

# БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ В РОССИИ

№3/2009

ЖУРНАЛ НАЦИОНАЛЬНОГО БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОГО ФОНДА РОССИИ



# БОЛЬШЕ ДОНОРОВ – БОЛЬШЕ ЖИЗНИ!



Ежегодно около  
1,5 миллиона россиян  
требуется переливание  
крови.

Сдавая кровь,  
Вы спасаете чью-то жизнь.



**СЛУЖБА  
КРОВИ**

государственная  
программа развития  
добровольного донорства

[www.yadonor.ru](http://www.yadonor.ru)  
8 800 333 3330

# В номере

” У меня был первый номер, и я активно раскручивал цену лота, чтобы цена поднялась хотя бы до 20 тысяч. “

**ВИКТОР КРЕСС,  
ГУБЕРНАТОР ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ**

” Что я вам могу сказать про Киселева? “  
” Что это был ангел, не человек.

**ЭЛИЯХУ РАДАШКОВИЧ**

” Принцип спортивных благотворительных акций простой: компания перечисляет благотворительный взнос и становится участником. “

**ЕЛЕНА ЛЮБОВИНА  
PR-МЕНЕДЖЕР ФОНДА «ДАУНСАЙД АП»**

” Чаше социальная реклама является красивой оберткой, самовыражением дизайнера, нежели выражением общественной проблемы. “

**ЭРИКС СТЕНДЗЕНИЕКС,  
КРЕАТИВНЫЙ ДИРЕКТОР АГЕНТСТВА !MOOZ**

” Буквально за два часа прозвучали все основные мнения и убеждения, циркулирующие в секторе благотворительности последнее время. “

**ДМИТРИЙ ЕРШОВ**

” Я обожаю ходить по магазинам и всегда стараюсь делать такие покупки, чтобы поддерживать благотворительные организации. “

**КЭРОЛ УЭЙСМАН**

” Кукла-оберег изготавливается с давних времен без использования ножниц и иголки. Она создает ощущение гармоничного и целостного мира у ребенка, который играет такой куклой. “

**ЮЛИЯ ХЛОПЕНИНА**

# Содержание

- Официально **04** Из Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию
- Официально **06** Коллективу Национального благотворительного фонда
- Официально **06** Отчетно-выборное собрание Национального благотворительного фонда
- Гражданское общество **07** Алексей Елсуков  
Президентские гранты-2009
- Актуальное интервью **10** «В Томске богатые традиции благотворительности»
- Корпоративная благотворительность **16** Елена Журавлева  
Волонтеры от авиации
- Страницы истории **20** Список Киселева  
*Журнальная версия документального фильма*
- Проблема **30** Елена Фортуна  
Розовое на черном
- Отчет о мероприятии **34** Андрей Крикунов  
Больше, чем реклама
- Успешный опыт **40** Анна Мисаилова  
Коммерсанты третьего сектора

## БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ В РОССИИ

Журнал зарегистрирован  
Федеральной службой по над-  
зору в сфере связи и массовых  
коммуникаций, свидетельство  
о регистрации ПИ № ФС77-35141  
от 28 января 2009 г.

Издатель: Национальный  
благотворительный фонд

Главный редактор:  
Мирошников Л. Н.

№ 3, 7 декабря 2009 года  
Тираж 5000 экземпляров  
Бесплатно

Редакция приветствует письма  
читателей, внимательно рас-  
сматривает предложения авто-  
ров статей и публикаций и  
вступает с ними в переписку.

Использование материалов,  
опубликованных в журнале,  
разрешается только с указа-  
нием ссылки на журнал.

Все фотографии и иллюстрации,  
если не указан источник, являются  
собственностью журнала или пре-  
доставлены авторами и героями  
публикаций.

К публикации принимаются мате-  
риалы, ранее не публиковавшиеся  
в других изданиях. Предпочти-  
тельный объем статьи — от 5 до 15  
тысяч знаков. Каждая рукопись  
должна содержать информацию  
об авторе, телефон, адрес почто-  
вой и электронной почты.

Адрес: 115054 Москва,  
ул. Новокузнецкая, д. 34 стр. 1

Телефон: (495) 951-22-22

E-mail: [press@rusblago.ru](mailto:press@rusblago.ru)

Интернет-сайт: [www.rusblago.ru](http://www.rusblago.ru)

- |                        |           |                                                                                                      |
|------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Отчет<br>о мероприятии | <b>44</b> | Дмитрий Ершов<br><b>Новые старые сценарии</b>                                                        |
| Хорошие<br>советы      | <b>48</b> | Игорь Цыкунов<br><b>Уроки фандрайзинга</b>                                                           |
| Технология             | <b>52</b> | Елена Любовина<br><b>Как заработать миллион?</b>                                                     |
| Новое<br>поколение     | <b>56</b> | Кэрол Уэйсман<br><b>«Воспитание детей в духе<br/>благотворительности»</b>                            |
| Светская<br>хроника    | <b>60</b> | Катя Воронина<br><b>Венский благотворительный бал</b>                                                |
| Консультация           | <b>64</b> | <b>Ответственность за использование<br/>нелицензионного программного<br/>обеспечения</b>             |
| Спорт во благо         | <b>68</b> | Борис Резниченко<br><b>От всего сердца с размахом</b>                                                |
| Мастер-класс           | <b>70</b> | Юлия Хлопенина<br><b>Тряпичная кукла своими руками</b>                                               |
| Новости                | <b>72</b> | <b>Рыцари «Тульского дозора»<br/>Роза из арбуза<br/>Дед Мороз — волонтер<br/>Социальный погребок</b> |
| Конкурс                | <b>76</b> | <b>«Серебряный лучник» для<br/>благотворителей</b>                                                   |

# Из Послания Президента Российской Федерации Дмитрия Медведева Федеральному Собранию Российской Федерации

12 ноября 2009 года

Задачей государства считаю создание условий для развития гражданского общества. Люди, неравнодушные к тому, что происходит вокруг, должны иметь все возможности для реализации своих благородных устремлений.

Мы продолжим поддержку некоммерческих благотворительных организаций, которые помогают в решении сложных социальных проблем. Поправки в законодательство будут направлены на упрощение работы тем некоммерческим организациям, которые ведут благотворительную деятельность и помогают социально незащищенным гражданам.

Что здесь будет сделано? Во-первых, будет введен институт социально ориентированных некоммерческих организаций. Те, кто получит соответствующий статус, смогут рассчитывать на прямую поддержку государства. Органы власти смогут оказывать таким некоммерческим организациям финансовую, информационную и консультационную помощь. Но не только это. Предоставлять им, что не менее важно, налоговые льготы, размещать у них государственные и муниципальные

заказы. Будут вправе передавать таким некоммерческим организациям имущество для использования в их деятельности.

Мы намерены освободить от налога материальную помощь, оказываемую благотворительными и некоммерческими организациями детям, которые остались без попечения родителей, а также инвалидам.

Еще одно предложение. От налога на добавленную стоимость будут освобождены услуги некоммерческих организаций по уходу за больными, за инвалидами, за престарелыми, социальное обслуживание детей-сирот и оставшихся без попечения родителей.

Не будут также облагаться налогом на прибыль гранты на поддержку программ охраны здоровья, развития физкультуры и массового спорта.

Еще одно изменение в законодательстве, о котором мы говорим не один год, коснется вопросов формирования и пополнения целевого капитала некоммерческих организаций. Оно станет

возможным и за счет пожертвования ценных бумаг и недвижимого имущества (об этом разговор велся уже несколько лет), а в перечень видов деятельности, финансирование которых допускается из средств целевого капитала, будет включена и охрана окружающей среды.

безвозмездное выполнение работ и оказание услуг.

Все эти меры поддержат тех, кто уже сегодня занимается общественно полезной деятельностью, а также, я надеюсь, привлекут к ней и новых участников.

**Нашим приоритетом была и останется поддержка людей, оказавшихся в трудной ситуации. Несмотря на падение доходов бюджета, социальные обязательства государства выполняются полностью. И дальше так и будет.**

Третье. Будут доработаны и приняты нормы, регулирующие благотворительную деятельность. Ее целями, в частности, будут признаны: социальная реабилитация детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, оказание юридической помощи, содействие научно-техническому творчеству детей и молодежи, а также благотворительности и добровольчеству.

Четвертое. Следует дополнить понятие «пожертвование», которое закреплено в Гражданском кодексе, указанием на

При этом не должно быть лазеек, позволяющих прикрываться такой деятельностью для неуплаты налогов, это тоже очевидно. Повторю, мы поддержим тех, кто бескорыстно посвящает свой труд и время другим людям.

Рост гражданского самосознания, развитие институтов гражданского общества возможно только в развитой политической системе.

**23 ноября 2009 года Президент внес в Государственную Думу проект федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций».**

Законопроект подготовлен в целях реализации положений Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации от 12 ноября 2009 года, касающихся введения института социально ориентированных некоммерческих организаций, и направлен на поддержку некоммерческих организаций, осуществляющих общественно полезную деятельность.





## Коллективу Национального благотворительного фонда

17 сентября 2009 года

Поздравляю коллектив Национального благотворительного фонда с 10-летием со дня образования.

Благодаря усилиям фонда в 66 регионах страны создана и работает действенная система оказания адресной помощи военнослужащим — участникам боевых действий и их семьям. Вы заботитесь о здоровье ветеранов, пострадавших в ходе боевых действий, поддерживаете детей-сирот, помогаете бывшим военным адаптироваться к условиям гражданской жизни.

В основе результативной работы фонда — профессионализм его сотрудников и искреннее желание помочь всем, нуждающимся в поддержке. Уверен, что работа фонда и в дальнейшем будет способствовать укреплению и развитию традиций милосердия и благотворительности в России.

Желаю всем вам успехов в выполнении столь важной миссии.

**Д. Медведев**

**12 ноября с. г.** состоялось отчетно-выборное собрание Национального благотворительного фонда (НБФ), на котором были подведены итоги его деятельности за период с ноября 2006 года. Собрание утвердило отчеты правления и ревизионной комиссии, внесло ряд изменений в устав общественного объединения. В частности, должность первого лица фонда теперь именуется не «президент», а «директор». Директором — председателем правления НБФ избран Владимир Алексеевич Носов, а Алексей Алексеевич Моляков, бессменно занимавший должность президента фонда в течение десяти лет, продолжит работу в качестве главного инспектора.

С учетом одной из приоритетных задач фонда — оказание адресной помощи военнослужащим — впервые в состав правления избраны представители общественных организаций силовых министерств и ведомств России: Владимир Михайлович Бурыкин, Владимир Иванович Гребенюк, Валентин Григорьевич Андреев, Александр Федорович Елизаров и Филимон Михайлович Синяков. Первым заместителем директора назначен член правления НБФ Александр Юльевич Бондаренко, секретарем правления избран Николай Николаевич Скороваров.

Решением собрания определены задачи и приоритеты фонда на новый отчетный период. Избранному правлению поручено разработать благотворительную программу на 2011–2014 годы, которая будет утверждена на очередном общем собрании НБФ.



# Президентские гранты-2009

Алексей Елсуков

**Итоги конкурсов по оказанию государственной поддержки некоммерческим неправительственным организациям в 2009 году были представлены общественности на пресс-конференции в медиа-центре газеты «Известия».**

**В** этом году на поддержку «третьего сектора» было выделено 1,2 миллиарда рублей. Для участия в конкурсах было подано почти 5 тысяч заявок некоммерческих организаций. Все они прошли экспертизу ведущих профильных специалистов. В результате конкурсные комиссии пяти организаций-операторов признали победителями более 700 про-

конкурсную специализацию, в центре внимания были проекты, ориентированные на поддержку малоимущих и социально незащищенных категорий граждан, адресную помощь гражданам, потерявшим работу, и выпускникам высших и средних специальных учебных заведений, не трудоустроенным после окончания учебы.



ектов с бюджетом от 77 тысяч до 23 миллионов рублей.

Особое внимание при экспертизе проектов было уделено смягчению последствий кризиса для населения. Хотя каждый из операторов имел собственную

Так, государственную поддержку получили проекты по поддержке безработных жителей моногородов в Башкирии, Вологодской области и других регионах страны. «Это исключительно важные проекты, этим людям нужна помощь. У них

В распоряжении Президента Российской Федерации от 16 марта 2009 г. № 160-рп определены 5 организаций-операторов по проведению конкурсов в различных сферах жизни общества:

- Автономная некоммерческая организация «Институт общественного проектирования» в области социологических исследований и мониторинга состояния гражданского общества;
- Общероссийский общественный фонд «Национальный благотворительный фонд» в сфере поддержки и социального обслуживания малоимущих и социально незащищенных категорий граждан, пропаганды здорового образа жизни, охраны здоровья населения и окружающей среды;
- Фонд подготовки кадрового резерва «Государственный клуб» в сфере поддержки молодежных инициатив, проектов молодежных движений и организаций;
- Региональная общественная организация «Институт проблем гражданского общества» в области образования, искусства, культуры и общественной дипломатии;
- Межрегиональная правозащитная общественная организация «Сопrotивление» в области защиты прав человека и правового просвещения населения.

нет иных источников дохода», — прокомментировала решение операторов президент Института проблем гражданского общества Мария Слободская.

По словам председателя правления Фонда подготовки кадрового резерва «Государственный клуб» Ксении Костиной, эксперты прежде всего отмечали заявки, касающиеся поддержки малообеспеченных студентов и безработной молодежи (по статистике 25% безработных — это люди до 25 лет). Из 1 043 заявок 70% были рассчитаны на трудоустройство молодых выпускников. Часть проектов, победивших в конкурсе, направлена на профилактику ксенофобии и экстремистских настроений в молодежной среде.

Эксперты фонда одобрили инициативы, ориентированные и на поддержку инновационной деятельности в России, помощь молодым ученым, аспирантам, выпускникам, которым нужно пережить кризис и не растерять свои таланты. Ксения Костина отметила: «Меня очень порадовала тенденция, что молодежная политика переходит из игровых форм в реальные дела, где производится реальная экспертиза политических решений».

В Институт проблем гражданского общества поступило 1 088 заявок. «Я с удовольствием отмечаю рост активности организаций в сельской местности. Это небольшие, совершенно конкретные проекты с понятным результатом, их можно «потрогать руками», — отметила Мария Слободская.

В свою очередь руководитель правозащитного движения «Сопrotивление» Ольга Костина сообщила, что к ним поступило более 500 заявок. Одобрено более 80. «К сожалению, все специфические «традиции» России, связанные со всеобщей необязательностью, были и на сей раз соблюдены: проекты подавались в последний день и вне всякой оглядки на условия подачи. Однако при отборе нам удалось соблюсти главное условие года: все они должны были быть предельно конкретными», — сообщила Ольга Костина.

По ее мнению, некоммерческие организации из Санкт-Петербурга, Екатеринбургa, Челябинска, Воронежа показали высокий уровень профессионализма. «Особенно заинтересовал нас екатеринбургский проект детской адвокатуры, челябинский — в области социальной помощи труженикам села и воронежский проект антикризисных правовых приемных. К слову, некоторые новации родились не вчера, а работают в качестве социально-правовых сетей уже несколько лет. При отборе нас, как всегда, интересовали заявки, направленные на помощь осужденным. Мы надеемся, что со временем многие заявившие о себе проекты превратятся в сетевые структуры федерального уровня».

Ольга Костина отметила, что работа организаций, получивших гранты, будет тщательно проверяться: «Деньги выделяются немалые; это деньги, которые нашел президент, несмотря на кризис, и поэтому нам хочется, чтобы страна



видела, куда они тратятся. В течение года мы будем проверять, как работают наши проекты в регионах и представлять их прессе. Если обнаружатся «черные дыры» в отчетах, то, несмотря на имена и ранги, будем обращаться в правоохранительные органы по случаю нецелевого использования средств».

Крупнейший грант, более 23 миллионов рублей, был выделен Национальным благотворительным фондом (НБФ) Алтайской региональной организации Общероссийской общественной организации инвалидов войны в Афганистане на адресную помощь лицам, потерявшим работу.

Президент Национального благотворительного фонда Алексей Моляков подчеркнул, что потребности нуждающихся тщательно выясняются непосредственно в регионах и люди получают необходимое: деньги, медикаменты, возможность лечения детей.

В этом году тематика конкурса, проводимого НБФ в сфере поддержки малоимущих и социально незащищенных категорий граждан, была дополнена пропагандой здорового образа жизни, охраной здоровья населения и окружающей среды, что повлияло на рост заявок (в 2008 году — 1 193, в 2009 году — 2 005). Общая запрашиваемая сумма составила почти 6 млрд. рублей, то есть в 12 раз превысила распределяемые средства. А всего фонд распределил 472 млн. рублей. В конкурсе победили 394 некоммерческие организации из 81 субъекта Российской Федерации. По итогам прошлых

конкурсов высказывались мнения, что мало поддерживаются региональные проекты. В этой связи Алексей Моляков подчеркнул, что по Москве было подано 410 заявок, а удовлетворено 99, на общую сумму 176,9 млн. рублей. При этом проекты с суммарным финансированием около 134 млн. рублей будут реализовываться в интересах других регионов Российской Федерации.

В Национальном благотворительном фонде подсчитали, что в итоге реализации конкурсных проектов будет оказана помощь 5 014 семьям, потерявшим работу в связи с экономическим кризисом на градообразующих предприятиях. На проекты поддержки детей и профилактику детской преступности выделено 96 млн. рублей; на противодействие наркомании и алкоголизму, лечение детей-инвалидов, пропаганду здорового образа жизни — 75 млн. рублей; на адресную социальную поддержку ветеранов и семей погибших защитников Отечества — на сумму около 60 млн. рублей.

Президент Национального благотворительного фонда отметил важную роль независимых экспертов в изучении и оценке поступивших заявок. В экспертную группу фонда входило 35 специалистов, среди которых 5 академиков, 7 докторов и 15 кандидатов наук, представители профильных министерств и ведомств. Именно их стараниями отбирались наиболее реалистичные и всесторонне проработанные проекты. Полные списки победителей конкурса вывешены на сайтах организаций-операторов.■

# «В Томске богатые традиции благотворительности»

О системном подходе к благотворительности, сотрудничестве власти и бизнеса с некоммерческими организациями и личном примере шел разговор между губернатором Томской области Виктором Крессом и заместителем главного редактора журнала Андреем Крикуновым.

— Виктор Мельхиорович, спасибо, что нашли время для встречи. Недавно в области завершилась Декада благотворительности. Вы довольны ее результатами?

— Это событие уже из разряда традиционных, мы проводим Декаду благотворитель-

услуги, приобретение мебели, медикаментов, спортивного инвентаря и одежды и так далее. В газетах были инициированы объявления о помощи самым разным категориям нуждающихся. Для малообеспеченных семей были организованы бесплатные посещения спектаклей, экскурсий и

**565 тысяч рублей из собранных на губернаторском приеме средств направлены в десять семей, особо остро нуждающихся сегодня в финансовой поддержке. Во всех этих семьях есть дети-инвалиды, которым требуются операция или дорогостоящие лекарства.**

**225 тысяч рублей переданы в детский дом «Орлиное гнездо». У большинства ребят, которые здесь живут, сложная судьба и серьезные проблемы со здоровьем.**

ности уже третий год. В этом году Декада прошла довольно успешно, мы провели более 40 акций по привлечению средств. Была оказана благотворительная помощь в самых разных формах: игрушки, изготовление новогодних костюмов, транспортные







выставок. Но предела совершенству нет, и мы планируем внедрять новые формы. Ключевое событие Декады — ежегодный губернаторский прием с благотворительным аукционом. Томские учреждения культуры подбирают картины и другие лоты, а художники и деятели культуры передают это все для аукциона бесплатно.

В этом году я сам принимал участие в аукционе. У меня был первый номер, и я активно раскручивал цену лота, чтобы цена поднялась хотя бы до 20 тысяч (смеется)... Ну, а те, кому не досталось лотов, могли положить деньги в куб для пожертвований.

— **Бизнесмены, которые принимали участие в аукционе... Показывали лояльность губернатору?**

— Возможно, где-то и так. Но в Томске вообще богатые традиции благотворительности, еще до революции. Первая больница в Сибири, первый императорский университет в Сибири, приюты, другие учреждения — все строилось в том числе и на частные пожертвования. В Томском государственном университете, например, до сих пор сохранилась книга записей пожертвований на его строительство, там даже по рублю были вклады.

