



ПО ЗАКАЗУ МИНИСТЕРСТВА ФИНАНСОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Проект «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации»

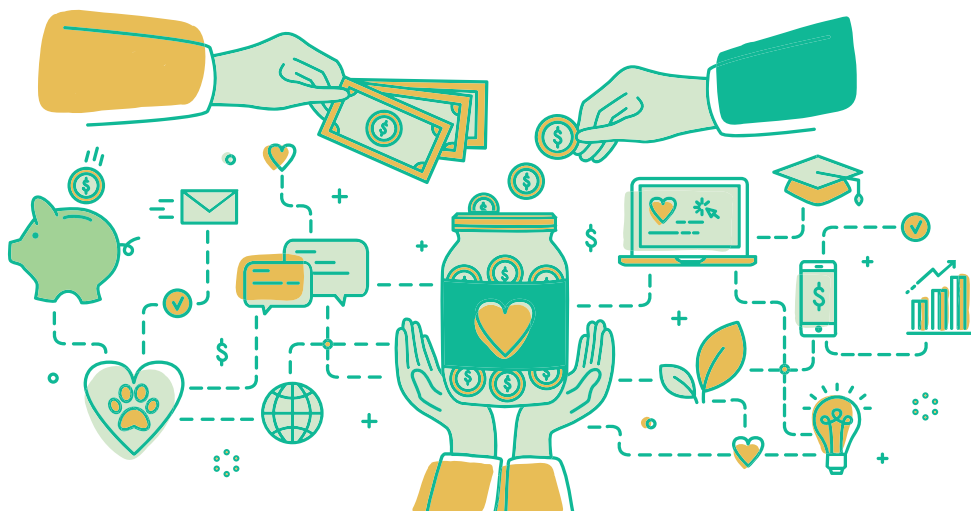
Просветительские и информационные материалы по административным и финансовым проблемам инвалидов и лиц с инвалидизирующими заболеваниями

Алгоритмы рациональных действий и возможные риски при сборе средств на лечение в социальных сетях



СОДЕРЖАНИЕ

1. ВИДЫ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ, НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫХ В РОССИИ.....	4
2. ОСОБЕННОСТИ РАЗМЕЩЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О ЛЕЧЕНИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	4
3. АЛГОРИТМ РАЦИОНАЛЬНЫХ ДЕЙСТВИЙ ПО СБОРУ СРЕДСТВ В РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	6
3.1. Крупнейшие социальные сети	8
3.2. Растущие сети	9
3.3. Узконаправленные сети.....	11
3.4. Специализированные сайты	11
4. ТЕХНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СБОРА СРЕДСТВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.....	12
5. ВОЗМОЖНЫЕ РИСКИ	14
6. ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ СБОРА СРЕДСТВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	15



Благотворительная деятельность в России носит социальный характер и ставит своей целью объединение людей перед главной проблемой – помощью тем, кто оказался в тяжелой жизненной ситуации.

Российские жертвователи – это люди, охваченные эмоциями. Большая часть пожертвований в России совершается под влиянием сиюминутного переживания и делается максимально простыми и быстрыми способами, не требующими усилий и не дающими времени передумать.

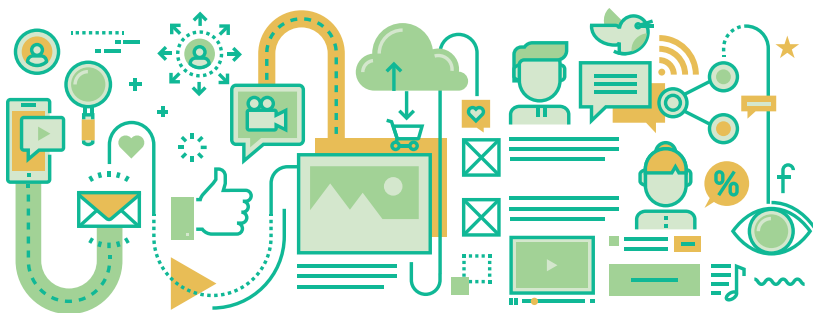
Большая часть российской интернет-благотворительности подразумевает взаимодействие граждан напрямую друг с другом, без участия благотворительных фондов и государственных органов. Деньги при этом собираются на личные счета граждан. Как правило, эти сборы оформлены в виде группы в социальных сетях. Группа может быть создана для одного конкретного сбора. Методика сбора примерно одинакова: волонтеры и родственники человека с заболеванием ходят по Сети, каждый по тем маршрутам, которые знает, приглашают людей в группу и просят о помощи: пишут воззвания, делают листовки просительного содержания.

Российская интернет-благотворительность имеет адресный характер, то есть

направлена на помощь конкретным людям с заболеванием. Чаще всего сборы ведутся на детей с тяжелыми заболеваниями и дорогостоящим лечением. Помощь взрослым людям-инвалидам и людям с заболеваниями инвалидизирующего характера имеет гораздо меньше шансов на быстрый сбор средств, но это не значит, что не стоит пытаться.

