

Чем вдохновиться:

7 примеров специальных дней мировых нонпрофитов



2 апреля: День осведомленности об аутизме

В День мирового дня осведомленности об аутизме, который ежегодно отмечается 2 апреля, благотворительные организации по всему миру организуют мероприятия для повышения осведомленности и поддержки людей с расстройством аутистического спектра (РАС).

В том числе многие организации присоединяются к кампании «Освети его синим», инициированной нонпрофитом Autism Speaks. В рамках проекта памятники, здания и дома освещаются синими огнями в знак солидарности и поддержки осведомленности об аутизме.

В кампании среди прочих участвовали Empire State Building в Нью-Йорке, Sydney Opera House в Сиднее и Burj Khalifa в Дубае.



Ноябрь: 16 дней против насилия в отношении женщин

«16 дней активизма против насилия в отношении женщин» — это глобальная кампания, которая проводится с 25 ноября (Международный день против насилия в отношении женщин) по 10 декабря (Международный день прав человека). Основная цель — привлечение внимания к проблеме насилия в отношении женщин и девочек, поддержка пострадавших и объединение общества в борьбе с этой проблемой.

Кампанию запустили канадские активисты в 1991 году, с тех пор она стала традиционной и организуется ежегодно по всему миру, включая массовые мероприятия, акции протеста, образовательные мероприятия и кампании в соцсетях.

В последние годы многие знаменитости присоединялись к проекту, в том числе актрисы Эмма Уотсон, Николь Кидман, Анжелина Джоли и Эмма Стоун. Цветом кампании стал оранжевый.



Сентябрь: Memory Walk в поддержку пациентов с болезнью Альцгеймера

Memory Walk — инициатива поддержки пациентов с болезнью Альцгеймера и их семей. Кампании с таким названием организуются по всему миру, как правило, в сентябре местными альцгеймерскими ассоциациями, фондами и общественными организациями, занимающимися поддержкой пациентов с деменцией.

Участие в кампании могут принимать как отдельные люди, так и команды, собирающие средства на пешеходных маршрутах или массовых мероприятиях. Основная цель — собрать деньги на исследования болезни Альцгеймера. Эти средства направляются на поиск новых методов диагностики, лечения и ухода за пациентами, а также на изучение механизмов развития и прогрессирования болезни.

Участники кампании регистрируются на специальном сайте, собираются в указанном месте старта и идут или бегут по заранее определенному маршруту. Обычно это не соревнование, а дружественное мероприятие, направленное на сбор средств и поддержку общей цели.



Сентябрь: Stand Up To Cancer

Stand Up To Cancer (SU2C) — это телетрансляция, организуемая американскими телекомпаниями. Цель — сбор средств на исследования рака и повышение осведомленности о заболевании.

Первый SU2C состоялся в 2008 году и с тех пор стал ежегодным событием, проводится обычно в сентябре. Программа включает в себя live-трансляции, в которых участвуют знаменитости, пациенты, ученые и врачи. Во время трансляции обсуждаются последние достижения в исследованиях рака, истории людей, победивших болезнь, и необходимость сбора пожертвований на продвижение новых методов диагностики и лечения.

SU2C активно использует мощь социальных сетей для мобилизации широкой аудитории к участию в кампании. Трансляция обычно проходит на основных телеканалах и доступна для просмотра онлайн.

SU2C считается одним из крупнейших событий в мире, посвященных борьбе с раком, и ярким примером успешного сотрудничества разных секторов общества — от науки и медицины до культуры и развлечений — в целях достижения общей цели: победы над раком.



1 декабря: Всемирный день борьбы со СПИДом

Традиционным символом Всемирного дня борьбы со СПИДом стала красная ленточка, выражающая солидарность с теми, кто живет с ВИЧ/СПИДом, и поддержку усилий по профилактике заболеваний.

Многие крупные бизнесы и селебрити активно участвуют в поддержке Всемирного дня борьбы со СПИДом, оказывая финансовую поддержку, организационную помощь и повышая осведомленность о проблемах ВИЧ/СПИДа.

Например, в рамках RED Campaign, запущенной певцом Боно и предпринимателем Биллом Гейтсом, компании Apple, Starbucks, Nike и другие выпускают специальные продукты, часть прибыли от продаж которых идет на поддержку программ борьбы со СПИДом.