— **А сейчас?**

— И сегодня есть современные купцы. Есть богатые, довольно успешные люди. Они стремятся к общественному признанию и

через благотворительность могут этого добиться. Поэтому уже несколько лет подряд наиболее активным меценатам мы вручаем нагрудные знаки «Милосердие и Благотворительность», «Меценат Томской области», «Спонсор Томской области». Вскоре утвердим еще две медали. Первую будем вручать юридическим лицам, которые активно участвуют в благотворительности. Чтобы не девальвировать ценность медали, будем отбирать не более трех организаций в год. А вторая медаль предназначена для физических лиц. Награждение будет приурочено к профессиональным праздникам.

Лучшему в каждой номинации дадим 60 тысяч рублей, а двум номинантам — по 20 тысяч. Такая «Нобелевская премия» Томской области. Помимо наград, лучшим благотворителям я регулярно вручаю благодарственные письма и грамоты. Делаем мы это публично, приглашаем представителей средств массовой информации.

— **А законодательно вы как-то стимулируете благотворительность?**

— У нас создана хорошая законодательная база для этого. В 2001 году мы приняли закон



Из плана мероприятий Декады благотворительности

Благотворительный прием Губернатора, награждение благотворителей и меценатов, благотворительный аукцион  
*Большой зал Администрации Томской области*

Тематические классные часы, посвященные милосердию, заботе молодежи о пожилых людях и младших детях  
*Все учреждения общего образования Томской области*

«Помоги ближнему» — сбор вещей (одежды и обуви), мелкой бытовой техники, продуктов питания, овощей от населения и предпринимателей  
*Все учреждения социальной поддержки и социального обслуживания населения районов Томской области*

Выставка «Искусство за толерантность»  
*Томский областной художественный музей*

Благотворительные театральные постановки, творческие мастерские и экскурсии

«Ветеран живет рядом» — тимуровская акция с участием воспитанников детских домов  
*Асиновский детский дом, Бакчарский детский дом*

Тематические выставки в школьных библиотеках, викторины, конкурсы сочинений, рисунков,

плакатов, посвященные Дню народного единства и декаде благотворительности  
*Все учреждения общего образования Томской области*

Презентации благотворительных фондов в учебных заведениях г. Томска с целью вовлечения молодежи в добровольческое движение

«Поможем детям вместе». Прием благотворительной помощи, спортивного инвентаря, развивающих игрушек и оборудования для детей, находящихся в трудной жизненной ситуации  
*Детские дома и реабилитационные центры г. Томска и Томской области*

Вручение футбольной экипировки лучшей дворовой команде г. Асино (команда «Олимп», юноши 1991–1994 года рождения)  
*г. Асино, стадион «Юность»*

Бесплатное обучение работе на компьютере инвалидов и родителей, воспитывающих детей с ограниченными возможностями, проживающих на территории Кировского района  
*Библиотека им. А. С. Пушкина*

Благотворительные акции, организуемые предприятиями и организациями Томской области (передача вещей в детские учреждения, спонсорская помощь соцучреждениям, помощь по индивидуальным обращениям)

Томской области «О предоставлении льгот благотворительным организациям», в этом году принят закон «О благотворительной, меценатской и спонсорской деятельности в Томской области», где определены меры по государственной поддержке, возможности для размещения государственных социальных заказов, предоставление льгот по уплате налогов.

— В России привыкли, что все социальные вопросы должно решать государство. Поэтому, помогая некоммерческим организациям, часто критикуют государство за неспособность решить все социальные проблемы самостоятельно. Что вы думаете по этому поводу?

— Что такое государство? Бюджетные деньги — это же деньги налогоплательщиков. Бюджет любой области, даже самой богатой, не может решить все социальные проблемы. Администрация области может обеспечить системный подход к их решению, но нужен еще подход и индивидуальный, личностный. Через бюджет вряд ли можно обеспечить такой подход, а вот через благотворительные организации и частных доноров — можно и нужно. В целом, я думаю, у нас люди понимают, что некоммерческие организации и государство дополняют друг друга. У нас в городе есть несколько авторитетных фондов, которые обращаются лично ко мне, когда срочно нужны деньги. И я помогаю им, зная, куда деньги пойдут конкретно. Большинство людей понимают, что бюджет не может дойти до каждого нуждающегося. Бюджет — это все-таки валовой подход, а благотворительные фонды — это больше человеческий подход.

А вот когда благотворительные организации просят деньги на содержание своей организации, а не на адресную помощь, мне хочется спросить: «Тогда какой смысл в вашей деятельности?» Лучше я департаменту социальной защиты выделю больше денег, потому что «по большому счету» некоммерческая организация должна работать на принципах добровольности и бескорыстия.

— Что вам показалось наиболее интересным во время вашей недавней



#### **встречи с представителями НКО?**

— Я впечатлен, насколько они глубоко «в теме». У них есть банк данных по всем своим вопросам. Например, фонд имени Алены Петровой. Они знают все болезни, медицинские нюансы, кого можно пока в очереди чуть-чуть поддержать, а кому медицинская помощь нужна прямо завтра. И этим они оказывают обществу неоценимую помощь.

**— Чем еще, кроме финансовой поддержки, власть может помочь некоммерческим организациям, и в чем они, в свою очередь, могут быть полезны вам?**

— Мы помогаем в решении разных мелких вопросов: помочь найти помещение для офиса, снизить коммунальные платежи или обеспечить публикацию в прессе. Наши некоммерческие организации работают в контакте с департаментом по материнству и детству и департаментом по социальной защите, так мы избегаем дублирования рассмотрения просьб о помощи. Благополучатели ведь иногда сразу в десять адресов рассылают письма. Кстати, бизнесу некоммерческие организации тоже

помогают — разобраться в том, кому действительно нужна помощь. Иногда бизнесу проще поддержать благотворительный фонд, который они знают, чем разбираться с бесчисленными письмами.

#### **Отзывы участников встречи с губернатором**

##### **Елена Петрова, фонд Алены Петровой**

Это была первая встреча с губернатором, и многие остались довольны. Мы поняли, что на подобных встречах лучше задавать конкретные вопросы. Люди не боялись поднимать острые проблемы, и ни один вопрос не остался без ответа.

##### **Виталий Грахов, общественная организация «Российская медицинская ассоциация»**

Встреча прошла в неформальной обстановке. Все говорили о своих проблемах. О необходимости привлекать в деятельность НКО чиновников и депутатов, более активно выходить на массовые акции.

**— А личное участие в благотворительности вам доводится принимать?**

— Да, конечно. Например, я могу объявить на аппаратном совещании, что перечисляю однодневный заработок в такой-то благотворительный фонд. И многие следуют





На встрече губернатора с представителями общественных благотворительных организаций Томской области

Отзывы участников встречи с губернатором

**Анастасия Тихонова, благотворительный фонд «Сибирь — СПИД — Помощь»**

На встрече было немного людей, что позволило не затягивать ненужные дискуссии, а конкретно задавать вопросы — в том числе и о том, кто непосредственно будет выполнять решения.

**Елена Татьянкина, благотворительный фонд «Благовесть»**

Некоторые НКО обратились к губернатору с просьбой о содействии в нахождении офисных помещений в городе. Например, у нашего фонда нет офиса, и это осложняет нашу работу. Губернатор ответил, что направит запрос в мэрию о поиске помещения, ждем ответа.

**Галина Обносова, реабилитационный центр для детей и подростков с ограниченными возможностями «Надежда»**

Встреча прошла на едином дыхании. Думаю, она показала, что сфера ответственности некоммерческого сектора и власти пересекаются, мы обречены на сотрудничество. Ни власть без нас, ни мы без них работать не можем.

**Людмила Ганьжина, томское отделение Российского детского фонда**

Очень приятно, что губернатор захотел выслушать наши нужды. Встреча показала, что уровень общения между самими общественными организациями достаточно низкий. Мы практически не встречаемся между собой.

моему примеру. Не все, конечно, но заместители и руководители департаментов в прошлый раз сделали тоже самое. Или, например, когда я покупаю что-то в «Живой Аптеке» — постоянно кладу в кубы небольшое пожертвование.

— **Социальная ответственность бизнеса. Где здесь грань между «административным ресурсом» и конструктивным диалогом с бизнесом?**

— Мы демократичная область, нашими предпринимателями сильно и не покомандуешь. В Томске очень много думающих людей, которые знают себе цену, никакие «ресурсы» здесь не работают. Вот подсказать — это можно... Разные ситуации бывают, иногда важные социальные проекты просто проходят мимо внимания коммерсантов.

— **Виктор Мельхиорович, большое спасибо за внимание к журналу и обстоятельные ответы.**

— И вам спасибо! ■

## Национальный благотворительный фонд



# Детский благотворительный фонд имени Алены Петровой

*Фонд собирает средства на лечение и реабилитацию больных ребятишек с заболеваниями крови, оказывает социальную и психологическую помощь их семьям. Учредитель фонда, Петрова Елена Алексеевна, по собственному опыту знает обо всех сложностях, с которыми сталкиваются семьи больных детишек.*

### Как работает фонд:

Фонд собирает пожертвования в помощь детям, больным раком крови в Томской области. Цель фонда — обеспечить оперативный сбор средств, чтобы успеть спасти всех детишек.

### Что получается хорошо:

- ♦ создавать комфортные условия нахождения в больнице больных ребятишек и их родителей,
- ♦ вовлекать людей в благотворительность,
- ♦ организовывать интересные акции по сбору средств,
- ♦ активно работать с волонтерами,
- ♦ обеспечить социальную адаптацию больных ребятишек.

### Чем вы можете помочь:

- ♦ подарить канцелярские товары, влажные салфетки, детское мыло,
- ♦ выступить волонтером в организации наших акций,
- ♦ провести творческие занятия с детьми в больнице,
- ♦ сделать пожертвование,
- ♦ отправить SMS-сообщение **Алена** на номер 7715\*.

### Уже помогают:

Национальный благотворительный фонд, более 35 организаций г. Томска.

### Контакты:

634506 Томская область,  
пос. Светлый, д. 9, кв. 134  
тел. 8 905 990-32-29  
факс: 8 (3822) 98-23-31  
E-mail: [fond@fond-alena.ru](mailto:fond@fond-alena.ru)

### Банковские реквизиты:

Некоммерческий детский благотворительный фонд  
имени Алёны Петровой,  
634506 пос. Светлый, д. 9, кв. 134.  
р/с: 40703810664010102124 в ТО Сбербанк РФ 8616/121  
к/с: 30101810800000000606 в ГРКЦ ГУ банка России по ТО  
ИНН/КПП: 7017175594/701701001  
БИК 046902606

\* стоимость отправки SMS на номер 7715 составляет 44 руб.  
Подробная информация об услуге — на сайте [www.sms7715.ru](http://www.sms7715.ru)

# Волонтеры от авиации

Елена Журавлева,  
руководитель направления социальных  
проектов авиакомпании «Трансаэро»

Люди приходят в благотворительность разными путями и чаще всего сами по себе. Тем любопытнее, когда первым проводником оказывается компания, в которой ты сам работаешь. Впрочем, в нашем случае лучше говорить — первым штурманом. Ведь речь пойдет о программе корпоративного волонтерства, открытой в авиакомпании «Трансаэро».

**П**рограмма называется «Путешествие в страну «Трансаэро» и существует немногим больше года, но уже снискала популярность у руководства и сотрудников авиакомпании. Начиналось все довольно просто: на уровне разговоров с сотрудниками наших подразделений мы поняли, что им интересно участвовать в социальных акциях. Мы много рассказывали о благотворительных программах авиакомпании, в том числе о программе детского здравоохранения и реабилитационном лагере «Назад в будущее» для детей-инвалидов, и в одной из статей в корпоративной газете предложили сотрудникам организовать праздник в детском лагере. Откликнулось человек 15 из разных подразделений: пилоты, бортпроводники, офисные сотрудники. Таким составом мы отправились в Калужскую область. По дороге знакомились — в силу некоторой отдаленности летного и офисного персонала многие раньше не знали друг друга. Формат для общения с ребятами придумали быстро — совместное путешествие на сказочном самолете по волшебной нарисованной стране. Прокладывали курс, сочиняли героев и ситуации. Так появилась программа корпоративного волонтерства «Путешествие в страну «Трансаэро». Насколько важной программа стала в жизни сотрудников волонтеров, рассказу словами командира воздушного судна

Боинг-737 Евгения Богача:

*Дети как дети, кто-то активный, кто-то стеснительный, кто-то баловник, а кто-то прилежный и ответственный, в общем, ничем не отличаются от остальных детей. Но, узнав о том, что эти дети перенесли в процессе лечения и возвращения к нормальной жизни, начинаешь понимать, что взгляд на жизнь у них совсем не детский, а вопрос жизни и смерти встал перед ними слишком рано. Об этом задумываешься уже потом, а в общении с детишками нужно вести себя как с обычными, здоровыми детьми, что мы и делали. Ребята и девочки проявляли искренний интерес к нашей работе в авиакомпании, с азартом и ответственностью рисовали поздравительные открытки к дню рождения «Трансаэро». Еще хочу сказать, что после таких встреч становишься добрее и мягче к окружающим, своим близким, еще раз пересматриваешь ценности в жизни. Так что эти встречи обоюдно полезные, как для детишек, так и для нас.*

Волонтеры, побывавшие в реабилитационном лагере, поделились впечатлениями с коллегами. В следующий раз на благотворительную акцию пришло гораздо больше сотрудников, которые предлагали свои идеи и участие в развитии программы. Интерес к программе со стороны сотрудников привел нас к созданию «Клуба волонтеров» — это встречи,





на которых общаются волонтеры, разрабатываются новые проекты, проводятся тренинги. Вновь присоединившиеся к программе сотрудники на встречах клуба могут узнать о подробностях социальных программ компании. Для постоянных участников программы «Путешествие в страну «Трансаэро» организуются тренинги командообразования, тренинги по развитию навыков работы с разными аудиториями, семинары по различным аспектам волонтерства, встречи с представителями благотворительных организаций и многое другое. Сейчас в программу «Путешествие в страну «Трансаэро» вовлечены не только сотрудники авиакомпании, но и члены их семей. Приходят и те, кто раньше работал в компании, но затем по тем или иным причинам покинул ее, но сохранил связь. Волонтерами проведены благотворительные акции для детей-инвалидов, экскурсии на борт самолета Боинг-747, музыкальный шоу-марафон, акции для детей-сирот в подшефных детских домах. Успешно работают программы сбора корпоративных пожертвований. Программа активно пропагандируется: статьи в корпоративной газете, информация на сайте компании, волонтеры выступают на радио и конференциях, и даже снимаются в кино. Вот-вот закончатся

съемки короткометражного игрового фильма, сюжет которого рассказывает о важности участия каждого в волонтерских и благотворительных программах. Главные герои фильма — пилот «Трансаэро», участвующий в волонтерских акциях, и дети-инвалиды реабилитационной программы «Назад в будущее». Новым элементом для нашей программы стал профессиональный коучинг некоммерческих организаций. Волонтерство ведь не обязательно связано только с организацией игр и покраской заборов. Мы предложили сотрудникам «взять под крыло» НКО в соответствии с их профессиональными знаниями. Например, кто-то из наших волонтеров консультирует сотрудников некоммерческой организации по PR и продвижению, другие помогают тренерской работой и подготовкой вожатых для лагеря. Летом этого года состоялась встреча генерального директора «Трансаэро» и группы активных волонтеров, где в дружеской атмосфере обсуждались результаты и планы по развитию программы. Как показывает практика нашей авиакомпании, корпоративное волонтерство — отличный инструмент решения ряда важнейших кадровых вопросов, связанных с профессиональным развитием и удержанием персонала,

развитием лояльности и повышением морального духа в коллективе. Волонтерство является не просто добрым делом, оно позволяет сотрудникам освоить новые навыки, проявить или развить лидерские качества, почувствовать себя частью общества.

*Мне кажется, очень важно, чтобы окружающие нас люди чувствовали, что за «Трансаэро» стоит не только бизнес, но и живые люди, готовые помочь тем, кому сейчас тяжело. Да и мы сами, на мой взгляд, становимся милосерднее в этом суровом и быстротечном мире, — говорит Мурад Муртазаев, пилот авиакомпании «Трансаэро».*

Чтобы программы корпоративного волонтерства были успешными и приносили преимущества бизнесу, важно правильно построить этот процесс в компании. *Во-первых*, помнить о включении волонтерских программ в уже существующие проекты социальных инвестиций. Это повысит их эффективность. *Во-вторых*, ориентироваться на интересы и компетенции сотрудников. Кто-то с удовольствием включается в массовые акции, кто-то предпочитает работать в одиночку; кому-то нравится общение с детьми, а кто-то выберет оказание профессиональной помощи.

Важным аспектом является правильное позиционирование программы и мотивация волонтеров. Это краеугольный камень популярности подобных начи-



наний в компании. Мотивация волонтеров — дело непростое, но оно того стоит. Пишите о них, говорите, приглашайте на конференции, организуйте специальные встречи, поощряйте — и у вас появятся не только лояльные сотрудники и отличные командные игроки, но и люди с высокой социальной ответственностью. Да, все это, конечно, непросто и трудоемко, но это как раз тот случай, когда усилия будут вознаграждены. ■

### Благотворительные программы «Трансаэро»

Важнейшей социальной программой «Трансаэро» является программа содействия детскому здравоохранению, в частности, детской онкологии. Это единственная благотворительная программа российского бизнеса, объединяющая комплекс мероприятий: от лечения до реабилитации детей. Авиакомпания в партнерстве с благотворительными фондами «Подари жизнь», «Настенька» и «Счастливый мир» перевозит больных детей из регионов, где они не могут получить жизненно важное лечение, в ведущие клиники Москвы и Санкт-Петербурга, Израиля и Германии.

Реабилитационная программа «Назад в будущее» существует с 2006 года, поддерживается Федеральным научно-клиническим центром детской

гематологии, онкологии и иммунологии. Это летний лагерь, где дети после длительного лечения вместе с родными возвращаются к обычной жизни. За время существования программы реабилитацию прошли более 350 детей.

С 2008 года «Трансаэро» совместно с организацией «Перспектива» реализует программу по улучшению качества жизни и адаптации людей с ограниченными возможностями.

В рамках соглашения с администрацией Санкт-Петербурга «Трансаэро» выделяет бесплатные билеты ветеранам, блокадникам, героям России и СССР, полным кавалерам орденов Славы и Трудовой Славы и сопровождающим их лицам. Ежегодно в преддверии Дня Победы «Трансаэро» вводит льготные тарифы для ветеранов войны и труда.



ИМЕНО ПРАВО  
А ~~ХОЧУ~~ ЗНАТЬ!

## У КАЖДОГО РЕБЕНКА ЕСТЬ ПРАВА.

От нас с вами зависит,  
будут ли они соблюдены.

## ЮНИСЕФ

защищает права детей по всему миру  
уже более **60**-ти лет.

## Конвенция ООН о правах ребенка – 20 лет

**Право** на свободу  
самовыражения

**Право** на бесплатное  
и доступное образование

**Право** воспитываться  
в родной семье

**Право** на защиту  
от всех видов насилия

**Право** на получение  
медицинской помощи

**Право** на заботу  
и любовь родителей

**Право** на достойный  
уровень жизни

**Право** знать  
о своих правах

Узнайте больше на [www.unicef.ru](http://www.unicef.ru)

объединимся ради детей

юнисеф 



# Список Киселева

**Документальный фильм  
(журнальная версия)**

*Телекомпания «АБ-ТВ», 2008  
Автор сценария Оксана Шапарова  
Режиссер-постановщик Юрий Малюгин  
Оператор-постановщик Сергей Стариков  
Продюсер Яков Каллер*

Командира партизанского отряда  
«Победа» Николая Киселева вызвали  
в расположение штаба соединения.  
Там, в землянке, он услышал приказ,  
в разумность которого было трудно поверить.

## **Эпизод 1. Трагедия**

В местечке Долгиново, что к северу от Минска, испокон веков жили евреи. Сегодня тех, кто помнит старое довоенное Долгиново, остались единицы. В 1942 году они были детьми.