Одной из традиций российской методики сбора средств является публикация документов о заболевании и лечении, фотографий, отчетности. Подобная открытость имеет вполне определенную цель: потенциальному благотворителю нужны доказательства обоснованности сбора, рациональности выбранного способа лечения, иначе сбор может показаться мошенническим.

Для каждого конкретного случая может оказаться важной как духовная поддержка, так и материальная, чаще всего это помощь в организации сбора денежных средств на лечение. А если речь идет о большой сумме, надо постараться привлечь как можно больше неравнодушных людей. Возможность быстро и максимально широко охватить аудиторию имеет сеть Интернет, в частности социальные сети.



1. ВИДЫ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ, НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫХ В РОССИИ

Российское интернет-сообщество объединяется в различные группы.

1. Крупнейшие социальные сети

В России на сегодняшний день существует три наиболее популярных социальных сети – «ВКонтакте», «Одноклассники», «Фейсбук». Они похожи друг на друга основным функционалом и отличаются небольшим количеством второстепенных сервисов и алгоритмов, а также оформлением.

2. Растущие сети

Среди активно растущих – «Мой мир», «Твиттер», «Инстаграм», «Живой журнал» и другие. Данные сети значительно отличаются друг от друга функционалом и оформлением.

3. Узконаправленные сети

Существует множество сетей для более узких групп, к примеру, «Мир врачей», «Волонтер», «Благо.ру» для желающих помочь. Они имеют цель распространения информации, интересной лишь узкому кругу лиц.

4. Специализированные сайты, приобретающие характер социальной сети

Механизмами социальной сети (создание собственного пространства, возможность личной переписки, геолокация, объединение в группы) постепенно обрастают самые разнообразные сайты и агенты – YouTube, Skype, Pinterest, Telegram, мобильные мессенджеры WhatsApp, Viber.



2. ОСОБЕННОСТИ РАЗМЕЩЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О ЛЕЧЕНИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Сбор средств в социальных сетях должен учитывать специфику сети.

1. Стилистика общения в сети

Человек, зарегистрировавшийся в социальной сети, нуждается в общении, одобрении

общества, при этом не хочет затрачивать много времени и средств на сближение с другими участниками. Он должен за минимальное количество времени получить качественное общение, поэтому информация, транслируемая в сети, должна быть краткой,

емкой, четкой, ясной, заставляющей захватить эмоции. Информация о лечении должна содержать конкретные действия, выполнив которые человек сможет почувствовать свою значимость, великодушие, приобщение к большому общему делу.

2. Скорость передачи информации

Пользуйтесь возможностью быстрой передачи интересной информации и отношения к ней других пользователей с помощью лайков, репостов, хештегов.

Существует три главных инструмента социальных сетей, которым нет аналогов в обычном мире.

Лайк (или «нравится» в «Фейсбуке» – знак сердечка во «Вконтакте», «класс» в «Одноклассниках») технологически означает оказанное внимание: «Я это видел и одобрил», с поправкой на местную культуру. В «Одноклассниках» поставленный «класс» транслируется в ленту новостей всех, кто подписан на обновления человека, в сети «Вконтакте» это зависит от настроек пользователя, «Фейсбук» пользуется своим непредсказуемым алгоритмом.

Лайк – это еще и способ распространения информации, хотя в целом для этого предназначен другой инструмент – репост.

Репост – полное копирование чужого сообщения независимо от формата. Репост является основным инструментом распространения информации о сборе средств в социальных сетях. Человек может просто скопировать сообщение или добавить к нему собственный комментарий, не изменяя при этом исходного сообщения. При этом функция репоста подразумевает сохранение формата исходного сообщения. Есть возможность репоста в другие социальные сети.

Хештег – знак решетки (#), после которого может быть указано любое слово. Сочетание решетки и слова без пробелов дает такой эффект, что эта комбинация автоматически превращается в ссылку. Если кликнуть по хештегу-ссылке, откроется подборка всех сообщений (как ваших, так и чужих), в которых присутствует этот хештег. Или можно ввести хештег, например в поисковой строке в социальной сети, после чего будут найдены все сообщения с таким хештегом.

3. Возможность одновременного использования большого количества социальных сетей

Необходимо распространять информацию и вести сбор средств одновременно в нескольких социальных сетях, охватывая таким образом максимальную часть интернет-сообщества.

Можно использовать уже раскрученные страницы для мгновенного распространения информации среди подписчиков или создать новые, распространяя информацию во всех доступных ресурсах одновременно, для этого необходимо иметь лишь доступ к сети Интернет, время и желание.

4. Общее информационное пространство

Основным способом связи между пользователями является лента – пространство, на котором отображаются действия дружественных пользователей и групп. Принципы отображения в ленте различаются в каждой сети и настраиваются пользователем: «Одноклассники» показывают вообще все действия друзей (оценки к чужим фотографиям, заведение друзей, включение в игры и победы в них и т. п.), «Вконтакте» – только тексты, изображения, видео- и аудиозаписи, которые пользователи хотят показать друзьям, а лента «Фейсбука» регулируется периодически меняющимся алгоритмом.

