Рост интереса к донорам из менее представленных групп незападного мира — пожертвования небелокожих доноров (англ. color donors) (США), представитель [второго поколения иммигрантов](#) (Канада), диаспор, [филантропия исламского мира](#) (например, на закят и садаку ежегодно приходится до \$1 трлн; в период пандемии эти суммы стали особенно значимыми).
- Расширение участия в проектировании и управлении программами благополучателей, в том числе из низкоресурсных и маргинализированных групп.

- Переосмысление роли благополучателей в коммуникациях и фандрайзинге, поиск более инклюзивного языка. Например, одна из ведущих британских НКО, поддерживающая при потере близких, в 2021 году заменила в своем названии слово care (забота, уход) на support (поддержка) — **Cruse Bereavement Support**. Таким способом организация старалась подчеркнуть более активную роль благополучателей, что они не столько жертвы и объект ухода и заботы, сколько самостоятельные люди, которым нужна дополнительная поддержка в определенный период жизни. Смена названия — лишь часть **ребрендинга** НКО, с большим акцентом на том, чтобы быть «искренними, добрыми, амбициозными и инклюзивными».
 - Все чаще обсуждается тема уважения человеческого достоинства благополучателей (**например**, когда НКО ищет спонсора для оплаты образования девушки из низкоресурсной семьи); **более деликатного отношения** к историям благополучателей в публичном поле, с акцентом на достижениях самого человека, а не НКО.
 - Смещение фокуса на местные решения — уход от «колониального» подхода, признающего безусловную ценность западных или столичных подходов и технологий («филантропия белых мужчин с Запада»).
 - **Рост внимания** к тому, как распределяются благотворительные ресурсы и финансовые потоки, — на какие цели, куда и сколько, куда в меньшем, а куда в большем объеме. Хотя это традиционные и далеко не новые вопросы, в текущих условиях это в большей степени вопросы социальной справедливости.
 - Появляются специальные ресурсы, на которых стремительно пополняется список исследований по теме инвестирования в уязвимые и недофинансированные сообщества (**Change Philanthropy**). В США на фоне общественной кампании, связанной с убийством Джорджа Флойда и всплеском насилия по отношению к людям азиатского происхождения на фоне распространения коронавируса, несколько частных фондов **заявили** о выделении дополнительных средств на борьбу с расовой несправедливостью — всего более \$1 млрд. Согласно **исследованию Candid**, объемы пожертвований на борьбу с расовой несправедливостью только в 2020 и частично в 2021 году были в 3,8 раза больше, чем объем пожертвований на эти цели за девять предыдущих лет. Кроме того, это **побудило** ряд донорских организаций внести изменения в свои грантовые процедуры. В частности, пересмотреть, в какой мере текущие грантовые и отчетные процедуры позволяют на равных участвовать в конкурсах новым, малым НКО, организациям представителей коренных народов, ЛГБТ+, уязвимых групп и пр.
 - Развитие активизма, поддержка общественных движений и кампаний, направленных на борьбу с социальной несправедливостью. Фонд Форда (The Ford Foundation) в октябре 2020 года объявил о двукратном увеличении бюджета на поддержку инициатив, продвигающих идеи расового равенства и защиту прав человека, — поддержка низовых организаций, неформальных объединений и активистов. В США на фоне общественного движения «Жизни темнокожих имеют значение» в соответствующий фонд Black Lives Matter Global Network Foundation за месяц было **пожертвовано** около \$36 млн.
 - Роль филантропии в осмыслении исторического прошлого, выплата репараций для пострадавших групп как один из трендов американской филантропии в 2021 году (**Johnson Center for Philanthropy**).
- Некоторые направления филантропии получили дополнительный импульс и **финансирование** в связи с пандемией, повлекшей более драматичные последствия для определенных групп, активизацию дискуссий об инклюзии, социальной справедливости

и распределении жизненно важных ресурсов (в том числе вакцин). Внедрение принципов DEI содействует развитию этих направлений:

- Феминистская / женская филантропия (gender-based philanthropy, feminist philanthropy).

Активно развиваются программы поддержки и социальных инвестиций в женское лидерство, образование девочек и женщин, расширение прав женщин в обществе и пр. Речь идет не только о западных, но и об азиатских странах.

Для самой филантропии этот интерес важен, так как женщины зачастую составляют большинство среди сотрудников и волонтеров, более активны как доноры и пр. С расширением принципов DEI и укрепления позиций женщин в обществе (32 % мирового богатства контролируется женщинами) их роль в филантропии станет еще более значимой.

- ЛГБТ+ филантропия (LGBT+ philanthropy).
- Расовая филантропия, филантропия темнокожих (Race / Black philanthropy) и коренного населения (Indigenous philanthropy).

Практикум: рекомендации для организаций, стремящихся следовать принципам разнообразия, равенства и инклюзии

Ценности разнообразия, равенства и инклюзии продолжают приобретать все большее значение и среди доноров. Согласно ежегодному исследованию «Почему Америка делает пожертвования» (2021), 48 % отметили, что, вероятно, пожертвуют благотворительным организациям, которые практикуют принципы DEI. Из них 43 % — это миллениалы и 47 % — поколение Z.

Растущее разнообразие населения США дает некоммерческому сектору возможность взаимодействовать с донорами из разных слоев общества, вовлекать их в различные проекты и в решение социальных проблем. Их участие в благотворительности недооценено. Как показывает исследование Blackbaud, у доноров афроамериканского и латиноамериканского происхождения запрашивают пожертвования реже, чем у других расовых и этнических групп. Эти доноры также предположили, что, если их будут просить чаще, они будут жертвовать больше. Здесь важно обратить внимание фандрайзеров на то, что в США почти 2,3 миллиона богатых небелокожих домохозяйств (англ. *color households*), их покупательская способность оценивается в размере 3,9 триллиона долларов. Вовлечение всех слоев населения поможет некоммерческим организациям развиваться и достигать большей устойчивости.

CCS Fundraising дает следующие рекомендации на пути организации к принципам разнообразия, равенства и инклюзии:

1. Просмотреть данные о разнообразии действующих доноров. Если информация недоступна, оценить, какие данные организация могла бы начать отслеживать, чтобы помочь в оценке DEI в операциях по сбору средств.
2. При взаимодействии с сообществами, частью которых команда не является, убедиться, что подход индивидуален и учитывает культурные особенности. Чтобы получить рекомендации по этой теме, можно ознакомиться со статьей «Межкультурная компетенция для некоммерческого сбора средств».
3. Постоянно оценивать общие проекты и программы организации через призму DEI и при необходимости делиться информацией об этих усилиях с донорами.

Практикум: разнообразие в языке, или как писать правильно

В России продолжается дискуссия вокруг использования слов-феминитивов для обозначения лиц женского пола по профессиональной, социальной, религиозной принадлежности. Все чаще авторы стоят перед дилеммой: употребление суффикса «-ка» в статьях или в социальных сетях сразу вызывает комментарии борцов за чистоту русского языка. А неиспользование феминитива, наоборот, может обидеть и также вызвать волну комментариев. [«Теплица социальных технологий»](#) выпустила рекомендации, как учесть в своих текстах позиции разных сторон.



2021 год [показал](#), какими острыми могут быть дискуссии вокруг терминологии по отношению к подопечным некоммерческих организаций. Какие слова лучше использовать в публикациях, в рекламных и информационных кампаниях, чтобы и людям было понятно, и не обидеть, например, родителей детей с ограниченными возможностями здоровья? Сотрудникам НКО предстоит нелегкая работа: с одной стороны, объяснять доступным русским языком, кому необходимы средства, почему важно помогать, а с другой — быть корректными по отношению к благополучателям.

Рекомендации для фандрайзеров: опрашивайте своих сторонников, изучайте максимально их портрет, вовлекайте их в деятельность некоммерческой организации. Общайтесь также с вашими подопечными, ведите с ними диалог на предмет этичности и корректности подачи информации, использования правильных слов для описания социальной проблемы.

ФИЛАНТРОПИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ СИСТЕМ

Пандемия COVID-19 наглядно продемонстрировала взаимосвязанность проблем в мире. Ведутся дискуссии об участии филантропии в решении глобальных проблем — в борьбе с изменениями климата (Climate / Climate change mitigation philanthropy),

защите океанов и окружающей среды (Ocean philanthropy), изменении глобальной системы здравоохранения (Global health philanthropy) и продовольственных систем (Food systems philanthropy), сельского хозяйства и пр.

Основные идеи

- Для решения глобальных проблем нужны масштабные инвестиции, причем речь должна идти не о латании дыр, а о серьезных изменениях систем

в целом. У филантропии уникальная роль в этих процессах как идеолога и лоббиста изменений. Этот сектор объединяет игроков для коллективных инициатив, а также обеспечивает соответствующие ресурсы.

- «Каталитический подход» как ключевая стратегия филантропии в изменении глобальных систем — благотворительные фонды и доноры выступают катализаторами изменений за счет использования собственных ресурсов и привлечения дополнительных. Кроме того, в отличие от государства и бизнеса, фонды могут поддерживать инновационные решения, поскольку их вложения более терпимы к риску и финансовым показателям инвестиций.
- Дискуссии об изменении глобальных систем тесно связаны с вопросами о роли и ответственности «большой филантропии», мегадоноров.

