

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ В РОССИИ

№1(4)/2010

ЖУРНАЛ НАЦИОНАЛЬНОГО БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОГО ФОНДА РОССИИ



БОЛЬШЕ ДОНОРОВ – БОЛЬШЕ ЖИЗНИ!



**СЛУЖБА
КРОВИ**

государственная
программа развития
добровольного донорства

www.yadonor.ru
8 800 333 3330

Ежегодно около
1,5 миллионам россиян
требуется переливание
крови.

Сдавая кровь,
Вы спасаете чью-то жизнь.

В номере

” Когда человек побеждает себя, то это означает, что он имеет возможность управлять и своим разумом, и своей волей, и своими чувствами. “

ПАТРИАРХ МОСКОВСКИЙ И ВСЕЯ РУСИ КИРИЛЛ

” Едва ли современная женщина может повторить бодрый и святой вариант судьбы бабы Насти. И надо ли? “

**СЕРГЕЙ ШАРГУНОВ,
ПИСАТЕЛЬ**

” Для детей в больнице клоун — друг. С ним можно поговорить, обсудить свои проблемы, его ждут, без него скучают. “

**КОНСТАНТИН СЕДОВ
(ДОКТОР КОСТЯ)**

” В 2008 году мы решили, что будем заниматься помощью детям на профессиональной основе. “

**АЛЕКСАНДР ГОРДИЕНКО,
ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОГО
ФОНДА «КРЫЛЬЯ»**

” Нужно время, чтобы аффинити-карты закрепились на нашем рынке. “

**АЛЕКСАНДР БУГАЕВСКИЙ,
ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ БАНКА «ИНТЕРКОММЕРЦ»**

” Меня, например, приводят в замешательство просьбы типа «уменьшить — использовать повторно — подвергнуть переработке» или «Спасти Землю». “

**КАТЯ АНДРЕСЕН,
ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСА
NETWORK FOR GOOD**

Содержание

- Официально **04** **Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций»**
- Президент-
ский грант **12** **Илья Пыжин**
Проект «Содействие»
- Послесловие **16** **Игорь Цыкунов**
Белый цвет благотворительности
- Новости **19** **Расписные телефоны**
- Связь
поколений **20** **Дмитрий Ершов**
Бабушка-ОнЛайн
- Бизнес –
третьему
сектору **26** **Сергей Хомяк**
Вторая ежегодная конференция Microsoft «День некоммерческих организаций»
- Репортаж **28** **Елена Николаева**
Проводы сборной России на X зимние Паралимпийские игры
- Успешный
опыт **32** **Олег Жданов**
Кредитка сопричастности
- Тренд **36** **Александр Гордиенко**
Шаги развития: от молодежной организации к благотворительному фонду

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ В РОССИИ

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору 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.

№ 1(4), 6 апреля 2010 года
Тираж 5000 экземпляров
Бесплатно

Редакция приветствует письма читателей, внимательно рассматривает предложения авторов статей и публикаций и вступает с ними в переписку.

Использование материалов, опубликованных в журнале, разрешается только с указанием ссылки на журнал.

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

Фото на обложке:
© Andrey Starostin – Fotolia.com

К публикации принимаются материалы, ранее не публиковавшиеся в других изданиях. Предпочтительный объем статьи – от 5 до 15 тысяч знаков. Каждая рукопись должна содержать информацию об авторе, телефон, адрес почтовой и электронной почты.

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

Телефон: (495) 951-22-22
E-mail: press@rusblago.ru
Интернет-сайт: www.rusblago.ru

- Знакомьтесь **42** Геннадий Молчанов
Доктор Клоун
- Хорошие **48** Катя Андресен
советы **Правила Робин Гуда**
- Путешествие **54** Анатолий Попко
Почувствуй Париж
- Метод **58** Анна Мисаилова, Виктор Трифонов
Принцип доктора Перрона
- Хорошие **62** Ричард Борзов
книги **«Я – герой. У меня просто нет другого выхода...»**
- Мой герой **64** Сергей Шаргунов
Прекрасная Настена
- Консультация **68** **Нецелевое использование средств некоммерческими организациями**
- Новости **71** **Куклы от знаменитостей**
- Путевые **72** Борис Резниченко
заметки **Один день в Гранд-Айленде, штат Небраска**

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций

Федеральный закон направлен на реализацию положений Послания Президента России Федеральному Собранию, касающихся введения института социально ориентированных некоммерческих организаций, и на поддержку некоммерческих организаций, осуществляющих общественно полезную деятельность.

Данным документом вносятся изменения в четыре федеральных закона: «О некоммерческих организациях», «Об общих принципах организации законодательных (представительных и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации», «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» и «О защите конкуренции».

Статья 1

Внести в Федеральный закон от 12 января 1996 года № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, № 3, ст. 145; 2006, № 3, ст. 282; № 6, ст. 636; № 45, ст. 4627; 2007, № 49, ст. 6061; 2008, № 30, ст. 3616; 2009, № 23, ст. 2762; № 29, ст. 3607) следующие изменения:

1) статью 2 дополнить пунктом 2¹ следующего содержания:

«2¹. Социально ориентированными некоммерческими организациями признаются некоммерческие организации, созданные в предусмотренных настоящим Федеральным законом формах (за исключением государственных корпораций, государственных компаний, общественных объединений, являющихся политическими партиями) и осуществляющие деятельность, направленную на решение социальных проблем, развитие гражданского общества в Российской Федерации, а также виды деятельности, предусмотренные статьей 31¹ настоящего Федерального закона.»;

2) наименование главы VI изложить в следующей редакции:

«ГЛАВА VI. ПОДДЕРЖКА НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ. КОНТРОЛЬ ЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ»;

3) статью 31 изложить в следующей редакции:

«Статья 31. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И ОРГАНАМИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

1. Органы государственной власти и органы местного самоуправления в соответствии с установленными настоящим Федеральным законом и иными федеральными законами полномочиями могут оказывать некоммерческим организациям экономическую поддержку.

2. Оказание экономической поддержки некоммерческим организациям осуществляется в различных формах, в том числе в следующих формах:

1) размещение у некоммерческих организаций заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд в порядке, предусмотренном Федеральным законом от 21 июля 2005 года № 94-ФЗ „О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд“ (далее — Федеральный закон „О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд“);

2) предоставление гражданам и юридическим лицам, оказывающим некоммерческим организациям материальную поддержку, льгот по уплате налогов и сборов в соответствии с законодательством о налогах и сборах;

3) предоставление некоммерческим организациям иных льгот.

3. Не допускается предоставление льгот по уплате налогов и сборов в индивидуальном порядке отдельным некоммерческим организациям, а также отдельным гражданам и юридическим лицам, оказывающим этим некоммерческим организациям материальную поддержку.

4. Органы государственной власти и органы местного самоуправления в приоритетном порядке оказывают поддержку социально ориентированным некоммерческим организациям в соответствии с настоящим Федеральным законом.»;

4) дополнить статьей 31¹ следующего содержания:

«Статья 31¹. ПОДДЕРЖКА СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И ОРГАНАМИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

1. Органы государственной власти и органы местного самоуправления в соответствии с установленными настоящим Федеральным законом и иными федеральными законами полномочиями могут оказывать поддержку социально ориентированным некоммерческим

организациям при условии осуществления ими в соответствии с учредительными документами следующих видов деятельности:

1) социальная поддержка и защита граждан;

2) подготовка населения к преодолению последствий стихийных бедствий, экологических, техногенных или иных катастроф, к предотвращению несчастных случаев;

3) оказание помощи пострадавшим в результате стихийных бедствий, экологических, техногенных или иных катастроф, социальных, национальных, религиозных конфликтов, беженцам и вынужденным переселенцам;

4) охрана окружающей среды и защита животных;

5) охрана и в соответствии с установленными требованиями содержание объектов (в том числе зданий, сооружений) и территорий, имеющих историческое, культурное, культурное или природоохранное значение, и мест захоронений;

6) оказание юридической помощи на безвозмездной или на льготной основе гражданам и некоммерческим организациям и правовое просвещение населения, деятельность по защите прав и свобод человека и гражданина;

7) профилактика социально опасных форм поведения граждан;

8) благотворительная деятельность, а также деятельность в области содействия благотворительности и добровольчества;

9) деятельность в области образования, просвещения, науки, культуры, искусства, здравоохранения, профилактики и охраны здоровья граждан, пропаганды здорового образа жизни, улучшения морально-психологического состояния граждан, физической культуры и спорта и содействие указанной деятельности, а также содействие духовному развитию личности.

2. Для признания некоммерческих организаций социально ориентированными

федеральными законами, законами субъектов Российской Федерации, нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований могут устанавливаться наряду с предусмотренными настоящей статьей видами деятельности другие виды деятельности, направленные на решение социальных проблем, развитие гражданского общества в Российской Федерации.

3. Оказание поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям осуществляется в следующих формах:

1) финансовая, имущественная, информационная, консультационная поддержка, а также поддержка в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников и добровольцев социально ориентированных некоммерческих организаций;

2) предоставление социально ориентированным некоммерческим организациям льгот по уплате налогов и сборов в соответствии с законодательством о налогах и сборах;

3) размещение у социально ориентированных некоммерческих организаций заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд в порядке, предусмотренном Федеральным законом „О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд“;

4) предоставление юридическим лицам, оказывающим социально ориентированным некоммерческим организациям материальную поддержку, льгот по уплате налогов и сборов в соответствии с законодательством о налогах и сборах.

4. Субъекты Российской Федерации и муниципальные образования наряду с установленными пунктом 3 настоящей статьи формами поддержки вправе оказывать поддержку социально ориентированным некоммерческим организациям в иных формах за счет бюджетных

ассигнований соответственно бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов.

5. Оказание финансовой поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям может осуществляться в соответствии с законодательством Российской Федерации за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, местных бюджетов путем предоставления субсидий. Бюджетные ассигнования федерального бюджета на финансовую поддержку социально ориентированных некоммерческих организаций (в том числе на ведение реестра социально ориентированных организаций — получателей поддержки), включая субсидии бюджетам субъектов Российской Федерации, предоставляются в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

6. Оказание имущественной поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям осуществляется органами государственной власти и органами местного самоуправления путем передачи во владение и (или) в пользование таким некоммерческим организациям государственного или муниципального имущества. Указанное имущество должно использоваться только по целевому назначению.

7. Федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации и местные администрации вправе утверждать перечни государственного и муниципального имущества, свободного от прав третьих лиц (за исключением имущественных прав некоммерческих организаций). Государственное и муниципальное имущество, включенное в указанные перечни, может быть использовано только в целях предоставления его во владение и (или) в пользование на долгосрочной основе (в том числе по льготным ставкам арендной платы) социально ориентированным некоммерческим организациям. Эти перечни подлежат обязательному опубликованию

в средствах массовой информации, а также размещению в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на официальных сайтах утвердивших их федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, местных администраций.

8. Порядок формирования, ведения, обязательного опубликования перечней, предусмотренных пунктом 7 настоящей статьи, а также порядок и условия предоставления во владение и (или) в пользование включенного в них государственного и муниципального имущества устанавливаются соответственно нормативными правовыми актами Российской Федерации, нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации, муниципальными нормативными правовыми актами.

9. Государственное и муниципальное имущество, включенное в перечни, предусмотренные пунктом 7 настоящей статьи, не подлежит отчуждению в частную собственность, в том числе в собственность некоммерческих организаций, арендующих это имущество.

10. Запрещаются продажа переданного социально ориентированным некоммерческим организациям государственного или муниципального имущества, передача прав пользования им в залог и внесение прав пользования таким имуществом в уставный капитал любых других субъектов хозяйственной деятельности.

11. Федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации и местные администрации, оказавшие имущественную поддержку социально ориентированным некоммерческим организациям, вправе обратиться в арбитражный суд с требованием о прекращении прав владения и (или) пользования социально ориентированными некоммерческими организациями предоставленным им государственным

или муниципальным имуществом при его использовании не по целевому назначению и (или) с нарушением запретов и ограничений, установленных настоящей статьей.

12. Оказание информационной поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям осуществляется органами государственной власти и органами местного самоуправления путем создания федеральных, региональных и муниципальных информационных систем и информационно-телекоммуникационных сетей и обеспечения их функционирования в целях реализации государственной политики в области поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций.»;

5) дополнить статьей 31² следующего содержания:

«Статья 31². РЕЕСТРЫ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ — ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ПОДДЕРЖКИ

1. Федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации и местные администрации, оказывающие поддержку социально ориентированным некоммерческим организациям, формируют и ведут федеральные, государственные и муниципальные реестры социально ориентированных некоммерческих организаций — получателей такой поддержки.

2. В реестр социально ориентированных некоммерческих организаций — получателей поддержки включаются следующие сведения о некоммерческой организации:

1) полное и (если имеется) сокращенное наименование, адрес (место нахождения) постоянно действующего органа некоммерческой организации, государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации некоммерческой организации (основной государственный регистрационный номер);

2) идентификационный номер налогоплательщика;

3) форма и размер предоставленной поддержки;

4) срок оказания поддержки;

5) наименование органа государственной власти или органа местного самоуправления, предоставивших поддержку;

6) дата принятия решения об оказании поддержки или решения о прекращении оказания поддержки;

7) информация о видах деятельности, осуществляемых социально ориентированной некоммерческой организацией, получившей поддержку;

8) информация (если имеется) о нарушениях, допущенных социально ориентированной некоммерческой организацией, получившей поддержку, в том числе о нецелевом использовании предоставленных средств и имущества.

Порядок ведения реестров социально ориентированных некоммерческих организаций — получателей поддержки и хранения представленных ими документов, требования к технологическим, программным, лингвистическим, правовым и организационным средствам обеспечения пользования указанными реестрами устанавливаются уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.

Информация, содержащаяся в реестрах социально ориентированных некоммерческих организаций — получателей поддержки, является открытой для всеобщего ознакомления и предоставляется в соответствии с Федеральным законом от 9 февраля 2009 года № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления».

6) дополнить статьей 31³ следующего содержания:

«Статья 31³. Полномочия органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления по решению вопросов поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций

1. К полномочиям органов государственной власти Российской Федерации по решению вопросов поддержки социально

ориентированных некоммерческих организаций относятся:

1) формирование и осуществление государственной политики в области поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций;

2) разработка и реализация федеральных программ поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций;

3) мониторинг и анализ финансовых, экономических, социальных и иных показателей деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций;

4) формирование единой информационной системы в целях реализации государственной политики в области поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций;

5) финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по проблемам деятельности и развития социально ориентированных некоммерческих организаций за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета на поддержку социально ориентированных некоммерческих организаций;

6) пропаганда и популяризация деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций;

7) содействие региональным программам поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций;

8) организация официального статистического учета социально ориентированных некоммерческих организаций, определение порядка проведения выборочных статистических наблюдений за их деятельностью в Российской Федерации;

9) подготовка и опубликование в средствах массовой информации ежегодного доклада о деятельности и развитии социально ориентированных некоммерческих организаций в Российской Федерации, который должен содержать информацию об использовании бюджетных ассигнований федерального бюджета на поддержку социально

ориентированных некоммерческих организаций, анализ финансовых, экономических, социальных и иных показателей деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций, оценку эффективности мер, направленных на развитие социально ориентированных некоммерческих организаций в Российской Федерации, прогноз их дальнейшего развития;

10) методическое обеспечение органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов самоуправления и оказание им содействия в разработке и реализации мер по поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций в субъектах Российской Федерации и на территориях муниципальных образований;

11) установление порядка ведения реестров социально ориентированных некоммерческих организаций — получателей поддержки, а также установление требований к технологическим, программным, лингвистическим, правовым и организационным средствам обеспечения пользования указанными реестрами;

12) формирование инфраструктуры поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций.

2. К полномочиям органов государственной власти субъектов Российской Федерации по решению вопросов поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций относятся:

участие в осуществлении государственной политики в области поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций;

разработка и реализация региональных и межмуниципальных программ поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций с учетом социально-экономических, экологических, культурных и других особенностей;

3) финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по проблемам деятельности и развития социально ориентированных

некоммерческих организаций за счет бюджетных ассигнований бюджетов субъектов Российской Федерации на поддержку социально ориентированных некоммерческих организаций;

4) содействие развитию межрегионального сотрудничества социально ориентированных некоммерческих организаций;

5) пропаганда и популяризация деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций за счет бюджетных ассигнований бюджетов субъектов Российской Федерации на соответствующий год;

6) содействие муниципальным программам поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций;

7) анализ финансовых, экономических, социальных и иных показателей деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций, оценка эффективности мер, направленных на развитие социально ориентированных некоммерческих организаций в субъектах Российской Федерации, прогноз их дальнейшего развития;

8) методическое обеспечение органов местного самоуправления и оказание им содействия в разработке и реализации мер по поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций на территориях муниципальных образований.

3. К полномочиям органов местного самоуправления по решению вопросов поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций относится создание условий для деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций, в том числе:

разработка и реализация муниципальных программ поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций с учетом местных социально-экономических, экологических, культурных и других особенностей;

анализ финансовых, экономических, социальных и иных показателей

деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций, оценка эффективности мер, направленных на развитие социально ориентированных некоммерческих организаций на территориях муниципальных образований.».

Статья 2

Внести в Федеральный закон от 6 октября 1999 года № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1999, № 42, ст. 5005; 2003, № 27, ст. 2709; 2005, № 1, ст. 17, 25; 2006, № 1, ст. 10; № 23, ст. 2380; № 30, ст. 3287; № 31, ст. 3452; № 44, ст. 4537; № 50, ст. 5279; 2007, № 1, ст. 21; № 13, ст. 1464; № 21, ст. 2455; № 30, ст. 3747, 3805, 3808; № 43, ст. 5084; № 46, ст. 5553; 2008, № 29, ст. 3418; № 30, ст. 3613, 3616; № 48, ст. 5516; № 52, ст. 6236; 2009, № 48, ст. 5711; № 51, ст. 6163) следующие изменения:

1) пункт 2 статьи 26³ дополнить подпунктом 9¹ следующего содержания:

«9¹) поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций, благотворительной деятельности и добровольчества, организации и осуществления региональных и межмуниципальных программ поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций, благотворительной деятельности и добровольчества;»;

2) пункт 2 статьи 26¹¹ дополнить подпунктом «я²» следующего содержания:

«я²) имущество, необходимое для оказания поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям.».

Статья 3

Внести в Федеральный закон от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2003, № 40, ст. 3822; 2005, № 1, ст. 17, 25; 2006, № 1, ст. 10; № 23, ст. 2380; № 30, ст. 3296; № 31, ст. 3452; № 43, ст. 4412; № 50, ст. 5279; 2007, № 1, ст. 21; № 21, ст. 2455; № 25, ст. 2977; № 43, ст. 5084; № 46, ст. 5553; 2008, № 48, ст. 5517; № 49, ст. 5744; № 52, ст. 6236; 2009, № 48, ст. 5733; № 52, ст. 6441) следующие изменения:

1) часть 1 статьи 14 дополнить пунктом 34 следующего содержания:

«34) оказание поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям в пределах полномочий, установленных статьями 31¹ и 31³ Федерального закона от 12 января 1996 года № 7-ФЗ „О некоммерческих организациях“»;

2) пункт 25 части 1 статьи 15 дополнить словами *« оказание поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям, благотворительной деятельности и добровольчеству»;*

3) пункт 33 части 1 статьи 16 дополнить словами *« оказание поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям, благотворительной деятельности и добровольчеству»;*

4) в статье 50:

а) часть 2 дополнить пунктом 22 следующего содержания:

«22) имущество, предназначенное для оказания поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям, осуществляющим деятельность на территории поселения.»;

б) часть 3 дополнить пунктом 23 следующего содержания:

«23) имущество, предназначенное для оказания поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям на территории муниципального района.».

Статья 4

Внести в Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 31, ст. 3434; 2008, № 27, ст. 3126; № 45, ст. 5141; 2009, № 29, ст. 3601, 3610) следующие изменения:

1) пункт 4 части 1 статьи 17¹ дополнить словами *« социально ориентированным некоммерческим организациям при условии осуществления ими деятельности, направленной на решение социальных проблем, развитие гражданского общества в Российской Федерации, а также других видов деятельности, предусмотренных статьей 31¹ Федерального закона от 12 января 1996 года № 7-ФЗ „О некоммерческих организациях“»;*

2) часть 1 статьи 19 дополнить пунктом 13¹ следующего содержания:

«13¹) поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций в соответствии с Федеральным законом от 12 января 1996 года № 7-ФЗ „О некоммерческих организациях“».