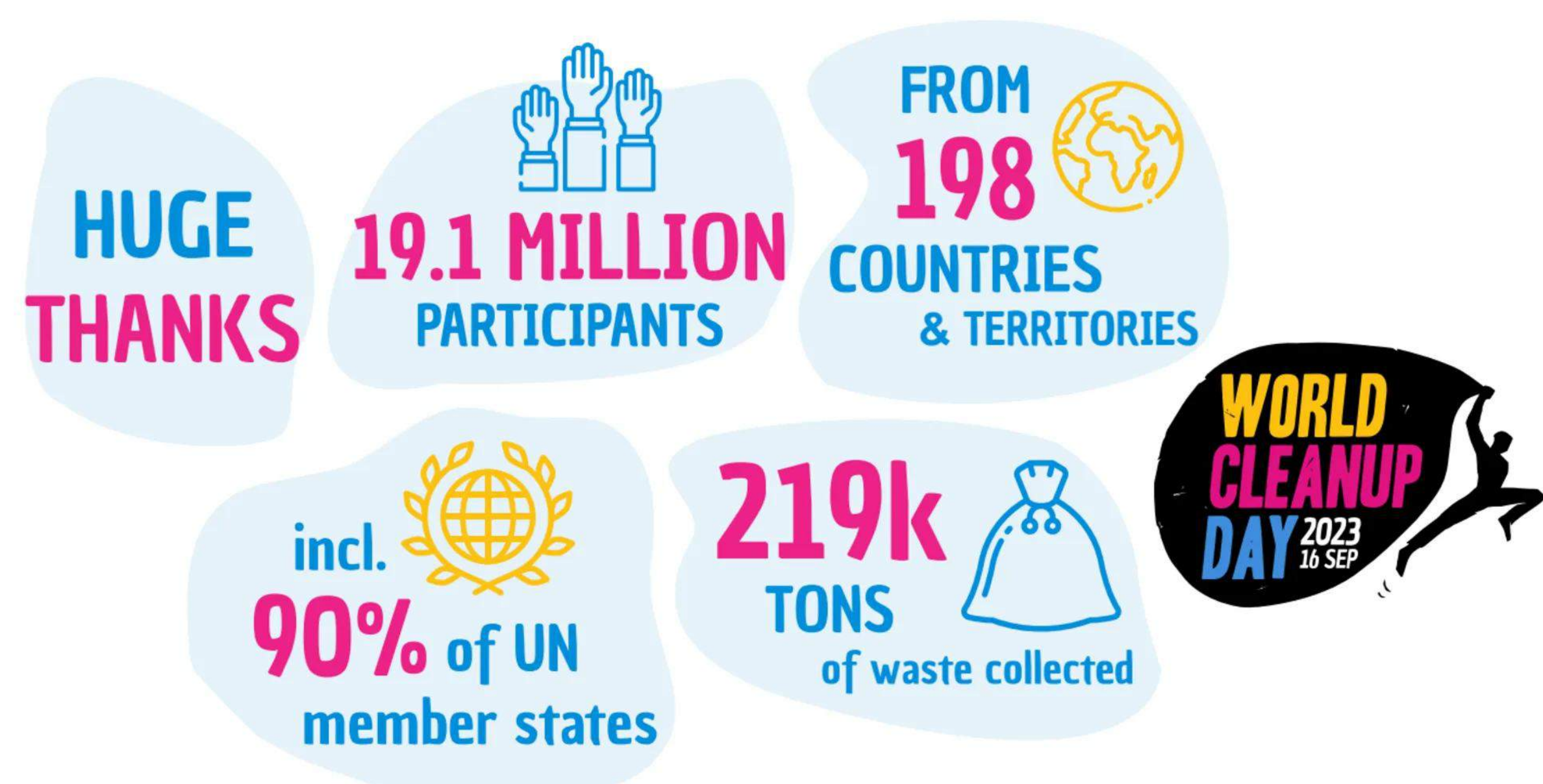
Январь: Bell, Let's Talk на тему психического здоровья

Кампания Bell, Let's Talk («Давайте поговорим, Белл») — ежегодная инициатива, организованная канадской телекоммуникационной компанией Bell Canada. Она направлена на поддержку психического здоровья и сбор средств для организаций, работающих в этой области.

В рамках акции компания Bell Canada обещает пожертвовать определенную сумму за каждое SMS-сообщение или звонок с мобильного телефона, совершенный в этот день. Пользователей в соцсетях призывают использовать хештег #BellLetsTalk в своих постах, за каждый такой пост Bell Canada также направляет деньги на благотворительность.

Все средства, собранные в рамках инициативы, направляются на финансирование проектов в области психического здоровья.

Основная идея кампании — стимулировать открытый диалог о психическом здоровье и снизить стигматизированность этой темы. С начала запуска инициативы в 2010 году было собрано более 139 миллионов долларов.



Сентябрь: World Cleanup Day

World Cleanup Day (Всемирный день уборки) — глобальная экологическая инициатива, объединяющая миллионы людей со всего мира для совместной уборки мусора. Цель акции — сделать планету чище, привлекая внимание к проблеме мусора и его негативного влияния на окружающую среду.

World Cleanup Day был запущен в Эстонии в 2008 году гражданской инициативой под названием Let's Do It!, с тех пор инициатива выросла в международное движение. World Cleanup Day отмечается ежегодно в третью субботу сентября. В этот день сотни тысяч людей по всему миру выходят на улицы, в парки и леса, на пляжи и другие общественные места для уборки мусора.

В акции участвуют как отдельные добровольцы, так и организованные группы, школы, компании и общественные организации. Все желающие могут зарегистрировать свою группу на официальном сайте World Cleanup Day.