Климатическая филантропия. Согласно исследованию Climate Works, в 2020 году объемы пожертвований на борьбу с изменениями климата составляли менее 2 % от всех пожертвований (около \$730 млрд), что недостаточно для решения масштабных климатических проблем. При этом в последние годы объемы пожертвований «на климат» постоянно увеличиваются (примерно на 15 % в год). Ожидается, что следующие годы станут переломными, «решающим десятилетием» по преодолению климатического кризиса. На это, с одной стороны, повлияли разрушительные природные катаклизмы по всему миру (ураганы и пожары



в Австралии и Америке, наводнения и засуха в Европе и пр.), а также пандемия. С другой стороны — осознание необходимости инвестиций в подготовку к чрезвычайным ситуациям и их предотвращение.

Главные тренды в климатической филантропии:

- Растут пожертвования «на климат» со стороны состоятельных людей. Так, Фонд Джеффа Безоса планирует выделить \$10 млрд в течение 10 лет; пожертвование Маккензи Скотт в размере \$125 млн является одним из крупнейших пожертвований частных лиц; Илон Маск выделяет \$100 млн на снижение углеродного следа.
- Крупные благотворительные фонды также берут на себя серьезные обязательства по борьбе с изменениями климата, появляются примеры сотрудничества между крупнейшими игроками. Так, Фонд ИКЕА и Фонд Рокфеллера учредили фонд чистой энергии в размере \$1 млрд. В 2021 году в Великобритании запущена инициатива Donors for Climate (The Individual Philanthropy Commitment on Climate Change).
- Борьба с изменениями климата становится национальным приоритетом ряда стран. В странах Азии это автоматически влечет пересмотр КСО-бюджетов, рост корпоративных и частных пожертвований в пользу приоритетов государственной повестки.
- Растет интерес к ответственному (зеленому) инвестированию. Например, в Австралии $\frac{3}{4}$ компаний по управлению благосостоянием (private banking), распоряжающиеся средствами на сумму более \$3,3 трлн, отмечают растущий интерес своих клиентов к инвестициям, направленным на борьбу с изменениями климата, $\frac{2}{3}$ стремятся увеличить свои благотворительные пожертвования на эти цели.

Защита океанов. Вопросы защиты океанов не находятся в топе приоритетов доноров, но доля пожертвований

на сохранение океанов постоянно увеличивается (в США сумма удвоилась за последние 10 лет). Постепенно значимую долю средств на сохранение океанов составляют именно благотворительные пожертвования, а не государственные инвестиции. Всего в 2019 году на сохранение океанов было пожертвовано \$3,1 млрд, и этих средств также недостаточно.

Сельское хозяйство, продовольственные системы. На протяжении многих лет эта отрасль считалась «бедным родственником климатической филантропии», но в последние годы ситуация меняется.

На производство продуктов питания и сельское хозяйство приходится от 10 до 30 % глобальных выбросов парниковых газов антропогенного происхождения — доля зависит от способа расчетов (в частности, включать ли сопутствующие выбросы от производства удобрений, транспортировки сельскохозяйственных товаров или относить их к другим секторам). Само сельское хозяйство весьма подвержено воздействию изменений климата; при этом оно же является и частью решения. Например, сокращение производства мяса и молочных продуктов (14,5 % выбросов CO₂), продвижение культуры потребления белков неживотного происхождения и внедрения современных методов животноводства, переход к более экологичной системе ведения сельского хозяйства (сокращение затрат энергии, пестицидов и удобрений) не только будут содействовать сокращению CO₂, но и помогут восстановлению природы.

Именно филантропии отводится важная роль в создании более устойчивой продовольственной системы и сельского хозяйства. В частности, за счет изменения текущих подходов и ценностей с преобладающего фокуса на продовольственную безопасность (как следствие — интенсивные методы ведения хозяйства, выращивание монокультур и ориентация на экспорт) на более системный подход, когда производство продуктов питания рассматривается лишь как

одна из целей, наряду с обеспечением здорового питания, развитием сельских районов, социальной справедливостью и защитой окружающей среды.

С учетом прогнозируемого роста населения на 2 миллиарда в последующие 30 лет ожидается рост внимания филантропии к теме продовольствия, голода и утилизации избытков еды.

В 2021 году ООН запустила масштабную инициативу. С целью выработки решений, направленных на преобразование продовольственных систем, были проведены независимые диалоги с более чем 40 000 человек со всего мира.

Здравоохранение. Эта сфера традиционно находится в числе приоритетов филантропии. В период пандемии COVID-19 еще больше доноров и НКО включились в поддержку данного направления, осознали необходимость системных изменений, требующих масштабных инвестиций и коллективных усилий.

Среди ключевых игроков в сфере глобальной системы здравоохранения — Фонд Билла и Мелинды Гейтс (Bill and Melinda Gates Foundation), который в полной мере применяет «каталитический подход». Фонд сотрудничает с государственными и профильными игроками (ВОЗ, Всемирный банк, ЮНИСЕФ и пр.); обеспечивает масштабные инвестиции в те области, в которых его вмешательство может в корне решить проблему (малярия, СПИД, туберкулез и полиомиелит). После вспышки COVID-19 фигура Билла Гейтса и его роль в здравоохранении стала особенно заметной. Его обвиняют в причастности к распространению вируса, и наоборот, рассматривают как давнего сторонника повышения готовности к пандемиям, вкладывающего миллиарды долларов в борьбу с болезнями. Фигура Гейтса и деятельность его фонда активизировала дискуссии о роли «большой филантропии» в обществе, о влиянии и ответственности состоятельных людей за глобальные проблемы.

Практикум: коллаборация бизнеса и НКО

Vitruta — мультибрендовый магазин в Стамбуле, который взял курс на поддержку и внедрение экологичной моды. Он предлагает покупателям возможность узнать больше о брендах, ориентированных на природу и жизнь. «Мы хотим делать все, что в наших силах, справедливо и этично, чтобы минимизировать воздействие на окружающую среду», — говорится на сайте Vitruta.



В частности, в магазинах представлен WWF Market — результат сотрудничества WWF Турции и Reflect Studio. Вся одежда имеет сертификат B-Corp и фокусируется на принципах устойчивого развития. На всех этапах производства используются экологически чистые сертифицированные материалы, соблюдаются условия справедливой торговли. Коллекция включает носки, худи, футболки, шарфы, полотенца, шорты. Символами коллекции стали животные, которые находятся в программах защиты Всемирного фонда дикой природы. А прибыль от продажи идет на проекты по их сохранению. Стоит отметить, что данная продукция занимает центральное место в магазинах, мимо нее сложно пройти. Дизайн и качество привлекают внимание покупателей.

Практикум: «экологическое мышление» фандрайзера

Вклад в сохранение природы могут внести своими действиями и фандрайзеры. Здесь речь идет не про сам сбор средств на экологические проекты, а про инструменты, товары и технологии, используемые фандрайзерами. Они должны смотреть на все, что они делают, через призму окружающей среды, видя, где могут быть внесены положительные изменения. Например, можно отказаться от покупки воздушных шаров для мероприятий, от печати рекламной продукции, сократить объем печати. Слишком часто благотворительные товары бывают одноразовые, и их трудно перерабатывать, что приводит к значительным отходам. В современном мире фандрайзерам необходимо искать альтернативы. Можно использовать электронные билеты, медали и футболки, сделанные из материалов, полученных из экологически чистых источников.

Организаторы конференции «Белые ночи фандрайзинга» предложили участникам конференции следующие эко-принципы: экономить бумагу, использовать вместо бумажной версии программы электронную, снизить количество пластика, добавить в рацион питания больше овощей и фруктов, посадить деревья в качестве возмещения экоследа от авиаперелетов.

В своем Комплексе материалов по изменению окружающей среды Chartered Institute of Fundraising (UK) призывает фандрайзеров рассмотреть возможность предоставления рекомендаций участникам о том, как они могут попасть на мероприятие с наименьшим воздействием на окружающую среду. Здесь же описаны рекомендуемые меры по включению «экологического мышления» в культуру организации. К ним относятся начало разговора на уровне правления, создание зеленой команды или рабочей группы для внедрения изменений, достижение понимания, что такое углеродный след организации, и постановка целей по сокращению выбросов. Документ также подчеркивает важность включения «экологического мышления» в соответствующую политику организации в таких областях, как выбросы углерода, этические инвестиции, принятие или отказ от пожертвований, печать и закупки.

(ДЕ)ПОЛИТИЗАЦИЯ ФИЛАНТРОПИИ

«У филантропии и государства все больше совпадает роль в общественной жизни» — так сформулирован один из ключевых трендов 2021 года в докладе Dorothy A. Johnson Center for Philanthropy (США). Взаимоотношения государства и филантропии никогда не были простыми, но сейчас стали особенно сложными; каждая из сторон начинает диктовать условия или заходить на прежнюю территорию другой. Среди примеров — влияние благотворительных инициатив Билла Гейтса и, наоборот, повсеместные попытки ограничения деятельности иностранных доноров (например, Индия) и гражданских активистов; пополнение

благотворительными фондами пенсионных фондов (Детройт, США) или, наоборот, благотворительного фонда — налогами «с богатых» (Круг добра, РФ).



Пандемия только усилила совпадение ролей филантропии и государства. Во многих странах в условиях отсутствия скоординированных действий правительств или даже отрицания инфекции доноры и НКО брали на себя функции государства — искали финансы, СИЗ и ИВЛ, организовывали поставки медицинского оборудования и строили больницы, проводили информационные кампании для населения и продумывали планы дальнейших действий (яркий пример — [Бразилия](#)). В других странах, наоборот, лидеров сектора [критиковали](#) за создание «секретных самопровозглашенных» групп, пытавшихся повлиять на правительство и добиться преференций вместо более активного и непосредственного участия в преодолении последствий пандемии. Например, британская НКО [covid: aid](#) прекратила кампанию COVID Heroes после получения тысяч оскорбительных комментариев от противников вакцинации.