**ХАИМ ГРОСБЕЙН  
(В 1942 ГОДУ ЕМУ БЫЛО 5 ЛЕТ):**

*Для меня это страшное время началось, когда я стал видеть, что евреи начали сходиться кучками, разговаривать и шушукаться.*

*В Долгиново въезжали немцы. Это было так дико, как они ходили, как смеялись, как гоготали.*



#### **ВИКТОР ДИМЕНШТЕЙН**

**(В 1942 ГОДУ ЕМУ БЫЛО 16 ЛЕТ):**

*Первый день, когда пришли немцы, я помню, на рынке они хватали сразу людей. Трех человек сразу повесили, повесили как скот, за горло. Деда привязали за бороду и за хвост лошади, и так он погиб. Потом в Долгиново, когда надо было убивать, привозили из Латвии чернорубашечников. Вы знаете, что это такое. Когда они стояли в шеренгу и гнали шомполами народ... Я тоже получил удары по голове, но я был такой живой, что я-таки пробежал всю эту шеренгу.*



#### **ЭЛИЯХУ РАДАШКОВИЧ**

**(В 1942 ГОДУ ЕМУ БЫЛО 15 ЛЕТ):**

*Моего старшего брата и мою бабушку схватили. И их увели расстреливать. Когда их там расстреливали, их сжигали на месте. И теперь так: до вечера убивали, кончился рабочий день, евреи могут выйти, идти, как хотят, по улицам ходить, немцы не трогали, у них кончился рабочий день.*

Ранней весной 1942 года по местечку поползли страшные слухи: немцы готовят массовую ликвидацию евреев. Беда пришла перед пасхой. Приехал карательный отряд. Началась облава.



#### **ШИМОН ХЕВЛИН**

**(В 1942 ГОДУ ЕМУ БЫЛО 14 ЛЕТ):**

*Всех, кого каратели находили в домах, они выгоняли на улицу и уводили за город. Как будто бы стадо коров, которое не знает, куда идут и загнали их всех в этот сарай. Потом взяли они, выбрали там много девушек молодых. Все разделись, и немцы настаивали, чтобы они танцевали вокруг. И они танцевали. Потом облили их бензином, загнали их в сарай и подожгли этот сарай.*

### **Эпизод 2. Отчаяние**

5 июня 1942 года в Долгинове уничтожили последнее гетто. Из 5 тысяч евреев, что проживали здесь до войны, осталось человек триста. Кто уцелел, скрылся в белорусских лесах.

Но партизаны не могли принять в отряды всех: женщин, стариков, детей. Из деревень их запуганные немцами крестьяне гнали: если найдут у кого в доме хоть одного еврея, выжгут всю деревню. Да и прокормить всех, кто оказался в лесах, разоренные крестьянские хозяйства не могли бы. Впереди зима. Группы людей старались быть ближе к партизанам и тем самым демаскировали их.

### Эпизод 3. Приказ

Командира партизанского отряда «Победа» Николая Киселева вызвали в расположение штаба соединения.

Там, в землянке, он услышал приказ, в разумность которого было трудно поверить.

«Собрать по лесам всех евреев: женщин, стариков, детей — и вывести их за линию фронта».



Это верная гибель! Свыше тысячи километров по оккупированной территории, выход за линию фронта. Это и для маленького мобильного вооруженного отряда сложно, а тут гражданские...

Из рапорта политрука Киселева:

*Мирное население бежало в леса, раздетые и полуголодные, они ютились около действующих партизанских отрядов «Мститель», «Борьба» и мешали им работать. Командование указанных отрядов 16 июня 1942 года поручило мне собрать все еврейские семьи по лесам, создать новый отряд и вывести свыше 200 человек на большую землю».*

Правда, ему честно сказали, что уже два командира отказались. Никто бы не удивился, если бы так же поступил и Николай. Но он согласился. Николай согласился, понимая, что шансов пройти в таком составе сотни километров по оккупированной территории почти не было.

### Эпизод 4. Исход

К концу августа отряд был сформирован. В него вошло 270 человек.

Из них половина — женщины и старики, тридцать пять детей от двух до двенадцати лет.

В назначенный день отряд Киселева вышел в путь.



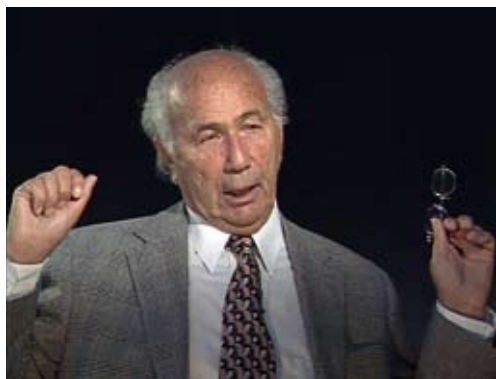
**МИРИАМ ГОЛЬЦ**

**(В 1942 ГОДУ ЕЙ БЫЛО 8 ЛЕТ):**

*Я помню хорошо, когда мы пришли на лесную полянку, сели, уставшие после сорока километров ходьбы, нас окружили немцы, и началась стрельба ужасная.*



Киселев тогда как будто предчувствовал беду. За несколько дней до выхода он предупредил всех: если нападут немцы, бежать в то место, откуда пришли. Переждать три дня и вернуться. Когда к концу третьих суток все вновь собрались вместе, Киселев пересчитал свой отряд. Из 270 осталось 220 человек. До конца жизни он помнил тот страшный расстрел. На войне привыкаешь к смерти, погибших не вернуть. Но был один момент... В отряде появились раненые. А нужно идти по 10, 20, 30 километров в день. Он не мог приказать людям бросить в лесу родных. Этот выбор каждый делал сам. Но ему, солдату, командиру, было бы куда проще идти в бой, чем смотреть на слезы... Дочь бросает мать... Еще живых людей — стариков, детей — оставляют на верную гибель...



**ШИМОН ХЕВЛИН:**

*75-летняя старушка, кровь льется. Нам пришлось ее оставить... Мама сказала: «Я не буду против. Я не буду обижаться, не буду плакать, но и я не могу ее застрелить». Это была такая трагедия, что ее дочка, ее муж, дети, они должны были уйти, не могли взять с собой. И она осталась в лесах.*

Один мужчина отставал, хромал, но все равно шел. Киселев подъехал к нему, в то время у него была лошадь. В суматохе первых дней он не понял, в чем дело...



**ЭЛИЯХУ РАДАШКОВИЧ:**

*У нас был один еврей. Его звали Яков Рубин. Он был одноногим и страдал. Так Киселев ему отдал эту лошадь и сам потом ходил пешком.*

**Эпизод 5. «Их вил лэбн»\***

Прошло две недели. Днем, пока люди спали, Киселев посылал партизан на разведку.

В тех деревнях, где немцев не было, крестьяне помогали с продуктами. Гораздо чаще разведка сообщала об опасности. И тогда,

\* «Я хочу жить» (идиш)

в ожидании ночи, двести человек были вынуждены лежать, не шелохнувшись. Вот только дети, их много в отряде... Самая маленькая — дочь Иосифа Кремера. Она постоянно плакала. Как успокоить девочку, никто не знал.

Предстояло преодолеть один из самых опасных участков пути. Повсюду немецкие патрули. Но, если идти в обход, люди увязнут в болотах, и нужно перемещаться абсолютно бесшумно. Для отряда Киселева эта задача была практически невыполнима.



**ЭЛИАХУ РАДАШКОВИЧ:**

*Девочку звали Берта. И она от испуга всегда плакала. И никто не хотел с ними связываться. И даже люди сказали: «Слушай, Иосиф, мы не должны страдать из-за твоей девочки. Она плачет. И ночью слышно в лесу, как ребенок плачет. Значит, кто-то догадается, что здесь евреи есть».*

В тот вечер накануне самого опасного перехода Берта опять плакала. И все смотрели на Киселева. Что он мог сделать? Он слишком хорошо помнил, как месяц назад люди оставляли в лесу раненых. И вот теперь девочка... Маленькая девочка, от которой зависит жизнь целого отряда. Он понимал, что двести человек ждут его решения. Но как принять решение, которое противоречит всему живому?



**ШИМОН ХЕВЛИН:**

*И я слышал, как мать с отцом говорили, чтобы убить, избавиться от этой Берты. Родители решили взять ее к речке и утопить. Но никто не мог это видеть, они отошли, отец дает маме эту девочку, а мама дает ее отцу... Просят друг друга: «Ты это делай, ты это делай». Девочка все поняла. Она, по-еврейски, конечно, сказала «Я хочу жить!». Киселев подходит и говорит: «Ну что случилось?» «Вот Киселев, ты бери ее, делай, что хочешь... мы не можем...»*



**ТАТЬЯНА КИСЕЛЕВА:**

*Отец очень мало рассказывал о войне. Я старалась особенно не спрашивать, зная, что воспоминания ему тяжелы. Но историю про маленькую девочку Берту, которая все время плакала, я знаю.*



**ШИМОН ХЕВЛИН:**

*Что он сделал? Он взял Берту и таскал. Когда появлялись какие-то продукты, чтобы кормить, он ей давал. Эту девочку он носил на плечах сотнями километров.*

**Эпизод 6. Ангел**

Они шли уже больше месяца. Наступил октябрь. Заметно похолодало. Но проводник говорил, что не прошли еще и половины. Приходилось петлять, обходить. Одно Киселев знал точно: если до ноября они не выйдут из лесов, люди начнут умирать от обморожения.



**ЭЛИЯХУ РАДАШКОВИЧ:**

*Что я вам могу сказать про Киселева? Что это был ангел, не человек. Во-первых, зачем ему было нужно мучиться с евреями? Зачем ему это горе таскаться с людьми, каждую ночь тридцать километров пешком идти, а днем воевать или охранять нас? Что он за это имел?*



**ШИМОН ХЕВЛИН:**

*Выглядел он так: молодой парень, лет ему, может быть, 25–28, здоровый мужик, между прочим, красивый. Для нас каждый настоящий партизан был как герой, как бог-спаситель.*



**ЕХЕСКЕЛЬ ГИТЛИЧ**

**(В 1942 ГОДУ ЕМУ БЫЛО 10 ЛЕТ):**

*Он любил людей, любил всех... Это был как папа у нас. У меня это был большой папа.*



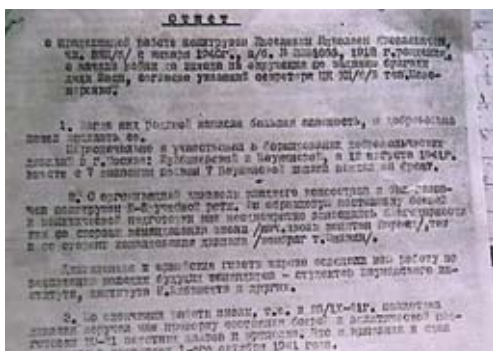
#### **МИРИАМ ГОЛЬЦ:**

*Я помню Киселева как человека, он не был с сильными. Он был со слабыми. Благодаря ему мы спаслись. Помню, я начала подниматься на гору, а маме с братиком на руках это было тяжело. Киселев подошел к моей маме, взял моего братика на руки и нес его, пока мама пришла в себя.*



#### **ВИКТОР ДЕМЕНШТЕЙН:**

*Моисей вывел евреев из Египта. Говорят так, что вывел не Моисей, а вывел Бог! Нас тоже вывел Бог. Бог был сверху, а Моисей был с народом, Киселев был с нами.*



Из рапорта политрука Киселева:

*Путь был труден и тяжел. Несколько раз мы подвергались опасности, но сумели выйти невредимыми. Выведены мною на большую землю в количестве 218 человек.*



### **Эпизод 7. Память**

Николай Киселев никогда не считал, что совершил подвиг. Послевоенная жизнь Николая Яковлевича сложилась успешно. Жил и работал в Москве. По делам часто выезжал за границу. Воспитал сына и дочь. Дождался внуки. Уже подрастает правнук.





**ТАТЬЯНА КИСЕЛЕВА:**

*Отец всю жизнь был очень скромным человеком. О войне, людских страданиях вообще старался не вспоминать. Ему было тяжело. И никогда я не слышала, чтобы он говорил такую фразу: «Я спас столько людей». Но он не раз говорил, что ему было бы интересно узнать, как сложилась жизнь у тех людей, кто столько пережил, у детей, у той девочки, которая все время плакала...*

Берта была слишком мала, чтобы помнить человека, который в войну нес ее на руках.



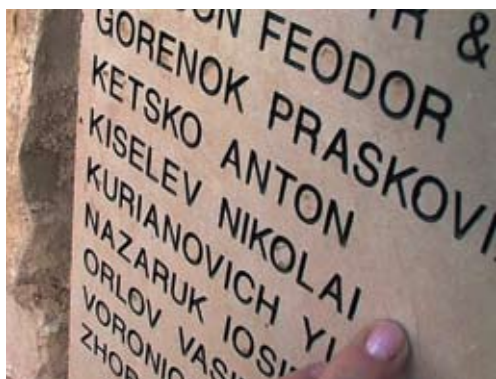
**БЕРТА КРЕМЕР**

**(В 1942 ГОДУ ЕЙ БЫЛО 2 ГОДА):**

*Мои родители рассказывали, что благодаря Киселеву я осталась жить. Люди не хотели нас, хотели, чтобы он выгнал нас с этого отряда, так как я все время плакала. Благодаря ему мы остались живы.*

Берте Кремер сейчас 67 лет. Живет в Нью-Йорке. У нее две дочери и пять внуков.

В списке спасенных, если считать их детей и внуков, появившихся после войны — более 2000 человек. Они живут в разных странах. Возможно, не все даже слышали это имя — Николай Киселев. Но они родились! Что еще можно добавить...



*Государство Израиль высоко оценило подвиг русского партизана. Николаю Киселеву присвоено звание Праведника народов мира. Его имя занесено на стену Почета в Саду Праведников на территории мемориала Яд Вашем в Иерусалиме. Теперь есть и в Израиле место, куда спасенные Николаем люди могут привести своих внуков и правнуков и поклониться.*

## «ЭТОЙ ИСТОРИЕЙ Я ЗАБОЛЕЛ»

### ПРОДЮСЕР ФИЛЬМА, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ТЕЛЕКОМПАНИИ «АБ-ТВ» ЯКОВ КАЛЛЕР:

Такого фильма, такой истории у меня не было ни за 10 лет работы в кино, ни за 19 лет работы на телевидении. Я узнал о ней случайно и просто заболел ею.

Мы начали искать спасенных Киселевым людей — в России, Белоруссии, Израиле, Америке. Из тех, кто был в отряде, сейчас живы только те, кто был тогда ребенком, не больше 10–15 человек. А наследников, которые появились благодаря спасению, уже более 2 тысяч.

Большая часть людей, которых я видел во время просмотра фильма, плакали.

Татьяна Михайловна Лиознова, с которой я когда-то работал, а сейчас продолжаю дружить, сказала: «Я шесть лет не плакала у телевизора — ты заставил меня плакать». Для меня это было высшей похвалой.

Премьера фильма прошла на телеканале «Россия». Его демонстрировали на каналах «НТВ-мир», «Звезда», «Доверие», «Столица». Еще пока-

зывал русскоязычный канал в Израиле. Когда его посмотрели эмигрантские общины, реакция была неожиданной. Было много писем от родственников тех, кто уже умер, но которых спас Киселев. Фильм побывал на многих кинофестивалях. И его надо показывать еще. Потому что это был поступок, который недооценили при жизни человека, но должны оценить сейчас.

Говорят, что Киселева командир партизанского движения представлял к званию Героя Советского Союза. Но самолет, на котором летел человек с представлением, был сбит, и больше к этому не возвращались.

Наши письма в Администрацию Президента о награждении посмертно Киселева и мэру Москвы Лужкову с просьбой о наименовании площади или улицы в Москве именем героя пока остались без удовлетворения. В Белоруссии в местечке Долгиново улица Николая Киселева есть. В Израиле Киселеву присвоили статус Праведника мира. Моя же задача — сделать так, чтобы о Киселеве узнали как можно больше людей. ■

### «Список Киселева» отмечен наградами:

Первое место в номинации «Партизанскими тропами» на IV Международном телерадиофестивале «Победили вместе» (Севастополь, май 2008 года)

«Гран-При» и Специальный приз студенческого жюри на XII Международном фестивале телевизионных программ и фильмов «Золотой бубен» (Ханты-Мансийск, сентябрь 2008 года)

Специальный приз жюри на Международном фестивале «Закон и общество» (Москва, сентябрь 2008 года)

Диплом в номинации «журналистское расследование» на III Фестивале фильмов и телерадиопрограмм антитеррористической направленности «ТВ-Радио-Антитеррор» (Москва, сентябрь 2008 года)

Диплом лауреата и медаль в номинации «Герой века нынешнего и века минувшего» и Специальный приз Союза журналистов России на XI Евразийском телефоруме (Москва, ноябрь 2008 года)

Диплом и Специальный приз жюри «За воссоздание образа человека высокого патриотизма и милосердия» на V Международном фестивале военно-патриотического фильма имени С. Ф. Бондарчука «Волоколамский рубеж» (ноябрь 2008 года)

Приз «За лучший документальный фильм» в конкурсе неигрового кино на XV Минском Международном кинофестивале «Лістапад-2008» (ноябрь 2008 года)

Приз «За непотерянное время» от «Новой газеты», Приз имени Анатолия Приставкина на XIV Международном фестивале фильмов о правах человека «Сталкер» (Москва, декабрь 2008 года)

Специальный приз польского фестиваля «Niepokolpanow» — «За новый уровень исторической правды в отражении событий Второй мировой войны» на V Международном католическом фестивале христианских фильмов и телепрограмм «Magnificat-2009» (Глубокое Витебской области, июнь 2009 года)

Гран-при конкурса «Телевизионные программы и фильмы» на X Международном телекинофоруме «Вместе» (Ялта, сентябрь 2009 года)

Приз жюри Второго фестиваля российского документального кино в Нью-Йорке (сентябрь 2009 года)

Диплом и приз в номинации «За разработку темы, посвященной 65-летию Победы в Великой Отечественной войне» на VIII Всероссийском конкурсе СМИ «Патриот России» (Волгоград, октябрь 2009 года)

Диплом лауреата I степени и приз в номинации «Документальный фильм/программа» и специальный приз на III Евразийском телевизионном конкурсе социальных программ и фильмов для молодежи «Я — человек» (Оренбург, октябрь 2009 года)



## **КАЖДЫЙ ДЕНЬ ПОМОГАТЬ ДЕТЯМ-СИРОТАМ БЕЗ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ЛИЧНЫХ ТРАТ — БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ БАНКОВСКАЯ КАРТА «ПОДЕЛИСЬ ТЕПЛОМ»**

Если в силу жизненных обстоятельств Вы не можете позволить себе выделить дополнительные деньги на благотворительность, благотворительная карта «Поделись Теплом» позволит Вам регулярно принимать участие в жизни детей-сирот без лишних затрат.

Банк Интеркоммерц обязуется перечислять в Фонд Поделись Теплом половину стоимости годового обслуживания карты и 0,5% от суммы всех покупок держателей карты за счет уменьшения собственного комиссионного дохода.

Полученные средства будут направлены на реализацию образовательных программ Фонда, нацеленных на социальную адаптацию сирот.

В рамках образовательной программы «Мы все можем сами» дети посещают:

- дополнительные занятия по нескольким предметам
- курсы профессиональной подготовки
- занятия с психологами
- тренинги для подготовки к ЕГЭ
- образовательные и развлекательные экскурсионные поездки

**КБ «ИНТЕРКОММЕРЦ» (ООО)**

г. Москва  
Большой Саввинский пер., д.2-4-6, стр.10  
8-800-700-00-22

[www.intercommerz.ru](http://www.intercommerz.ru)

**БФ «ПОДЕЛИСЬ ТЕПЛОМ»**

115035, Москва  
Космодамианская набережная, д. 4/22, корп. Б  
Тел. +7-495-730-59-54

[www.sharecare.ru](http://www.sharecare.ru)

# Розовое на черном

Елена Фортуна,  
главный редактор благотворительных  
издательских проектов «Родные люди»

Иногда складывается ощущение, что проблеме детей-сирот в нашем обществе уделяется исключительное внимание — большее, чем какой-либо другой. Социальная реклама, постоянные акции и сборы помощи... В Москве, к примеру, довольно сложно найти детский дом, дом ребенка или интернат, который в чем-то нуждается — сиротские учреждения окружены заботой спонсоров и волонтеров. С одной стороны, это замечательно — лишенные родительской любви детишки оказываются менее обделенными в материальном и культурном смысле. С другой — лучшим подарком для каждого ребенка было бы обретение семьи, которую никак не заменить красивыми игрушками и модной одеждой, то есть правильнее было бы стремиться не к благоденствию детских домов, а к тому, чтобы они исчезли из нашего общества.

Обилие социальной рекламы и публикаций СМИ на тему принятия ребенка в семью вроде бы привлекает внимание и к этому виду помощи детям, оставшимся без попечения родителей. Но в действительности она часто работает против самой идеи семейного устройства «государственных» детей. Очень сложно найти семью, которой бы так или иначе не коснулся вопрос воспитания «чужого» ребенка. Либо дедушки-бабушки, либо кто-то из родителей или недалеких родственников в военные или послевоенные годы оставались сиротами (как минимум — теряли отцов) и воспитывались не в родных семьях. И если не в кругу родственников, то среди знакомых обязательно найдется тот, кто с этим вопросом соприкоснулся близко — сам был воспитанником детского дома или взял ребенка в семью. Словом, устройство детей-сирот в семьи вроде бы не является закрытой темой, и с человеческой точки зрения готовность воспитать некровного ребенка даже считается добрым поступком.