Президент Российской Федерации
Д. Медведев

Проект «Содействие»

Илья Пыжин

Недавно благотворительным фондом «Здоровье Карелии» вместе с Карельским ресурсным центром общественных организаций была завершена реализация социально значимого проекта «Формирование системы многопрофильного сопровождения социально незащищённых категорий граждан в Республике Карелия «Содействие». Это был крупный проект, проходивший в 8 из 12 районов республики и охвативший более 3000 людей.

Целью проекта являлось формирование сотрудничества между социально незащищенными гражданами, третьим сектором, государственными и административными структурами, системой здравоохранения и социальной помощи. Реализация проекта была связана с непосредственным улучшением и развитием уже существующих услуг и видов помощи для граждан, имеющих пенсию или совокупный доход меньше прожиточного минимума, беженцев и мигрантов пенсионного возраста, одиноко проживающих или имеющих на попечении несовершеннолетних детей, инвалидов детства и немобильных граждан.

В основном мероприятия проекта финансировались на средства президентского гранта, частично — за счет фонда

Министерством здравоохранения и социальной защиты Республики Карелия.

Для многих пожилых людей дачи и загородные участки — хорошее подспорье для их небогатого бюджета. Сотрудники фонда «Здоровье Карелии» и работники совхозов республики организовали консультации специалистов по агротехнике на дачных участках. Волонтеры провели акции «Экологический десант» и «Милосердие», в рамках которых они убирали территории поселков и населенных пунктов, помогали высаживать овощи и фрукты, обрезать кусты и деревья.

Большой популярностью пользовались компьютерные курсы, на которых специалисты проекта учили всех желающих обращаться с персональным компьютером. Естественно, что пожилым трудно привыкать к новым технологиям, некоторые из них даже боятся современной техники, поэтому основной акцент в обучении был сделан на возможности Интернета для общения и получения свежих новостей. Ведь им так часто этого не хватает.

Агротехническими знаниями и компьютерными умениями и навыками дело не ограничилось. На специальных занятиях пенсионеры и инвалиды узнали, что такое гражданское общество, научились конструктивной деловой беседе с чиновниками, получили консультации по составлению заявлений, исков и жалоб.

Илья Пыжин — специалист благотворительного фонда «Здоровье Карелии»

«Здоровье Карелии» и пожертвований представителей бизнеса. Благотворительные акции по сбору гуманитарной помощи и последующей ее передаче нуждающимся были поддержаны

С незащищенными слоями населения активно работали психологи, которые проводили занятия по преодолению страха, искусству расслабления, психологические тренинги для молодых и пожилых инвалидов. Помогали настроиться и вести активный образ жизни, забыть о существующих проблемах и во всем



искать положительные стороны.

Вместе с волонтерами и сестрами городской поликлиники № 1 Петрозаводска работники фонда «Здоровье Карелии» и Карельского ресурсного центра общественных организаций посетили людей, имеющих ограничения в передвижении. Всем им была оказана психологическая помощь, решены вопросы юридического характера, нескольким ветеранам помогли устроиться в интернаты и дома сестринского ухода. А одному 89-летнему инвалиду помогли получить материальную помощь в Сбербанке как Почетному Донору, за многократную сдачу крови во время Великой Отечественной войны.

О волонтерах хочется сказать особо. В целом их можно разделить на две группы. В первую входили сами пожилые люди, при их участии были организованы консультативные советы, они помогали в организации и проведении праздничных чаепитий и выступлений. Вторую группу составили студенты старших курсов техникумов, училищ, колледжей и ВУЗов республики. К участию в проекте привлекались студенты юридического факультета, факультета политических и социальных наук Петрозаводского государственного университета и Медицинского колледжа в рамках их практики.

В рамках «Содействия» для целевых групп проекта был организован досуг. На базе социальных центров устраивались дискотеки, походы в библиотеки, на концерты музыкальной школы, просмотры и обсуждения кинофильмов. Для каждого праздника накрывались столы. Проходили встречи с творческими коллективами и молодыми волонтерами, на которых пожилые рассказывали о своей молодости, внуках и жизни, благодарили организаторов проекта за то, что они есть, и за ту помощь, которую они оказывают нуждающимся.

Старикам и инвалидам помимо психологической, консультационной помощи была также оказана и материальная поддержка. В рамках реализации проекта проведены такие интересные акции как «Играй, гармонь» и «Белошвейка». Через прессу была распространена информация об акциях, и в итоге жители Карелии передали в фонд 16 швейных машинок, 12 баянов и стиральную машину. Быстрее всего разошлись баяны: во многих социальных центрах, а также в Доме



сестринского ухода были созданы творческие музыкальные коллективы. Власти тоже помогли пенсионерам: министерство здравоохранения и социальной защиты Республики Карелия со своей стороны организовало акцию «Загадай желание», приуроченную ко Дню пожилого человека, в ходе которой особо

нуждающимся пенсионерам была подарена одежда и швейные машинки. Кроме того, фонд «Здоровье Карелии» организовал сбор одежды, книг и учебников в микрорайонах столицы республики, Петрозаводска, которые в дальнейшем были переданы в социальные центры и малообеспеченные семьи.

Вероятно, все эти события, изложенные на бумаге, покажутся скучными фактами, может быть, совсем незначительными, но поверьте, за ними — радость и слова благодарности, улыбки и слезы.

Работа велась не только непосредственно с так называемыми целевыми группами, но и с теми, кто должен и обязан помогать

пенсионерам и инвалидам в их нелегкой жизни. Психологами и медицинскими работниками был проведен ряд лекций и обучающих семинаров, посвященных геронтологии, первой доврачебной помощи, способам и средствам ухода за лежачими или ограниченными в передвижении людьми.

Были проведены и нестандартные мероприятия: руководители фонда «Содействие» разработали и провели ряд медитативных упражнений. Одним из таких упражнений являлась так называемая «Визуализация», суть которой заключалась в представлении себя 70–80-летним человеком. Участники

данного упражнения смогли почувствовать себя намного старше, более тонко и детально понять проблемы и нужды пожилых людей.

Финальной точкой проекта стал круглый стол, на котором участники и организаторы «Содействия» подвели итоги и наметили планы на будущее.



Хотя проект был закончен и успешно реализован, помощь фонда «Здоровье Карелии» незащищенным слоям населения республики не остановилась. За ним последовал карельско-польский проект «Неправительственные организации за улучшение условий жизни пожилого населения Карелии» по обмену опытом улучшения жизни пенсионеров. Сейчас в разгаре проект «Будущее России», в рамках которого выпускники ВУЗов читают для безработных и пенсионеров лекции, оказывают им психологическую и юридическую помощь. ■

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

Банковские реквизиты:

Некоммерческий детский благотворительный фонд
имени Алёны Петровой,
634506 пос. Светлый, д. 9, кв. 134.
р/с: 40703810664010102124 в ТО Сбербанка РФ 8616/121
к/с: 30101810800000000606 в ГРКЦГУ 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

Белый цвет благотворительности



Игорь Цыкунов

Когда обсуждалась идея специального приза «Серебряного Лучника» и Национального благотворительного фонда для лучшего PR-проекта в сфере благотворительности, было много сомнений. Кто-то считал, что проектов на конкурс придет мало — активность некоммерческих организаций слаба. Кто-то говорил об уровне — откуда в этой области профессионалы? Разве что крупные фонды могут позволить себе нанять PR-специалистов. Боялись самодеятельности. В результате приз утвердили с оговоркой, что он может не вручаться, если не найдется достойной работы. Это был эксперимент в чистом виде. И он не огорчил, а удивил и порадовал.

Активность

Всего на конкурс Национальной премии в области развития общественных связей было принято 116 заявок, из которых 61 — проекты, связанные с благотворительностью. Всего же интерес к конкурсу в той или иной мере проявило около 1000 некоммерческих организаций. Вообще, было подано больше сотни заявок, но после консультаций часть из них отозвали. По разным причинам: не успевали доделать презентацию проекта, возникли сомнения в качестве проекта, часто — решили усилить информационное сопровождение своей работы и в будущем году представить на конкурс достойный проект. В любом случае появился интерес. Многие заявители сообщили, что в процессе подготовки проектов проанализировали их с точки зрения связей с общественностью и поняли, что упустили ряд хороших возможностей для продвижения организации. И это, как нам кажется, очень ценный результат, при условии, конечно, что обнаруженные ошибки будут исправлены.

«Самодеятельность»

Она, конечно же, присутствовала. Около трети проектов преподносились, прежде всего, как социальные, и уже только поэтому достойные внимания и поощрения. Но это не в формате конкурса, где оценивалось в первую очередь PR-сопровождение проекта, а не его содержание. Однако была и другая треть проектов, профессионально и грамотно подготовленных, и они успешно конкурировали с работами коммерческих организаций и PR-агентств.

Победителями экспертный совет и жюри конкурса признали сразу два проекта: национальную благотворительную программу помощи больным детям «Доброе сердце» и социальный проект обучения компьютерной грамотности людей пожилого возраста «Бабушка-ОнЛайн». В первом случае были оценены масштабность работы и эффективность сбора денег, во втором — креативность и публичность, достигнутая при минимуме затрат.

Проекты победителей войдут в очередную том книги «50 лучших проектов национальной премии в области развития общественных связей» и станут в некотором роде образцами благотворительных проектов. В декабре 2010 года книга поступит во все книжные супермаркеты крупных городов России, Украины и Белоруссии, будет передана в научные и студенческие библиотеки крупнейших университетов Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, других городов России.

В книгу может быть включен и еще один проект, приз не завоевавший, но отмеченный экспертами. Это работа «Исцеление через творчество», представленная Благотворительным фондом реализации инновационных программ «Грани таланта». Сотрудники фонда привлекли внимание общественности к центру творческой реабилитации для детей с тяжелыми пороками сердца при Центре сердечно-сосудистой хирургии имени А. Н. Бакулева.

