

## **Жіноча Благодійність 2020**



Благодійність у цифрову епоху:  
нові форми, вплив сучасних  
технологій і формування спільноти

## Основні думки Дослідження

Технології беззаперечно впливають на кожну сферу нашого життя: на те, як люди комунікують між собою, працюють, заробляють та витрачають кошти, який контент вони споживають. Благодійність теж не стала винятком: завдяки технологіям робити добрі справи стало ще легше. Тепер ми можемо долучатися до благодійних проектів, організацій та ініціатив, про існування яких навіть не дізналися б без інтернету; об'єднуватися навколо благодійності у віртуальні спільноти.

Незважаючи на те, що сучасні технології усувають бар'єри та зменшують вартість благодійності, також створюють нові виклики для сектора. В який спосіб організації підтримують довірливі стосунки з онлайн-донорами? Які ініціативи мають вибирати платформи, щоб привертати до себе якомога більше уваги користувачів? Благодійність слід вимірювати не лише грошима, однак саме грошову допомогу найзручніше відслідковувати та заміряти. Як же зберегти баланс між цими показниками? Як громадським організаціям та донорам розвивати відчуття спільноти, якщо благодійність масово переходить онлайн?

«Жіноча благодійність 2020» досліджує гендерні відмінності в тому, як жінки та чоловіки використовують інтернет та соціальні мережі для благодійності, а також кому вони допомагають фінансово. Зосереджуючись на технологіях, дане дослідження шукає відповіді на питання якою мірою жінки більше використовують соціальні мережі, та як їх присутність на ключових онлайн платформах впливає на благодійність в цілому. Дане дослідження здійснено на основі даних, наданих чотирма партнерськими організаціями. Ці організації надали інформацію про те, як чоловіки та жінки використовують онлайн платформи та додатки, а також як організації вчаться використовувати сучасні технології, аби долати нові виклики для сектору.

## Ключові висновки

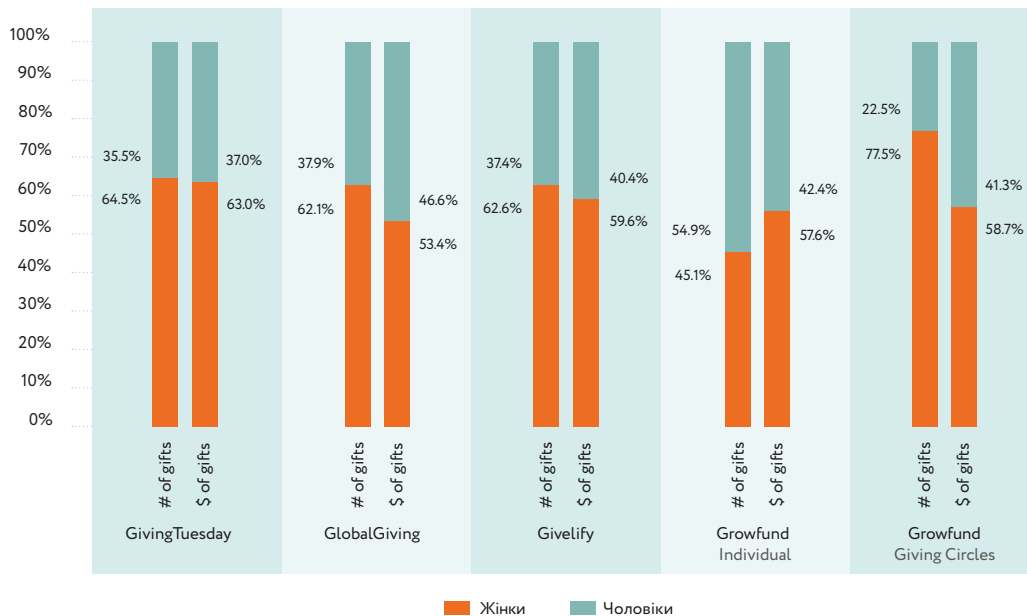
Ключові питання базуються на чотирьох наборах даних, зібраних через онлайн-платформи та додатки, а також під час обговорень із представниками / представницями цих платформ. Загалом вони охоплюють більш ніж 3,7 мільйона благодійних транзакцій. Перші три питання визначені на основі численних прикладів із цих наборів даних і дають всеохопне уявлення про те, як жінки та чоловіки використовують технології для благодійності.

1

**Жінки виділяють на благодійність більше коштів, ніж чоловіки, а тому їхній фінансовий внесок більший за внесок чоловіків.**

За даними всіх чотирьох кейсів, жінки роблять пожертви частіше, ніж чоловіки (близько 2/3 усіх пожертв на проаналізованих платформах). Тоді як середній розмір пожертви зіставний, а в деяких випадках у чоловіків він трохи більший, той факт, що жінки роблять пожертви набагато частіше, означає, що жінки виділяють на благодійність більше коштів порівняно з чоловіками на кожній із проаналізованих онлайн-платформ (53–61% від загальної суми залежно від кейсу).