Тогда почему же лишь 4% россиян (согласно результатам недавнего опроса исследовательского холдинга «Ромир») считают для себя возможным усыновить детдомовца? И это несмотря на то, что в стране миллионы бездетных пар (даже если бы каждая десятая решилась на усыновление, сиротские учреждения были бы ликвидированы как класс). Несмотря на то, что по результатам того же опроса 56% положительно относятся к тому, что детей-сирот устраивают в семьи. Почему в большинстве развитых стран проблемы устройства детей-сирот не существует вообще, а в нашей — около 160 тысяч детей живут в интернатных учреждениях? Почему в обществе нет здорового отношения к приемным детям и их родителям, и есть только крайности: усыновителей и опекунов считают либо героями, либо сумасшедшими, либо отчаявшимися неудачниками, неспособными к «естественному» способу обзавестись детьми?

Так происходит потому, что окружающая нас информация на этот счет изобилует



как явными противоречиями, так и неправильными трактовками, и часто несет на себе печать предрассудков еще с советских времен, когда было нормой скрывать факты усыновления или детдомовского прошлого как некую позорную страницу биографии. Проблема не только в том, что с помощью искаженной информации можно отвлечь потенциальных родителей — можно сильно навредить детям.

### СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

«Приемный ребенок может стать родным», сообщают нам с экранов телевизоров, демонстрируя красивые картинки. Теплые слова, яркие кадры улыбающейся семьи вызывают самые прекрасные эмоции и мечты о счастье. Но в рекламе ничего не говорится о том, что счастье может наступить далеко не сразу: сначала придется пройти сквозь психологические и медицинские проблемы, а это может занять не один год. Не каждый способен сразу принять ребенка — следовательно, впереди могут быть многие месяцы адаптации родителей. Результат: растрогавшись, влюбившись в фотографию розовощекого малыша или пожалев ребенка с грустными глазами, на эмоциональном подъеме будущий родитель собирает документы (рассказы о бюрократических сложностях сильно преувеличены!), забирает ребенка домой... А дома повод для жалости почти сразу исчезает: раньше ребенок был один-единственек, ни мамы-папы, ни родного дома — а теперь все это есть и жалеть вроде как не за что. Умиление часто заканчивается после первого же детского каприза или непривычного поступка, привязанность и любовь не приходят в первый же день, мамой-папой ребенок называть никого не торопится. Одним словом, нарисованная светлая картинка рушится. А на готовность преодолевать трудности социальная реклама не настраивает. Хорошо, если мотивация потенциального родителя глубже и сильнее, чем эмоциональный порыв. А если нет — ребенку прямая дорога обратно в учреждение. И глубочайшая психологическая травма обеспечена. И уже меньше шансов, что ребенок попадет в новую семью, ведь

другие потенциальные родители могут испугаться того, что ребенка вернули их предшественники.

Правильно расставить акценты при создании рекламных роликов могли бы помочь психологи и специалисты по семейному устройству, если бы их привлекали к творческому процессу. Такой опыт уже есть: ролик, созданный при участии педагога-психолога Л. Петрановской, одного из самых авторитетных специалистов по семейному устройству в России, завоевал второе место на Московском фестивале социальной рекламы.

### СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Позитивная информация в СМИ сводится, как правило, к описанию счастливых семей, где воспитываются приемные дети. И либо снова, как и в социальной рекламе, рисуются розовые картинки, либо реальная история сопровождается комментариями журналиста, формирующими мнение читателя или зрителя, что герои публикации или программы совершили подвиг. Желая присоединиться к «подвигу» находятся. Результат, как правило, плачевен: «герой» подсознательно ждет благодарности от общества и, что еще хуже, от самого приемного ребенка и, разумеется, быстро разочаровывается.

Негативная информация разнообразна и часто скандальна. К сожалению, не все читатели желтой прессы понимают, что сенсации на ровном месте — это хлеб подобных изданий, и пишут там не для того, чтобы им верили, а для того, чтобы возбудить общественное мнение. В желтых изданиях нет задачи найти истину: хотя за основу берутся реальные факты, трактуются они таким образом, чтобы вызвать в читателе сильный эмоциональный отклик. И почему-то в теме



приемных детей и их родителей газеты и сайты скандальной направленности делают акцент на негативных эмоциях. В результате складывается такой портрет замещающего родителя: либо стяжатель, решивший обеспечить себя дополнительной жилплощадью и жить за счет выплат государства, либо садист, который специально усыновляет ребенка, чтобы всласть над ним поиздеваться. Кому же захочется, взяв в семью ребенка, оказаться в этой славной компании? Ведь даже если ты сам уверен в своей безгрешности, ты не сможешь убедить в этом соседку тетю Машу, которая читает газету «Жизнь» и может сильно испортить тебе жизнь, делясь своими подозрениями с другими соседями. От обвинений в жестоком обращении с приемными детьми страдают прежде всего уже состоявшиеся замещающие родители. После громкой истории Глеба Агеева некоторые даже боятся лишний раз обратиться к врачу по поводу детских травм, — вдруг бдительный медработник сообщит в органы опеки и попечительства. Поражает тотальная безграмотность журналистов, берущихся освещать эту тему. Как правило, у них отсутствует даже элементарное понимание, что «приемный родитель» — это не синоним «усыновителя» или «опекуна». Между тем, одна из некоммерческих организаций еще в 2006 году выпустила брошюру для журналистов, где изложены основы «детоустройства» — начиная от ссылок на главы Семейного кодекса, заканчивая комментариями психологов и юристов. Брошюра «Найди меня, мама! Материалы в помощь журналисту» свободно распространяется, выложена в Интернете, найти ее можно в течение пары минут. С другой стороны, газеты и журналы на тему семейного устройства выпускают различные НКО, и они излагают тему грамотно. Однако достаточного противовеса «классическим» СМИ они не создают, поскольку ориентированы, скорее, на освещение благотворительной деятельности в этом секторе или пропаганду. Часто эти публикации сделаны на таком уровне, что не вызывают доверия у читателей (что объяснимо: профессионального

журналиста, редактора или дизайнера трудно привлечь к регулярной и полноценной работе над некоммерческим изданием).

### СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЙТЫ

Если далекий от темы человек почитает форумы, где собираются потенциальные и действующие усыновители и опекуны, он может раз и навсегда испугаться даже мыслей о том, чтобы взять в семью приемного ребенка. Хотя, казалось бы, правдивей информации не придумаешь — реальные люди делятся своим собственным опытом. Но — чаще негативным. И даже не столько делятся и жалуются, сколько просят совета более опытных родителей. Это совершенно естественно, ведь получить объективную информацию больше неоткуда! А вот радостями делятся намного меньше. Поэтому и складывается ощущение, что «альтернативное родительство» — это сплошные проблемы. Кроме того, надо понимать, что среди участников таких форумов много и тех, кто стал усыновителем или опекуном без четкой и твердой мотивации, а под влиянием эмоций или желания совершить Поступок, и они транслируют те сомнительные установки, которые почерпнули из социальной рекламы.

### СТАТИСТИКА

Цифры неумолимы, а официальные цифры тем более. Как известно, благодаря все тем же СМИ, лишь 10% выпускников сиротских учреждений находят себя во взрослой жизни, остальные довольно быстро скатываются в алкоголизм, наркоманию, преступность и прочую асоциальность. Приплюсуем сюда же регулярно публикуемые «новости из мира науки» на уровне «ученые открыли ген, отвечающий за пьянство», и получим прекрасную формулу жизни сироты: «Мама-алкоголичка бросила в роддоме, он вырос и теперь пьет или сидит в тюрьме — это гены!». А для большего эффекта подключим сюда социальные плакаты, украшающие стены московского метро, где изображен выпускник детдома, который «удачно поменял комнату на новый

видеомагнитофон», — картинка теперь окончательно сложилась: ясное дело, эти дети еще и полные дураки. Статистика — это всего лишь цифры, не ее дело объяснять, почему происходит то или иное явление. Выводы каждый делает сам, привычно опираясь на сложившиеся в обществе стереотипы. Хотя и не требуется особых знаний, чтобы понять, почему бывшие воспитанники сиротских учреждений не достигают успеха. Они просто не адаптированы к нормальной жизни; им не привиты ни элементарные

### **Здоровое отношение общества к вопросам устройства детей в «неродные» семьи — это именно отсутствие особого отношения.**

бытовые навыки, ни коммуникативные. Они попросту не умеют строить отношения — например, семейные — просто потому, что у них не было перед глазами образцов таких отношений. О социальных мифах на тему приемных детей можно вообще написать диссертацию. И до тех пор, пока эти предрассудки живы в сознании большинства наших граждан, на их основе будет строиться и информационное поле. Каким же должно быть адекватное отношение общества к приемным детям? На этот вопрос легко ответит любой усыновитель, опекун или приемный родитель. Отношение должно быть таким, чтобы не было никакого смысла скрывать происхождение ребенка. Чтобы можно было открыто говорить о том, что ребенок приемный, и не бояться, что из-за этого сложится предвзятое отношение как к самому ребенку, так и к его родителям. Кстати, стремление к открытости в этом вопросе в Москве, Московской области и некоторых других регионах поддерживается материально:

если родители усыновленного ребенка не соблюдают тайну усыновления, им положена ежемесячная денежная выплата (в Москве она равна сумме, которую получает опекун на содержание подопечного).

Здоровое отношение общества к вопросам устройства детей в «неродные» семьи — это именно отсутствие особого отношения. Усыновить ребенка — это просто альтернативный способ стать родителем. И, судя по всему, пришло время и для новых СМИ — печатных и электронных, которые не рассматривали бы жизнь замещающих семей как жизнь инопланетян, а обеспечивали бы полноценную информационную поддержку усыновителям, опекунам, приемным родителям и

тем, кто собирается ими стать. Например, наш благотворительный фонд «Родные люди» работает сейчас над созданием пилотного номера одноименного журнала и его электронной версии на сайте [www.mydears.ru](http://www.mydears.ru). В отличие от других специализированных изданий, посвященных деятельности НКО в сфере семейного устройства детей, оставшихся без попечения родителей, он не будет типичным «благотворительным изданием», сделанным силами волонтеров и написанным в агитационном тоне. Надеемся, что он не будет журналом, публикующимся от случая к случаю и полностью зависящим от того, найдутся ли деньги на печать очередного тиража. Это будет настоящий семейный журнал, отражающий те грани отношений и проблемы, которых нет в «обычных» семьях, и, разумеется, созданный с участием экспертов в области юриспруденции, психологии, медицины и педагогики, связанных с темой приемных детей. И, конечно, с участием родителей, воспитывающих таких детей. ■

Любой замещающий родитель может прислать нам свою историю (e-mail: [info@mydears.ru](mailto:info@mydears.ru)), — и его бесценный опыт поможет кому-то принять решение: брать ли в семью ребенка или нет. Ведь главная задача — не как можно скорее избавиться от сиротства, а найти каждому ребенку Настоящую Семью.

# Больше, чем реклама

Андрей Крикунов

За последние годы в России наблюдается всплеск социальной рекламы. Ее становится все больше, но ее качество, увы, остается низким. В результате проблемы, затронутые в роликах, не только не решаются, но и искажаются в восприятии людей. Как повысить эффективность социальной рекламы, обсуждали эксперты из США и Европы и производители социальной рекламы из 23-х регионов РФ и стран СНГ на специальной конференции, которая прошла с 8 по 9 октября в Москве.





Одно из главных требований к создателям социальной рекламы — умение сформулировать в сжатой форме свое послание на острую социальную тему и выдать это в креативной форме. Видимо, поэтому выступления экспертов на двухдневной конференции «Повышение эффективности социальной рекламы» проходили в сжатом формате (по 10 минут), а их презентации сменяли друг друга, как рекламные ролики. Конференция включала в себя кинопоказы лучших видеороликов социальной рекламы фестиваля «Каннские львы» и других международных фестивалей, а также частные консультации и экспертизу рекламных работ международными экспертами, которые отметили сильную эмоциональную составляющую российских роликов и энтузиазм российских авторов.

Состав участников оказался достаточно молодым, наглядно показывая высокий интерес со стороны творческой молодежи к рекламе на острые общественные темы. По мнению Гюзеллы Николайшвили, директора АНО «Лаборатория социальной рекламы», доцента Высшей школы экономики, такая реклама интересна для молодежи тем, что она «самая творческая и сложная».

Хотя социальная реклама и привлекает профессиональных специалистов, проблема состоит в том, что создается она по законам коммерческой рекламы. Поэтому среди спикеров было много представителей именно из коммерческой рекламы. Они отмечали растущую роль и аудиторию Интернета, важность интерактивности и нестандартных ходов в рекламных сообщениях, а также задумывались над тем, какие инструменты измерения эффективности можно



применить к социальной рекламе. Все эксперты сошлись в одном — перспективы развития социальной рекламы в России достаточно радужные, и в ближайшем

телевидении также более охотно берут социальные ролики из-за снижения спроса на коммерческую рекламу. В качестве яркой иллюстрации того, что

## Перспективы развития социальной рекламы в России достаточно радужные, и в ближайшем будущем можно ожидать увеличения производства и размещения социальной рекламы.

будущем можно ожидать увеличения производства и размещения социальной рекламы. Этому будут способствовать, в частности, поправки в законе, отменяющие налогообложение при безвозмездном производстве и размещении рекламы. Кроме этого, ожидается принятие законопроекта, согласно которому на час эфира будет приходиться одна минута социальной рекламы. По мнению Анны Шаровой, исполнительного секретаря Некоммерческого партнерства производителей рекламы, «одна минута — это действительно много, и снимать станут больше». На региональном

возможностей для социальной рекламы становится больше, представители Всемирного фонда дикой природы рассказали об акции «Час земли», когда вся печатная и видео реклама была создана для фонда рекламным агентством Leo Burnett бесплатно. То же самое касалось и размещения плакатов и перетяжек в городе, и роликов, и макетов в прессе — все площади были получены бесплатно. В итоге, если бы кампания была платной, ее стоимость составляла бы около 900 000 евро — рекламный бюджет огромный даже для крупной коммерческой компании, не говоря уже об НКО!

### Резюмируя основные выводы, прозвучавшие во время конференции, мы приведем несколько советов экспертов, на что следует обратить внимание, если вы хотите создать действенную социальную рекламу:

- Нужно четко понимать, какую идею вы хотите донести обществу и иметь представление о ценностях и устремлениях целевой аудитории. Лучше придумать несколько ключевых сообщений/слоганов, рассчитанных на разные целевые или возрастные аудитории, и отразить их в разных плакатах или роликах.
- Сегодня больше работают рекламные сообщения, которые не только информируют, а вовлекают или заставляют задуматься. Если еще год-два назад была популярна «шоковая реклама» (когда сюжет нацелен на то, чтобы вызвать страх, ужас от возможных последствий),

то сегодня она уже не так эффективна. Она, может быть, и запоминается, но чаще вызывает отторжение и не нужна современному человеку, который и без того перегружен повседневными стрессами. Если вы все же используете страх как инструмент в своей рекламе, то обязательно в конце ее должен быть выход и определенный призыв к положительному действию. Нельзя оставлять зрителя с мыслью, что выхода нет. В таком случае лучше дать возможность зрителю самому сделать выбор: ты хочешь жить или оказаться вот в этой раздавленной машине?

- Используйте нестандартные подходы. Например: вместо призыва соблюдать чистоту в парке поставили мусорные баки с детекторами движения, при попадании мусора или любого предмета в которые раздается звук летящего вниз предмета, как будто падающего на глубину



Другой тенденцией, которая дает повод для оптимизма, является то, что реклама стала доступней. Производство хорошей социальной рекламы уже не обязательно является дорогостоящим проектом. Да, чем меньше бюджет, тем скромнее декорации, меньше возможности выбирать хороших актеров, сложнее сделать специальное музыкальное сопровождение, но «прямой зависимости между бюджетом рекламы и ее эффективностью

нет», — считает Анна Шарова. А по мнению латвийского эксперта Эрикса Стендзениекса, креативного директора агентства !MOOZ и обладателя международных наград в области социальной рекламы, даже простой видеоролик, снятый дешевой видеокамерой и выложенный в Интернет, может принести результат более ощутимый, чем проведение в течение месяца рекламной кампании на федеральном телеканале.

100 метров. Другой наглядный пример: для привлечения внимания к проблеме глобального потепления в парке Германии растопили несколько тысяч скульптур из льда.

- Всегда тестируйте вашу рекламу на аудитории перед ее запуском. Если нет возможности провести маркетинговые исследования или опросы, необходимо хотя бы узнать мнение друзей, знакомых, студенческой аудитории. Однако это обязательно должны быть представители как целевой аудитории, так и те, про кого эта реклама. Если реклама нацелена на молодежь — можно прийти в школу или университет, если на пенсионеров — то просто подходить к людям на улице. «Часто люди, которые делают рекламу, уверены, что по личному опыту знают, чем живет социальная группа. Это ошибка», — комментирует Дарья Алексеева, заместитель директора Фонда

социального развития и охраны здоровья «ФОКУС-МЕДИА». Чтобы правильно проводить кампанию, важно изучить предполагаемые эффекты от ее воздействия на целевую группу либо на все общество. Тогда реклама станет эффективной.

- Создавая рекламу про людей с ограниченными возможностями, говорите об их возможностях, а не ограничениях. В России большинство социальных роликов вызывают только жалость к людям с инвалидностью, что не способствует формированию позитивного отношения к ним, а для самих инвалидов создает массу проблем. По мнению Дэнис Роза, директора РООИ «Перспектива», лучше показывать их как людей с огромным потенциалом. Многие из них талантливы, просто общество не всегда дает им возможность проявить себя. «Рекламные ролики имеют огромное влияние»



Несмотря на все оптимистичные прогнозы, когда речь заходит об идейном содержании российской рекламы, оптимизм сменяется опасениями. После частных консультаций и оценки работ российских авторов западные эксперты независимо друг от друга выдавали грустное заключение: российская социальная реклама сегодня блуждает

### Российская социальная реклама сегодня блуждает в потемках и увлекается формой вместо содержания

в потемках и увлекается формой вместо содержания. Очень часто из плакатов или роликов неясно, что автор хотел сказать, какие идеи донести и в каком порядке. «Чаще социальная реклама является красивой оберткой, красивым самовыражением дизайнера или оператора, нежели выражением общественной проблемы», — говорит Эрик Стендзениекс.

Более того, в России многие социальные ролики вступают в противоречие друг другу. По словам Евгении Алексеевой, директора Фонда социального развития и охраны здоровья «ФОКУС-МЕДИА», рекламные кампании в России разрабатываются и проводятся несогласованно друг с другом, что может вводить целевую группу в заблуждение.

Соглашаясь с мнением экспертов, участники мероприятия в кулуарах отмечали, что сложно ожидать от российских НКО качественной рекламы с ясным и сжатым посланием, когда большинство из них с трудом могут четко сформулировать даже свою миссию и цели. Получается, что проблема идейной начинки рекламы напрямую связана с уровнем развития и самосознания российских НКО.

Таким образом, в нашей стране есть все перспективы для бурного развития социальной рекламы: ее производство стало доступно широкому кругу некоммерческих организаций, есть поддержка государства, растут возможности для ее размещения, она привлекает талантливых авторов и молодежь. Дело за малым — сделать рекламу эффективной. ■

на общественное мнение: люди смотрят на создаваемые в ролике модели поведения и усваивают, каким должно быть нормальное поведение в той или иной ситуации. Поэтому, чтобы помочь людям-инвалидам не чувствовать себя отделенными от общества, надо стараться показывать их во взаимодействии с другими людьми в обычных ситуациях, которые происходят в жизни каждого здорового человека каждый день», — считает Дэнис Роза.

- Дэвид Конуэр, исполнительный директор Национального технологического университета для незрячих (г. Рочестер, США), на примере ролика про глухонемую танцовщицу продемонстрировал, что реклама получается гораздо более правдивой и живой, если показать реальных людей в ситуации, когда они ведут полноценный образ жизни и проявляют

позитивное отношение к миру. «Пусть инвалиды говорят сами за себя, пусть они говорят о своих возможностях, а не об ограничениях», — считает Дэвид. Это намного более сильное послание, чем просто говорить об их проблемах или вызывать жалость.