Хорошо оценили эксперты благотворительный проект «Последний герой» Ульяновской детской общественной организации туризма. Испытания и конкурсы экстремальной игры для трудных подростков не только зрелищны, но и эффективны. Каждый год по ходатайству организаторов 50–60 процентов подростков снимается с учета инспекции по делам несовершеннолетних. Отмечена конкурсная работа «Цветик-семицветик» Краснодарского фонда социальной защиты населения, популяризирующая помощь тяжелобольным детям. Хорошо представленные проекты дают и серьезный экономический эффект — собрано





76 миллионов рублей в пользу сотен маленьких пациентов больниц.

27 января 2010 года в Московском международном Доме музыки состоялась XIII церемония вручения Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник». Сцена была украшена цветовыми колоннами всех цветов радуги, которые меняли цвет по желанию лауреата. Красный называли символом красоты, радости, уверенности, кипучей энергии и победы; зеленый — любви и надежды; синий цвет ассоциировался со свободой и безграничным полетом; фиолетовый заявлялся как знак превосходства, гармонии и изысканности. Выбор цвета благотворительности склонился к белому, который, как известно, содержит в себе все цвета радуги.

После вручения специального приза Национального благотворительного фонда и Попечительского совета Национальной премии «Серебряный Лучник» сомнения уже не высказывались. Было принято решение о введении в конкурсе будущего года номинации для PR-проектов в сфере благотворительности.

Нас приняли в профессиональную среду. Мы доказали — в некоммерческой среде PR не только существует, но и может составить конкуренцию крупным компаниям и профессиональным агентствам.

P. S.

Недавно в Национальный благотворительный фонд приезжали гости из Саратовского фонда «Александр Невский». Пришли просто пообщаться, рассказать новости. Одна из новостей — после конкурса принято решение ввести в штат PR-специалиста. И, судя по планам, работы у нового сотрудника будет много. ■

Расписные телефоны

В Санкт-Петербурге расписали уличные телефоны. Семь современных петербургских художников и 250 детей из детских домов сделали из таксофонных будок арт-объекты.

Автографы художников и постеры-коллажи, составленные из рисунков, стихотворений и фотографий воспитанников детских домов украсили центральные улицы города. Зачинателями акции стали «митек» Дмитрий Шагин, скульптор Надя Зубарева, художники Наталья Краевская, Татьяна Николаенко, Ирина Дрозд, Надежда Анфалова, дизайнер Ирина Буланова и фотографы Солмаз Гуссейнова и Надежда Давыдова. Еще летом они стали волонтерами в летних лагерях, где отдыхали дети из интернатов. Вместе с художниками дети писали автопортреты и портреты друг друга, сочиняли космические приключения и

расписывали игрушечную посуду для маленьких принцев и принцесс, рисовали виды из окна и истории петербургских мостов. А потом все это богатство перекочевало непосредственно к горожанам. Акцию назвали «Дом», а девизом стали слова «Приходите в гости в детский дом».

Возле арт-таксофонов на Невском проспекте работали добровольцы благотворительного фонда «Милость». Они рассказывали всем любопытствующим о том, как стать волонтером и как можно помочь детям-сиротам. Попутно арт-волшебники раздавали сладкие сюрпризы — конфеты с автографами и пожеланиями художников. А сами расписные телефоны тоже участвовали в акции: по ним можно было позвонить на специальную «горячую линию» и узнать все необходимое про детские дома.



Бабушка— ОнЛайн

Дмитрий Ершов

Авторы проекта «Бабушка-ОнЛайн» удивляют сразу. Они не специалисты в компьютерах, но именно они первыми стали массово вовлекать людей пожилого возраста в освоение виртуальной реальности. Они не профессионалы в PR-технологиях, но именно они получили специальный приз Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» и Национального благотворительного фонда за лучший PR-проект 2009 года в сфере благотворительности.

Многим экспертам престижного пиаровского конкурса было интересно посмотреть на представителей Ассоциации инвалидов, ветеранов и блокадников. Их проект после первого же голосования вошел в список 15 лучших конкурсных работ. Наряду с проектами компаний «Комстар», «Мегафон», «Скай Линк», «ВТБ Капитал», «КЭС Холдинг». С идеей, вызывающей симпатию, и нулевым бюджетом (в отличие от конкурентов) на кампанию по ее продвижению.

На презентации проекта их было двое — Ася Константиновна Нестеровская и Николай Иванович Тесалов, они выступали не без волнения и очень искренне. На экране в это время фоном шли сюжеты многочисленных информационных программ, рассказывающих об интересном питерском проекте.

ОТ ТЕЛЕФОННОГО СПРАВОЧНИКА В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВО

Ассоциация инвалидов, ветеранов и блокадников известна в Санкт-Петербурге своими социальными программами. Их телефон есть в «Желтых страницах»

и справочной службе «09». Может быть, кто-то из молодежи и забыл о существовании подобных источников информации, но для пожилых людей они подчас единственные. В Ассоциацию постоянно звонили и задавали вопросы социального характера — «где найти»: лекарства, информацию о колясках, как оформить список документов на получение блокадного удостоверения, спрашивали о консультации юристов и психологов..., а социальные работники, никому не отказывая, обзванивали инстанции или искали необходимые сведения в Интернете.

— Мне стало ясно, что поиск социальной информации в Интернете сильно упрощает жизнь и экономит время, — рассказывает Ася Нестеровская. — Я начала опрашивать всех, кто звонил, не хотят ли они научиться пользоваться компьютером и Интернетом. Выяснилось, что желающих много. Но есть проблема — пожилые люди опасаются идти в обычные классы учиться вместе с молодежью, чтобы не показывать свой страх перед компьютером. Тогда я спрашивала, пойдут ли они учиться,



Сложное задание

если в классе будут люди только одного с ними возраста, и все соглашались.

Так появилась идея компьютерных курсов для пожилых пользователей.

Что делать, когда денег нет

Первая презентация программы «Бабушка-Онлайн» была проведена в октябре 2008 года и посвящена Дню пожилого человека. Дату выбрали неспроста, чтобы привлечь внимание средств массовой информации. И, надо сказать, не прогадали. Телевидение и печатные издания дали сюжеты и статьи. В течение первой же недели количество желающих обучаться перевалило за тысячу и с тех пор постоянно увеличивается. Однако с финансированием сразу же обозначились сложности — понятно, что Интернет никак нельзя назвать предметом первой необходимости и у органов соцзащиты есть куда более актуальные статьи расходов. С первого дня программа существует и действует исключительно на общественных началах. Обучающие классы оборудовали своими силами, принимая компьютерную технику в дар от друзей и

знакомых. Использовали организующую и направляющую силу Интернета. По форумам и блогам разослали предложение приносить в Ассоциацию ненужные комплектующие (мониторы, клавиатуры, платы памяти и т. п.)

Сначала курсы проводились в помещении самой Ассоциации с целью учета всех нюансов обучения пожилых людей и разработки методической базы. Затем было принято решение об использовании площадок из социального фонда для обучения компьютерной грамотности, для чего заручились поддержкой комитета по социальной политике Санкт-Петербурга. Ведь помимо денег у чиновников есть много возможностей помочь: где-то в предоставлении помещений, где-то — в организации мероприятий, где-то — информационной поддержке. И первый договор о партнерстве заключили с Городским обществом блокадников.

Проявили интерес к проекту и бизнесмены. Компьютерная фирма «АРУТЕК» подарила Ассоциации компьютеры для нового класса, сеть интернет-центров CAFEMAX предложила для занятий свой



Удачный урок



Ася Нестеровская знакомит вице-губернатора Санкт-Петербурга Людмилу Косткину (слева) с программой «Бабушка-Онлайн»

конференц-зал на Невском проспекте. Сейчас там обучается как люди пожилого возраста, так и люди с ограниченными возможностями (по слуху), в каждой группе — в среднем 15 человек. К началу 2010 года Ассоциация открыла еще 12 новых компьютерных классов в семи районах Санкт-Петербурга, доведя их число до 20, но их все равно не хватает — по самым скромным подсчетам, на сегодняшний день база желающих обучаться составляет более 5 тысяч человек.

Внуки-Онлайн

Первое знакомство с Интернетом происходит с помощью инструктора-добровольца из числа студентов. Упражнение «Найди себя в Интернете» обычно поражает учеников. Инструктор сообщает новичку: «Мы нашли 345 страниц, где упоминается ваша фамилия». И не сразу поймешь, как могло так оказаться — человек и не знал, что такое Интернет, а там уже про него что-то есть.

Молодежь учит пожилых петербуржцев работать с текстовыми файлами, писать электронные письма, искать важную информацию, ориентироваться в блогах и даже создавать собственные страницы и сайты.

— К нам на курсы люди приходят по собственному желанию, и они очень хотят научиться, — рассказывает Ася Нестеровская. — Поэтому, несмотря на то, что иногда объяснения приходится повторять несколько раз, в силу усидчивости и желания, основы компьютерной грамотности осваиваются успешно. Одна ученица стала переписываться с дочерью во Франции, другие ученики научились создавать свои странички, находят одноклассников, которых не видели десятки лет, общаются, обмениваются рецептами.

Разработкой учебных программ, как и преподаванием азов компьютерной и Интернет-грамотности занимаются добровольцы — студенты старших курсов технических вузов Санкт-Петербурга. Добровольческий клуб создан на базе Ассоциации. С первых дней реализации программы, в Ассоциации заработал



Ася Нестеровская и Николай Тесалов очаровывают экспертов «Серебряного Лучника»

технический отдел, в задачи которого входит подготовка оргтехники для классов и не только. Проект «Бабушка-ОнЛайн» предусматривает установку компьютеров и настройку Интернета дома у инвалидов. Вообще, молодые добровольцы — это обязательная часть программы. Так создаются условия для общения поколений. С взаимной, кстати, выгодой. Пока молодые люди объясняют бабушкам и дедушкам особенности техники, те, в свою очередь, помогают учителю освоить навыки публичного общения, доброжелательно поправляют, делятся своим житейским опытом.

Последователи

Успех проекта на конкурсе «Серебряный Лучник» не случаен. Информационная составляющая проекта впечатляет: 46 публикаций в прессе, 25 сюжетов на телевидении, 28 сообщений на радио, сотни презентаций проекта для представителей власти и заинтересованных в партнерстве организаций. Добрую славу создают и выпускники курсов, которые регистрируются в социальных сетях и активно пропагандируют проект на своих страничках.