Попытки филантропии добиться масштабных перемен, изменить сами системы (systems change) логичным образом приближает ее к политическому полю, к пониманию невозможности добиться глобальных целей только силами филантропии, необходимости взаимодействия и совместных усилий с государством. В связи с этим ожидается расширение практик [государственно-частного партнерства](#), рост [стремления](#) грантодающих фондов влиять на социальную политику государства.

Другой фактор, усиливающий тренд, — ограниченность ресурсов у государства, что стимулирует привлечение дополнительных источников, стремление переложить часть социальных расходов на негосударственных игроков.

Кроме того, во всем мире фиксируется падение доверия к большинству социальных институтов, а во время пандемии — особенно к властям ([Edelman Trust Barometer](#)). Представления о том, как на это должна реагировать филантропия, противоречивы.

- Одни ждут от филантропии отказа от прежней удобной позиции «оставаться над схваткой» и быть «вне политики»,

проявлять большую гражданскую активность и давление. Например, поддерживать журналистские расследования и общественные движения (согласно [докладу Candid](#), на них приходится не более 0,5 % всех благотворительных пожертвований), даже если они выражают взгляды конкретных политических деятелей или групп; поддерживать защитников природы, [отказываясь](#) от «лицемерных денег» добывающих компаний и пр.

- Другие обращают внимание на риски политизации, в том числе потерю остатков доверия к филантропии («утрату ею человечности»), ее использование в политических целях. Так, большинство опрошенных британцев уверены, что благотворительные организации не должны занимать политическую позицию — [«это не их роль»](#).
- Третьи [занимают](#) компромиссную позицию, фокусируясь на выгодах конструктивного сотрудничества филантропии и государства. В частности, на важной роли филантропии в снижении рисков, связанных с внедрением инноваций и обеспечением венчурного капитала; на предложении властям продуманных и обоснованных решений, обеспечивающих социальные изменения.

ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ РОЛИ КРУПНЫХ ДОНОРОВ В ФИЛАНТРОПИИ (BIG PHILANTHROPY)

В условиях пандемии, когда мир столкнулся с беспрецедентным по масштабу уровнем проблем, внимание к крупным донорам, а также состоятельным людям, их ресурсам и поведению в новых условиях, участию или неучастию в филантропии и влиянию на общество стало еще больше. Среди сопутствующих [рисков](#) дискуссий

о мегадонорах — распространение чрезмерно упрощенных установок, что «филантропия = плохое».

Влияние мегадоноров. В последние годы наблюдается всплеск крупных пожертвований, в первую очередь со стороны стремительно разбогатевших людей из технологического сектора, филантрокапиталистов молодого поколения, которые стремятся изменить мир через бизнес-подходы, поддерживая крупные и «бизнесовые» НКО, не всегда понимающие реальные потребности благополучателей. Все это привлекает внимание общественности, активизируя дискуссии о легитимности и чрезмерном влиянии элитных доноров на общество, демократию, на целые отрасли, сообщества и страны.



Например, в Фонде Билла и Мелинды Гейтс, крупнейшем частном фонде мира, который оказывает значимое влияние на целые отрасли (в частности, систему здравоохранения), все решения принимают всего три человека. Несколько иной подход у другого крупного филантропа Маккензи Скотт, которая делегирует принятие программных решений поддерживаемым организациям (при этом решение о том, какие организации и направления будут финансироваться, остается полностью под ее контролем).

Параллельно с этим во всем мире сокращаются более мелкие пожертвования частных доноров, пересматривается модель участия в филантропии:

вместо пожертвований в «бездонную яму» — покупка продукции социально ответственных предприятий и социальное инвестирование. Такие тренды меняют баланс сил в филантропии, делая ее сферой, «подконтрольной богатым». В частности, активизируются дискуссии о негативной зависимости НКО от одного крупного донора, поскольку это означает подчинение его прихотям, часто далеким от потребностей благополучателей, потерю независимости действий, меньшую подотчетность людям в широком смысле.

Этичность отложенных инвестиций в решение социальных проблем при наличии достаточных ресурсов в мире, в частности, у крупных доноров и состоятельных людей. Например, справедливо ли не накормить голодных прямо сейчас? Или такие жертвы обоснованы, если средства сначала выгодно вложить, а через некоторое время получить возможность накормить большее число людей?

В 2020 году в США запущена Инициатива по стимулированию благотворительных пожертвований (Accelerate Charitable Giving), направленная на реформирование налогового законодательства, чтобы стимулировать фонды (в первую очередь, частные фонды и фонды, рекомендованные донорами (donor-advised funds, DAF) к более быстрому распределению имеющихся в их распоряжении пожертвований.

Фонд Форда и ряд других американских фондов в 2020 году заявили о выпуске долговых обязательств, чтобы оперативно увеличить объем грантов на борьбу с COVID.

Социальная справедливость и ответственность. В период пандемии число долларовых миллионеров и миллиардеров увеличилось, тогда как значительная часть населения пострадала. В 2020 году совокупное состояние только американских участников списка Forbes-400 возросло на 40 % по сравнению с прошлым годом, однако их участие в филантропии пропорционально не увеличилось. Это усиливает и так острые вопросы о справедливости и ответственности доноров, в том числе в странах, для которых характерны традиционно низкие показатели

вовлечения состоятельных людей в филантропию и низкий уровень доверия к их пожертвованиям (страны Азии, Франция).

Вопросы, как увеличить вовлечение состоятельных людей в благотворительность, обсуждались в секторе постоянно, сколь бы тревожными ни казались последствия значительного увеличения пожертвований и, соответственно, их влияния. Тем не менее дискуссии об оторванности миллиардеров от проблем «простых людей» и «горящего мира» (иногда в буквальном смысле) становятся особенно острыми.

Ответственность филантропии за воспроизводство статус-кво. Все чаще обсуждается вопрос: в какой мере филантропия действительно заинтересована в решении социальных проблем (в том числе неравенства), отстаивании общественных интересов, а не крупных доноров и филантропов? Или все же частные лица, каким бы ни был их капитал, не в состоянии решить социальные проблемы и нести ответственность за них, а могут только улучшить жизнь сообществ и отдельных людей, тогда как системные решения — зона ответственности другого сектора, а именно властей и их внутренней политики?

Перераспределение богатств, выход на сцену филантропов нового поколения. По прогнозам к 2023 году более 1/3 миллиардеров мира будет проживать в Азии. Отсюда — рост интереса к филантропии Азии и Востока, пожертвованиям диаспор и на религиозной основе (faith-based philanthropy).

Кроме того, в последние годы происходит «величайший в истории трансфер» благосостояний от одного поколения состоятельных людей (ultra-high-net-worth individuals, UHNW, HNWI) к другому, что напрямую затрагивает сферу филантропии. Ожидается, что в течение следующих десятилетий будет передано до \$140 триллионов от одного поколения к другому, причем около трети этих состояний будет передано в управление НКО. При этом новое поколение филантропов:

- Жертвует на филантропию раньше, при жизни, будучи 20-, 30-, 40-летними,

а не на смертном одре. Соответственно, и результаты своих инвестиций они хотят увидеть при жизни; большее значение придают достижению изменений в конкретных сферах (issue-based philanthropy) — например, бездомность, изменения климата и пр.; что влечет запрос на внедрение системных решений, работу с первопричинами проблемы — в частности, важна переориентация на формирование практик, помогающих сообществам и уязвимым группам быть жизнестойкими, быстрее восстанавливаться после кризисов и травмирующих событий.

- Имеет иные ценности, приоритеты и подходы в сфере филантропии. Например, больше фокус на принципах DEI, изменениях климата, технологиях и данных.
- Чаще участвует в филантропии вне традиционных форм (вместо создания собственного фонда и пожертвований в НКО — участие в фондах DAF и кругах благотворителей), с использованием коммерческих структур и механизмов (например, управление благотворительными средствами через коммерческую компанию, импакт-инвестирование), встраивая филантропию в свой бизнес, делая ее сутью бизнеса, что повышает запрос на оценку таких инвестиций.

Например, в докладе Deloitte донорам предлагается пересмотреть распространённые допущения: 1) доноры должны поддерживать только те усилия, которые оказались успешными, а не идеи с более высоким риском и потенциальным результатом; 2) выдача грантов НКО — единственный способ добиться социальных изменений; 3) благотворительные фонды — лучший способ управления средствами, пожертвованными на конкретные цели.

- Стремятся к личному вовлечению в процессы принятия решений, в разработку благотворительных программ и пр.; больше рассказывают о своем участии в филантропии, вдохновляя других.

В последние годы в корпоративной благотворительности все больше набирает обороты «Модель филантропии 1-1-1» ([1-1-1 Philanthropic Model](#), Salesforce) или ее аналог — «Клятва 1 %» ([Pledge 1 %](#)), подразумевающая публичные добровольные обязательства компании жертвовать 1 % своих ценных ресурсов

(в любой комбинации — будь то капитал, время сотрудников, продукция или прибыль) на благотворительные цели. За 5 лет в более чем 100 странах мира такую клятву [дали](#) 12 тысяч компаний. Аналогичная инициатива есть и в среде молодых основателей технологических стартапов ([Founders Pledge](#), 2015).

Практикум: примеры предложений для крупных доноров

Учитывая ожидания, что в ближайшие десятилетия некоммерческим организациям будут выделены триллионы долларов, сейчас самое время для НКО инвестировать в программы по работе с крупными донорами.