- Социальная реклама должна быть комплексной. Производители и заказчики рекламы должны рассчитывать на масштабные кампании и долгосрочный эффект, ведь поведение людей невозможно изменить за одну кампанию. Это также значит, что реклама должна сопровождаться другими акциями и социальными проектами. Например, реклама, предупреждающая о риске лесных пожаров в Хабаровске, привела к снижению возгораний по вине людей только после строительства досуговых площадок в лесу.





# Покупая любую книгу в сети книжных магазинов "БУКВА", Вы помогаете оплатить лечение реального ребенка!



## Совместная благотворительная программа

*Подари жизнь!*

Фонд «Подари жизнь» зарегистрирован 27 ноября 2006 года. Его цель – помощь детям с онкологическими, гематологическими и другими тяжелыми заболеваниями. Учредители фонда – актрисы Дина Корзун и Чулпан Хаматова. Расходы фонда прозрачны. Репутация учредителей Фонда гарантирует благотворителям, что деньги пойдут именно на заявленные цели Фонда.

**БУКВА**  
книжные магазины

«Буква» – одна из крупнейших в России, динамично развивающаяся книготорговая сеть, в которую входит более 300 магазинов в крупнейших российских городах и регионах.

Подробности на сайтах: [www.podari-zhizn.ru](http://www.podari-zhizn.ru) и [www.ast.ru](http://www.ast.ru)

*Дайте детям шанс на выздоровление!  
Вместе мы можем им помочь!*



# Коммерсанты третьего сектора

Анна Мисаилова



Коммерческие структуры, участвующие в благотворительности, обычно делают это двумя способами: или занимаются своей прямой деятельностью и часть прибыли жертвуют на благие дела, или в рамках собственного бизнеса оказывают социально значимые услуги. Организация инвалидов «Катаржина» — редкий пример бизнес-структуры, занимающейся только и исключительно благотворительностью или, если хотите, — благотворительной организации, успешно ведущей бизнес.



**Б**ольшее 10 лет «Катаржина» ведет эффективную коммерческую деятельность: производит инвалидные коляски. Коляски «Катаржины» — это фантастика, это не просто двигательное средство, помогающее человеку перемещаться и компенсировать его двигательные недостатки. Коляски «Катаржины» возвращают инвалида к самой что ни на есть активной жизни. Они так и называются — «коляски активного типа». Они делаются из титанового сплава, удобные, прочные и легкие.

Создали их на базе шведского аналога, разработанного коллегами из реабилитационной организации Rekruterings Gruppen. Российская «Катаржина» сама закупает необходимый для производства





материал, сваривает титановые рамы и собирает модели. 70% сотрудников фирмы — сами инвалиды и хорошо знают, говоря коммерческим языком, рынок сбыта и потребности потребителя. Других преимуществ на рынке у них нет, и трудности малого бизнеса приходится преодолевать так же, как и всем. И ничего, получается: с нуля создано производство качественных инвалидных колясок из отечественных комплектующих. Российский материал в разы дешевле импортного, следовательно, и сами коляски доступнее привозных аналогов.

Само по себе это уже вызывает уважение — в нашей стране не так много подобных примеров.

Итак, успешный бизнес создан. Производство работает. Продукция востребована и помогает людям.

Все? Нет, не все.

Сама по себе коляска, какой бы легкой и прочной она ни была, не сделает инвалида счастливым. Производители колясок активного типа, по сути, создали целую методику реабилитации. Коляски здесь — всего лишь повод, инструмент, с помощью которого происходит социализация инвалидов, возвращение их в активную жизнь. Главное — научить человека пользоваться этой коляской, показать и объяснить, чего он может добиться с ее помощью. Достижением «Катаржины» является то, что они благодаря созданной методике перевели фокус с внутренних переживаний человека на внешний мир, на открывающиеся перед ним возможности.

Уже несколько лет «Катаржина» проводит реабилитационные сборы для инвалидов-







колясочников. Процесс обучения проходит поэтапно и включает: обучение навыкам самообслуживания на коляске, обучение основам передвижения, освоение активного образа жизни на коляске и спортивные мастер-классы (баскетбол, теннис, фехтование, танцы на колясках). В результате человек подготовлен к максимально независимому образу жизни и быстрой, самостоятельной езде без посторонней помощи. Организация таких сборов требует колоссальной работы. Нужно набрать группу желающих пройти обучение (около 30 человек), найти место проведения, договориться с инструкторами, организовать транспорт. И все это без перерывов в производственном процессе. Все работающие здесь — сильные, мужественные, очень открытые, чуткие

люди, красивые и гармоничные. Их не беспокоит финансовый кризис, потому что у них его нет — нет неоплаченных кредитов, нет рискованных финансовых обязательств, нет безудержного желания следовать модным новациями современного рынка. Живут они очень скромно, но есть все необходимое, чтобы трудиться и помогать другим.

«Катаржина» дает людям шанс. Ведь что вкладывается в традиционное понятие «инвалид»? Беспомощный, неспособный работать, вынужденный ограничивать себя во всем, приспосабливаться под свой недуг, под внешние обстоятельства. «Катаржина» считает иначе. Не только считает, но и доказывает собственным существованием. Доказывает, помогая своим товарищам, делая коляски, открывающие новые возможности. ■





# Национальный благотворительный фонд



## Автономная некоммерческая организация «Катаржина»

*Автономная некоммерческая организация «Катаржина» разрабатывает и производит инвалидные коляски «активного типа» (предназначенные для максимально самостоятельной, независимой жизни человека), коляски для многих видов инвалидного спорта (баскетбол, теннис, хоккей, фехтование, танцы), а также осуществляет консультативную поддержку колясочников и проводит реабилитационные сборы для инвалидов воинской службы.*

### Цели организации:

обеспечение российских инвалидов очень легкими, компактными, маневренными колясками и содействие интеграции инвалидов в общество путем создания условий для их самостоятельного передвижения.

### Мы помогаем:

инвалидам-колясочникам  
из всех регионов РФ.

### Как вы можете помочь:

- ♦ оказать финансовую поддержку любого из направлений деятельности организации;
- ♦ стать волонтером на очередных реабилитационных сборах;
- ♦ напечатать полиграфическую продукцию (буклеты, каталоги продукции, календари);
- ♦ подарить офисную технику в хорошем состоянии;
- ♦ оказать помощь в ремонте помещения;
- ♦ разместить информацию об организации на вашем сайте или в печатных изданиях;
- ♦ отправить SMS-сообщение **Катаржина** на номер 7715\*.

### Наши координаты:

АНО «Катаржина»  
127106, Россия, г. Москва,  
ул. Комдива Орлова, д. 4  
[www.katarzyna.ru](http://www.katarzyna.ru)  
[info@katarzyna.ru](mailto:info@katarzyna.ru)  
тел.: (495) 482-19-36  
факс: (495) 482-11-10

### Банковские реквизиты:

Автономная некоммерческая организация «КАТАРЖИНА»  
125057, Москва, ул. Кашенкин Луг, дом 11А  
ИНН 7715549708, КПП 771501001  
Р/с 40703810838040104383 в ОАО Сбербанк России,  
Тверское ОСБ 7982, г. Москва  
К/с 30101810400000000225  
БИК 044525225  
Генеральный директор Елагин А. В.

# Новые старые сценарии

Дмитрий Ершов

**Седьмая ежегодная конференция Форума доноров «Филантропия нового времени: сценарии развития» прошла в обсуждениях кризиса, его последствий и будущего российской благотворительности.**

**З**а семь лет конференция стала известным и уважаемым мероприятием, каждый год собирающим представительный состав участников. В этот раз организаторы решили отказать от традиционного пленарного заседания, и начало конференции прошло как ток-шоу. Телевизионный формат вполне логично представлял Леонид Парфенов, выступивший модератором дискуссии. Часть участников поделили на две команды, в каждую из которых вошли представители донорских организаций, социологи и сотрудники НКО. По сценарию команды должны были придерживаться крайних точек зрения. А предметом обсуждения стали последствия кризиса, необходимость изменения стратегий в новых условиях и возможность консолидации некоммерческого сектора.

Скажем сразу, ожесточенного спора не получилось, как и не удалось выделить в чистом виде крайние позиции. Но дискуссия получилась живой, интересной и весьма познавательной. Буквально за два часа прозвучали все основные мнения и убеждения, циркулирующие в секторе в последнее время.

## **Кризис — это хорошо**

На эту тему был процитирован Грибоедов с его «Пожар способствовал ей много к украшению». Пользу от экономических потрясений сторонники этой

позиции видят в том, что некоммерческие организации перестанут разбрасываться деньгами, переформулируют свои стратегии, будут придумывать концептуальные ходы, чтобы достигать больших результатов с меньшими расходами. Коммерческие структуры, в свою очередь, станут оптимизировать расходы. В итоге они поймут, что не только в бизнесе, но и в филантропии необходимо формулировать четкие цели и думать о стратегиях.

## **Кризис — это плохо**

Потому что нуждающихся людей стало больше, а тех, кому может быть выделена помощь, — меньше. Западный капитал из российской благотворительности практически ушел, отечественные корпоративные доноры сокращают помощь, а это плохо для некоммерческих организаций. Им приходится отказываться от части направлений и программ, что сразу же сказывается на нуждающихся.

## **Деньги надо давать на проекты**

Так считают преимущественно представители коммерсантов: они готовы поддерживать конкретные благотворительные проекты, давая при этом возможность некоммерческим организациям подзаработать, но не более того. Тратить деньги на административную деятельность фондов они считают нецелесообразным.

## ДЕНЬГИ НАДО ДАВАТЬ ФОНДАМ

Эта точка зрения более близка представителям НКО. Они настаивают, что поддерживать нужно именно организации - тогда можно будет говорить и о проектах, которые они осуществляют.

ции в другую. Поэтому вполне возможно цитировать выступающих, не упоминая их имен. Это шоу не стало исключением. Очевидно, что при желании и в кризисе можно найти положительные стороны. Очевидно, что необходимо выстраивать эффективную благотворительность,



Игорь Задорин (Исследовательская группа «Циркон») дает социологическую оценку

## ГОСУДАРСТВО НЕ ПОДДЕРЖИВАЕТ ИЛИ ПОДДЕРЖИВАЕТ, НО МАЛО И НЕ ТАК

Тезис, вызвавший меньше всего дискуссий. В отсутствие иностранной помощи и уменьшения корпоративных пожертвований все ждут более заметного присутствия в секторе государства. При этом высказывается пожелание, чтобы деньги выделялись, но не контролировались.

*В благотворительном сообществе существует определенный круг заявлений, которые циркулируют из одной конферен-*

*ориентированную на результаты. Очевидно, что нужно выстраивать отношения с государством. Неочевидно, однако, как все это делать.*

*Если кризисная селекция слишком жесткая и возникают сложности, серьезно влияющие на существование НКО, то, возможно, должна быть программа по их спасению. Если не устраивает (кого?) роль государства во взаимоотношениях с общественными организациями, то, видимо, необходимо сформулировать нужные пожелания и донести их до тех,*

*кто принимает решения. Если есть озабоченность низкой эффективностью, то стоит, например, подумать о создании консалтинговой организации, способной выстроить систему оценки результативности благотворительных фондов не хуже тех, что применяются в бизнесе. Если есть позиции, которые важно*

**На секции по взаимодействию НКО и бизнеса** участники вместе с докладчиками выявляли особенности работы подразделений, занимающихся корпоративной социальной ответственностью.

**По теме стратегического управления благотворительностью** были



Дебаты оказались достаточно эмоциональными и зрелищными

*отстаивать, то должны существовать разнообразные объединения. Бизнесу такие сценарии хорошо известны, благотворительности же эту науку еще только предстоит осваивать.*

Вторая часть конференции состояла из работы секций. Усилиями организаторов в каждой из них была создана возможность познакомиться с новыми тенденциями, проблемами и успехами некоммерческого сектора.

представлены проекты консалтинговых компаний, которые помогают бизнесу построить эффективную и продуманную политику в области филантропии. Будучи дорогостоящим удовольствием, практика разработки стратегии в этой сфере пока не очень распространена в России. Однако она может быть востребована в организациях, которые готовы сделать благотворительность неотъемлемой частью своей системы корпоративных ценностей.



На соседней секции разгорались споры о том, что такое **качественная социальная реклама**: у каждого было свое видение. По мнению экспертов, рынок социальной рекламы в России повторяет путь развития американского рынка, только с запозданием лет на 10–20. Там уже отошли от шоковой рекламы,

**Будущее благотворительности за социальными технологиями**, доказывали участники другой секции. Относительно новое явление для российской благотворительности становится более значимым, и сделанные доклады об опыте социального проектирования вызвали живой интерес.



которая считается неэффективной. В России же эпатаж все еще помогает выделиться из общей массы.

**В секции по правовой грамотности НКО** обсуждались возможные ошибки в отчетности НКО и неточности в трактовке законодательства. Детально обсуждался правовой аудит для грантодающих организаций. Юристы разбирали случаи, когда отсутствие проверки грантозаявителей приводило к проблемам и для фондов, и для тех, кто с ними сотрудничает.

На одной из секций участники конференции искали ответ на вопрос **«Как развиваться фондам местных сообществ?»** Основные предложения сводились к необходимости стратегического планирования.

В итоге, очередной форум доноров не избежал стандартной ситуации многих конференций, когда открывающая часть оказывается заклинательной, а практическая — достойной всяческих похвал. ■

# Уроки фандрайзинга

Игорь Цыкунов

Организовать акцию по сбору пожертвований не такое уж простое дело. Людям предлагают добровольно расстаться с деньгами, а делают они это не всегда охотно. Однако есть закономерности, знание которых поможет буквально с первых шагов.

## У кого просить деньги?

Распространены две стратегии: работать только с состоятельными людьми или со всеми, кто попадает в поле зрения. Между тем разные категории людей в разной степени готовы давать деньги на благотворительность.

### Богатые и бедные

Существует зависимость между финансовым положением и размером пожертвований. Богатые и бедные расходуют на благотворительные цели больший процент дохода, чем промежуточная группа, часто именуемая в последнее время средним классом. Если с богатыми все понятно: роль филантропов от них вполне ожидаема, то готовность жертвовать у бедных немного удивляет. Однако все просто — малоимущие занимаются благотворительностью из солидарности. Они понимают, что есть люди, находящиеся в еще более сложной ситуации и, хорошо осознавая связанные с этим трудности, помогают чем могут. Представители же среднего класса часто считают, что судьба зависит только от самого человека, его способностей и умений, и им трудно делиться с теми, кто не соответствует этим критериям. Как итог просите деньги у богатых и бедных. А от

акций в офисных центрах, где сосредоточены белые воротнички, многого не ждите.

### Возраст

Охотнее всего дают деньги люди в возрасте от 30 до 60 лет. Максимум пожертвований приходится на возрастную группу 45–60 лет. Люди после 60 лет дают меньше, а молодые — совсем немного.

### Мужчины и женщины

Женщины склонны жертвовать немного больше мужчин. При этом они гораздо охотнее откликаются на участие в волонтерской помощи. Поэтому просите у женщин не только деньги, но и участия в ваших акциях.

### Семейное положение

Семейные пары тратят на благотворительность на 20–40% больше, чем одинокие люди с таким же уровнем доходов. Супруги, проживающие с детьми, жертвуют вполнину больше, чем бездетные. Итак, идеальный жертвователь наличных средств — это человек 30–50 лет, семейный, имеющий детей. Он может быть либо весьма состоятельным, либо малооплачиваемым, что влияет на размер пожертвований, но не на готовность к ним.



### **В КАКОЙ СИТУАЦИИ СОБИРАТЬ ПОЖЕРТВОВАНИЯ?**

Идеальный вариант — разговаривать с людьми во время специально организованных благотворительных мероприятий. Они уже психологически подготовлены и знают, чего от них хотят. Но и тут, однако, есть свои тонкости.

#### **Просить лично**

Чем больше людей собралось на благотворительной акции, тем меньше будут пожертвования. Срабатывает эффект, называемый психологами «диффузией ответственности». Это хорошо известная причина неоказания помощи. Человек внутренне перекладывает ответственность за действие на окружающих, а сам лично старается не участвовать. Лучший способ избежать «активации» подобного эффекта — разделить присутствующих на мелкие группки (особым образом расставленные столы, разграничивающие стенды и т. п.). Важно при этом, чтобы

организаторы благотворительной акции обращались к пришедшим лично.

#### **Использовать эффект подражания**

Совсем не случайно опытные сборщики используют прозрачные кубы, которые к тому же частично заполнены. Тогда возникает желание соответствовать.

#### **Создавать настроение**

Получив заряд хорошего настроения, люди становятся более щедрыми. Это аксиома. Так же как и то обстоятельство, что в солнечные дни собираются суммы, как правило, большие, чем в пасмурные. Поэтому создавайте настроение, хотя бы своей улыбкой, и вам помогут. Вообще же, приступая к планированию акции по сбору денег, всегда надо учитывать места, где это происходит, и создавать благоприятные ситуации, когда психологически легче сделать пожертвование.

#### **Личность фандрайзера**

Размер собранных средств во многом зависит от самого фандрайзера.



фото: ИТАР-ТАСС

Несомненно, он должен быть привлекательным. Симпатичная девушка или юноша будут куда более убедительны, чем мрачная личность неопределенного пола. Очевидно, что поисками обаятельных волонтеров не стоит пренебрегать. Но если таковых не найдется, то есть еще одна особенность. Фандрайзер должен иметь некое сходство с теми, у кого просит. Люди склонны доверять тому, кто относится к их кругу. Студенты охотно дают деньги студенту. В свою очередь, состоятельные учредители и члены попечительских советов благотворительных организаций демонстрируют чудеса фандрайзинга в кругу предпринимателей.

#### **Фандрайзер должен быть одет соответственно ситуации**

Иначе говоря, менее всего отличаться от тех с кем работает. Если этого добиться сложно, а потенциальные жертвователи из разных социальных слоев, то стоит подумать о специальной форме: она уравнивает статусные различия. В случае некоммерческих организаций это майки, куртки, бейсболки, имеющие одинаковый цвет и символику организации.

#### **Он должен быть увлеченным**

Энтузиазм заразителен. Есть модельная ситуация, когда сборщики пожертвований представляются по-разному. В одном случае они рассказывают, что два года работают с инвалидами и делятся впечатлениями. В другом — объясняют, что работают по поручению начальства. Понятно, что, «став» энтузиастами, они собирают существенно больше денег.

#### **Как просить деньги?**

Особенности поведения фандрайзера влияют на его успешность. Это, в общем-то, очевидное утверждение, однако стоит выделить, какие именно.

#### **Смотрите в глаза**

Если просить у человека помощи и смотреть ему в глаза, то сумма пожертвований возрастает в два раза. Это правило работает с поправкой: лицо сборщика не должно быть отталкивающим. Будьте внимательны к внешности своих волонтеров.

#### **Дарите подарки**

Получив подарок, человек чувствует себя обязанным дарителю. Таков эффект



социального обмена. Подарите цветок, открытку, книжку, и вы увидите, как сложно станет человеку вам отказать.

#### **Показывайте списки**

Людам важно, чтобы их выбор был социально одобрен. Чем длиннее список жертвователей в ваших руках, тем охотнее к ним присоединятся другие. При сборе средств на улицах можно просить участников акции расписаться на стилизованных бумажных ладошках, которые тут же становятся частью экспозиции на передвижном стенде фандрайзера. Это не в полной мере список, но тоже создает нужный психологический эффект.

#### **Предъявляйте свидетельства**

Если вы собираете деньги для конкретных людей, то носите с собой фотоальбом. Увидев нуждающегося человека, жертвователи проникаются эмоциями. Правда, не стоит перебирать с жалостливостью снимков.

#### **Попросите сначала о малом**

Этот прием используется в случаях, когда сбор пожертвований рассчитан не на один раз. Достаточно попросить людей о малой услуге, чтобы впоследствии они ответили большим вкладом. Убедите подписать какую-нибудь петицию или раздать коллегам информацию о вашей организации, и в следующий раз вам гораздо охотнее выделят деньги.

#### **Благодарите**

Это очень важный пункт. Всегда благодарите жертвователей. Вручайте им значки, памятные знаки, наклейки, благодарственные письма.