За очень короткое время проект приобрел всероссийскую известность.

В Ассоциацию поступают предложения помочь в организации таких же курсов в Москве, Подольске, Ижевске, Саратове, Тамбове, Уфе.

— Самый главный успех проекта — в том, что он продолжает развиваться, — считает Ася Нестеровская. — База данных желающих учиться постоянно пополняется, открываются новые классы, и городские власти уже не надо убеждать, все стараются помочь.

Оценил необыкновенную популярность «Бабушек» и бизнес. Хороший опыт перенимается быстро.

Были и недобросовестные попытки клонировать проект — появился сайт с очень похожим названием, но с одним серьезным отличием: там за обучение пенсионерам предлагается заплатить.

Готовясь к участию в конкурсе «Серебряный Лучник», в Ассоциации подсчитали экономику проекта. Получилось, что по рыночным расценкам суммарная стоимость проведения презентаций, пресс-конференций, других мероприятий составила бы не менее 2 миллионов рублей (при этом не делалась оценка самого проекта,

договорились с российским представительством «Майкрософта» о предоставлении новейшего программного обеспечения.

Когда зашла речь о том, как будут развиваться «Бабушки» дальше, Ася Нестеровская поделилась собственной формулой успеха:

— Нам предлагают отдать проект целиком под заботу чиновников или коммерческих компаний. Мы этого не сделаем. Ни государство, ни бизнес с нашим проектом не справятся. Государство не сможет обеспечить такую помощь добровольцев, какую обеспечиваем мы. Вряд ли люди будут охотно отдавать компьютеры под госпрограмму, а нам отдают. Ни один бизнес не сможет собрать деньги под такой проект, потому что ему придется платить за все и вкладывать только свои средства, а мы можем привлечь деньги многих. Ну и потом — нам нравится то, что мы делаем! ■

Молодые добровольцы — это обязательная часть программы. Разработкой учебной программы и преподаванием азов компьютерной занимаются волонтеры — студенты старших курсов технических вузов Санкт-Петербурга.

компьютерного и программного обеспечения, стоимость аренды и труда преподавателей). Однако все было сделано добровольцами с помощью спонсоров и поддержки правительства Санкт-Петербурга.

На церемонию награждения специальным призом авторы проекта пришли в прекрасном настроении — с утра в этот день они

Бесплатное обучение компьютерной грамотности пожилых людей



www.babushka-on-line.ru



Чем вы можете помочь:

- оборудуйте компьютерные классы (новые компьютеры, расходные материалы, ПО)
- станьте волонтером-преподавателем
- напечатайте буклеты, плакаты, методички
- подарите б/у компьютеры для пенсионеров с ограниченными возможностями
- разместите информацию о проекте на вашем сайте, в печатных изданиях
- отправьте SMS-сообщение с цифрами **5560** на номер **7715***

Региональная общественная организация
«Ассоциация инвалидов, ветеранов и блокадников»

+7 (812) 317-85-53, 317-86-67

aiv-s-pb@ya.ru

* стоимость отправки SMS на номер 7715 составляет 44 руб.
Подробная информация об услуге – на сайте www.sms7715.ru

Вторая ежегодная конференция Microsoft «День некоммерческих организаций»

Сергей Хомяк

25 марта в Москве состоялся второй ежегодный «День некоммерческих организаций». В ходе мероприятия ведущие эксперты и партнеры Microsoft рассказали о новых инициативах по поддержке некоммерческого сектора. В условиях непростой экономической ситуации НКО особенно нужна помощь, и поэтому корпорация увеличивает свои инвестиции в технологическую поддержку третьего сектора.



развития информационного общества» начала реализацию программы «инфоДонор». Участникам «инфоДонора» — российским некоммерческим организациям — Microsoft предоставляет широкий перечень новейшего программного обеспечения.

Участники конференции были проинформированы о ходе реализации программы, условиях и преимуществах участия в ней. Большим успехом пользовались и, несомненно, оказались полезными индивидуальные консультации, проведенные специалистами Microsoft.

На конференции также была представлена новая для России программа Microsoft Authorized Refurbisher (MAR). Благодаря инициативе MAR на неновые компьютеры по самым минимальным ценам устанавливаются специальные версии операционных систем Windows XP Home и Windows XP Professional. Это позволяет эффективно использовать получаемые в качестве пожертвований компьютеры (стандартная ситуация — когда, например компании обновляют парк

В 2009 году корпорация Microsoft вместе с партнерами — международной некоммерческой организацией TechSoupGlobal и российской независимой исследовательской и сервисной организацией «Институт



компьютеров и ставшие ненужными ПК передают в благотворительных целях).

В партнерстве с некоммерческими организациями Microsoft реализует в России наиболее масштабные проекты по повышению компьютерной грамотности и развитию ИТ-компетенций: IDEA (www.idea-russia.ru) и «Твой курс» (www.tvoy-kurs.ru), в рамках которого поставлена цель в течение 3 лет обучить компьютерной грамотности более 1 миллиона россиян.

Партнерство Microsoft с НКО основано на взаимном стремлении к созданию проектов и программ, которые помогают развивать информационное общество, повышают качество образования и уровень социального и культурного развития, помогают решению проблем трудоустройства и в конечном итоге улучшают качество жизни людей. ■



выступает Инесса Грикурова, руководитель стратегических программ Microsoft в России

Проводы сборной России на X зимние Паралимпийские игры

Елена Николаева

18 февраля 2010 года в Зале Славы Центрального музея Великой Отечественной войны на Поклонной горе состоялась торжественная церемония проводов российской сборной на X зимние Паралимпийские игры в Ванкувере.



На сегодняшний день зимние Паралимпийские игры представлены пятью видами спорта. Российские спортсмены принимают участие в трех: в лыжной гонке, биатлоне и горных лыжах. Другие два вида — керлинг и хоккей-следж (хоккей на санях) — в нашей стране только осваиваются, тренировки проходят успешно, и есть все шансы достойно выступить на Олимпиаде в Сочи в 2014 году.

Спортсменов-паралимпийцев напутствовали официальные лица,

ветераны спорта, почетные гости. Пожелали удачи и побед Владимир Лукин и Владимир Жириновский, поделилась секретом успеха Светлана Хоркина:

— На тренировке будьте внимательны, на старте аккуратны, а на финише не жалейте себя! И тогда все получится, — сказала она.

— Будь моя воля, я бы сначала провела Паралимпийские, а потом уж Олимпийские игры, — поделилась своим мнением олимпийская чемпионка Светлана Журова. — Потому что после ваших

выступлений стыдно проигрывать. И, глядя на вас, понимаешь, что никогда не надо отступать, надо идти вперед несмотря ни на что!

Четырехкратный чемпион Паралимпийских игр Сергей Шилов от имени всех спортсменов заявил:

— Мы будем выступать достойно, будем бороться чисто и честно. Надеемся, что победа будет за нами.

Участники церемонии возложили цветы к Вечному огню.

В завершение проводов спортсмены и члены спортивной делегации встретились с Патриархом Московским и Всея Руси Кириллом в Храме Христа Спасителя, где был отслужен молебен на успешное выступление российской команды.



Из выступления Святейшего Патриарха Кирилла на встрече с российскими спортсменами-паралимпийцами

Дорогие спортсмены, сердечно приветствую вас в главном храме России — в Храме Христа Спасителя. Я радуюсь возможности встретиться с вами накануне Паралимпийских игр.

Спорт имеет значение не только для состояния человеческого организма, его физической составляющей, но и значение духовное, потому что главное в спорте — это победа над самим собой.





Российская сборная на Паралимпиаде в Ванкувере в общекомандном зачете заняла первое место, выиграв 38 медалей: 12 золотых, 16 серебряных и 10 бронзовых.

Когда человек побеждает себя, то это означает, что он имеет возможность управлять и своим разумом, и своей волей, и своими чувствами.

Что же касается вас, участников паралимпийского движения, то одним фактом своего участия вы свидетельствуете всему миру о победе человека над самим собой. Вне зависимости от результатов сам факт вашего участия в соревнованиях является выражением этой великой победы.

Мы часто говорим о том, что общество должно быть более внимательным к инвалидам, что общество нужно инвали-

дам, и это правильно. Но правильно и другое: инвалиды нужны обществу. Люди, которые несут на себе печать скорби и страдания, и которые побеждают в себе эту скорбь и страдание, являются ярким и сильным примером для всего общества. И в этом отношении особенно значимо то, что делаете вы. Я от всего сердца желаю вам успехов. Вы будете не только защищать цвета нашего флага, но и представлять нашу страну. Во многом по вам будут судить и о стране, и о народе нашем. Спортивные соревнования всегда связаны с большим напряжением сил. И я желаю вам крепости духа, потому что в тот момент, когда ослабевает физическая сила, сила духа может компенсировать физическую слабость. На этом основываются все победы — и в войнах, и в спортивной борьбе. Побеждает всегда человек, сильный духом. Поэтому мы с вами и помолились сейчас, чтобы Господь укрепил ваш дух, укрепил ваши физические силы, помог вам в том непростом деле, которое предстоит вам совершить в далеком Ванкувере. И пусть благословение Божие, молитвы всей нашей Церкви пребывают со всеми вами. ■



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

объединимся ради детей

юнисеф 



Кредитка

сопричастности

Олег Жданов

О многообразии методов фандрайзинга говорится много, но зачастую с уточнением, что не все они могут быть реализованы в российских условиях. Однако проходит время, и ранее недоступные инструменты начинают работать и у нас. В России начали выпускать аффинити-карты (от англ. *affinity* — сопричастность), а отечественные банки предоставляют для благого дела свои финансовые продукты.

ДОБРЫЕ КАРТЫ

Первые аффинити-карты появились в середине 80-х годов в США, и сегодня они широко используются по всему миру для



сбора средств в поддержку детских благотворительных организаций, фондов защиты природы и животных, для финансирования спортивных и образовательных учреждений. Основная идея благотворительных платежей заключается в следующем. Держатель аффинити-карты совершает свои обычные покупки, но при этом определенный процент потраченной суммы перечисляется на конкретную соци-

альную программу. Стоимость товаров и услуг для человека не меняется, с его карты снимается только та сумма, которую он заплатил. Благотворительный взнос за него делает банк, выпустивший эту карту.