Например, [WWF UK](#) предлагает состоятельным людям три варианта участия:

1. Стать опекуном (стражем) и финансировать конкретную работу фонда с минимальным пожертвованием в размере 1000 фунтов стерлингов. Донор в течение года получает эксклюзивные новости о том, как продвигается работа, которую он поддерживает, и приглашения на специальные мероприятия и встречи по всей стране. Присоединяясь к программе в 2021 году, донор поддерживает проект по защите диких тигров.
2. Присоединиться к долгосрочной программе PHILANTHROPY & 2030 CIRCLE с амбициозной целью: остановить гибель природы к 2030 году и начать строить будущее, в котором процветают люди и природа. Благотворительный взнос начинается от 5000 фунтов стерлингов с обязательством ежегодных пожертвований. Донор может выбрать один из трех проектов. Если размер пожертвования составляет более 25000 фунтов стерлингов, донор присоединяется к эксклюзивной сети доноров и выбирает по своему усмотрению, какую природоохранную зону он хочет поддерживать. Каждый донор получает регулярный и индивидуальный отчет, как расходуются средства, какие изменения происходят в рамках проекта. А также возможность участвовать в мероприятиях: от ужинов до лекций, от панельных дискуссий до аукционов.
3. Оставить завещание в поддержку благотворительной организации. Можно оставить процент от своего имущества, фиксированную сумму или конкретный подарок (дом, ювелирное изделие, произведение искусства). Завещания составляют примерно пятую часть всех пожертвований. Благодаря им увеличилось количество тигров в Непале на 60 % с 2010 года, снизилась скорость вырубки лесов в Бразилии на 75 % с 2000 года.

Практикум: что нужно знать при планировании работы с молодым поколением крупных доноров

Краткие выводы сделаны по результатам обзора исследования [The Beacon Collaborative](#), посвященного крупным донорам-миллениалам.

- Они знают о сложностях и принципах работы благотворительной экосистемы меньше, чем мы ожидаем.
- Пожертвования часто происходят импульсивно, и в настоящее время доноры не стремятся к долгосрочному сотрудничеству.
- Богатые миллениалы часто используют слово «влияние» для описания собственного опыта и профессиональных целей, а не в контексте благотворительной деятельности.
- Желание и готовность жертвовать не являются характерными чертами их личности, хотя некоторые считают, что это играет определенную роль в их жизни. В то же время факт пожертвования является для них предметом внутренней гордости, хотя они редко рассказывают об этом публично.
- Миллениалы взаимодействуют с благотворительными организациями по трем основным сценариям: благодаря работе, в силу образа жизни или если сталкиваются с серьезным жизненным событием.
- Время для богатых молодых миллениалов — деньги. Они считают волонтерство более ценным, чем финансовый вклад, но это не означает, что они понимают финансовую ценность своего волонтерского участия.
- Богатые миллениалы используют технологии, чтобы сделать свою жизнь проще, удобнее и веселее; они не стремятся внедрять технологии ради технологий.

Значительный вклад в развитие филантропии вносят звезды кино, телевидения, эстрады, а также блогеры. Например, они открывают сборы на свой день рождения или становятся амбассадорами фондов и призывают в социальных сетях присоединиться к событию или поддержать организацию. Звезды не только сами активно участвуют в благотворительности, но и вовлекают своих [фанатов](#). [Так, поклонники корейских групп](#) по всему миру призывают в честь дня рождения айдолов (артистов, создающих себе по-детски чистый имидж) поддержать ту или иную социальную инициативу. Например, поклонники звезды Red Velvet Ирен собрали более 2000 долларов США на поддержку незамужних матерей Кореи.

ФИЛАНТРОПИЯ, ОСНОВАННАЯ НА ДОВЕРИИ (TRUST-BASED PHILANTHROPY, TRUST-BASED GRANTMAKING)

Этот тренд базируется на взаимоотношениях финансирующей (грантодающей) организации и грантополучателя (НКО), речь идет о принципах выделения пожертвований, в основе которых — взаимное доверие. Среди примеров:

- пожертвования на несколько лет на уставную деятельность (на достижение миссии организации);
- финансирование деятельности НКО в целом, а не только конкретных проектов (включение расходов на оргразвитие, обучение, административные расходы и пр.);
- максимальное облегчение грантовых, финансовых, отчетных процедур.

Среди сильных сторон подхода:

- перераспределение власти и ответственности между донорами и получателями помощи — более равноправные, справедливые, прозрачные отношения, основанные на разделяемом видении и целях;
- внедрение более стратегических подходов и решений, уход от постоянного «тушения пожаров»;
- создание условий и «подушек безопасности» для поиска креативных и инновационных решений;
- повышение устойчивости и гибкости организаций;
- снижение расходов на грантрайтинг и отчетность, а соответственно — экономия

временных, трудовых, финансовых и иных ресурсов;

- снижение риска неудач, неэффективных решений, нерационального использования ресурсов благодаря повышению гибкости и отсутствию обязательств возвращать неизрасходованные средства и пр. (например, отказ от деятельности в том виде, как изначально было запланировано в проекте, поскольку найдено более эффективное решение).

Формальной датой рождения филантропии, основанной на доверии, считают запуск в 2018 году совместной инициативы двух американских грантодающих фондов — Trust-based Philanthropy Project. Движение находит отклик в разных странах, например, сообщество Flexible Funders в Великобритании, Trust Creates Impact в Германии.

Подход естественным образом усилился во время пандемии, когда в условиях чрезвычайной ситуации и неопределенности требовалось быстрое принятие решений от доноров и выделение финансирования на жизненно важные товары и услуги, сокращение времени на согласование, отчетность и пр. Доноры всего мира в кратчайшие сроки учились быть гибкими и доверять своим грантополучателям. В период пандемии 805 доноров по всему миру подписали Декларацию об ослаблении грантовых ограничений для НКО (A Call To Action: Philanthropy's Commitment During COVID-19).

Филантропия, основанная на доверии, — это проявление тенденции к построению более справедливого и инклюзивного общества. Это трудная работа, требующая серьезных изменений в деятельности донорских организаций, в их корпоративной культуре и ценностях, в рабочих процессах и пр. В частности, нужны ответы на сложные вопросы: насколько высок и оправдан риск финансирования деятельности НКО в целом по сравнению с финансированием конкретных проектов и отчетностью с конкретным набором показателей? Как максимально облегчить проверку грантодателей и их деятельности?

Среди решений — донорские организации самостоятельно осуществляют

предварительную проверку грантополучателей, заменяют стандартные отчеты по грантам на беседы или выездные визиты на места. Примером поддержки НКО «с минимальными сложностями» является Маккензи Скотт: ее команда в течение нескольких месяцев выявляла и оценивала НКО, которые работают в недофинансированных областях. По результатам 286 влиятельных организаций получили пожертвования на сумму \$2,7 млрд. Данные НКО не подавали какие-либо грантовые заявки, они не обязаны и подавать отчеты.

Британская компания Giving Evidence в 2021 году запустила новый проект, направленный на оптимизацию грантовых процессов и снижение затрат заявителей. В частности, планируется сбор сведений о реальных затратах, что включает как расходы самого донора на администрирование и экспертизу грантовых заявок, так и расходы заявителей, которые часто не видны и недооцениваются донорами.

Как отмечается в исследовании Центра эффективной филантропии (декабрь 2020, США), более половины руководителей фондов (55 %) заявили, что стремятся к более гибкому выделению грантов, к меньшим ограничениям. В то же время на практике, согласно обзору Candid и Центра филантропии (США), по состоянию на март 2021 года только 9 % всех грантовых средств на борьбу с последствиями COVID-19 были выделены на таких условиях.

Филантропия, основанная на доверии, тесно связана с другими социальными инновациями:

- Партисипаторный грантмейкинг (participatory grantmaking) — непосредственное вовлечение местного сообщества, совместное принятие решений о распределении грантов и пожертвований. В частности, включение представителей грантополучателей в конкурсные комиссии или предоставление пожертвований НКО, которые являются объединениями таких благополучателей (например, объединения мигрантов), чтобы они сами распределяли именно ту помощь и на тех принципах, которые считают для себя важными.



- Предоставление грантов по принципу «Плати, сколько это действительно стоит» (Pay-What-It-Takes Philanthropy, PWIT) — подход, продвигающий необходимость покрытия всех необходимых расходов НКО, в том числе накладных; признание, что деятельность ряда НКО может иметь непривычную для доноров структуру затрат (например, большая часть затрат идет на оплату труда, тогда как ряд доноров устанавливает ограничения на долю таких расходов).
- Бизнес-модель «Плати, сколько можешь» (Pay what you can, PWYC) — финансовая модель, используемая как НКО, так и бизнес-компаниями, когда у товаров и услуг нет фиксированной цены, назначаемой «продавцом»; цену определяет сам «клиент».
- Совместные пожертвования — коллективные инициативы нескольких доноров, объединяющих свои ресурсы для достижения общих целей, совместно принимающих решения.
- Пожертвования в эндаументы НКО.
- Отказ от принципа поддержки только успешных практик с уже доказанной эффективностью, доверие грантополучателям и готовность поддерживать высокорисковые инновации.
- Фонды, рекомендованные донорами (donor-advised funds, DAF) — благотворительный инвестиционный счет,

управляемый общественной благотворительной организацией в интересах доноров. Для участия доноры вносят пожертвования, получая взамен благотворительный налоговый вычет, при этом они могут рекомендовать выплаты со своего счета определенным некоммерческим организациям

позже, когда это будет удобно. Сама общественная благотворительная организация, именуемая также спонсором, предоставляет полное администрирование — от инвестирования до дальнейшего распределения средств в виде грантов благотворительным организациям.