#### **Просить много или мало?**

Как известно, в бизнесе вопрос ценообразования один из самых сложных. Приходится с ним сталкиваться и тем, кто работает на благотворительность. С одной стороны — просить много денег — не получить ничего, с другой — если мало, то можно многое потерять. Здесь мы имеем дело с внутренними границами человека, его пониманием меры своего вклада. При обращении к широкой публике просьбы пожертвовать небольшие суммы оказываются более эффективными. При этом очень важно говорить о значимости жертвуемой суммы. Люди



привыкли делать маленькие подарки без внутренних противоречий для себя. Просьбы оказать более существенную помощь могут вызвать сопротивление и отрицательную реакцию, потому что воспринимаются как принуждение.

Совсем иное — обращение к людям, которые жертвуют регулярно. Если попросить их по возможности увеличить взнос, то, скорее всего, они сделают это без раздражения.

Остается только определить — пожертвования какого размера приемлемы на практике. По данным социологических опросов, наши сограждане тратят в основном не более 500 рублей в год на благотворительность. При этом большая часть жертвователей ограничивается 100 рублями. Можно предположить, что это и есть искомая сумма.

Конечно, любые советы носят общий характер и нуждаются в проверке практикой: что-то работает хорошо в одних условиях и плохо — в других.

В любом случае для фандрайзинга верно старое надежное правило: опыт к опыту, деньги к деньгам. ■

# Как заработать миллион?

Елена Любовина  
PR-менеджер фонда «Даунсайд Ап»

**Как организовать мероприятие, которое может принести благотворительному фонду до 1 миллиона рублей?**  
**Сотрудники благотворительного фонда «Даунсайд Ап» считают, что для этого достаточно всего лишь двух условий: верить в свои силы и правильно распланировать работу. Первое — сугубо личный вопрос, второму с удовольствием научит «Даунсайд Ап».**

**Ф**онд «Даунсайд Ап» привлекает средства разными способами: работает с компаниями, собирает частные пожертвования, выигрывает гранты. Но визитной карточкой фонда являются собственные мероприятия «Спорт во благо»: велопробег «Красная площадь», лыжная гонка «Русский вызов» и турнир по мини-футболу. Во время последнего турнира было собрано более миллиона рублей.

Принцип спортивных благотворительных акций простой: команда любой желающей компании или организации перечисляет благотворительный взнос и становится участником соревнований с профессиональным судейством, экипировкой, элементами корпоративного праздника и технической поддержкой. С одной стороны, это спорт и общение, а с другой реальная помощь нуждающимся и распространение информации об участии компании в социально значимых проектах.

Проследим механизм организации мероприятия на примере турнира по мини-футболу. Футбол — самый распространенный вид спорта, у многих компаний уже есть сыгранные команды, а значит, легче найти потенциальных участников. Логика организации турнира несложная, но есть некоторые нюансы, на которые стоит обратить внимание.



## За полгода до мероприятия

- **Составляем календарный план и бюджет, распределяем обязанности (не забываем о волонтерах). Размер благотворительного взноса для**

команд рассчитываем таким образом, чтобы сумма собранных средств в несколько раз превысила все расходы на организацию (основные траты — аренда и закупки).

■ **Выбираем и бронируем место.**

Для футбола лучше подходит крытый стадион с подготовленным полем и раздевалками. На такой площадке можно играть в любое время года. Договариваясь об аренде, просим порекомендовать профессиональных судей. Это важно: уже сыгранным командам может не понравиться любительское судейство.

■ **Ищем генерального партнера,** который готов нести основные расходы по организации мероприятия. Обращаем внимание на компании, которые связаны со спортом. Для нашего турнира, например, мы пригласили стать генеральным партнером компанию Nike.

■ **Приглашаем для участия компании.** Показываем плюсы мероприятия, влияющие на внутрикорпоративные коммуникации и имидж компании. «Закидываем сеть» пошире: из 50 компаний, которым «Даунсайд Ап» разослал приглашения для участия в последнем турнире, согласились участвовать 10.

■ **Проводим PR-кампанию.**

Информацию о мероприятии размещаем на сайте фонда, в блогах, рассылаем в СМИ.

В письме с просьбой об участии и поддержке: представляемся, четко формулируем идею мероприятия и наше предложение, обязательно пишем о том, как помощь компании скажется на наших программах,

с указанием конкретных цифр и результатов. Рассказываем о формате мероприятия, прошлых успехах, как широко турнир будет освещаться в СМИ, какие PR-возможности получит компания (например, название компании будет включено в распространяемый среди СМИ пресс-релиз, попадет на фотографии и т.п.)

■ **Делаем закупки.** На средства генерального партнера закупаем необходимый инвентарь, готовим переходящий кубок, грамоты и медали, а также благодарственные письма и сувениры каждому участнику. Готовим провизию для игроков (можно привлечь продуктовые компании в качестве партнеров): бутерброды, минеральную воду, фрукты.



**НАКАНУНЕ И В ДЕНЬ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ**

■ **Оформляем помещение.** Для гостей перед входом и во всех холлах внутри развешиваем плакаты с названием



мероприятия и информацией о нем. Не забываем про таблички с указателями «Регистрация», «СМИ», «Туалет» и т.д. Если есть плакаты, баннеры организаций, раздаточный материал фонда, сувенирная продукция или ящик для пожертвований, их также нужно установить в холле. В случае с фондом «Даунсайд Ап» в холле устанавливались мольберты с фотографиями Владимира Мишукова из серии «Синдром любви», на которых запечатлены дети с синдромом Дауна вместе с известными деятелями спорта, культуры и искусства: Владимиром Спиваковым, Владимиром Познером, Андреем Макаревичем и другими.

- **PR-сопровождение.** Представителям СМИ вручаем пресс-

предоставляем слово генеральному партнеру, а по громкой связи делаем объявления о командах и компаниях.

- **Приглашаем на мероприятие семьи благополучателей.** Это важно, чтобы участники видели, кому и зачем они помогают. В турнире «Даунсайд Ап» принимает участие команда родителей детей с синдромом Дауна, а семьи поддерживают их флагами с трибун.
- **Приглашаем на награждение самих благополучателей (детей).** Это момент истины: ребенок с синдромом Дауна трепетно надевает медаль на шею растроганного директора компании.
- **Для участия в турнире** хорошо пригласить «звездную команду». Например, в нашем турнире уже



сит с подробным пресс-релизом и материалами об организаторах мероприятия, партнерах и участниках. На поле должны висеть баннеры компаний, в перерывах между играми

второй раз участвует телеведущий Михаил Шац с друзьями.

- **Приглашаем специальных гостей, представителей государственных структур.** Присутствие звездных или



просто известных людей существенно повышает статус вашего мероприятия и его привлекательность для участников.

- **Приглашаем на награждение любую звезду:** футбольную, телевизионную, театральную, музыкальную... Если вы не знаете, кого позвать, просто откройте местную газету и выберите наиболее примелькавшиеся имена.
- **Ведущий турнира** (тот, кто будет делать все объявления по громкой связи) тоже может быть известный в городе человек. На нашем турнире ведущей была Вера Красова, Вице-Мисс Вселенная-2008, а на награждение пришла Тутта Ларсен.
- **Атмосфера мероприятия** должна быть пронизана праздником, во

организаторам и волонтерам одинаковые футболки и именные бейджи. И главное — улыбайтесь и излучайте радость. В перерывах можно пригласить выступить команду поддержки или музыкальный коллектив (желательно, чтобы выступление соответствовало тематике мероприятия: если вы помогаете детям, то лучше пригласить детский ансамбль, а если это футбольное мероприятие, то можно пригласить команду поддержки).

- **Не забудьте про фотографа!**

Главный риск организаторов — не собрать достаточное количество команд (желательно, чтобы их было не меньше 6). Постарайтесь привлечь их наличием звездной команды или звездного ведущего, а также профессиональным судейством. И не сомневайтесь в успехе!



всем должны чувствоваться профессионализм и чуткость организаторов. Обязательно поддерживайте общий стиль мероприятия: раздайте

Надеемся, что наши советы помогут вам на пути к первому благотворительному миллиону! ■

**Подробнее о турнире по мини-футболу «Даунсайд Ап» —**  
<http://downsideup.org/football.php>

# «Воспитание детей в духе благотворительности»

Кэрол Уэйсман

## ПОДАРОК НА ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ БАБУШКИ

**Как можно использовать дни рождения, праздники и другие памятные даты для того, чтобы научить ребенка радости дарения?**

Однажды на конференции я познакомилась с женщиной по имени Марси, которая рассказала мне поучительную историю о том, как приучить избалованных детей к благотворительности.

«Наши дети росли, ни в чем себе не отказывая, и воспринимали все, что у них было, как данность, — начала Марси. — А уж их собственные дети теперь растут чрезмерно избалованными. Вообще у меня с детьми хорошие отношения, но я не совсем согласна с тем, как они воспитывают моих внуков».

Деборе, внучке Марси, было четыре года, когда Марси решила предпринять попытку повлиять на ее воспитание. Однажды Дебора спросила бабушку о том, что она хочет получить

в подарок на день рождения. И у Марси возникла прекрасная идея. Она ответила: «Сделай что-нибудь хорошее для другого человека, а потом нарисуй этот поступок и расскажи мне о нем в мой день рождения». Несколько недель спустя Дебора

пришла на день рождения бабушки с необычным рисунком. Она пояснила: «Мама пошла принимать ванну и забыла взять полотенце. И тогда я спустилась в подсобку, чтобы взять полотенце из сушилки. Вот, я нарисовала: я поднимаюсь по лестнице и несу полотенце маме. Вообще-то я боюсь спускаться в подсобку одна, но я пошла».

После этого Марси начала говорить с Деборой о том, что иногда приходится делать вещи, которые тебе делать нелегко, для того, чтобы помочь другим людям. Марси достала шкатулку с семейными реликвиями и показала внучке медаль «Пурпурное сердце», которую получил ее дедушка во время Второй мировой войны. Она рассказала, как дедушка проявил отвагу, защищая людей. А потом сказала, что очень гордится тем, что Дебора смогла побороть свой страх и что дедушка тоже гордился бы ею.

Год спустя Марси и Дебора завели специальный альбом с их общими фотографиями, рисунками и рассказами о разных добрых делах Деборы. Родители с радостью подхватили эту идею и даже предложили свое участие в этом «проекте».

Сейчас Деборе девять. На недавний день рождения бабушки она собрала более 350 кг еды для бездомных и написала историю о том, как люди реагировали на ее просьбу сделать пожертвования, и как ее благодарили в приюте, когда они с папой привезли полную машину еды.



Carol Weisman: Raising Charitable Children, F.E. Robbins & Sons Press, 2006

Что касается внука Марси, Джеффри, то все попытки приобщить его или его родителей к традиции делать добрые дела на день рождения не удались. Джеффри 12 лет, и он увлекается всем, что связано с электроникой. У него три компьютера, сотовый телефон, и он постоянно играет в видеоигры, даже когда вся семья в сборе. «Я беспокоюсь о том, что Джеффри оторван от людей и реального мира, — призналась Марси. — Он скорее будет общаться с экраном, чем с живым человеком».

Когда я слушала, с каким отчаянием Марси говорит о своем внуке, мне вдруг пришла в голову идея: «Послушайте, если ваш внук так любит всю эту электронику, то почему бы вам не попросить его создать простой веб-сайт для какой-нибудь небольшой благотворительной организации, которую вы поддерживаете?». Марси неожиданно просияла: «Вы знаете, а ведь Джеффри мог бы такое сделать! Мне кажется, я просто просила его не о том. Я хотела, чтобы он учился устанавливать связь с людьми так, как привыкла я, а не так, как удобней ему. Я позвоню ему сегодня же вечером!».

Спустя месяц после этого разговора, когда моя племянница спросила меня, что я хочу на свой день рождения, я попросила ее подарить мне историю о том, как она сделала что-то нужное для другого человека. И этот подарок намного лучше какого-нибудь фруктового геля для душа.

**Какие события подходят для того, чтобы приобщить детей к благотворительности и волонтерской работе?**

Понятно, что есть дни рождения и главные праздники, такие как Рождество или Новый год. В эти особенные дни ребенка можно попросить в качестве подарка для близких сделать какое-то доброе дело. Но помимо этих праздников есть и другие, которые могут

быть важными именно для вашей семьи, и которые также предоставляют ценную возможность научить ребенка делать что-то хорошее для других.

Пусть ребенок проведет время с дедушкой, который поговорит с ним о своей службе во время войны. Пусть бабушка расскажет, как она работала в военном госпитале. После этого можно попросить ребенка сделать что-нибудь полезное, чтобы отдать дань уважения этому периоду в истории вашей семьи. Например, на День Победы можно вместе с детьми испечь печенье и угостить им ветеранов в местном музее боевой славы.

**Как сделать так, чтобы другие взрослые, окружающие моего ребенка, тоже просили его о таких подарках?**

Приучайте вашего ребенка звонить родственникам накануне их дней рождений и других праздников и спрашивать, что он может для них сделать.

Часто в таких случаях взрослые теряются и не знают, что ответить. Тогда попросите их просто назвать вид благотворительности, который им наиболее близок. На-



**Кэрол Уэйсман —**

**всемирно признанный эксперт по вопросам филантропии, фандрайзинга и некоммерческих организаций. Автор нескольких книг. Опубликованный в первом номере журнала перевод одной из глав книги «Воспитание детей в духе благотворительности» вызвал большой интерес читателей. С любезного разрешения Кэрол мы публикуем перевод очередной главы.**

[www.carolweissman.com](http://www.carolweissman.com)

пример, если бабушка религиозна и часто ходит в церковь, можно позвонить туда и узнать, какая помощь им нужна. Может быть, нужно немного посидеть с детьми в церковной школе или разобрать стопку гимнов. Думайте творчески! Придумайте



свои оригинальные способы, как можно вовлечь ребенка в общественную деятельность. И не забывайте: чем больше личного участия ребенок принимает в подготовке этой затеи, тем лучше.

***Как можно показать ребенку, что филантропия — это важно, когда мы просто покупаем кому-нибудь подарок?***

Я обожаю ходить по магазинам и всегда стараюсь делать такие покупки, чтобы поддерживать благотворительные организации. Отличную возможность для этого предоставляют ярмарки сувениров, сделанных детьми из приютов, или акции, когда определенный процент от продаж направляется на нужды благотворительности. В следующий раз, когда вы с ребенком будете выбирать подарки его друзьям, найдите место, где проводятся подобные акции. Объясните ребенку, как работают благотворительные организации и как вы помогаете их миссии, просто совершая покупки.

***Что если ребенок не хочет заниматься подобными благотворительными затеями даже после того, как его попросили?***

В наши дни у детей не менее загруженное расписание, чем у взрослых: школа, домашние занятия и многочисленные секции. Порой даже родители не всегда знают, что происходит в голове у их ребенка и какие причины могут побудить его отказаться от участия в благотворительности.

Поэтому попробуйте поговорить с ним. Попросите уделить вам всего три часа и провести их так, чтобы это пошло на пользу ему, вам и обществу. Пусть ребенок сам выберет время и то, чем именно он бы хотел заняться. Это может быть заполнение простых документов, расфасовка писем по конвертам или дежурство на телефоне в какой-нибудь начинающей некоммерческой организации; или уборка территории, помощь со стиркой белья в приюте. Если у ребенка совсем нет времени на это после учёбы и даже в выходные, можно подождать до следующих каникул.

Если и подобная тактика не помогает, то можно начать с еще более мелких вещей. Допустим, вы поддерживаете организацию, которая собирает средства в пользу местного зоопарка. Тогда попросите вашего ребенка просто сходить с вами

на экскурсию в этот зоопарк. И уже там объясните ему, как зоопарки работают, откуда они берут деньги, и насколько важны для них помощь волонтеров или пожертвования простых посетителей, таких как вы. Чтобы ваш ребенок начал задумываться о важности филантропии, задавайте ему абстрактные вопросы. Например: «Если бы тебе дали миллион долларов при условии, что ты не можешь тратить эти деньги на себя, как бы ты распорядился ими?» Главная польза таких подарков — в том, что





ребенок начинает лучше понимать, какие ценности разделяют его родители, и что такое благотворительность.

**Они всегда наблюдают за нами (из заключения к книге)**

Вы когда-нибудь замечали, что дети запоминают события по-своему, не обязательно так, как они происходили на самом деле?

Однажды брат моего мужа, Джон, делился с нами своими детскими воспоминаниями о дедушке. Он рассказал, что тот работал главным ветеринаром в зоопарке и умер оттого, что

подхватил какую-то болезнь от обезьян. А его жена умерла спустя полгода, потому что не выдержала горя. Тут я возмутилась, потому что по рассказам мамы Джона знала, что его бабушка на самом деле умерла в больнице от туберкулеза.

Сейчас уже не так важно, от чего умерла бабушка Джона — от туберкулеза, или от горя, или от всего сразу. Но эта история хорошо иллюстрирует, как дети по-своему запоминают события. Именно поэтому мы должны как можно чаще объяснять им наши действия.

Осознаете вы или нет, но у каждого из нас есть своя философия относительно дарения и благотворительности.

Вот вы подаете милостыню на улицах? Всегда, иногда, никогда?

Известная феминистка Глория Штейнман всегда дает деньги бездомным женщинам. У ее матери была шизофрения, и Глория считает, что при другом стечении обстоятельств та могла бы легко оказаться на улице.

Мой старший сын, Тедди, всегда подает милостыню кришнаитам, потому что однажды в студенческие годы они

накормили его в Амстердаме, когда ему нечего было есть, а денежный перевод из дома задерживался.

А один мой знакомый из общества анонимных алкоголиков никогда не подает милостыню бездомным на улицах. Он считает, что на эти деньги они только покупают еще больше алкоголя. Однако он делает пожертвования напрямую в приюты для бездомных.

Предположим, вы принадлежите к числу людей, которые не дают милостыню на улице. Наверняка у вас есть на это свои веские причины. Но когда вы гуляете с ребенком, он видит только то, что вы прошли мимо бездомного и проигнорировали просьбу человека о помощи.

Такие моменты очень подходят для того, чтобы научить ребенка чему-то важному. Остановитесь на пару минут и в спокойной обстановке скажите ребенку: «Я всегда/никогда/иногда подаю милостыню, потому что...». Объясните ему вашу философию. И пусть он поймет, что однажды он так же сможет сформировать свое собственное отношение к благотворительности. ■

Marzanna Synterz – Fotolia.com



# Венский благотворительный бал

Катя Воронина

**У каждого бала есть свое настроение, свой характер. Знаменитый Венский бал не исключение. В этом году в Москве он стал благотворительным.**

**П**омощь нуждающимся организаторы бала оказывали, по мере возможностей, каждый год, но в этот раз благотворительности было решено уделить особое внимание, и слово «благотворительный» впервые появилось в самом названии бала. Совместно с детскими фондами «Линия жизни» и «Единство» весь вечер проводилась лотерея, средства от которой были направлены на лечение детей, страдающих тяжелыми недугами.

За последние годы Венский бал в Москве стал не только самым известным балом в России, но и событием европейского уровня, каждый раз собирая многочисленных гостей из разных стран мира. В этом году количество гостей было рекордным — почти 1 800 человек, а участие в программе Бала приняли звезды мирового и российского классического искусства: Марсела Черно, Мерцад Монтацери (Венская народная опера), Алексей Марков (солист оперной труппы Мариинского театра), дирижер Венской государственной оперы Альфред Эшве. По традиции торжественная церемония открытия бала началась с выхода дебютантов — более 140 пар девушек в ослепительно белых платьях и юношей в черных фраках или парадных военных мундирах. Дебютантами Венских балов в разные

годы были чемпионка мира по художественной гимнастике Алина Кабаева, певица Алсу, звезда тенниса Елена Дементьева, чемпионка мира по синхронному плаванию Мария Громова, гимнастка Ирина Чачина и многие другие. В число почетных дебютантов 7-го Венского Бала в этом году вошла Вера Красова, обладательница титулов «Вице-Мисс Вселенная-2008» и «Вице-Мисс Россия-2007». С этого года национальный конкурс «Мисс Россия» начинает масштабную работу по благотворительности, и Вера Красова будет являться его представителем на многих акциях в поддержку благотворительных фондов.

Именно для дебютантов Венский бал является самым ярким событием, полным эмоций и впечатлений, запоминающимся на всю жизнь.

## **«Поздравляем, Вы стали дебютанткой VII Венского бала в Москве!»**

### **Рассказ актрисы Елены Николаевой**

Утро в день бала начинается у дебютантов рано и сразу празднично. Предвкушение сказки и радостное волнение не покидают участников весь день. Генеральная репетиция, переодевания, прически... И наступает тот момент, которого мы так долго ждали. Приглашение партнера, реверанс партнерши — и 140 пар готовы



закружиться в красивом и стремительном вальсе.

Со стороны, может быть, кому-то это будет сложно понять, но для нас это особое событие, которое запомнится на всю жизнь.