5. Возможность распространять информацию с помощью известных авторов – блогеров

Блог – это интернет-дневник, веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа. Блогер – это человек, который ведет блог, это харизматичный человек, чьи заслуги не исчерпываются интернетом и который способен ярко и интересно рассказывать о себе и интересующих его событиях. Блогер может быть полезен вам большим количеством подписчиков. Сбор, проводимые с помощью блогеров, закрываются быстро и с лихвой.

Перечисленные особенности социальных сетей делают их наиболее эффективным инструментом для распространения информации о сборе средств на лечение и реабилитацию человека с заболеванием.



3. АЛГОРИТМ РАЦИОНАЛЬНЫХ ДЕЙСТВИЙ ПО СБОРУ СРЕДСТВ В РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Аудитория каждой социальной сети отличается по возрасту, платежеспособности, активности. Один и тот же стиль поведения в одной сети может привлечь внимание, в другой – наоборот, оттолкнуть или остаться без внимания. Разобраться в тонкостях поведения в каждой сети вам, возможно, помогут близкие люди.

Для начала заручитесь поддержкой единомышленников и неравнодушных. Пословица: «Один в поле не воин» существует не зря, важно, чтобы вас поддержали в нелегкой борьбе с болезнью. Поддержать духовно, а также, что очень важно, материально могут следующие люди и группы людей.

1. Родственники (родители, дети, братья, сестры), близкие люди (муж, жена), друзья

Не замыкайтесь в себе, не стесняйтесь говорить с родными о своей беде. Моральная поддержка очень важна. Без просьбы о помощи родные люди могут даже не знать о вашей болезни, могут бояться обидеть, могут не понимать ваших потребностей. Рассказывайте, что вы чувствуете, чего вы от них ждете, они будут рады оказать вам посильную помощь.

Вы можете попросить их как о помощи в быту, в лечении, так и о помощи в организации сбора, распространении информации о сборе среди их круга родственников, знакомых, друзей.

2. Благотворительные общества

Вы можете обратиться в благотворительные сообщества с просьбой помочь собрать деньги на лечение. Для этого зайдите на сайт благотворительного общества и оставьте электронную заявку. Наряду с электронным обращением вы можете сделать телефонное и личное обращение. Если общество приняло заявку и пообещало помочь, следуйте инструкциям от общества. Скорее всего, к вам прикрепят одного из работников или волонтеров общества. Волонтер – от voluntarius, что значит «добровольно» и обозначает человека, занимающегося чем-либо добровольно на безвозмездной основе.

ВАЖНО

Настоящие волонтеры действуют только от имени благотворительных сообществ и не занимаются напрямую сбором денег. Кроме прямой помощи от благотворительных обществ, вы можете попросить информационную помощь. Изучите примеры распространения информации в различных благотворительных группах.

3. Люди, имеющие определенный опыт в ведении сбора

Расспросите знакомых, может быть, кто-нибудь из них уже открывал сбор на лечение. Если таких знакомых нет, найди-

ВАЖНО

- Обязательно обеспечьте информацию о сборе документами и фотографиями. Документы подтвердят реальность и обоснованность сбора. В течение всего процесса сбора средств, лечения, реабилитации публикуйте, сколько денег пожертвовали, каким способом, кто именно, сколько осталось собрать, как проходит жизнь человека с заболеванием. Публикуйте отчеты по тратам и счетам, выкладывая сканы и фотографии платежных документов.
- Старайтесь размещать позитивные фотографии, в которых отражается жизнь человека до заболевания, его интересы, не связанные с болезнью, его стремления, планы, ожидания. Покажите оптимистичную картину настоящей и будущей, здоровой жизни заболевшего человека.
- Информация в документах по заболеванию должна быть актуальной и исчерпывающей. Благотворительные центры с хорошей репутацией и потенциальные благотворители обязательно знакомятся со всей информацией перед тем, как сделать выбор в вашу пользу.
- Отчеты должны быть информативными, краткими, своевременными. Потенциальные благотворители должны видеть, какую сумму уже внесли, кто внес и сколько. Та же информация интересует и уже совершивших пожертвование: благотворитель будет рад видеть свое имя и сумму в списке пожертвований, а также может удостовериться, что сумма поступила по назначению. Информация о тратах на лечение, реабилитацию, ходе лечения выставляет сбор в благоприятном свете.

те их в социальной сети. Главное, что вам нужно от человека с опытом сбора, – его опыт, ошибки и успешные идеи. Не стесняйтесь расспрашивать, чаще всего люди охотно делятся своими достижениями, а знания о допущенных ошибках помогут их избежать.

Не стесняйтесь просить о помощи, так как для получения положительного результата необходимо приложить максимум усилий.

Определив круг единомышленников, предпримите действия по распространению информации о болезни в наиболее популярных социальных сетях. Для этого расскажем о нескольких конкретных действиях по организации сбора денег, общих для всех сетей:

1. Создание аккаунта, его наполнение: регистрация в сети, создание группы помощи, добавление друзей, информационное наполнение страницы.
2. Распространение информации: подготовка информационных сообщений о сборе средств, распространение среди друзей и дружественных сообществ.
3. Отчет о сборе денег, расходах, ходе лечения и реабилитации: своевременная публикация и обновление списка пожертвований, информации о ходе лечения, включая фотографии, расходные документы.