В России история аффинити-карт только начинается, они уже не экзотика, но еще и не постоянная практика. Банк «Интеркоммерц» предоставил держателям новой карты VISA возможность совершать пожертвования в пользу 1500 детей-сирот из школ-интернатов и домов сирот в Псковской, Рязанской, Московской и Ярославской областях, находящихся под опекой благотворительного фонда «Поделись теплом». Банк обязуется ежеквартально перечислять в фонд 0,5% от суммы всех покупок держателя карты, а также ежегодно 50% от стоимости годового обслуживания карты за счет уменьшения собственного комиссионного дохода. Пожертвования будут направлены на лечение детей, страдающих заболеваниями различной степени тяжести, дополнительное обучение, психологическую поддержку, помощь при поступлении в ВУЗы и колледжи, а также на развивающие экскурсионные поездки и участие в интересных мероприятиях.

Один из инициаторов проекта Маартен ван ден Белт, генеральный директор VISA в России, говорит:

— Мы гордимся тем, что современные технологии VISA помогают не только развитию безналичных платежей в Рос-



сии, но и становятся инструментом для достижения таких благородных целей, как помощь нуждающимся детям.

Александр Бугаевский, председатель правления банка «Интеркоммерц», не скрывает удовлетворения от запуска проекта, но при этом осознает сложности, с которыми придется встретиться:

— Мы очень рады, что идея выпуска подобной карты была так горячо под-

держана всеми нашими партнерами.

Рынок финансовых услуг в России еще не настолько интегрирован в жизнь общества в целом, как, например, в странах Западной Европы; и банковских продуктов, несущих в себе не только экономическую, но и социальную функцию, у нас практически нет. Нужно время, чтобы аффинити-карты закрепились на нашем рынке.





МИШКА И ИЗБУШКА

Благотворительная кредитная карта, да еще и выпущенная в пользу детей, не может выглядеть обычно. Именно для этого фонд «Поделись теплом» решил провести конкурс рисунка среди воспитанников четырех своих подопечных учреждений: Рыбновской школы-интерната, Великолукской школы-интерната, Юровской школы-интерната и Угличского детского дома. Маленькие художники с энтузиазмом принялись создавать свои шедевры, за которые были вознаграждены разнообразными призами. Работы были выставлены в детской галерее «Якиманка», где все посетители смогли проголосовать за понравившийся рисунок. Победителя выбирало жюри в составе президента Благотворительного фонда «Поделись теплом» Марии Кузьминой, генерального директора VISA в России Маартена ван ден Белта, вице-президента банка «Интеркоммерц» Дениса Хренова и генерального директора детской галереи «Якиманка» Андрея Круглова. Лучшими были признаны работы Вадика Яковлева из Великолукской школы-интерната и Руслана Сконица из Рыбновской школы-интерната. Теперь на одной из карт красуется трогательный мишка с бочонком меда, придуманный Русланом, а на другой — сказочная избушка в зимнем лесу, нарисованная Вадиком.



ДЕТСКИЙ ПРАЗДНИК ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ

Конкурс был в сентябре, а в конце ноября Вадик с Русланом попали на праздник.

Презентовались карты с их рисунками. Гости делились на детей и взрослых, и скучать им было некогда. Одни весело осваивали игровые зоны Nintendo, разукрашивали витражные стекла и своими руками мастерили восковые свечи. Другие заполняли заявления на открытие благотворительных карт и прогуливались по галерее, где была представлена выставка рисунков детей-сирот, созданных совместно с известными актерами, певцами, дизайнерами. В числе авторов-живописцев оказались Константин Хабенский, Ингеборга Дапкунайте, Ольга Шелест, Оксана Фандера, Ирина Слуцкая, Катя Лель, Владимир Вдовиченков





Президент фонда «Поделись теплом» Мария Кузьмина показывает работу Руслана Сконица

и многие другие. Присутствующие здесь же Ольга Кабо, Ольга Прокофьева, Надя Сказка, Андрей Бильжо и артисты группы «ЧП» делились творческими затеями со своими соавторами, фотографировались с ними и своими детьми. И если маленькие зрители со всех сторон облепили сцену-подиум, где проходило шоу «Карабас-Барабас», то взрослые следили за «русским Шварценеггером» бодибилдером Александром Невским и звездой тенниса Анастасией Мыскиной, приобщавшими публику к здоровому образу жизни.

В показе детской одежды из коллекций «осень–зима 2010» приняли участие не только звезды детского модельного агентства, но и маленькие гости из детских домов.

Идея столь развлекательной презентации была, конечно же, удачной. Изготовить карту — одна история, а вот грамотно представить — другая. А тут и развлечение детям и взрослым, и вполне

себе серьезная фандрайзинговая акция. К слову, почетные гости праздника, а также самые активные участники состязательной части программы уже по ходу презентации получили в подарок карты VISA «Поделись теплом». Они прямо на месте смогли пополнить свой счет и тем самым стать полноценными участниками благотворительной программы.

Завершилось веселое и полезное мероприятие совместным чаепитием. Свечи на огромном праздничном торте с логотипом фонда задували все вместе. ■

Шаги развития: от молодежной организации к благотворительному фонду

Александр Гордиенко

В 2006 году группой студентов Российского государственного гуманитарного университета была создана Студенческая молодежная организация «Крылья», в рамках которой они объединились для того, чтобы в свободное время помогать детским домам.

Спустя три года был зарегистрирован Благотворительный фонд «Крылья», целью деятельности которого стала разработка программ социализации воспитанников детских домов и их внедрение в практику.



**Александр Гордиенко —
исполнительный директор
Благотворительного фонда
«Крылья»**

За три года организация из группы студентов, увлеченных идеей помощи детям-сиротам, превратилась в профессиональный благотворительный фонд. Профессиональный — потому что в работе нашего фонда присутствуют все направления, которые позволяют говорить об успешности: фандрайзинг, PR и работа со СМИ, международное сотрудничество, благотворительные и образовательные программы. Создан Клуб волонтеров, объединивший людей,

которые хотят участвовать в реализации образовательных проектов в детских домах, и клуб помощи детям-сиротам, участники которого на постоянной основе жертвуют деньги для программ фонда. Для воспитанников детских домов разработана программа социальной адаптации «Дорога в жизнь», проект по обучению защите своих прав «Я имею право», успешно реализуется программа по вовлечению студенчества в помощь детям-сиротам «Студенты-детям».

В этой статье мы постарались сформулировать те правила и те шаги, которые позволят любой инициативной группе со временем превратиться в профессиональную некоммерческую организацию. Итак, все начинается с идеи. В нашем случае речь идет об идее помощи детям-сиротам, ведь они, на наш взгляд, наиболее в ней нуждаются. Сначала мы мыслили так же, как мыслит любой человек, впервые решивший помогать детским домам: детям необходимы вещи, игрушки, книги, развивающие игры и простое человеческое общение. Дальше все было просто: мы нашли в Интернете московский Детский дом № 2, договорились о посещении и, подготовив развлекательную программу с призами и конкурсами, приехали в гости. Дети



Волонтеры Благотворительного фонда «Крылья»

поразили нас своей добротой и отзывчивостью, и трудно было не почувствовать, что мы и вправду им нужны. Мы стали приезжать еще, привозя с собой подарки, придумывая новые игры. Тогда, в начале 2006 года, мы были просто группой студентов, которые хотели помочь и даже не помышляли о создании какой-то организации. Однако уже через несколько месяцев наши взгляды изменились. Мы окончательно убедились в том, что та деятельность, которой мы занимаемся, необходима. Осознание этого подвигло нас к мысли о расширении поля деятельности: ведь есть и другие детские дома, воспитанники которых тоже обделены вниманием и заботой. Нам нужно было найти неравнодушных людей, готовых отдавать свое время и силы детским домам. Нам предстояло внятно объяснить этим людям, кто мы такие и чем занимаемся, убедить присоединиться к нам. Для этого мы решили придумать название нашей группе. Его предложила Таня Богданова, девушка, которая пишет красивые стихи и рассказы. «Крылья» — так мы стали называться — символ стремления к мечте, символ заботы и ласки. Но слово «Крылья» само по себе еще ничего не говорило, кто мы такие: клуб, кружок по интересам или рок-фестиваль? И тогда мы придумали указание на статус, который бы сразу говорил о том, кто мы есть. Статус наш стал звучать так:

Студенческая молодежная организация «Крылья». Сокращенно СМО «Крылья». Чтобы люди узнавали нас визуально, разработали логотип, представляющий собой два белых крыла. Имея название и логотип, мы стали рассказывать в стенах РГГУ о том, кто мы и что делаем, стали готовить стенды с заметками и фотоотчетами о поездках в детские дома. Так мы превратились из группы студентов в пусть и неофициальную, но организацию. **Мы сделали первый шаг.**

Затем мы взяли под опеку Салтыковский детский дом, расположенный в Московской области. В нем мы тоже проводили игры и общались с детьми. Вскоре люди, знающие о существовании нашей организации, но не ездящие по тем или иным причинам с нами в детские дома, стали интересоваться, где они могут посмотреть информацию о нас, заметки и отчеты о прошлых поездках, почитать об играх, которые мы проводим. Нам стал необходим сайт, где можно было бы выкладывать фотографии и размещать новости, чтобы люди знали, чем мы занимаемся. Мы сделали сайт www.krilya.mou.su. Также мы стали активно пользоваться возможностями официального сайта нашего университета. Мы стали узнаваемы, люди нам верили, охотно несли игрушки и вещи для детских домов, с радостью вступали в нашу организацию. Таким образом,

наладив информационное сопровождение нашей деятельности, мы добились положительного восприятия нас и нашей деятельности в глазах людей, доверия с их стороны. **Второй шаг был сделан.**