Практикум: как добиться доверия доноров

Согласно отчету [Better Business Bureau Wise Giving Alliance](#), 40 % респондентов указали доверие к конкретной благотворительной организации в качестве главного фактора, влияющего на их пожертвования. Более 75 % миллениалов перестанут жертвовать организациям, если им не сообщат о влиянии их пожертвований (impact). Опрос также показал, что для респондентов более ценны долгосрочные результаты благотворительной деятельности, нежели непосредственные результаты (32 % против 19 %). Таким образом, фандрайзерам необходимо уделять больше времени на формирование доверия и показывать, как расходуются средства, какие изменения происходят благодаря поддержке.

Для привлечения средств важны и другие данные. Исследование [«Почему Америка делает пожертвования»](#) показало, что 67 % доноров приняли решение о пожертвовании в новую организацию на основании рекомендаций родственников и друзей — людей, которым они доверяют. То есть люди больше выражают доверие ближнему кругу, чем рекламе и СМИ.

На сайте организации Charity: water в разделе «О нас» в первом пункте [«Посмотрите наши финансовые показатели»](#) опубликованы все годовые отчеты со ссылками на подробные финансовые показатели, аудиторские заключения, отчеты по форме 990. Для формирования доверия и вовлечения сторонников в годовом отчете после миссии показаны примеры влияния благотворительных пожертвований.

Save the Children создала на своем сайте страницу [«Give with confidence»](#), где описывается, почему фонду можно доверять, даются пояснения, на что конкретно расходуются средства, показываются позиции организации в разных рейтингах.

Hamilton College в рамках своей фандрайзинговой кампании [Because Hamilton](#) открыто рассказал, почему их цель собрать именно \$400 млн. А Carnegie Mellon University в своей кампании [Make Possible](#) делает акцент на то, как пожертвование может изменить будущее.

Практикум: завоевываем доверие через открытость и прозрачность

Согласно исследованию фонда «Нужна помощь» «Профессиональная благотворительность в развитии: участие населения (2021)», с 2017 года наблюдается рост доверия к некоммерческим организациям. В 2021 году 39 % респондентов отметили, что недоверие является барьером к совершению пожертвований, тогда как в 2017 году этот показатель был 49 %.

Рост доверия населения невозможен без прозрачности и открытости некоммерческого сектора. В 2021 году фондом «Социальный навигатор» был запущен рэнкинг благотворительных организаций, который стал еще одним стимулом для раскрытия информации о финансах и результатах своей деятельности, размещения на сайте или в социальных сетях регистрационных документов (важность наличия сайта или страницы в социальной сети уже не обсуждается).

Рекомендации для фандрайзеров: публикуйте на сайте ежемесячную/ежеквартальную отчетность о доходах и расходах, годовые отчеты, информацию по сборам и по расходованию средств. Проверьте, все ли уставные документы есть на сайте. Используйте разные форматы отчетности, например, включите инфографику в рассылку для сторонников.

МЕСТНАЯ ФИЛАНТРОПИЯ (PLACE-BASED, LOCAL PHILANTHROPY)

Местная филантропия ориентирована на работу и решение проблем конкретной территории, опору на местные решения, экспертизу, ресурсы и пр.

Местная филантропия тесно смыкается с понятием «филантропии сообществ» (community-led philanthropy), когда члены конкретного сообщества (как правило, по месту жительства) действуют сообща, используют ресурсы своего сообщества для более эффективного решения проблем или улучшения качества жизни.

Среди сильных сторон подхода:

- Лучшее понимание потребностей и возможностей конкретного сообщества, истинных причин проблемы, а значит, более эффективные решения, системная и устойчивая помощь.

- Более справедливое распределение помощи и ресурсов.
- Укрепление цепочек поставок «блага» (что особенно важно в ситуации кризисного реагирования) — укрепление «среднего звена», местных поставщиков, местных исполнителей и пр.
- Больше вовлечение благополучателей и партнеров (инклюзия и разнообразие), а значит, больше доверия к внедряемым решениям.

Выстраивание благотворительной деятельности на принципах местной филантропии и сообществ становится характерной чертой как для крупных игроков сектора, так и для вновь появляющихся местных инициатив, стремящихся к более справедливому распределению помощи — например, в Африке. Так, в Силиконовой долине (США), где проживает много богатых людей, не распространены пожертвования в пользу местных НКО, работающих с уязвимыми группами. В 2019 году шесть семейных фондов запустили инициативу, направленную на то, чтобы за ограниченный период времени выявить и апробировать подходы, которые расширят участие местных сверхбогатых в поддержке сообщества. Их цель к 2023 году — собрать

\$100 млн в пользу местных НКО. Эта цель достигается через публичные декларации доноров поддерживать в течение трех лет организации, которые работают с уязвимыми группами на территории Силиконовой долины (**Magnify Community Pledge**). Помимо успешного продвижения к финансовой цели, важным является само изменение подхода, внимание к потребностям местного сообщества.

В условиях пандемии тренд на местную филантропию только усилился — ситуация на местах быстро менялась, поэтому были особенно востребованы местные эксперты и партнеры, НКО и волонтерские группы, которые знали конкретную территорию и могли выявлять нуждающихся, оперативно распределять помощь и пр. Возросла роль соседских сообществ, усилился запрос на создание устойчивых и жизнестойких систем в будущем, солидарных местных сообществ.

В глазах доноров в это время локальная филантропия приобрела новое моральное измерение и дополнительную ответственность — «начни со своего двора» (giving in your own backyard) vs «только не в моем дворе»:

- возросли пожертвования для конкретных стран или территорий со стороны диаспор (например, индийская диаспора в Нью-Йорке мобилизовала свое сообщество для поддержки НКО в Индии);

- люди стали активнее поддерживать местные НКО и ассоциации, в том числе небольшие (например, во **Франции** речь идет о 22 % донорах); возросла и поддержка местного малого бизнеса, пострадавшего от пандемии (кафе и пр.); повысилась ценность местных товаров, услуг и пр.;
- поддержка малого бизнеса стала новым приоритетом благотворительности и для крупных корпораций; появились коллективные инициативы разных игроков по развитию устойчивости городов, сообществ и пр.;
- компании разного уровня стремятся к поддержке территорий своего присутствия.



Практикум: возможности местных сообществ

Для community fundraising (сбор средств одним человеком или сообществом на решение какой-то проблемы) появляются отдельные платформы или создаются отдельные возможности на уже существующих.

Например, на платформе [gofundme](#) можно создать сбор или поддержать соседей, даются советы, как организовать привлечение средств, в том числе от местного бизнеса. Так, один из сборов направлен на помощь владельцам и сотрудникам местного торгового центра Maple Center Shopping Center, пострадавшим в результате сильного пожара. Цель — собрать \$75 тыс. За пять дней инициативная группа привлекла \$45 233 от 427 человек. Согласно комментариям людей, которые поддержали инициативу, торговый центр для каждого из них значил многое. Кто-то в течение 20 лет ходил в одну и ту же лавку за продуктами, а кто-то уже дружил с продавцами.

Также крупные организации, которые работают на разных территориях, создают отдельные страницы на своих сайтах, где разъясняется, как можно собрать средства для местных сообществ, какими способами можно помочь тем, кто оказался в беде. Save the Children подготовила памятку «10 способов помочь тем, кто больше всего пострадал от COVID-19 в вашем сообществе», в которой людям предлагается:

- сдать кровь, если есть возможность;
- уделять время волонтерству, это отличный способ поддержать свое сообщество;
- не терять из виду соседей и членов семьи, особенно тех, кто живет один, пожилых людей; регулярно планировать время для удаленного общения с ними, чтобы они знали, что они не одни;
- по возможности покупать продукты, вещи у местного бизнеса, помогать тем, кто пытается удержаться на плаву.

Еще одним примером поддержки местных сообществ и инициатив является «Круг благотворителей» — технология, которая помогает здесь и сейчас собрать средства на реализацию социально значимых проектов: авторы презентуют их, а люди в зале «голосуют» деньгами за ту или иную инициативу. Архангельский центр социальных технологий «Гарант» проводит «Круг благотворителей» с 2017 года, а в период пандемии впервые сделал формат гибридным — онлайн и офлайн. 35 участников в зале и 65 онлайн собрали 382 000 рублей на выпуск настольной игры «7 чудес Плесецкого района», переиздание словаря жестового языка (инициатива Архангельского отделения Всероссийского общества глухих) и обустройство общественного пространства для встреч и совместного отдыха жителей деревни Власьевской Шенкурского района.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФАНДРАЙЗИНГА

Пандемия дала сильный толчок к трансформации подходов к привлечению средств. В 2021 году изменения затронули не только инструментарий, но и смыслы. Фандрайзеру необходимо в будущем не только адаптироваться к цифровым инструментам, но и менять мышление, уметь слушать и слышать доноров, строить коммуникации со сторонниками на основе общих ценностей. К этому надо быть готовым еще по нескольким причинам: по прогнозам в мире будет продолжаться рост пожертвований среднего класса, состоятельных людей, семейных и корпоративных фондов. И основной площадкой для коммуникаций с ними будет онлайн-пространство.

Так, согласно выводам исследования The Philanthropy Outlook, в 2021 году пожертвования в США от частных лиц выросли на 4,7 %, а опрос американцев показал, что 84 % из них готовы дать столько же или больше, чем в 2021 году.