При составлении информационных сообщений важно руководствоваться следующими принципами.

1. Грамотный текст

Грамматические и орфографические ошибки не делают речь более человеческой, трогательной и понятной.

2. Четкость

Текст должен быть разбит на абзацы, хорошо структурирован, удобен и прост для восприятия.

3. Наличие изображений

Обязательно прикрепите фотографию, изображающую то, на что или на кого вы просите деньги. Причем изображение должно быть эстетичным, приятным для глаз, даже если на фотографии изображен человек с заболеванием. Такую картинку не будут бояться размещать у себя на странице, такая картинка не отпугнет потенциальных благотворителей.

4. Конкретность просьбы

Просьба о помощи должна быть выражена точной суммой, а также точными сроками.

5. Разумность и логичность просьбы

Объясните, почему выбор пал именно на эту клинику, почему выбраны именно этот врач и именно эта программа лечения и реабилитации.

6. Полнота информации

Не ограничивайтесь сухим перечислением фактов биографии. Расскажите о характере, об увлечениях заболевшего человека, историю его болезни. История должна вызывать сочувствие и не вызывать противоречий.

7. Позитивный настрой

Текст должен быть соответствующим образом эмоционально окрашен, просьба о помощи должна передавать светлые чувства, желание помочь.

Для наиболее результативного сбора рекомендуется распространять информацию в как можно большем количестве популярных социальных сетей. Рассмотрим конкретные действия по сбору средств в каждой из перечисленных социальных сетей.

3.1. КРУПНЕЙШИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

«**ВКонтакте**» (аудитория – люди молодого возраста), «**Одноклассники**» (аудитория – люди старшего возраста), «**Фейсбук**»

(аудитория – высокообразованные жители столицы и крупнейших городов страны, имеющие высокий доход).

1. Создание аккаунта и его наполнение

Для распространения информации в одной из перечисленных сетей можно создать новый аккаунт или использовать для сбора средств уже существующую страницу.

Создать аккаунт (зарегистрироваться в сети) можно на свое имя или на имя больного ребенка (если сбор ведется для ребенка, страницу должны завести родители, родственники или опекуны ребенка, это связано с тем, что сеть ограничивает регистрацию несовершеннолетних граждан). Для регистрации в процессе создания нового аккаунта вам понадобятся сведения об адресе электронной почты и телефоне, а также необходимо придумать пароль. Для того чтобы помощь была максимальной, необходимо выбрать открытый профиль страницы. Можно вести сбор на личной странице, а также создать специальную группу помощи конкретному человеку с заболеванием и вести сбор от имени группы. Информация в сети «Фейсбук» должна быть размещена в том числе и на английском языке, это поможет привлечь потенциальных иностранных благотворителей.

Далее необходимо наполнить аккаунт личными сведениями и информацией о болезни, планируемом лечении и реабилитации:

- разместить всю необходимую информацию о больном (контактные данные, личные фотографии, видео, сведения о себе), его заболевании (снимки, выписные эпикризы). На стене можно разместить организационные сведения (данные о необходимой сумме средств на лечение и реабилитацию, описание планируемого лечения и реабилитации);
- систематизировать необходимую финансовую информацию (номера доступных счетов для сбора денег, номера электронных кошельков, Ф. И. О. получателя и другие аналогичные данные) для непосредственной передачи лицам, планиующим сделать пожертвование, и в благотворительные организации, а также органи-



зывать передачу финансовой информации. Это может быть ответное сообщение с номерами счетов (такое ограничение поможет избежать случаев мошенничества).

2. Распространение информации

Прежде всего для максимально эффективного распространения информации необходимо расширить число подписчиков и друзей. Существует возможность загрузки списка друзей из ваших аккаунтов на сайтах «ВКонтакте», «Одноклассники», «Твиттер», Google+, «Фейсбук». Это поможет сэкономить время наполнения аккаунта.

После определения круга друзей и подписчиков можно начинать продвигать аккаунт (распространять информацию):

- самостоятельно (репосты среди друзей);
- за денежное вознаграждение (реклама);
- с помощью хештегов (добавлять наиболее популярные хештеги в каждый пост);
- с помощью специализированных групп (благотворительных фондов) и волонтеров;
- с помощью известных блогеров;
- с помощью близких, друзей, знакомых;
- с помощью взаимного репоста (репоста других историй болезни взамен собственного продвижения).

Распространять информацию о сборе необходимо достаточно часто, чтобы сбор не ушел далеко в ленте, но и не так часто,

чтобы его приняли за спам, достаточно одного-двух раз в день. Необходимо выработать определенную стратегию и придерживаться ее.

3. Отчет о сборе средств, о расходах на лечение, результатах лечения и реабилитации

Отчет можно выкладывать непосредственно на стене группы / личной страницы, путем размещения фото- и видеоматериалов, краткого текстового сообщения типа новости.

3.2. РАСТУЩИЕ СЕТИ

В эту категорию входят сети «Мой мир» (mail.ru), «Твиттер», «Инстаграм», «Живой журнал».