Помню собеседование, очередь, в которой раздавали номерки. Желающих было больше тысячи, а отбирали только 140 пар. Для дебютантов определили строгие критерии. Это молодые люди и девушки, от 18 до 26 и от 16 до 23 лет соответственно, они не должны состоять в браке. «Где вы учитесь? Чем увлекаетесь? Что вы читаете? Какими языками владеете?» — спрашивал Александр Смагин, генеральный директор

ООО «Венский бал Москва». Помню ощущение счастья, когда через неделю пришло приглашение: «Поздравляем, Вы стали дебютанткой VII Венского бала в Москве».

Потом было почти три месяца занятий танцами под руководством Станислава Попова — президента танцевального союза России и главного танцмейстера бала. Быть грациозной, легкой, непринужденной, владеть собой в танце — это целое искусство. Учились всем традиционным бальным танцам — это фокстрот, румба, ча-ча-ча, галоп, кадрили и, конечно, Его Величество Вальс.

Ровно в 21:00 загремели фанфары, возвещающие официальное открытие





VII Венского бала в Москве. Вслед за ними полились аккорды полонеза, еще несколько секунд — и нас уже ослепляют софиты и вспышки фотокамер. Выход дебютантов — один из самых волнующих моментов бала. Мы идем по красной дорожке двумя стройными колоннами. Левая рука девушек опирается на руку партнера, в полусогнутой правой — аккуратный букет с развевающимися красными лентами. Пока вице-мэры Вены и Москвы приветствуют гостей, можно украдкой оглядеться. В зале много красивых женщин в изумительных туалетах и кавалеров им под стать. Все неукоснительно соблюдают

правила строгого дресс-кода, и это часть традиции. Для женщин это вечернее платье полной длины, а мужчины выбирают между фраком, смокингом или парадной военной формой. Даже малейшие нарушения не прощаются никому. *And I feel...* — звучат слова песни, и начинается выступление Максима Киселева и Александры Рыгиной — чемпионов Москвы среди детей-инвалидов по танцам на колясках. Номер настолько проникновенный, что все присутствующие следят за ним, затаив дыхание. Оркестр под управлением Альфреда Эшве, дирижера Венской государственной оперы, заиграл вступление первого





вальса. Традиционно это «На прекрасном голубом Дунае» Иоганна Штрауса. Тысячи живых цветов, пламя свечей — все кружится вокруг. На паркете тесно и весело. Волшебная ночь началась. Впереди еще вальс, а следом выступления оперных певцов, голоса которых звучали с самых известных сцен мира. На часах уже ровно двенадцать — полночь. Традиционно это время кадрили, пожалуй, самого веселого и энергичного танца. В этом году ее три раза исполнили на бис. Со всех концов огромного зала Гостиного двора гости спешат на танцпол. Отовсюду слышна речь на разных языках: русская, немецкая, французская,

английская. Бизнесмены, политики, дипломаты, артисты хлопают в ладоши, кружатся и меняются местами. В зале почти не осталось не танцующих гостей. Ночь бала пролетела как одно мгновение — почти 8 часов, наполненных фейерверком мелодий, вихрями вальсов, ритмами фокстротов, шумным весельем галопов и кадрили, сиянием миллионов бликов, мерцанием свечей, беседами и знакомствами. «Слушаю вальс „На прекрасном голубом Дунае“ и чуть не плачу. Сказка закончилась.» — приходит смс-ка от подружки-дебютантки через пару часов. Началось утро следующего дня.■

Подготовлено  
международной  
юридической фирмой  
«Уайт энд Кейс ЛЛК»  
(White & Case LLC)

## Ответственность за использование нелицензионного программного обеспечения

РОССИЙСКОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО НЕ ДЕЛАЕТ РАЗЛИЧИЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЙ ФОРМЫ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА. ТО ЕСТЬ, ОРГАНИЗАЦИЯ (И/ИЛИ ЕЕ РУКОВОДИТЕЛЬ) НЕЗАВИСИМО ОТ ТОГО, ЯВЛЯЕТСЯ ЛИ ОНА КОММЕРЧЕСКОЙ ИЛИ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ, БУДЕТ НЕСТИ АДМИНИСТРАТИВНУЮ, ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВУЮ ИЛИ УГОЛОВНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕСОБЛЮЖДЕНИЕ ЗАКОНОВ.

КАК СВИДЕТЕЛЬСТВУЕТ СУДЕБНАЯ ПРАКТИКА, ПО ОБЩЕМУ ПРАВИЛУ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ (ПО) ЛЕЖИТ НА ГЕНЕРАЛЬНОМ ДИРЕКТОРЕ (ИЛИ УПРАВЛЯЮЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ) ОБЩЕСТВА В СИЛУ ТОГО, ЧТО ИМЕННО ЭТИ ОРГАНЫ ПРИНИМАЮТ РЕШЕНИЯ О ВЫДЕЛЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ НА ПОКУПКУ ПО. ОДНАКО ВОЗМОЖНА СИТУАЦИЯ ВОЗЛОЖЕНИЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЛИЦЕНЗИОННОГО ПО НА СИСТЕМНОГО АДМИНИСТРАТОРА (ВСЛЕДСТВИЕ НЕНАДЛЕЖАЩЕГО ИСПОЛНЕНИЯ ВОЗЛОЖЕННЫХ НА НЕГО ТРУДОВЫХ ОБЯЗАННОСТЕЙ, КОТОРОЕ ПОВЛЕКЛО НАРУШЕНИЕ НОРМ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА).

**Редакция благодарит Центр координации юридической помощи pro bono Института «Право общественных интересов» (PILI) за предоставленные материалы**

### Административная ответственность

Кодекс об административных правонарушениях предусматривает ответственность за продажу, сдачу в прокат или иное незаконное использование экземпляров произведений в целях извлечения дохода в случаях, если такие экземпляры являются контрафактными, либо на них указана ложная информация об изготовителях, местах производства, об обладателях авторских или смежных прав.

Вышеуказанные действия влекут наложение штрафа с конфискацией контрафактных экземпляров произведений и «иных орудий совершения правонарушения» (ст. 7.12 Кодекса об административных нарушениях от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ).

Вынесенные судебные решения позволяют сделать некоторые выводы об особенностях применения административной ответственности на практике.

*Так, в решении Ульяновского областного суда от 13 марта 2007 г. по делу об использовании нелицензионного ПО в деятельности товарищества собственников жилья (ТСЖ) суд указал, что «для того чтобы сделать вывод о наличии (отсутствии) в действиях Н\*\*\*. состава административного правонарушения по ч. 1 ст. 7.12 КоАП РФ, должен быть доказан не только факт умышленного использования контрафактного ПО, но и при этом правонарушителем должна преследоваться цель — извлечение дохода». Суд указал также, что ТСЖ по закону относится к некоммерческим организациям, следовательно, факт извлечения доходов от использования нелицензионного ПО подлежит доказыванию. Так как доказательства в суд не были представлены, производство по делу было прекращено.*

Следует отметить, что на практике компьютеры часто возвращаются их владельцам и конфискация не применяется, однако абсолютно исключить такой риск нельзя. Например, в решении одного из областных судов было указано, что поскольку «под воспроизведением произведения» понимается, в том числе, и запись произведения в память ЭВМ, следовательно, конфискации подлежат материалы и оборудование, используемые для записи программ в память ЭВМ. В результате суд постановил помимо наложения штрафа конфисковать оборудование, а именно девятнадцать жестких дисков. Наиболее часто применяется удаление нелегального ПО с жесткого диска правонарушителя без конфискации. Такое решение, в частности, принял Заволжский районный суд 22 мая 2002 года: помимо штрафа применена санкция в виде уничтожения ПО из памяти жесткого диска.

### Гражданско-правовая ответственность

В случаях нарушения исключительного права на произведение автор или иной правообладатель вправе требовать по своему выбору (ст. 1301 Гражданского кодекса РФ):

- возмещения убытков (в этом случае правообладатель должен предоставить расчет причиненных убытков; как правило, суды полностью удовлетворяют требования пострадавших правообладателей), либо
- выплаты компенсации, определяемой по усмотрению суда, в размере от 10 000 до 5 000 000 рублей либо в двукратном размере стоимости экземпляров произведения или в двукратном размере стоимости права использования произведения, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование произведения. Компенсация выплачивается независимо от наличия или отсутствия убытков.

### Уголовная ответственность

Уголовным кодексом РФ (УК РФ), ч. 2 ст. 146 установлена уголовная ответственность за незаконное использование объектов авторского права. Использование нелегального ПО подпадает под действие данной статьи. Последствиями незаконного использования объектов авторского права являются:

- штраф в размере до 200 000 рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до восемнадцати месяцев, либо
- обязательные работы на срок от ста восьмидесяти до двухсот сорока часов, либо
- лишение свободы на срок до двух лет.

Если стоимость прав на использование ПО превышает 50 000 рублей, нарушения, предусмотренные данной статьей, признаются совершенными в крупном размере (250 000 рублей — в особо крупном размере) и наказываются лишением свободы на срок до шести лет со штрафом в размере до 500 000 рублей.

Обязательным условием применения данной статьи УК будет являться наличие **умысла**, который доказывается путем направления в организацию-нарушитель писем о недопустимости использования нелегального ПО и предупреждения об установленной законом уголовной ответственности.

На практике уголовная ответственность часто выражается в форме штрафа. Даже если размер ущерба значителен, а организация лишь использовала нелегальное ПО, суды пока придерживались либеральной позиции, и самая жесткая мера наказания подразумевала условное лишение свободы.



### Основания и порядок проведения правоохранительными органами мероприятий по установлению фактов незаконного использования нелегального ПО

Органами, уполномоченными на проведение проверок финансовой, хозяйственной и торговой деятельности юридических лиц, являются оперативные подразделения Министерства внутренних дел РФ в сфере борьбы с экономическими преступлениями (Департамент экономической безопасности), отдел по борьбе с правонарушениями на потребительском рынке (ОБППР) и отдел «К» или отдел «Р» (в зависимости от региона название и принадлежность к тому или иному правоохранительному органу будет различаться). Основанием для проведения проверок служит наличие данных о влечении уголовную или административную ответственность нарушения законодательства. В качестве таких данных может служить обращение компании-правообладателя ПО либо агентства по защите, представляющего интересы правообладателей и распространителей программ ЭВМ. Однако следует иметь в виду, что ревизия ПО может происходить и по иным основаниям, в частности, связанным с хозяйственной деятельностью организации.

### Меры по минимизации риска привлечения к ответственности за использование нелегального ПО

- Некоторые компании-правообладатели ПО предоставляют НКО значительные скидки и льготные условия при покупке лицензионного ПО. Ярким примером является корпорация «Майкрософт». Так, в марте 2009 года стартовала программа технологической поддержки некоммерческих неправительственных организаций «инфоДонор» (подробнее о программе на сайте [www.infodonor.ru](http://www.infodonor.ru) и во втором номере журнала «Благотворительность в России»).
- Многие компании-правообладатели перед инициированием проверок присылают письма с просьбой приобрести лицензию на их программы. Письма могут направляться и органами внутренних дел. Их главной целью будет являться доказывание умысла при использовании нелегального ПО, что позволит привлечь должностных лиц к уголовной ответственности. Получение такого письма является первым сигналом к возможной проверке. В такой ситуации будет благоразумно инициировать переговоры о приобретении лицензии и удалить все нелегальные программы с компьютеров организации. Необходимо помнить, что переговоры с правообладателем не означают того, что проверка не состоится.
- Сотрудники организации не должны самостоятельно устанавливать программы и переносить файлы, сомнительные с точки зрения законности их использования, на компьютеры организации. Это также будет являться основанием для привлечения организации к ответственности при проведении проверок. Целесообразно указать такой запрет в правилах внутреннего трудового распорядка и (или) включить в тексты трудовых договоров.
- Альтернативой использования лицензионного ПО является установка так называемых открытых программ (freeware), которые обращаются на основании открытой лицензии, не требующей оплаты. Открытая лицензия дает пользователю право запускать, изучать, распространять и улучшать определенную программу. Соответственно, использование такого ПО освобождает пользователя от предоставления документов, удостоверяющих соблюдение лицензионного законодательства.

Необходимо также принимать во внимание, что свободное ПО может использоваться наряду с лицензионным. Например, имея лицензионное ПО определенного производителя, можно использовать программу, которая находится в свободном доступе в Интернете и служит свободной альтернативой лицензионной программе. ■



## Программа технологической поддержки некоммерческих и неправительственных организаций

Миссия программы «инфоДонор» заключается в помощи некоммерческим и неправительственным организациям (НКО/НПО) в получении доступа к пожертвованиям программного и аппаратного обеспечения ряда международных партнеров-доноров.

Программа содействует НКО/НПО в оптимизации использования ограниченных средств на приобретение необходимых, но зачастую дорогостоящих технологических продуктов для решения задач деятельности организаций, создания и максимально эффективном использовании информационной инфраструктуры организации, в повышении уровня информационно-технологической культуры организации.

Одной из ее важнейших целей является снижение уровня цифрового неравенства между коммерческим и некоммерческим сектором экономики, а также между различными регионами.

Программа «инфоДонор» была анонсирована в июле 2008 г. С сентября 2008 г. по март 2009 г. проходил этап тестирования. Официально программа стартовала 19 марта 2009 г.

Реализация программы «инфоДонор» осуществляется совместно двумя организациями:

- Институтом развития информационного общества (ИРИО) — независимой исследовательской и сервисной организацией. Более 10 лет работающей в сфере развития информационного общества в России ([www.iis.ru](http://www.iis.ru))
- TechSoup Global (Калифорния, США) — старейшим (основано в 1987 г.) и крупнейшим некоммерческим агентством технической помощи в США ([www.techsoup-global.org](http://www.techsoup-global.org))

В программе могут участвовать некоммерческие и неправительственные организации, действующие в следующих целях: борьба с бедностью, содействие социальному обеспечению, развитие культуры, охрана окружающей среды и др.

Приглашаем российские НКО/НПО организации к участию в программе «инфоДонор»!

### По вопросам участия в программе «инфоДонор» обращайтесь:

Институт развития  
информационного общества

Адрес: **101000, Россия, Москва,  
Главпочтамт а/я 716**

Тел./Факс: **7 (495) 625-19-28  
7 (495) 625-17-27**

E-mail: **[infodonor@infodonor.ru](mailto:infodonor@infodonor.ru)  
[www.infodonor.ru](http://www.infodonor.ru)**

# От всего сердца с размахом

Борис Резниченко

**Два благотворительных гольф-турнира  
прошли в Москве в один день в конце августа  
и практически по одному и тому же сценарию.**

**П**ервый турнир, организуемый компанией Deloitte уже седьмой год подряд, собрал на территории подмосковного «Ле Меридиен Москоу Кантри Клуб» в основном иностранцев, работающих в России. Одновременно на другом конце Москвы в городском гольф-клубе была слышна преимущественно русская речь. Там проходил благотворительный турнир Фонда поддержки и развития гольфа «Гольф от всего сердца». Особенность этого фонда в том, что любая собранная в день турнира сумма удваивается за счет европейского фонда с аналогичным названием. Это мероприятие проводилось в России впервые и отныне станет ежегодным. Оба турнира прошли с размахом: более ста компаний в них приняли участие или оказали спонсорскую поддержку, а по завершении игры гостей ждал торжественный гала-ужин с церемонией награждения победителей и розыгрышем призов благотворительной лотереи. На проведенном Российским фондом «Гольф от всего сердца» турнире в общей сложности было собрано полтора миллиона рублей. Символический чек на эту сумму был передан главному врачу Российской детской клинической

больницы профессору Н. Н. Ваганову. Компания Deloitte собрала около 5 млн. рублей, которые были переданы благотворительной организации «Юнайтед Уэй — Россия».

Казалось бы, число гольфистов в России не так велико, но благотворительным турнирам «бороться» за них не приходится. Желающих принять участие более чем достаточно. Проблем со спонсорами тоже не возникает.

Как выбираются партнеры-получатели собранных средств? Так сложилось, что обычно это крупные и известные фонды, что в общем-то легко объяснить: организаторами и участниками турниров по гольфу выступают тоже крупные и известные компании.

Однако и начинающие фонды тоже могут стать партнерами престижных турниров. По словам управляющего партнера компании Deloitte Дэвида Пирсона, «если ко мне придет человек из неизвестной НКО, которому я смогу прямо посмотреть в глаза, который ясно объяснит мне, чем занимается его фонд, и который вызовет у меня простое человеческое доверие, — то у него есть все шансы завязать партнерские отношения с такой крупной компанией, как Deloitte». ■



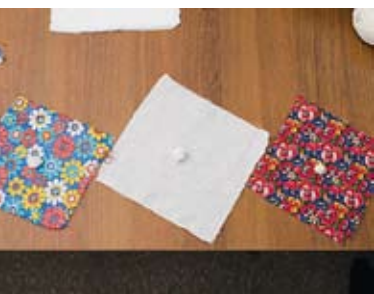




# Тряпичная кукла своими руками

5 декабря в московском центре дизайна ARTPLAY на Яузе прошел Fun&Charity Fest — развлекательный фестиваль нового поколения «Добрый день». Заявленная цель фестиваля: показать, что благотворительность — это весело и креативно, — была реализована на все 100 процентов.

Среди множества интересных мероприятий наши корреспонденты не могли пройти мимо мастер-класса Юлии Хлопениной из некоммерческого партнерства приемных семей «Орион» ([www.orionfuture.org](http://www.orionfuture.org)).



**1**

Для изготовления «туловища» и «юбки» куклы необходимо 3 лоскута ткани (1 белый и 2 одинаковых цветных) и 3 тугих ватных шарика.

**2**

Складываем лоскуты по диагонали.



**3**

Надежными белыми нитками плотно затягиваем ватные шарики в центре лоскута.

**4**

Заготовки из цветной ткани прикладываем горизонтально на белую заготовку и надежно фиксируем ниткой.





## 5

Следующий этап — изготовление «рук». 2 лоскута ткани поочередно складываем в форме конверта и плотно скручиваем трубочкой.

У ровного основания делаем крепкий узел, выделяя кисть. «Руки» крепим к заготовке «тела» по бокам под «грудью» нитками.



## 6

Следующий этап — изготовление фартука. Крепление производится таким образом, чтобы фартук закрывал все фиксирующие нити.



## 7

Изготавливаем платок из треугольного лоскута. Завязываем платок «бабушкиным способом».

## 8

Вот так выглядит готовая лоскутная кукла-оберег.

Эта кукла-оберег изготавливается с давних времен без использования ножниц и иголки. Лоскуты отрываются руками. Она создает ощущение гармоничного и целостного мира у ребенка, который играет такой куклой. Куклу клали в колыбель новорожденному. ■



E-mail Юлии Хлопениной: [julya\\_tuman@mail.ru](mailto:julya_tuman@mail.ru)

## Рыцари «Тульского дозора»



только услышать рассказы экскурсоводов, но и потрогать некоторые исторические экспонаты.

Побывав в музее, ребята переместились в крестьянскую избу XVI века с бытовыми принадлежностями того времени. Там можно было испытать на прочность ухват, покрутить гончарный круг и взвесить в руках настоящий молот. Дальше была экскурсия на завод «Тульская гармошка». Среди ребят нашлись профессиональные музыканты, которые с удовольствием испытали разнообразные инструменты.

На обратном пути путешественников ждал сюрприз — в автобусе обнаружилось послание, в котором говорилось, что на них возложена особая миссия — победить темную силу. С этого момента начался самый настоящий квест. Отгадывая загадки, ребята попадали то в экзотариум, то в древнюю крепость. Отгадка была найдена в музее «Тульский пряник». Темные силы, оказывается, сладкоежки, и одолеть их можно только пряником. За этим дело не стало, совместными усилиями была одержана победа. Победителей наградили и посвятили в рыцари «Тульского дозора», в подтверждение чего вручили специальный диплом.



Если мир погружается в темноту, его наполняют звуки и ощущения. Сложно представить обзорную экскурсию для слепых. Однако туристической компании «Росздрав» в сотрудничестве с ВООИ «Центр паралимпийского спорта» удалось придумать и организовать увлекательное путешествие по Тульской области для инвалидов по зрению из Москвы и Подмосковья.