Blackbaud Institute Index рисует позитивную картину по пожертвованиям в целом. Рост пожертвований в третьем квартале 2021 года в США составил 8,1 % по сравнению с аналогичным периодом 2020 года, в Канаде — 7,4 %, в Австралии и Новой Зеландии — 5 %, а вот в Великобритании пожертвования снизились на 5,4 %. Любопытно, что согласно исследованию GOOD Agency, 53 % британцев считают, что благотворительные организации слишком корпоративны и утратили человечность. А каждый второй британец (51 %) придерживается мнения, что пожертвования на благотворительность — это бездонная яма.

Ежеквартальный мониторинг Ассоциации профессионалов по привлечению средств (AFP) показал, что взрывного роста пожертвований по сравнению с 2020 годом в 2021 году не было, но рост наблюдается, и количество новых доноров увеличилось. «Мы увидели колоссальный уровень пожертвований в 2020 году, — сказал Майк Гейгер, президент и генеральный директор AFP. — Этот высокий уровень отдачи сохранялся в первом квартале 2021 года, а затем начал

стабилизироваться. Вопрос в том, наблюдаем ли мы начало возврата к нормальному состоянию, то есть к уровню и потокам пожертвований до пандемии, или же рост пожертвований продолжится в третьем квартале 2021 года и в последующий период?».

Ниже представлены ключевые тенденции в развитии фандрайзинга, которые будут, вероятно, определяющими в 2022 году.

1. Ориентир на **ценностный фандрайзинг** или стратегия привлечения средств, в центре которой стоят ценности организации и потенциального донора. При сборе средств важно учитывать не только интересы благополучателей и организации, но и то, на что ориентируются местное сообщество, потенциальные сторонники. В 2021 году социальная ответственность и устойчивое развитие оказались в центре внимания потребителей западных стран, поэтому они выбирают бренды, с которыми сходятся их ценности (любовь, семья, безопасность, поддержка, разнообразие). А некоммерческие организации, размещая сообщения и визуальные эффекты на страницах своих кампаний, в электронных письмах, на веб-сайтах и в каналах социальных сетей, ориентируются на ценности, которые могут привлекать единомышленников-доноров. Важно транслировать через различные источники не только просьбы, описание программ, но и миссию, изменения, к которым приводит деятельность НКО. Данный тренд характерен пока для США, Великобритании и стран Европы.

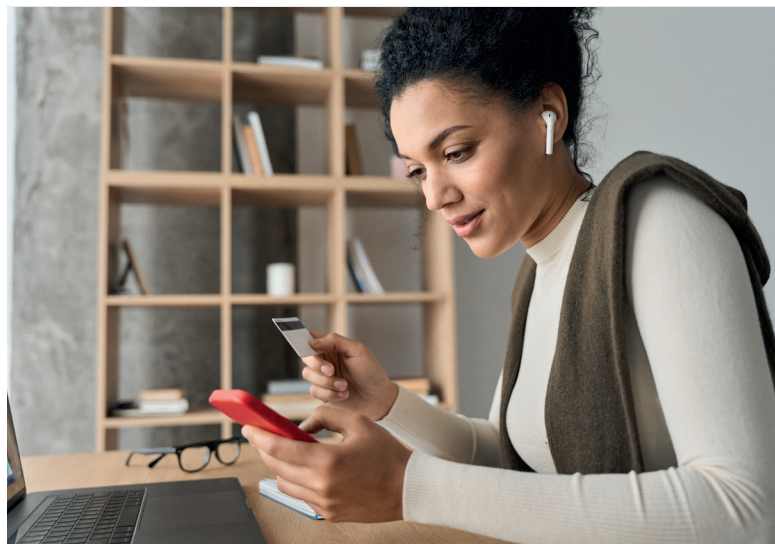
Опросы экспертов показывают, что донор стал умнее, стал более детально подходить к выбору НКО для пожертвований, обращает внимание на миссию. Отчетность о показателях воздействия (impact) продолжает оставаться ключом к успешному сбору средств. Так, **66 % миллениалов** отслеживают результаты большинства или всех некоммерческих организаций, которые поддерживают. Организациям необходимо быть прозрачными в следовании принципу разнообразия, а также в демонстрации охвата и влияния на различные сообщества.

2. Удержание доноров через построение сообществ и развитие регулярных пожертвований. Важно не потерять тех новых доноров, которые подключились в момент кризиса. Однако не нужно забывать и про действующих доноров. Согласно отчету The Status of UK Fundraising 2021 Benchmark Report, 52 % респондентов отметили, что рост дохода их организации происходил за счет действующих доноров. Таким образом, тенденция на удержание доноров сохраняется. Построение прочных и длительных отношений для создания более сильного сообщества является ключом к долгосрочному успеху. Сторонникам нравится чувствовать себя частью чего-то большого и значимого, что улучшает их жизнь, учитывает их ценности. Укреплению и развитию сообщества будет способствовать открытое обсуждение проблем, а не только успехов. Информирование о проблемах позволяет донорам включаться и помогать удовлетворять потребности.

Развитию и поддержке отношений также способствует запуск программ регулярных пожертвований. Среди организаций, которые ежегодно собирают более \$50 млн в интернете, доля регулярных пожертвований в общем доходе увеличилась в 2020 году на 10 % по сравнению с 2019 годом. Благотворительные организации все чаще стали ориентировать свои фандрайзинговые кампании на регулярные подписки, активнее применяется кнопка на сайте «Хочу помочь регулярно».

3. Рост пожертвований онлайн и с мобильных устройств. Продолжается рост онлайн пожертвований. И не только в западных странах, но и в азиатских регионах. Так, в 2020 году в Индонезии онлайн-пожертвования увеличились на 72 % по сравнению с 2019 годом. Согласно The State of Modern Philanthropy 2021, все больший процент трафика поступает с мобильных устройств, чем с настольных компьютеров (58 % против 42 % соответственно), отдельно выделяется трафик из социальных сетей. Доклад «Почему Америка делает пожертвования» подтверждает эти данные — 58 %

американцев совершают пожертвования через мобильные устройства. Этот показатель вырос в 2021 году на 25 % по сравнению с 2020 годом. Поэтому НКО необходимо максимальное внимание уделять адаптации сайта, страниц пожертвований, электронных сообщений под формат различных смартфонов.



У перехода в онлайн есть и большие риски — мошенничество и кибератаки. В период с октября 2020 года по октябрь 2021 года Action Fraud (центр оповещения о мошенничестве в Великобритании) получил 702 сообщения о мошенничестве в сфере благотворительности в интернете, при этом общие убытки составили 1,6 млн фунтов стерлингов. Это на 16 % больше, чем в предыдущем году.

4. Гибридные мероприятия. Офлайн-мероприятия возвращаются в повседневную жизнь, однако виртуальные мероприятия показали свои преимущества, и фандрайзеры не планируют от них отказываться. Поэтому эксперты прогнозируют в 2022 году дальнейшее проведение гибридных мероприятий — сочетание физического события с трансляцией онлайн. Это позволит укрепить отношения с действующими донорами, установить контакт с потенциальными партнерами, при этом не сужать аудиторию участников (например, по географическому принципу), а наоборот, расширять. Таким образом, НКО смогут собрать больше средств.

Практикум: как предупредить цифровое мошенничество

Точных данных о потерях российских некоммерческих организаций в результате онлайн-мошенничества нет. Однако согласно исследованию [Центра уголовно-правовой экспертизы МГУ](#), одна публикация может принести мошенникам до 3 млн рублей. А практика фонда «Живи, малыш» показывает, что только под одним из постов мошенника пользователи соцсетей могут оставить до 1,7 млн поддерживающих комментариев. Министерство экономического развития РФ к акции #ЩедрыйВторник провело разъяснительную кампанию, как отличить [прозрачный сбор от непрозрачного](#), а «Тинькофф Журнал» дал полный список [рекомендаций, как распознать мошенников](#), наживающихся на «благотворительных» сборах.

Некоммерческим организациям необходимо больше уделять внимания хранению данных и безопасности приема платежей. DDoS-атаки случаются и на сайты [российских благотворительных фондов](#).

Рекомендации для фандрайзеров: включайте в коммуникации со своими сторонниками в социальных сетях, на сайте, в рассылках информацию о том, как правильно поддерживать НКО, делайте акцент на том, что сборы на личные карты не прозрачны.

5. Привлечение поколения Z к решению социальных проблем.

Что о них важно знать? 61 % доноров поколения Z узнают о проблемах из социальных сетей. Самыми популярными сетями являются Instagram и YouTube (53 % и 56 %). Здесь важно отметить, что для нового поколения филантропов участие в благотворительности [очень привлекательно](#). Отдавая деньги делу или человеку, находящемуся в затруднительном положении, человек как бы подтверждает, что он есть, происходит формирование его идентификации. Поколение Z больше реагирует на призывы пожертвовать в ситуациях катастроф и бедствий. Другие [направления, которые выбирают Z](#): образование (48 %) и здоровье (43 %).

6. Управление данными.

Некоммерческие организации без возможности собирать, обогащать и анализировать свои данные потеряют способность управлять сборами и моделировать пользовательский опыт доноров. CRM стала «другом» фандрайзера, без которого он не может построить максимально персонализированное предложение. Обогащение и использование информации — залог успешного привлечения и удержания доноров и развития отношений с ними.

7. Гейминг в поддержку благотворительных фондов.