Опишем подробнее особенности каждой из этих сетей.

«Мой мир» (mail.ru) по наполнению, функционалу, аудитории пользователей почти приближен к оформлению крупнейших социальных сетей, поэтому алгоритм действий по сбору средств максимально приближен к перечисленным выше.

«Твиттер» (Twitter) – своего рода глобальный чат, ограничивающий всякое высказывание 280 знаками. Он идеален для быстрого распространения информации, быстрой трансляции с места событий. Аудитория – люди молодого возраста, активные пользователи сети Интернет, публичные люди. Алгоритм сбора средств в «Твиттере» следующий.

1. Создание аккаунта и его наполнение (можно указать личную информацию, фотографии, видеоролики)

- Для регистрации на сайте необходимо указать номер мобильного телефона и придумать пароль. Также могут понадобиться сведения об адресе электронной почты.
- После регистрации необходимо заполнить аккаунт фотографиями, видеороликами, сведениями о себе и болезни, а также необходимой финансовой информацией. Характер сети предполагает минимум личной информации о пользователе. Сеть «Твиттер» позволяет размещение постов (твитов), которые могут быть прочитаны подписавшимися на ваши новости читателями. Твиты могут включать фотогра-

фии и краткую текстовую информацию. Информация может быть размещена в том числе и на английском языке, это поможет привлечь потенциальных иностранных благотворителей.

- Расширение списка читателей и читаемых. Добавления друзей как таковых не происходит. Вы можете подписаться на кого-либо из пользователей (что означает, что новости будут появляться в вашей ленте новостей), а также на вашу страницу могут подписаться пользователи (читатели), они будут получать в свою новостную ленту ваши сообщения. Существует возможность загрузить список друзей из адресных книг некоторых почтовых ящиков. Чтобы ваш призыв о помощи кто-то услышал и мог рассказать о нем, надо иметь много читателей.

2. Продвижение информации о болезни

- Самостоятельно (твиты).
- С помощью хештегов (добавлять наиболее популярные хештеги в каждый твит).
- С помощью благотворительных фондов и волонтеров.
- С помощью известных блогеров.
- С помощью близких, друзей, знакомых.
- Взаимный репост (репост других историй болезни взамен собственного продвижения).

3. Отчет о сборе средств, расходах на лечение, результатах лечения и реабилитации – в виде фотографий, видео и пояснений/комментариев к ним.

4. Распространение информации

Рекомендуется распространять информацию о сборе средств кратким сообщением с указанием ссылки на другой ресурс.

5. Преимущество данной сети перед другими – в ее простоте

В данной сети вы можете достаточно часто транслировать информацию о болезни.

«**Инстаграм**» (**Instagram**). Акцент данной сети сделан на размещении постов, оформленных в виде актуальных для пользователя фотографий и их письменного описания. Лента последних новостей выглядит как череда фотографий друзей и лиц, на которых подписан пользователь.



Для регистрации необходимы сведения об адресе электронной почты, мобильном телефоне и пароль. Никаких других личных сведений не требуется.

Для организации сбора средств на лечение можно наполнить аккаунт фотографиями, короткими видеороликами (до одной минуты) и в комментариях к фотографиям указывать всю необходимую информацию о заболевании, планируемом лечении, реабилитации, необходимой сумме денег и информацию о переводе денежных средств. Для распространения информации среди пользователей необходимо ставить в комментариях наиболее популярные хештеги, просить лайки и перепост, просить помочь в перепосте известных блогеров и своих друзей.

Сбор средств в данной сети ведется с помощью репоста, хештегов, привлечения блогеров. При перепосте информация в сети «Инстаграм» ранжируется в ленте подписчиков исходя из популярности блогера, его читаемости и способности собирать лайки, поэтому чем известнее и интереснее блогер, тем больше людей и тем скорее увидят информацию о сборе и жертвуют необходимые средства.

«**Живой журнал**» (**LiveJournal, ЖЖ**) – место, где пользователи могут вести некий дневник. Формат сети позволяет гиб-

ко верстать сообщения, рассчитан не на постоянное, а на периодическое включение в процесс, комментарии в нем строятся древовидно, а не единой лентой – в общем, ЖЖ приспособлен для содержательных дискуссий, для того, чтобы писать длинно. Несмотря на такой формат, в ЖЖ можно добавлять фотографии, получать и писать комментарии, присоединяться к сообществам, создавать новые сообщества, заводить друзей, подписываться на других пользователей, в том числе блогеров. Каждый пользователь ЖЖ – своего рода блогер.

Новостная лента содержит список последних актуальных заметок различных пользователей и может выстраиваться исходя из ваших предпочтений.

Для того чтобы зарегистрироваться в ЖЖ, необходимо придумать логин (имя пользователя), пароль, указать адрес электронной почты и некоторые сведения о себе.

Для эффективного сбора средств в ЖЖ необходимо завести максимальное число друзей и подписчиков, после этого составить информативный текст, добавить фотографии, в тексте должна присутствовать информация о сборе средств, должны быть проставлены соответствующие хештеги. Чем больше репостов получит ваш текст, тем больше людей его увидят. Поделиться записью можно напрямую в основных социальных сетях.