В 2007 году мы стали замечать, что воспитанники детских домов воспринимают нас по-особенному: в разговорах друг с другом ребята повторяют те мысли, которыми мы с ними делились раньше. Тогда-то нам пришла идея: вместо простого общения начать говорить ребятам какие-то полезные вещи, которые им могут пригодиться в жизни. Посоветовавшись с администрацией детских домов, мы поняли, что главной проблемой детей является вовсе не отсутствие вещей и игрушек, а неумение жить в обществе после окончания детского дома, трудности в социальной адаптации. Наиболее актуальные проблемы выпускников детских домов, по нашим наблюдениям, следующие: получение востребованного образования, устройство на хорошо оплачиваемую работу, умение планировать личный бюджет, соотносить доходы и расходы, умение самостоятельно принимать решения. Осознав это, мы стали строить работу нашей организации совершенно иначе. Ушли в прошлое «ручейки», «снежные комы» и прочие игры на знакомство и общение, нами была сделана ставка на серьезные образовательные игры, способствующие социальной адаптации ребят. С этого момента мы стали разрабатывать направление, которым тогда мало кто занимался — социально-образовательную деятельность. Так мы определили для себя собственную уникальность. Серьезность целей требует серьезности подходов к работе. Вскоре в организации появилась личная ответственность за результаты. Это понравилось не всем. Оказалось, что большинство тех, кто ездит в детские дома, не хочет серьезно подходить к решению проблемы, им гораздо ближе и проще играть и развлекать, не задумываясь о том, что детям такие игры большой пользы не приносят. Лишние люди отсеялись, с нами осталась небольшая команда, которой была безразлична проблема

социальной адаптации детей-сирот. Рано или поздно любая успешная организация начинает заниматься планированием деятельности. Мы не стали исключением: все разработанные игры были объединены в проект, у которого были четкие цели, задачи, методы реализации, а также сроки, оценка результатов и ответственные. Лучший способ проверить актуальность любого проекта — подать его на конкурс, где авторитетное жюри могло бы высказать свою точку зрения. Именно так мы и сделали: 26 апреля 2007 года наш проект «Крылья успеха», посвященный адаптации воспитанников детских домов в обществе, занял II место на конкурсе социальных проектов, проводимом префектурой Центрального округа Москвы и столичным департаментом семейной и молодежной политики. В ноябре 2007 года мы победили в российском конкурсе на участие в международном тренинге по обучению работе с детьми Training course on human rights education with children, и координатор программ социальной адаптации СМО «Крылья» Ольга Жарова представляла Россию в Европейском молодежном центре при Совете Европы. Ольга получила международный сертификат тренера по обучению работе с детьми. Наш успех в конкурсах подтвердил, что проблема, которую мы сформулировали, актуальна, а те пути преодоления проблемы, которые мы предлагаем, способствуют ее решению. Проект «Крылья успеха» был реализован в Салтыковском детском доме в конце 2007 года. Он состоял из модулей «Профессия», «Работа», «Семейный бюджет» и «Мой город — моя организация». Все модули проводились в виде ролевой игры, так как именно благодаря такой форме проведения дети лучше всего усваивают те или иные вещи. На наших глазах происходили позитивные изменения в ребятах, что не могло нас не радовать. Мы решили для себя, кто мы есть и что делаем, сформулировали проблему, над решением которой будем работать. Мы определили цель, задачи, методы работы организации, а самое главное — увидели первые результаты,



что еще больше убедило нас в необходимости продолжать работу. **Это стало третьим шагом.**

В 2008 году мы решили, что будем заниматься помощью детям на профессиональной основе и что со временем зарегистрируем благотворительный фонд, где сможем работать по своей специальности и разрабатывать социально-образовательные проекты. Эта идея пришла нам в голову после посещения семинара в санкт-петербургском Центре развития некоммерческих организаций. Именно там мы узнали, что некоммерческий сектор профессионализирован, что на хорошие проекты выделяются гранты и пожертвования, что в НКО возможен профессиональный и личностный рост. Мы решили уже сейчас использовать время, которое у нас есть до окончания университета, для получения опыта, знаний и навыков, которые нам пригодятся в дальнейшей работе уже в качестве сотрудников фонда.

Собственными силами мы изготовили буклеты, заказали визитки, разработали фирменный стиль объявлений и раздаточных материалов. Мы старались использовать профессиональные подходы к работе, чтобы подчеркнуть, что мы уже не обычная студенческая организация, а профессиональная

команда, решающая проблему социальной адаптации детей-сирот. У нас появилось несколько направлений работы, за каждое из которых есть ответственный: благотворительное направление, социально-образовательное направление, PR и работа со СМИ, фандрайзинг, работа с детскими домами и международное сотрудничество, администрирование сайта и дизайн. Четкое разделение деятельности по направлениям, профессиональная работа каждого из направлений, разработка фирменного стиля, участие в различных мероприятиях стали нашими приоритетами. **Это был четвертый шаг.**

2009 год полноправно можно назвать прорывным: мы наладили сотрудничество с несколькими ведущими некоммерческими организациями, а нашими информационными партнерами выступали журналы «Бизнес и общество» и «Благотворительность в России», газета «Акция». Партнерами и спонсорами стали компания «Юнилевер», салон «ОптикСити», журнал «National Geographic Россия», журнал YES!, газета The Moscow Times, издательский дом Independent Media Sahoma Magazines, мастерская событий «Эвентас», творческое объединение S-11, дом отдыха «ВКС-Кантри»,

студия «НеФАКТ продакшн». Мы присоединились к нескольким всероссийским информационным кампаниям, таким как: «Наши дети», «Права ребенка» ЮНИСЕФ, «Весенняя неделя добра».

Секрет сотрудничества прост: мы внимательно изучали деятельность каждого партнера и предлагали ему свои возмож-

них тренинг по нашей методике работы с детьми, они были готовы для этого приехать в Москву. Это еще раз подтверждало, что мы на верном пути. В 2009 году каждый член нашей команды отрабатывал навыки по руководимому им направлению. Весной мы взяли под опеку Ильинскую школу-интернат, где провели образова-

тельную игру «Город больших возможностей». В ходе этой игры ребята выбирали настоящие профессии, работали по ним, получали зарплату, которую потом могли потратить на аукционе, где разыгрывались хорошие вещи. Летом 40 ребят из Салтыковского детского дома и Ильинской школы-интерната стали участниками программы социальной адаптации «Республика Крыландия», проведенной в доме отдыха «ВКС-Кантри». В течение пяти дней ребята были гражданами собственного государства, избирали президента, министров, судей, составляли бюджет, учреждали собственные фирмы, получали зарплату, а в конце на аукционе могли приобрести себе мобильные телефоны, MP3-плееры, фо-



ности в плане организации и проведении мероприятий в РГГУ. Мы старались, чтобы каждый партнер получал свою, пусть и не материальную, выгоду от сотрудничества с нами. В частности, во время проведения благотворительных акций в РГГУ мы печатали баннеры с логотипами партнеров и транслировали видеоролики партнеров на проекционном экране на месте проведения акции, размещали их логотипы на сайте и листовках, раздаваемых волонтерами. В сентябре мы выступали в прямом эфире радиостанции «Маяк» в радиопрограмме «Адреса милосердия» с рассказом о нашем подходе к социальной адаптации воспитанников детских домов. После эфира нам звонили люди из регионов России, спрашивали, можем ли мы провести для

тоаппараты и другие ценные вещи. Деньги на проведение лагеря мы собирали в ходе благотворительных акций в РГГУ, писали письма различным организациям, просили дом отдыха сделать скидку, а транспортные компании — бесплатно предоставить автобусы. Как правило, нам шли навстречу, учитывая значимость и масштабность мероприятия. Отработка профессиональных навыков и позиционирование нас как полноценной организации — вот последний наш шаг в качестве СМО «Крылья».

17 декабря 2009 года Минюстом РФ был зарегистрирован Благотворительный фонд содействия социальной адаптации воспитанников детских домов «Крылья». Мы добились своего.

Эта статья — первое выступление в прессе в новом качестве! ■



СТУДЕНТЫ-ДЕТЯМ™

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

www.studenti-detyam.ru

ОРГАНИЗАТОР:



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД
«КРЫЛЬЯ»

www.krilyafond.ru



www.rgggu.ru



www.nashi-deti.ru



www.tak-prosto.org



www.nefaktpro.ru



www.rusblago.ru



apus
www.apusgroup.ru

Доктор Клоун

Мы познакомились с Костей на детском празднике — правильно, а где же еще можно встретить клоуна, как не рядом с детьми? В цирке, например...

А вот если дети болеют и не могут пойти в цирк? Тогда клоун должен прийти к детям!

Так все и начиналось несколько лет назад — молодых артистов, в числе которых был Константин Седов, попросили выступить перед малышами в Российской детской клинической больнице. Потом они выступили еще один раз, потом еще, а потом интуитивно пришли к понятию, мало кому знакомому сейчас, а тогда и вовсе неизвестному — больничная клоунада.

Больничная клоунада в мире существует более 25 лет. Эффективность ее воздействия на тяжелобольных людей привела к тому, что многие больницы включили докторов клоунов в штатное расписание. Лидерами в этой области стали школы клоунов в Канаде, Франции, Израиле, США, Бразилии, Швейцарии, где доктора клоуны успешно работают вместе с медицинским персоналом больниц.

Клоуны не врачи, они не могут вылечить, но могут серьезно помочь.

Чтобы рассказать и показать, как это происходит, Костя пригласил нас в РДКБ. — *Медицинские клоуны похожи на цирковых только внешне. Наша задача не развлекать и отвлекать, хотя это тоже присутствует. Для детей в больнице клоун — друг. С ним можно поговорить, обсудить свои проблемы, его ждут, без него скучают. Он старший товарищ, авторитет, как врач или мама. Поэтому больничные клоуны не такие безбашенные, как цирковые. В цирке всегда праздник, можно все, а у нас некоторые цирковые шаблоны просто исключены — никаких, например, ассоциаций с болью, слезами, никакой агрессии. Вообще медицинская клоунада — смесь циркового жанра, эстрадного, развлекательного, разговорного, фокусного, пантомимного, драматургического, ну*

и так далее. В Израиле медицинских клоунов готовят, например, в Университете Хайфы. Обучение длится три года и включает сценическое мастерство, психологию, физиологию, анатомию. Каждого из нас знают по имени: есть Доктор Зюзя, Доктор Кузя, Доктор Груша, Доктор Люся, Доктор Лейка, я — Доктор Костя. Все разные, кто-то лучше поет, другой лучше танцует или фокусы показывает. Стараемся посещать детишек 1–2 раза в неделю.

Они совсем взрослые, несмотря на возраст. Они мужественные, они понимают ценность семьи, мамы, серьезно относятся к лечению, труду врачей. Они многое пережили, ведь лечение длится год–два, иногда больше. С ними нельзя фальшивить. Иногда вообще никак не развлекаем, можем просто сидеть рядом и разговаривать.