В 2021 году был заметен рост так называемого Gaming for Good. Стриминговое сообщество, игроки, геймеры активно начали собирать средства и привлекать внимание к различным социальным проблемам. Геймеры могут легко добавлять кнопки пожертвований в свои стримы, прося зрителей сделать пожертвования. Такие благотворительные организации, как Oxfam и Cancer Research UK, активно взаимодействуют с известными игроками и собирают значительные суммы.

Самым успешным за последнее время стало совместное мероприятие [Jingle Jam](#), которое теперь является



одним из крупнейших благотворительных игровых событий года. Всего Jingle Jam привлек 20 млн фунтов стерлингов для 20 организаций. Еще одним успешным мероприятием стал Game Blast — ежегодный игровой марафон в выходные дни в поддержку благотворительной организации **Special Effect**, которая помогает геймерам с ограниченными возможностями. Было собрано более 220 тысяч фунтов стерлингов.

Благотворительные фонды интегрируются и в сами игры. Так, **игровой сервис My. Games** и Добро Mail.ru провели игру в пользу людей, переживших инсульт. Игроки **«Легенда: Наследие Драконов»** могли отправить 500 рублей в пользу фонда «ОРБИ». За каждое пожертвование игрок получал на почту промокод для получения предмета — «Шкатулки добродетели».

По прогнозам в 2022 году гейминг станет одним из самых захватывающих, прибыльных и приятных способов получения поддержки для НКО.

8. Использование искусственного интеллекта (ИИ) для привлечения средств.

2021 год показал, что некоммерческий сектор готов к использованию искусственного интеллекта. С учетом сокращения персонала и нехватки ресурсов, ИИ позволяет не снижать активность организаций. НКО начали активно использовать чат-боты для автоматизации процессов и коммуникации с потенциальными донорами. Например, кампания **Water Aid** предоставила потенциальным донорам возможность пообщаться с ботом (Talk to Selly — «Разговор с Селли»), который якобы был получателем прямой помощи от благотворительной организации. Человек, взаимодействующий с таким

ботом, может узнать, как его деньги помогают реальным людям.

Организация **Mencap** разместила на своем сайте чат-бота «Пойми меня». Пользователи и потенциальные жертвователи могут познакомиться с Аерен, у которой «трудности с обучением» с детства. ИИ дает пользователям информацию о ее жизни, а также предоставляет статистические данные об ограничениях для таких людей в британской системе образования.

9. Один из ключевых трендов можно сформулировать **фразой Тима Качуриак** (Next After): «Глобальная пандемия, возможно, и высекла искру, но теперь наша задача — разжечь пламя и смело вести наши организации к цифровой трансформации». Благотворительные организации должны присутствовать онлайн. Электронная почта, безналичные и бесконтактные системы оплаты, веб-сайты и социальные сети — сейчас это лучшие технологии коммуникации со сторонниками. Необходимо продолжать развивать социальные сети, так как они пока остаются одним из важных каналов вовлечения, удержания и развития отношений с донорами.

В фокусе внимания фандрайзеров должны постоянно находиться такие инструменты и технологии, как: кнопки для пожертвований, QR-коды, блокчейн, криптовалюты, различные способы бесконтактной оплаты. Например, в Великобритании устройства по приему пожертвований были интегрированы в витрины. Покупатель может проходить мимо и сделать пожертвование. Среди благотворительных организаций, которые установили такой аппарат, The Greater Manchester Mayor's Charity. Устройства **Goodbox Tapto Donate** установлены в магазинах по всему Манчестеру, приглашая покупателей «нажать и пожертвовать 3 фунта» на добрые дела.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данном обзоре мы постарались рассказать о самых заметных тенденциях и дискурсах в глобальной филантропии в разных странах и контекстах. Мы остановились лишь на семи ключевых темах 2021 года, оставляя за кадром те, что продолжают быть актуальными долгое время.

Пандемия ускорила те тренды, которые зародились ранее, сделав их более очевидными и наглядными. Зачастую это темы и проблемы, над которыми сектор бился в течение многих лет, и теперь от филантропии ждут еще более амбициозных целей и решительных действий.

Все чаще звучат призывы к радикальному изменению филантропии, ведь полностью поменялся контекст, в котором были сформированы существующие филантропические модели, подходы и институты. Образно говоря, пандемия стала краш-тестом для филантропии — временем ужасным, но очень поучительным. Изюм дня приходится узнавать, переосмысливать и изменять многое, что раньше считалось странным или даже невозможным. В условиях неопределенности многие игроки сектора стали больше задумываться о целях и средствах, об оценке результатов и ресурсов, весьма востребованной стала тема оценки рисков.

Пандемия еще не закончилась. Ее воздействие продолжается и для некоммерческих организаций, и для благополучателей, и для доноров, и для других участников экосистемы филантропии.

- Все должны научиться преодолевать трудности, работать в условиях чрезвычайных ситуаций, учиться быть гибкими и готовыми к изменениям.
- Актуальна тема ментального, психического здоровья — в том числе сотрудников НКО и доноров.
- Виртуальные события и коммуникации никуда не уйдут, а станут частью новой нормы — значит, важно присутствие в интернет-пространстве и цифровые навыки работы, прокачивание навыков

эффективных и бережных ZOOM-коммуникаций с донорами и благополучателями.

- Как никогда ранее, важна тема «подушки безопасности» и устойчивости ресурсов, а значит, станет активнее поиск альтернативных (в том числе инвестиционных) источников доходов, обеспечение рекуррентных платежей и удержание доноров, развитие партнерств и объединение ресурсов.
- Новый виток получит и тема оценки во всем ее разнообразии — от оценки потребностей до оценки социальных результатов и воздействия (social impact).

Два года пандемии наглядно продемонстрировали значимость вклада филантропии в социальное благополучие. Участники сектора показали, что могут быть гибкими и быстрыми; могут многого достичь, если действуют сообща. Все увидели, как важны партнеры, в том числе небольшие организации, непосредственно работающие «на местах» и знающие потребности своей территории; какими щедрыми могут быть пожертвования и какой сильной — готовность помогать; как важно оправдать оказанное доверие; как важно быть эффективными, но при этом не утратить человечность и не забывать о своей миссии; как важно публично рассказывать о вкладе в решение социальных проблем, но не вводить никого в заблуждение и не приукрашивать реальность (импакт-вошинг, гринвошинг).

Одновременно пандемия показала и уязвимость сектора — стало очевидно, насколько важны прозрачность работы организаций и кибербезопасность, необходимость честных и четких коммуникаций, в том числе на непростые темы справедливости и политики.

Конечно, голос классической филантропии «белых мужчин с Запада» по-прежнему громче, а примеры ярче. Тем не менее развитие филантропии в России вполне соответствует глобальным трендам, и у нас есть интересные кейсы, в том числе в области привлечения ресурсов — фандрайзинга.

КЛЮЧЕВЫЕ ИСТОЧНИКИ

- ● ● ● ● ● ● ● 5 Fundraising Trends to Watch in 2022. By Chris Himes. Classy, 2021. <https://www.classy.org/blog/nonprofit-fundraising-trends/>
- ● ● ● ● ● ● ● 2021 Fundraising Slightly Ahead of 2020 Figures, Buoyed by New Donor Retention. Fundraising Effectiveness Project, November 10, 2021. <https://afpglobal.org/2021-fundraising-slightly-ahead-2020-figures-buoyed-new-donor-retention>
- ● ● ● ● ● ● ● Anticipate & embrace what's next. 11 trends in philanthropy for 2021. By Dorothy A. Johnson Center for Philanthropy at Grand Valley State University. <https://johnsoncenter.org/wp-content/uploads/2021/01/11-Trends-for-2021-WEB.pdf>
- ● ● ● ● ● ● ● Blick in die Glaskugel: Was wird Stiftungen, NGOs und die Philanthropie 2021 beschäftigen? Anke Pätsch, January 01, 2021. <https://www.stiftungen.org/aktuelles/meldungen/blick-in-die-glaskugel-was-wird-stiftungen-ngos-und-die-philanthropie-2021-beschaefligen.html>
- ● ● ● ● ● ● ● Building a Trust-Based Philanthropy to Shift Power Back to Communities. By Nate Wong & Andrea McGrath. Stanford Social Innovation Review, November 20, 2020. https://ssir.org/articles/entry/building_a_trust_based_philanthropy_to_shift_power_back_to_communities
- ● ● ● ● ● ● ● CAF World Giving Index 2021. Charities Aid Foundation, June 2021. https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-research/cafworldgivingindex2021-report_web2_100621.pdf
- ● ● ● ● ● ● ● Charitable Giving Trends from Giving USA 2021. By Suzanne Smith. Social impact architects, July 14, 2021. <https://socialimpactarchitects.com/giving-usa-2021/>
- ● ● ● ● ● ● ● Covid-19 hastens a new era in philanthropy: Seven key trends. By Christoph Courth and Angie Han, September 24, 2021. <https://www.businesstimes.com.sg/opinion/covid-19-hastens-a-new-era-in-philanthropy-seven-key-trends>
- ● ● ● ● ● ● ● Diversity in Giving. The Changing Landscape of American Philanthropy. Blackbaud Institute. <https://institute.blackbaud.com/asset/diversity-in-giving/>
- ● ● ● ● ● ● ● Donor Experience: The Generational Breakdown. Classy, 2021. https://learn.classy.org/rs/673-DCU-558/images/classy_donor-experience-the-generational-breakdown.pdf
- ● ● ● ● ● ● ● Does philanthropy have too much influence? Or not enough? Alliance magazine, July 13, 2021. <https://www.alliancemagazine.org/analysis/does-philanthropy-have-too-much-influence-or-not-enough/>
- ● ● ● ● ● ● ● Emerging Philanthropy Trends To Track In 2021. By Sami Adler. GlobalGiving, January 27, 2021. <https://www.globalgiving.org/learn/philanthropy-trends-2021>
- ● ● ● ● ● ● ● Engaging donors of color. By Andy Ware. Lilly Family School of Philanthropy, August 30, 2021. <https://blog.philanthropy.iupui.edu/2021/08/30/engaging-donors-of-color/>
- ● ● ● ● ● ● ● Environmental change. A toolkit for fundraisers. Chartered Institute of Fundraising, 2020. <https://ciof.org.uk/events-and-training/resources/environmental-change>