3.3. УЗКОНАПРАВЛЕННЫЕ СЕТИ

Этот вид сетей предполагает интерес определенного круга лиц, в такой среде информация должна быть более адресной. Как и в крупнейших соцсетях, в узконаправленных нецелесообразно перегружать пользователей частыми репостами, достаточно одного репоста в день. Не стоит ожидать больших сборов именно от этих сетей, так как в них люди чаще всего заглядывают с рабочими вопросами. Исключение могут составить сайты религиозной направленности, в них просьбы о пожертвовании никого не удивят.

3.4. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЙТЫ

YouTube — главный видеохостинг мира. В ситуации, когда люди все меньше читают

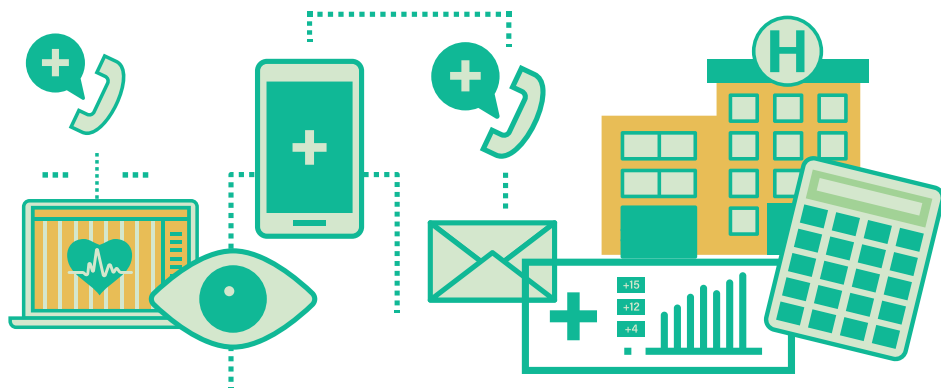
и все больше смотрят, способность снять и распространить качественное видео – крайне важный навык для всякого, кто ищет известности. Это делает YouTube хорошей площадкой для распространения информации о человеке с заболеванием. Первое, что увидят пользователи, – видеоролик, поэтому для размещения информации о сборе в YouTube задачей первоочередной важности является монтирование качественного видеоролика о человеке с заболеванием, его надеждах, планах на лечение и помощь мира. Формат сайта позволяет размещать несколько видео на одном канале, что делает информацию о пользователе более полной. В комментариях к ролику можно дать всю необходимую информацию о болезни, планах на лечение, реабилитацию, сумме сбора, информацию о способах перевода денег и другой посильной помощи.

Telegram позволяет передавать сообщения друзьям и подписчикам, здесь можно быстро поделиться информацией о проводимом сборе денежных средств. Преимущество распространения информации в данной сети – заверение в безопасности пересылаемых сообщений (что важно при демонстрации номеров банковских карт, электронных кошельков и других аналогичных сведений), минусы – ограниченный функционал и малое число пользователей.

Skype дает возможность беспрепятственного общения с пользователями. Здесь возможна видео- и аудиосвязь, отправка документов и текстовых сообщений.

WhatsApp и Viber – мобильные мессенджеры, которые позволяют обмениваться текстовыми и медиафайлами, не имея возможности выйти в сеть на ПК, с использованием смартфона и мобильного интернета. Регистрация проводится по номеру мобильного телефона.

Каждая из перечисленных сетей имеет свои достоинства и недостатки. Максимальное количество усилий по распространению информации о сборе средств следует направить на крупнейшие социальные сети, охват других, менее популярных среди пользователей сетей возможен, но может оказаться менее эффективным.



4. ТЕХНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СБОРА СРЕДСТВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

При размещении информации о сборе средств на лечение необходимо указать в тексте сообщения несколько способов перевода или передачи денег. Это могут быть:

1. Реквизиты для банковского перевода (наименование банка, адрес банка, номер расчетного счета, номер корреспондентского счета, БИК).
2. Реквизиты электронных кошельков «Яндекс.Деньги», QIWI, WebMoney, PayPal (номер карты, номер счета, номер мобильного телефона, к которому привязан кошелек). Имеет смысл открыть не только рублевые, но и валютные счета, по ним смогут пожертвовать деньги иностранные благотворители.
3. Реквизиты банковских карт, желательно иметь счет в нескольких банках для удобства благотворителей (следует учесть, что переводы между пользователями одного банка производятся без комиссии, за переводы на счет другого банка может взиматься комиссия).
4. Счет мобильного телефона.
5. Данные для почтового перевода (адрес и Ф. И. О. получателя).

Если вы ведете сбор от лица благотворительной организации, имеет смысл воспользоваться короткими номерами платных СМС. Плюсы – быстрота, простота. Минусы – необходимость регистрации короткого номера, оператор взимает большую плату за пользование коротким номером.

Одним из вариантов организации перевода средств является размещение ссылки на страницу сайта, где можно совершить пожертвование. На данной странице могут находиться реквизиты, а также могут быть установлены электронные платежные системы.