Экскурсия для незрячих была разработана впервые. Организаторы оплатили проживание и питание ребят, а сотрудники музея-заповедника «Куликово поле» адаптировали свою программу специально к приезду особых гостей. Подготовили экспозицию таким образом, чтобы экскурсанты смогли не





## Роза из арбуза

**Н**е всякий возьмется приготовить правильный английский штрудель или художественно нарезать арбуз. Может быть, это и не очень сложно, но во всем есть свои секреты. Повара их знают, но делятся неохотно. Однако не в этом случае. Национальная гильдия шеф-поваров и City safe «На лестнице» провели в Москве кулинарный мастер-класс для воспитанников социального приюта для детей и подростков «Солнцево». Ребята даже и не догадывались, насколько увлекательным может быть процесс готовки еды. Особенно если делают это мастера, известные шеф-повара. Сначала дети смотрели, потом пробовали все делать сами. Президент национальной гильдии шеф-поваров России Александр Филин рассказал, что для всех членов гильдии поездки благотворительность — дело привычное, однако для этого мероприятия специалистов выбирали «с педагогическим уклоном», только тех, кто может доступно рассказать, как правильно и интересно готовить еду. Хотелось бы, чтобы дети поняли, что кулинария — это не ремесло, это искусство. А повар — своего рода художник.

Закончился мастер-класс вручением подарков. В знак благодарности ребята подарили своим наставникам-поварам сделанные собственными руками сувениры.



фото Татьяны Тихомировой, Юлии Зацепиной и Ольги Бубис

## Дед Мороз — волонтер

**Н**аучиться с достоинством носить шубу и длинную бороду не такое простое занятие, быстро гримироваться и спонтанно лицедействовать еще сложнее. Но это только начало, внешний вид он ведь только для антуража. Куда важнее изучить психологию детей, понимать, как они реагируют на различные репризы. Всему этому берутся обучить в школе Дедов Морозов, недавно открывшейся в Нижнем Новгороде. В учебное заведение сказочного персонажа уже набрали 70 взрослых учеников. Все премудрости артистической профессии они будут изучать два месяца и сдадут выпускные экзамены. Организовали школу общественная организация Семейный центр «Лада» и волонтерское

движение «Милосердие», которые в июне этого года победили на городском конкурсе социально значимых проектов «Будущее Нижнего» и получили финансовую поддержку из городского бюджета.

Выпускники школы будут работать на новогодней благотворительной акции «Добрый Дедушка Мороз». Кроме того, все они получают вполне определенное задание — навестить с поздравлениями и подарками не менее 300 семей, где есть дети с ограниченными возможностями.





## Социальный погребок

Кому неизвестно, что зима тогда хороша, когда полон погребок. В Ульяновской области сложилась добрая традиция. По осени люди участвуют в благотворительной акции «Наполни социальный погребок»: собирают урожай в крестьянских хозяйствах и садовых товариществах и пополняют запасы пенсионеров. Овощи, фрукты, соленья и варенья — все принимается с благодарностью. Организатору акции — Департаменту социальной защиты населения, удалось сделать ее действительно массовой. Активная информационная кампания в прессе, многочисленные обращения к населению и руководству предприятий дают ощутимые результаты. За месяц проведения акции более 35 тысяч пенсионеров Ульяновской области получили благотворительную помощь на сумму около 10 миллионов рублей.

Пополнением погребка дело не ограничивается, энтузиасты взялись и за обновление гардероба. На собранные средства покупаются зимняя обувь и одежда, что не всегда просто сделать



на обычную пенсию. При распределении продуктов и вещей организаторы делают акцент на благодарности к старшему поколению, что зачастую куда важнее запасов на зиму.



# «Серебряный лучник» для благотворителей

Национальный благотворительный фонд и Попечительский совет Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» учредили специальный приз на лучший PR-проект в сфере благотворительности.

О общеизвестно, что у некоммерческих организаций есть сложности с публичностью. Почти всегда имеются проблемы с бюджетом: деньги идут на конкретные проекты и на непосредственное выживание. Тратить их на создание имиджа кажется совсем расточительным, да и подчас некорректным. Нанять грамотного PR-специалиста может позволить себе только крупный фонд. В итоге — интересные мероприятия, о которых никто не знает, большая и результативная

работа, итоги которой могут оценить только сами организаторы... И как следствие — дефицит доверия, который все так хотят преодолеть... Однако не все так печально. Имеются примеры (и их немало) ярких креативных решений и эффективных информационных кампаний. Сейчас, в непростой для благотворительности ситуации, самое время поддержать тех, кто смог благодаря творческим находкам и умелой организации создать добрую славу некоммерческому сектору. Лучше всего это можно сделать через профессиональную оценку и признание. Национальная премия «Серебряный лучник» — наиболее уважаемая среди профессиональных конкурсов, проводящихся в России. За 12 лет в конкурсах на соискание национальной премии

приняли участие более 1 500 проектов. И в предыдущие годы среди них были благотворительные, но в 2009 году эта категория выделена в отдельную.

Специальный приз Национального благотворительного фонда и Попечительского совета Национальной премии «Серебряный Лучник» будет вручен некоммерческой организации либо коммерческой компании, представившей лучший PR-проект, продвигающий благотворительные инициативы.

**По материалам конкурсных проектов Национальный благотворительный фонд планирует выпустить сборник лучших практик общественных связей третьего сектора, а наиболее интересный опыт благотворительности будет освещаться на страницах журнала «Благотворительность в России»**

По материалам конкурсных проектов Национальный благотворительный фонд планирует выпустить сборник лучших практик общественных связей третьего сектора, а наиболее интересный опыт благотворительности будет освещаться на страницах журнала «Благотворительность в России».

### **КАК ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ?**

Принять участие в конкурсе PR-проектов могут авторы или авторские коллективы, реализовавшие PR-проекты в благотворительной сфере в текущем году. Для участия в конкурсе необходимо выслать заявку по адресу [sub@rusblago.ru](mailto:sub@rusblago.ru) (либо заполнить заявку на сайте Национальной премии [www.luchnik.ru](http://www.luchnik.ru)) и выслать проект, оформленный в соответствии с конкурсными требованиями, в Национальный благотворительный фонд.

Решением Попечительского совета «Серебряного лучника» заявки по благотворительным проектам некоммерческих организаций освобождаются от выплаты регистрационного взноса. Коммерческие органи-



## Серебряный Лучник

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ

зации и аффилированные с ними структуры вносят регистрационный взнос в полном объеме (формы для заполнения представлены на сайте конкурса [www.luchnik.ru](http://www.luchnik.ru)). Прием конкурсных проектов проводится до 31 декабря 2009 года. После подведения итогов конкурса победители будут приглашены на церемонию вручения Национальной премии «Серебряный Лучник», которая состоится 27 января 2010 года в Москве.

### **КАК ПРЕДСТАВИТЬ ПРОЕКТ?**

Проект должен состоять из 2 частей: рабочего плана и описания хода проекта. Рабочий план включает: название проекта, сведения об авторе или авторском коллективе и организации, сведения о заказчике, сроках осуществления, цели и задачи, описание целевых аудиторий,



коммуникационные стратегии, результат реализации проекта, его описание, тактику и креативные решения, экономику и результаты. Подробнее структура проекта и технические требования по оформлению представлены на сайте [www.rusblago.ru](http://www.rusblago.ru).

Проект должна сопровождать его электронная версия и краткая аннотация для публикации в каталоге конкурсных работ. Важно представить документальные подтверждения в виде пресс-клиппингов, фото и видеоотчетов.

Будьте разборчивы при подготовке материалов к конкурсу: возьмите несколько примеров, которые наилучшим образом иллюстрируют ваш проект.

Советуем спросить себя:

- Если бы вы были членом целевой аудитории, привлек бы проект ваше внимание?
- Будет ли информация связной, значительной и запоминающейся?
- Иллюстрирует ли проект ту программу, которая описана в вашем рабочем плане?

Если ваш проект будет номинирован на специальный приз, будьте готовы к его публичной презентации и защите.

### Как будет оцениваться проект?

Оценивает проекты экспертный совет конкурса, окончательное решение выносит жюри. Основные критерии:

оригинальность замысла кампании, стратегическое планирование, разнообразие методик и средств, сложность поставленных задач, достижение запланированного результата, качественные изменения отношения аудитории, общественный резонанс.

Понятно, что будет сделана поправка на малобюджетность благотворительных проектов, будет учитываться размер и масштаб деятельности организации-участника конкурса. Однако в отношении профессиональности проектов и мастерства их исполнения эксперты скидок делать не будут. Не надо забывать, что «Серебряный лучник» прежде всего профессиональный конкурс. И если не будет достойных по исполнению работ, то специальный приз вручаться не будет.

### Консультации по конкурсу

Для тех, у кого есть интересные проекты, но недостаточно опыта в оформлении заявок для профессионального конкурса, Национальный благотворительный фонд проводит консультации. Достаточно подготовить краткую заявку и описание проекта, направить их в фонд, и вам будут даны комментарии и ответы на все ваши вопросы. ■

**Основные критерии: оригинальность замысла кампании, стратегическое планирование, разнообразие методик и средств, сложность поставленных задач, достижение запланированного результата, качественные изменения отношения аудитории, общественный резонанс.**

### Адрес приема проектов:

115054, Москва, ул. Новокузнецкая, д. 34, стр. 1, Национальный благотворительный фонд (с пометкой на конверте: Конкурс «Серебряный лучник»). Тел.: (495) 951-22-22

# Подписка на журнал

Журнал «Благотворительность в России» распространяется бесплатно.

Чтобы получать журнал, нужно отправить заявку в произвольной форме по электронной почте **podpiska@rusblago.ru** или по факсу **(495) 953-0614**, указав:

- почтовый индекс и адрес,
- название организации,
- должность, фамилию, имя и отчество,
- адрес электронной почты.

Все без исключения заявки будут удовлетворены.

В том случае, если тираж журнала не позволит отправить очередной номер всем желающим, части подписчиков будет отправлена электронная версия журнала по e-mail.

Для компаний и частных лиц также открыта благотворительная подписка на журнал, все средства от которой будут направлены на целевые социальные программы Национального благотворительного фонда.

Стоимость подписки на первое полугодие 2010 года — 12 500 рублей.

Вместе с первым номером журнала каждый подписчик получит благодарственный сертификат Национального благотворительного фонда.

Заявку на благотворительную подписку нужно направить по электронной почте **podpiska@rusblago.ru** или по факсу **(495) 953-0614**.

Корпоративных подписчиков для правильного оформления платежных документов просим сразу присылать реквизиты компании.

В заявке укажите, на какие программы вы хотите направить средства вашей благотворительной подписки:

- детские благотворительные программы
- программы лечения и реабилитации инвалидов
- социальная поддержка ветеранов и пенсионеров
- программы социальной адаптации военнослужащих
- другие (укажите, пожалуйста, какие).

Отчеты о целевом расходовании средств будут регулярно публиковаться на официальном сайте Национального благотворительного фонда.

*Благодарим вас за внимание к журналу «Благотворительность в России»!*

## СПИСОК ОРГАНИЗАЦИЙ И ЛИЦ, УПОМЯНУТЫХ В НОМЕРЕ

(указан номер страницы, с которой начинается статья с упоминанием)

|                                                                  |        |                                                                                      |              |                                                                                   |    |
|------------------------------------------------------------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| !MOOZ, агентство                                                 | 34     | ИНТЕРКОММЕРЦ, коммерческий банк                                                      | 29           | Российская медицинская ассоциация, общественная организация                       | 10 |
| ARTPLAY, центр дизайна на Яузе                                   | 70     | Катаржина, некоммерческая организация                                                | 40           | Россия, телеканал                                                                 | 20 |
| Deloitte                                                         | 68     | Куликово поле, музей-заповедник                                                      | 72           | Сибирь-СПИД-Помощь, благотворительный фонд                                        | 10 |
| Leo Burnett, рекламное агентство                                 | 34     | Лаборатория социальной рекламы                                                       | 34           | Солнцево, социальный приют для детей и подростков                                 | 73 |
| Nike                                                             | 52     | Лада, семейный центр                                                                 | 74           | Сопrotивление, правозащитная общественная организация                             | 7  |
| Rekryterings Gruppen, реабилитационная организация               | 40     | Линия жизни, детский фонд                                                            | 60           | Столица, телеканал                                                                | 20 |
| TechSoup Global                                                  | 67     | Майкрософт                                                                           | 64           | Счастливый мир, благотворительный фонд                                            | 16 |
| АБ-ТВ, телекомпания                                              | 20     | Милосердие, волонтерское движение                                                    | 74           | Томский государственный университет                                               | 10 |
| Алтайская региональная организация инвалидов войны в Афганистане | 7      | Министерство внутренних дел РФ                                                       | 64           | Томский областной художественный музей                                            | 10 |
| Асиновский детский дом                                           | 10     | На лестнице, City safe                                                               | 73           | Томское отделение                                                                 |    |
| Бакчарский детский дом                                           | 10     | Надежда, реабилитационный центр для детей и подростков с ограниченными возможностями | 10           | Российского детского фонда                                                        | 10 |
| Благовест, благотворительный фонд                                | 10     | Настенька, благотворительный фонд                                                    | 16           | Трансаэро, авиакомпания                                                           | 16 |
| БУКВА, сеть книжных магазинов                                    | 39     | Национальная гильдия шеф-поваров                                                     | 73           | Тулская гармошка, завод                                                           | 72 |
| Всемирный фонд дикой природы                                     | 34     | Национальный                                                                         |              | Тулский пряник, музей                                                             | 72 |
| Высшая школа экономики                                           | 34     | благотворительный фонд                                                               | 6, 7, 15, 76 | Уайт энд Кейс ЛЛК, международная юридическая фирма                                | 64 |
| Гольф от всего сердца, фонд поддержки и развития гольфа          | 68     | Национальный технологический университет для незлышащих                              | 34           | Федеральное собрание Российской Федерации                                         | 4  |
| Государственная Дума                                             | 5      | Некоммерческое партнерство производителей рекламы                                    | 34           | Федеральный научно-клинический центр детской гематологии, онкологии и иммунологии | 16 |
| Государственный клуб, фонд подготовки кадрового резерва          | 7      | НТВ-мир, телеканал                                                                   | 20           | ФОКУС-МЕДИА, фонд социального развития и охраны здоровья                          | 34 |
| Даунсайд Ап, благотворительный фонд                              | 52     | Орион, некоммерческое партнерство приемных семей                                     | 70           | Форум доноров                                                                     | 44 |
| Детский благотворительный фонд имени Алены Петровой              | 10, 15 | Орлиное гнездо, детский дом                                                          | 10           | Центр паралимпийского спорта                                                      | 72 |
| Доверие, телеканал                                               | 20     | Перспектива, РООИ                                                                    | 16, 34       | Циркон, исследовательская группа                                                  | 44 |
| Единство, детский фонд                                           | 60     | Подари жизнь, благотворительный фонд                                                 | 16, 39       | Юнайтед Уэй — Россия, благотворительный фонд                                      | 68 |
| Звезда, телеканал                                                | 20     | Поделись теплом, благотворительный фонд                                              | 29           | ЮНИСЕФ                                                                            | 19 |
| Известия, газета                                                 | 7      | Право общественных интересов, институт                                               | 64           |                                                                                   |    |
| Институт общественного проектирования                            | 7      | Родные люди, благотворительный фонд                                                  | 30           |                                                                                   |    |
| Институт проблем гражданского общества                           | 7      | Ромир, исследовательский холдинг                                                     | 30           |                                                                                   |    |
| Институт развития информационного общества                       | 67     | Росздрав, туристическая компания                                                     | 72           |                                                                                   |    |
|                                                                  |        | Российская детская клиническая больница                                              | 68           |                                                                                   |    |
| Агеев Глеб                                                       | 30     | Корзун Дина                                                                          | 39           | Радашкович Элияху                                                                 | 20 |
| Алексеева Дарья                                                  | 34     | Костина Ксения                                                                       | 7            | Роза Дэнис                                                                        | 34 |
| Алексеева Евгения                                                | 34     | Костина Ольга                                                                        | 7            | Рубин Яков                                                                        | 20 |
| Алсу                                                             | 60     | Красова Вера                                                                         | 52, 60       | Рыгина Александра                                                                 | 60 |
| Андреев Валентин Григорьевич                                     | 6      | Кремер Берта                                                                         | 20           | Синяков Филимон Михайлович                                                        | 6  |
| Богача Евгения                                                   | 16     | Кремер Иосиф                                                                         | 20           | Скороваров Николай Николаевич                                                     | 6  |
| Бондаренко Александр Юльевич                                     | 6      | Кресс Виктор                                                                         | 10           | Слободская Мария                                                                  | 7  |
| Бурыкин Владимир Михайлович                                      | 6      | Ларсен Тутта                                                                         | 52           | Смагин Александр                                                                  | 60 |
| Ваганов Н. Н.                                                    | 68     | Леонова Татьяна Михайловна                                                           | 20           | Спиваков Владимир                                                                 | 52 |
| Ганьжина Людмила                                                 | 10     | Макаревич Андрей                                                                     | 52           | Стариков Сергей                                                                   | 20 |
| Гитлич Ехескель                                                  | 20     | Малюгин Юрий                                                                         | 20           | Стендзениекс Эрик                                                                 | 34 |
| Гольц Мариам                                                     | 20     | Марков Алексей                                                                       | 60           | Татьянкина Елена                                                                  | 10 |
| Грахов Виталий                                                   | 10     | Медведев Дмитрий                                                                     | 4, 6         | Тихонова Анастасия                                                                | 10 |
| Гребенюк Владимир Иванович                                       | 6      | Мишуков Владимир                                                                     | 52           | Уэйсман Кэрл                                                                      | 56 |
| Громова Мария                                                    | 60     | Моляков Алексей                                                                      | 6, 7         | Филин Александр                                                                   | 73 |
| Гросбейн Хаим                                                    | 20     | Монтацери Мерцад                                                                     | 60           | Хаматова Чулпан                                                                   | 39 |
| Дементьева Елена                                                 | 60     | Муртазалиев Мурад                                                                    | 16           | Хевлин Шимон                                                                      | 20 |
| Дименштейн Виктор                                                | 20     | Николаева Елена                                                                      | 60           | Хлопенина Юлия                                                                    | 70 |
| Елагин А. В.                                                     | 43     | Николайшвили Гюзелла                                                                 | 34           | Чашина Ирина                                                                      | 60 |
| Елизаров Александр Федорович                                     | 6      | Носов Владимир Алексеевич                                                            | 6            | Черно Марсело                                                                     | 60 |
| Задорин Игорь                                                    | 44     | Обносова Галина                                                                      | 10           | Шапарова Оксана                                                                   | 20 |
| Кабаева Алина                                                    | 60     | Парфенов Леонид                                                                      | 44           | Шарова Анна                                                                       | 34 |
| Каллер Яков                                                      | 20     | Петрановская Л.                                                                      | 30           | Шац Михаил                                                                        | 52 |
| Киселев Максим                                                   | 60     | Петрова Елена                                                                        | 10, 15       | Штейман Глория                                                                    | 56 |
| Киселев Николай                                                  | 20     | Пирсон Дэвид                                                                         | 68           | Эшве Альфред                                                                      | 60 |
| Киселева Татьяна                                                 | 20     | Познер Владимир                                                                      | 52           |                                                                                   |    |
| Конур Дэвид                                                      | 34     | Попов Станислав                                                                      | 60           |                                                                                   |    |





## НАЦИОНАЛЬНЫЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД

Простые и доступные механизмы  
пожертвований для частных лиц

# 7715

простой номер  
благотворительности

Отправьте SMS-сообщение\* 15 на номер 7715 –  
и вы поддержите **детские благотворительные программы**

Отправьте SMS-сообщение\* 19 на номер 7715 –  
и вы поддержите **программы лечения и реабилитации инвалидов**

Отправьте SMS-сообщение\* 32 на номер 7715 – и вы сделаете  
вклад в **социальную поддержку ветеранов и пенсионеров**

Отправьте SMS-сообщение\* 55 на номер 7715 – и вы  
поддержите **программы социальной адаптации военнослужащих**

*\* Стоимость отправки SMS на номер 7715 составляет 44 руб.  
Подробная информация об услуге – на сайте [www.sms7715.ru](http://www.sms7715.ru)*



Техническая работа SMS-сервиса  
обеспечивается компанией SMS Media Solutions.



# Серебряный Лучник

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ

## XIII церемония награждения

26-27 января 2010 года

Условия проведения конкурса на сайте [www.luchnik.ru](http://www.luchnik.ru)



**Впервые учрежден  
специальный приз  
«Лучший PR-проект  
в сфере  
благотворительности»**

**АРГУМЕНТЫ  
И ФАКТЫ** [www.aif.ru](http://www.aif.ru)

Официальный партнер  
Дня открытых  
презентаций



Официальный  
телекоммуникационный  
партнер



Официальный  
Интернет  
партнер



Официальный  
мониторинг  
партнер