- ● ● ● ● ● ● ● Funding trends: Climate change mitigation philanthropy. By Hannah Roeyer, Muniba Ahmad, Meagan Fox, and Surabi Menon. ClimateWorks Global Intelligence, 2021. <https://www.climateworks.org/report/funding-trends-2021-climate-change-mitigation-philanthropy/>
- ● ● ● ● ● ● ● Giving Britain. The truth behind how and why Britain gives. GOOD, November 11, 2021. <https://www.goodagency.co.uk/giving-britain/>
- ● ● ● ● ● ● ● In profile: Global health philanthropy. Alliance Magazine, December 01, 2020. <https://www.alliancemagazine.org/feature/global-health-philanthropy/>
- ● ● ● ● ● ● ● India Philanthropy Trends 2021. The Community of foundations for India. 2021. <https://www.dasraphilanthropyweek.org/dpw-2021-india-philanthropy-trends.html>
- ● ● ● ● ● ● ● Indonesia ranked as the most generous country in the world. By Natasha Mayestha, Daniel Ferrell-Schweppenstedde. WINGS, July 29, 2021. <https://members.wingsweb.org/news/71630>
- ● ● ● ● ● ● ● Insights on how the work of EFC members changed in 2020. EFC, March 2021. <https://efc.issuelab.org/resource/insights-on-how-the-work-of-efc-members-changed-in-2020-march-2021.html>
- ● ● ● ● ● ● ● It's not too early to set the stage for 2022 fundraising| Notes on Nonprofits. By Alyce Lee Stansbury. Tallahassee Democrat, July 03, 2021. <https://www.tallahassee.com/story/life/causes/2021/07/03/its-not-too-late-thinking-2022-fundraising-nonprofits/7841963002/>
- ● ● ● ● ● ● ● Nearly half of Americans unclear about 'charity impact,' survey finds. PND by Candid, June 11, 2021. <https://philanthropynewsdigest.org/news/nearly-half-of-americans-unclear-about-charity-impact-survey-finds>
- ● ● ● ● ● ● ● npEXPERTS: The Great Reset. Moving into the New Normal with Intention. Blackbaud Institute, 2021. <https://institute.blackbaud.com/npexperts-the-great-reset/>
- ● ● ● ● ● ● ● Philanthropy 2021: Doing Better at Doing Good. By Alana Petraske. withersworldwide, August 12, 2021. <https://www.withersworldwide.com/en-gb/insight/philanthropy-2021-doing-better-at-doing-good>
- ● ● ● ● ● ● ● Report reveals insights into wealthy millennials approach to giving. European Fundraising Association, May 12, 2021. <https://efa-net.eu/news/report-reveals-insights-into-millennial-giving>
- ● ● ● ● ● ● ● Snapshot of Today's Philanthropic Landscape. A Guide to Philanthropy in the U.S. CCS Fundraising, 2021. https://go2.ccsfundraising.com/rs/559-ALP-184/images/CCS_Philanthropic_Landscape_2021.pdf
- ● ● ● ● ● ● ● Special focus: Greener fundraising in a climate crisis. European Fundraising Association, November 10, 2021. <https://efa-net.eu/features/special-focus-greener-fundraising-in-a-climate-crisis>
- ● ● ● ● ● ● ● State of Nonprofits: Fundraising Outlook. PNC Insights, October 25, 2021. <https://www.pnc.com/insights/corporate-institutional/manage-nonprofit-enterprises/state-of-nonprofits-fundraising-outlook.html#chart1>

- ● ● ● ● ● ● The Blackbaud Institute Index — UK. Blackbaud Institute, 2021. <https://www.blackbaud.co.uk/industry-insights/blackbaud-index>
- ● ● ● ● ● ● The Blackbaud Institute Index. Your Source for Charitable Giving Trends. Blackbaud Institute, 2021. <https://institute.blackbaud.com/the-blackbaud-institute-index/?ga=2.102819587.228764603.1637607311-242778530.1637607311>
- ● ● ● ● ● ● The Future of Community Fundraising. By Robbe Healey. donorperfect, October 12, 2021. <https://www.donorperfect.com/nonprofit-technology-blog/donorperfect-community-network-conference/recap-the-future-of-community-fundraising/>
- ● ● ● ● ● ● The future of philanthropy: The evolution from charitable giving to charitable living. Fidelity Charitable, 2021. <https://www.fidelitycharitable.org/insights/2021-future-of-philanthropy.html>
- ● ● ● ● ● ● The Philanthropy Outlook 2020 & 2021. <http://philanthropyoutlook.com/projections/individuals-households/>
- ● ● ● ● ● ● The State of Modern Philanthropy 2021. Future-Proofing Your Fundraising. Classy, 2021. https://learn.classy.org/rs/673-DCU-558/images/Classy_State-of-Modern-Philanthropy-2021.pdf
- ● ● ● ● ● ● The Status of UK Fundraising. 2021 Benchmark Report. Blackbaud, 2021. https://cms.blackbaudcdn.net/media/docs/default-source/bbe-documents/bbe-resources/ebooks/the-status-of-uk-fundraising---2021-benchmark-report-final.pdf?sfvrsn=6199d03_10
- ● ● ● ● ● ● Three Powerful Philanthropic Trends to Emerge from Pandemic Giving. By Patrice Onwuka. Philanthropy Roundtable, May 21, 2021. <https://www.philanthropyroundtable.org/home/blog/post/roundtable/2021/05/21/three-powerful-philanthropic-trends-to-emerge-from-pandemic-giving>
- ● ● ● ● ● ● Top fundraising trends for 2022. By Ioan Marc Jones. Charity Digital, December 07, 2021. <https://charitydigital.org.uk/topics/topics/top-fundraising-trends-for-2022-9180>
- ● ● ● ● ● ● What's Next for Philanthropy in the 2020s. Seeing Philanthropy in a New Light. By Gabriel Kasper, Justin Marcoux, Jennifer Holk, and Jeff Morshed. Monitor Institute by Deloitte, 2021. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/about-deloitte/wn4p-report-final.pdf>
- ● ● ● ● ● ● Why America Gives 2021: The Lasting Impact of a Pandemic on Donor Experience. Classy, 2021. <https://learn.classy.org/rs/673-DCU-558/images/classy-why-america-gives-2021.pdf>
- ● ● ● ● ● ● Will the charity trends in 2020 impact 2021. Good2Give, December, 14, 2020. <https://good2give.ngo/2020/12/14/will-the-charity-trends-in-2020-impact-2021/>
- ● ● ● ● ● ● Young and Diverse Donors: What a New Study Says About the Changing Face of the Sector. By Ade Adeniji. Inside Philanthropy, October 25, 2021. <https://www.insidephilanthropy.com/home/2021/10/25/young-and-diverse-donors-what-a-new-study-says-about-the-changing-face-of-the-sector>

- ● ● ● ● ● ● Young Givers: The Giving Needs of the Future Wealthy. The Beacon Collaborative, April 22, 2021. <https://www.beaconcollaborative.org.uk/report-young-givers-the-giving-needs-of-the-future-wealthy/>
- ● ● ● ● ● ● Будущее филантропии: ключевые тренды. Метаанализ прогнозов. Благотворительный фонд Владимира Потанина, А. Кузьмин, 2020. <https://fondpotanin.ru/library/analytics/budushchee-filantropii-klyuchevye-trendy-metaanaliz-prognozov/>
- ● ● ● ● ● ● Профессиональная благотворительность в развитии: участие населения. Благотворительный фонд «Нужна помощь», 2021. <https://tochno.st/materials/professionalnaya-blagotvoritelnost-v-razvitii-uchastie-naseleniya-2021>
- ● ● ● ● ● ● Фандрайзинг в эпоху перемен: уроки и тенденции. Благотворительный фонд Владимира Потанина, А. Ложкина, 2020. <https://fondpotanin.ru/library/analytics/fandrayzing-v-epokhu-peremen-uroki-i-tendentsii/>

ОБ АВТОРАХ

НАТАЛИЯ ФРЕИК — кандидат социологических наук, исследователь, специалист по оценке социальных программ и проектов. Эксперт Благотворительного фонда Елены и Геннадия Тимченко, Благотворительного фонда «Нужна помощь», АНО «Эволюция и филантропия», Благотворительного фонда «Социальный навигатор», федеральных и региональных грантовых конкурсов.

АНАСТАСИЯ ЛОЖКИНА — кандидат исторических наук, ментор по фандрайзингу, член Association of Fundraising Professionals. Привлечением средств на социальные и благотворительные проекты занимается с 2010 года. Организатор ежемесячной онлайн-конференции для фандрайзеров «Фандрайзинг нового времени», основатель пространства для общения и обменом опыта «Клуб фандрайзеров», автор telegram-канала «Лайфхаки фандрайзинга» (более 2,8 К подписчиков).

Мнения, высказанные в дайджесте, принадлежат авторам и могут не отражать точку зрения Центра развития филантропии Благотворительного фонда Владимира Потанина.