Информация о способах платежа должна быть указана в каждом посте-сообщении.

ОСОБЕННОСТИ ОТКРЫТИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ КОШЕЛЬКОВ

WEBMONEY

1. Регистрация на сайте webmoney.ru.

Необходимо указать номер мобильного телефона, адрес электронной почты, придумать пароль. Возможно, придется отправить сканы первых страниц паспорта для идентификации личности.

2. Открытие кошелька.

В настоящее время система поддерживает несколько типов кошельков. На них учитываются имущественные права на разные типы ценностей, мы рассмотрим несколько из них:

- R-кошелек: WMR – банковский чек на предъявителя в рублях РФ;
- Z-кошелек: WMZ – сертификат на покупку товаров и услуг поставщиков, представленных в каталоге www.megastock.com, эквивалент доллара США;
- E-кошелек: WME – электронные деньги в евро;
- U-кошелек: WMU – права требования к банковскому счету в украинской гривне;

- В-кошелек: WMB – электронный белорусский рубль.

В случае открытия нескольких типов кошельков ваши шансы собрать средства значительно возрастают за счет иностранных благотворителей.

3. Указать в сообщении о сборе номер кошелька, способы перечисления денежных средств.

QIWI

1. Регистрация возможна на сайте qiwi.com в мобильном приложении (доступно на Android и iOS) / в терминале QIWI.

Для регистрации на сайте необходимо указать номер мобильного телефона, затем на указанный телефон приходит код подтверждения, его нужно ввести в специальное поле. После подтверждения необходимо придумать пароль. Также в процессе регистрации вам будет необходимо доказать, что вы человек, для этого вам придется выполнить несложное задание.

2. Кошелек открывается автоматически.

Пользователю присваиваются номер и код, реквизиты присылаются на указанный телефон, также реквизиты можно найти в личном кабинете на сайте. Счет рублевый. Помимо основного рублевого, вы можете открыть счет в USD, EUR, KZT.

3. Указать в сообщении о сборе номера кошельков, способы перечисления денежных средств.

«ЯНДЕКС.ДЕНЬГИ»

1. Регистрация.

Необходимо указать адрес электронной почты, номер мобильного телефона. Код подтверждения приходит по СМС.

2. Перевод средств.

Перевести деньги можно следующими способами:

- направить плательщику ссылку на платежную систему, в ней плательщик может сделать перевод так же просто, как оплатить товар в электронном магазине;
- передать плательщику номер кошелька. Пополнить кошелек можно в терминале, «Сбербанк.Онлайн», наличными (в Сбербанке, «Евросети»), со счета мобильного телефона. При использовании некоторых способов пополнения может быть списана комиссия.

PAYPAL

1. Регистрация.

Для регистрации вам нужно будет указать адрес электронной почты, Ф. И. О., дату рождения, серию и номер паспорта, номер документа (на выбор – СНИЛС, ОМС, ИНН), индекс, город, регион проживания, номер мобильного телефона, а также придумать пароль.

2. Перевод средств.

Перевод возможен внутри страны или между странами и осуществляется по адресу электронной почты.

3. Комиссия.

За перевод средств в другую страну, за привязку к банковскому счету могут взиматься дополнительные денежные комиссии.

Существуют специальные приложения, позволяющие делать пожертвования без переходов на какие-то дополнительные сайты. Такие приложения облегчают процесс платежа, но и несут в себе ряд минусов. Например, приложения привязываются не к счету НКО, а к кошельку физического лица, что несет в себе дополнительные риски – как репутационные, так и чисто технические. Кроме того, собственно электронная валюта «Яндекс.Рубли» является единственным на настоящий момент способом пожертвовать через эти приложения, что отсекает от вас всех, кто не обзавелся ими заранее.

Стоит отметить, что и абсолютно все посредники берут комиссию за свои услуги, что нужно учитывать в процессе сбора и распространения информации.



5. ВОЗМОЖНЫЕ РИСКИ

При организации сбора средств в социальных сетях нельзя забывать и о рисках. Прежде всего это мошенническая деятельность.

Мошенники могут:

1. Использовать из открытых источников данные о вас, вашу историю болезни, ваши фотографии и т. д., организовать сбор денег от вашего имени, но с использованием собственного счета для сбора. Для того чтобы избежать этого риска, всегда следите за тем, чтобы ваши фотографии и документы были промаркированы водяными знаками. Это можно сделать в редакторе Paint: откройте в фоторедакторе фото или сканированную копию документа, выберите опцию «Вставить текст», скопируйте адресную ссылку на свой сбор/группу и разместите на фото так, чтобы нельзя было обрезать картинку без ущерба самой картинке.
2. Копировать ваши финансовые данные для кражи собранных средств. Придерживайтесь правил банковской безопасности:
 - не размещайте паспортные данные (если выкладываете сканированную копию паспорта, закрасьте в фоторедакторе серию и номер документа);
 - не присылайте никому (даже сотруднику банка) три цифры с обратной стороны карты;
 - не сообщайте посторонним (даже сотрудникам банка) цифры из СМС от банка;
 - если благотворитель говорит, что ошибся и перевел неправильную сумму, убедитесь, что сумма действительно поступила на счет.
3. Предлагать по необоснованной стоимости услуги по поддержке больного в лечении и реабилитации, по сбору денег, лечению, сопровождению.