Графік 1. Частка загальної кількості та суми пожертв жінок і чоловіків



**2**

**Жінки виділяють на благодійність більше коштів, ніж чоловіки, а тому їхній фінансовий внесок більший за внесок чоловіків.**

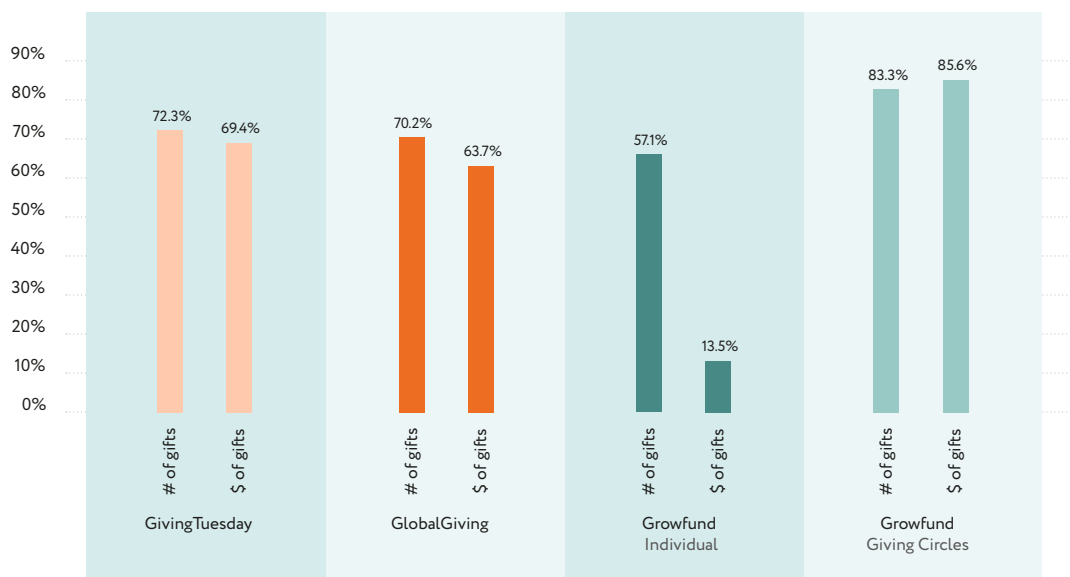
Три з чотирьох кейсів засвідчили, що жінки роблять менші за розміром пожертви порівняно з чоловіками. Жінки також схильні жертвувати меншим за масштабами благодійним організаціям, тоді як чоловіки переважно надсилають кошти більшим організаціям.

**3**

**Жіночі організації отримують більш суттєву допомогу від жінок порівняно з чоловічою допомогою.**

Три з чотирьох онлайн-платформ продемонстрували, що 60–70% пожертв (залежно від конкретного набору даних) до таких організацій надходить саме від жінок.

Графік 4. Частка пожертв (кількість і сума), зроблених жінками для організацій жінок і дівчат


**4**

**Розширення поняття благодійності нерозривно пов'язане із залученням до благодійності різних людей**

Кейс «Щедрого вівторка» переконав, що розширення поняття благодійності допомагає руху досягти глобального рівня й залучити ширшу жіночу аудиторію.

*Ключовий меседж: благодійність — це не лише про гроші.*

5

Технології дають змогу благодійникам робити благодійні внески у найзручніший для них спосіб, а також саме тим організаціям, які резонують із їхніми цінностями та інтересами. Платформи також підтримують благодійників та вибудовують взаємну довіру, акцентуючи на ініціативах та проблемах, які не залишають благодійників байдужими.

6

Щоб привернути увагу жінок-благодійниць, платформи та організації мають будувати спільноту онлайн та одночасно підтримувати особистісні контакти з благодійниками.

## Висновки

Незважаючи на різні цілі та аудиторії представлених платформ, дослідження відображає закономірності, що пояснюють як перетинаються гендер, технології та благодійність:

- Жінки використовують онлайн платформи частіше, ніж чоловіки і віддають на благодійність більше коштів.
- Жінки схильні допомагати не тільки грошима, а й своїм часом, досвідом та навичками.
- Жінки більш широко тлумачать поняття благодійності, не обмежуючись виключно грошима.
- Жінки схильні надавати більше невеликої допомоги, а також допомагати стратегічно.
- Жінки частіше долучаються до колективної благодійності та частіше за чоловіків прагнуть належати до благодійних спільнот.
- Сучасні технології створюють нові можливості для благодійності, але не можуть замінити особистісного контакту, яких важливий для формування спільнот.