Старайтесь пользоваться только теми услугами, без которых действительно не можете обойтись. В поездку на лечение возьмите с собой родственника или близкого друга (расходы на них вы также можете включить в сумму сбора), сбор вам помогут организовать близкие люди, родственники,

знакомые. Помните, что любое постороннее лицо будет ожидать от вас вознаграждения за свои труды. В частности, существует понятие токсичной благотворительности.

Токсичная благотворительность – сбор средств так называемыми волонтерами (не путайте их с настоящими волонтерами из благотворительных фондов) с применением эмоционального давления на благотворителя и благополучателя.

Целями такого сбора могут быть потребность в сильных эмоциях и даже деньги. Задачей сборщиков в этом случае является поставить человека с заболеванием или его представителя в эмоционально нестабильное состояние, когда ими запросто можно будет управлять. Выбитого из колеи человека проще простого убедить, что волонтеры-сборщики – его единственная надежда и опора и именно на их счета стоит собирать средства, и именно они найдут им наилучшее применение. А так как чаще всего счетов много, деньги выводятся с них нерегулярно, пропажа денег в таких мероприятиях – обычное дело.

В отличие от таких волонтеров-сборщиков благотворительные фонды начинают задавать вопросы об обоснованности сбора, медицинской экспертизе, настаивают на полной прозрачности работы, четкой и своевременной отчетности.



6. ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ СБОРА СРЕДСТВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Есть несколько нюансов, которые нужно учитывать при сборе средств в социальных сетях.

1. Осуществление сбора только в одной соц-сети

Аудитория каждой сети отличается, поэтому будет ошибкой полагаться только на одну из них и игнорировать другие. Не бойтесь создавать аккаунты, регистрироваться, каждая соцсеть добавит шансов на увеличение сбора. В каждой сети можно поделиться новостью с несколькими другими, поэтому размещение информации в других сетях может занять совсем немного времени.

2. Стремление вести сбор в одиночку

Найдите администратора для вашего сообщества, а лучше, чтобы их было несколько. Это могут быть друзья, знакомые, неравнодушные, волонтеры, а также посторонние люди, имеющие опыт в этой деятельности.

3. Неполная информация, неточная аргументация сбора

Начните сбор только тогда, когда будете:

- знать точную сумму, необходимую на лечение;
- иметь приглашение и/или счет из клиники;
- иметь все необходимые для лечения документы.

В случае отсутствия таковых благотворители могут счесть сбор мошенническим.

4. Информация о сборе чисто медицинская и сухая

Отсутствие личной информации может оттолкнуть от вас потенциальных благотворителей. Добавляйте в группу, посвященную сбору, новые фотографии, рассказы о проведенном лечении, описание бытовых ситуаций, свое отношение к происходящему – все то, что может дать отклик в душе благотворителя.

5. Плохое качество и унылое настроение фотографий

Фотография создает первое впечатление у дарителя. Мрачные или размытые фотографии произведут соответствующее впечатление. По возможности старайтесь размещать оптимистичные, светлые фотографии.



6. Истеричная форма просьбы о помощи

Благотворитель должен составить о вас мнение как о человеке, способном адекватно оценивать ситуацию, грамотно распорядиться собранными деньгами.

7. Отсутствие связи с больным и близкими ему людьми

Благотворитель должен иметь возможность связаться с семьей человека с заболеванием, удостовериться в реальности просьбы и человека.

8. Отсутствие отчета о поступлении и трате денежных средств

Финансы должны быть прозрачными. Благотворители хотят видеть, что их деньги дошли до адресата. Потенциальные дарители хотят видеть, что сбор движется, такая информация подстегнет их присоединиться к сбору. Заведите отдельную тему-обсуждение, в которой вы будете размещать все поступления на счет, и отдельно тему-обсуждение о тратах на лечение и реабилитацию, приложите счета и чеки. Это успокоит дарителей и докажет реальность сбора.

9. Махинации с числом подписчиков группы

Это могут быть накрутки несуществующих подписчиков или, наоборот, закрытость группы для новых друзей. Такая группа не вызовет доверия у потенциальных дарителей.

10. Использование приемов токсичной благотворительности

Токсичная благотворительность отталкивает благотворительные фонды и потенциальных благотворителей.

КОНТАКТЫ

Пресс-центр проекта:

117105, Россия, Москва,
Варшавское шоссе, дом 9, стр. 1

+7 (495) 640-80-91

press@vashifinancy.ru

www.вашифинансы.рф

Подготовлено по заказу Министерства финансов Российской Федерации в ходе реализации совместного проекта Российской Федерации и Международного банка реконструкции и развития «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» в рамках конкурсной поддержки инициатив в области развития финансовой грамотности и защиты прав потребителей

Москва, 2018. – 16 с.

Тираж 3000 экз.

© **Министерство финансов Российской Федерации**