Клоуны помогают лечению, это правда. По-разному бывает: ребенок отказывается от пищи, а вместе с клоуном, в игре, начинает есть. Иногда удается купировать боль — ему делают укол, а он смотрит на тебя, и ему не больно. Мы веселые, и дети тоже хотят быть такими же — бегать, прыгать, танцевать, а для этого надо быть здоровыми. Это называется усилением мотивации на лечение. А проще — появляется вера и сильное желание как можно быстрее вернуться в прежнюю, нормальную жизнь. ■



Константин Седов — директор некоммерческой организации оказания социально-культурной реабилитации детей с тяжелыми заболеваниями «Доктор-клоун»











Правила Робин Гуда

Катя Андросен

Некоммерческие проекты иногда настолько сложны, что для их успешного продвижения требуются отработанные десятилетиями коммерческие стратегии. Книга Кати Андросен «Маркетинг для современных Робин Гудов» о том, как применять принципы успешных маркетинговых стратегий в реализации благотворительных программ. Мы публикуем выдержки одной из глав книги, чтобы читатели смогли примерить этот подход к своему делу.



Маркетинг для современных Робин Гудов. Применяем принципы успешных маркетинговых стратегий в реализации благотворительных программ / К. Андросен (пер. с англ.) — М.: Эксмо, 2008

Издательский проект
Форума доноров

Просто сделай... что?

Пытаясь побудить потребителей совершить нечто, мы обычно испытываем искушение сделать две вещи: превратить аудиторию в приверженцев нашего проекта и предоставить ей максимум информации о нем. Если при планировании маркетинговых мероприятий отталкиваться от конечного результата, эти два подхода будут неэффективны.

Относитесь к представителям целевых групп как к клиентам, а не потенциальным «посвященным». Чтобы добиться от своих клиентов необходимых действий, вовсе не обязательно навязывать им свое мировоззрение.

Не пытайтесь сколотить армию сторонников своего проекта, просто убедите людей совершить некое действие (конечная цель маркетинга). Мы, несомненно, хотели бы клонировать сборщиков пожертвований, фанатиков здорового образа жизни или крестоносцев от экологии, имеющих полное представление о проблеме, однако в этом нет никакой необходимости. Нужно просто убедить людей предпринять определенные шаги: перечислить 50 долларов через Интернет, съесть по пять порций овощей и

фруктов ежедневно или же попросить членов городского совета проголосовать против плана застройки, которая нанесет вред окружающей среде. Эти люди могут не очень хорошо разбираться в нашем вопросе, но это не страшно. Причины, по которым они совершают эти действия, могут быть абсолютно отличными от наших, и это тоже нормально. Им надо всего лишь пробежать вокруг дома, тем самым еще на шаг приблизив нас к осуществлению нашей миссии, не важно, знают они о ней или нет.

Не следует также перегружать аудиторию информацией, хотя иногда так и подмывает это сделать.

Предоставление небольшого объема информации обычно приносит хорошие плоды, тогда как ее избыток может дать обратный эффект.

Людам не нужно знать все, они хотят знать лишь то, что имеет к ним непосредственное отношение.

Люди никогда не будут смотреть на нашу социальную инициативу так же, как смотрим на нее мы, потому что у них свое мировоззрение. А посему нам ничего не остается, как попробовать убедить их смотреть на мир так же, как мы, что



нам вряд ли удастся, либо же принять их способ мышления. А это означает — попросить их сделать нечто осуществимое.

Сложные вопросы должны стать понятными — иначе мы не сможем «продвигать» их.

Некоторые считают это упрощенничеством. Я же называю эффективным донесением информации. Сегодня на людей обрушиваются по несколько тысяч обращений ежедневно. У них просто нет времени на то, чтобы досконально изучить нашу проблематику, — будь то социальная защита населения, инфраструктура сферы здравоохранения или исследования стволовых клеток. Специалисты по социальной психологии Эллиот Аронсон и Роберт Чиальдини,

основательно изучавшие это явление, которое получило название «информационная перегрузка», установили, что люди стремятся сохранить свой внутренний мир, а потому подсознательно отсеивают ненужную информацию и ищут кратчайшие пути к познанию. Применительно к социальным проектам это означает, что если мы не сделаем вопрос максимально понятным, а призыв к действию — максимально простым, мы потеряем аудиторию.

Когда люди получают четкое представление об одном аспекте и совершат одно несложное действие, мы попросим их сделать еще одно. Это — процесс. Главное — начать, а уж потом он постепенно наберет обороты.

ПРИМЕРЫ ПРОСТЫХ ДЕЙСТВИЙ

Предположим, мы создали небольшую организацию, призванную повысить качество жизни и уровень безопасности в нашем районе. Мы хотим наладить общение и сотрудничество между жителями посредством встреч и программы мониторинга событий в районе, а также лоббировать вопросы, имеющие важное для района значение, в городском совете. Как нам взаимодействовать с жителями района, если мы нацелены на конкретную реакцию? Вместо того, чтобы рассказывать им о нашей организации, мы можем попросить их присоединиться к ней, приходить на встречи жителей района, выступать в поддержку инициатив организации на заседаниях городского совета и принять участие в программе мониторинга. Еще одной аудиторией могут быть члены городского совета. Мы, очевидно, хотели бы, чтобы они досконально изучили основные проблемы района, одобрили решение о сооружении «лежащих полицейских» на дорогах, проходящих близ детских садов и учебных заведений, и проголосовали против предложения расширить границы делового микрорайона для последующего строительства бизнесцентров. Аудиторией может быть и полиция. Мы можем, к примеру, попросить полицейских отреагировать на факты, зафиксированные в мониторинговых отчетах.

Как показывают эти примеры, избранные нами действия должны учитывать все обстоятельства и охватывать всех участников, которые имеют отношение к проблеме или ее решению.

КАК ПРИМЕНЯТЬ ПРАВИЛО РОБИН ГУДА № 1

Мы рассмотрим шесть шагов, которые следует предпринять, чтобы применить на практике слоган «просто сделай это».

1. Определите цели маркетинга

Я часто пользуюсь одним простым приемом: говорю вслух, чего хочу достичь при помощи маркетинговых мероприятий, а после спрашиваю себя: «А с какой целью?» Это помогает мне выделить целевые группы и реакцию, которая

для меня наиболее важна. Как-то я вела тренинг для группы сторонников реформы системы социальной защиты. И участники признались мне, что для них целью маркетинга является повышение осведомленности людей о программе социальной защиты, ее финансировании и задачах. Но это было больше похоже на формулировку миссии, нежели на цель маркетинга или объединяющий призыв, и я спросила: «А с какой целью?» Они ответили, что хотят предоставить людям исчерпывающую информацию для того, чтобы те приняли «разумное решение» относительно своей позиции по данному вопросу. Но вопрос «С какой целью?» остался. Зачем людям становиться экспертами по альтернативным подходам к расчету уровня темпов инфляции или индексирования цен? Каких конкретно действий они хотят от них добиться? Какое такое «разумное решение» люди должны принять? К поддержке какой политики они хотят склонить аудиторию, и как должна выражаться эта поддержка?

Отдельные слушатели считали, что нужно, чтобы их аудитория была настроена против приватизации и персональных счетов, что должно выражаться в таких действиях, как обращение к своим представителям в Конгрессе посредством электронной почты. Другие изъявили желание, чтобы люди выразили свою поддержку в отношении других изменений в политике. Но все в результате выделили конкретную идею и конкретное действие. Эти решения обусловили другие точки привлечения внимания, шаги, которые они просили предпринять, а также количество и характер информации, которую требовалось предоставить аудитории. К концу тренинга действие уже состояло не в том, чтобы «понять сложную проблему», а в том, чтобы «защитить систему социальной защиты посредством телефонного звонка тому-то и тому-то».

Многие замечали, что на вопрос «С какой целью?» отвечают фразой «Я хочу, чтобы люди имели более полное представление об этом вопросе» или «Я хочу, чтобы люди поняли, что это является благом для них». Если это так, сделайте

еще один шаг. Зачем представителям нашей аудитории нужно знать или понимать это? С какой целью? Каких шагов мы хотим добиться от них?

2. Выделите все группы, которые должны стать участниками проекта

Для того чтобы претворить социальную инициативу в жизнь, необходимо привлечь к ней внимание нескольких групп. Как показывают рассмотренные ранее примеры, социальные перемены требуют реакции множества людей — начиная с тех, кого проблема затронула непосредственно, до тех, кто располагает возможностью взяться за ее устранение. Нашей аудиторией могут быть как люди, которым мы хотим помочь, так и те, которые контролируют или оказывают влияние на доступ к этим людям, — к примеру, лидеры общественного мнения или сотрудники СМИ. Для многих социальных программ значимыми аудиториями являются спонсоры и потенциальные спонсоры, а также конкуренты и партнеры. Для достижения наших целей нам также необходима помощь членов советов директоров, массмедиа, частных компаний, политиков, чиновников и научных кругов. Поэтому желательно составить максимально полный список целевых групп.

Каждая аудитория должна иметь отличительные признаки. «Все» или «общественность» — не аудитория. Аудитория — это молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет; члены общины жителей района; журналисты крупных газет, специализирующиеся на вопросах здравоохранения. Нам нужны четко дифференцированные группы, которые имеют общие характеристики и от которых мы ожидаем определенной реакции. Каждая группа потребует отдельного маркетингового подхода. В последующих главах мы рассмотрим эти аудитории подробно,

совершенствуя и группируя их, а также формируя маркетинговые подходы для каждой.

3. Определите, чего вы ждете от каждой группы

Сделайте ожидаемую реакцию максимально ясной. Просить людей

Катя Андресен — вице-президент по маркетингу интернет-ресурса Network for Good, посвященного благотворительности. Правила Робин Гуда сформулированы ею на основе опыта продвижения региональных, общенациональных и международных некоммерческих организаций США, Восточной Европы и Африки

предпринять нечто конкретное всегда лучше, чем советовать им мыслить неким образом. К примеру, попросить родителей каждый вечер в течение пятнадцати минут читать своим чадам книжку — куда более предпочтительное действие, нежели просто призвать их поддержать дело подготовки детей к обучению. Убедитесь, что в рамках ожидаемой реакции оговаривается, кто, что, когда, сколько и как часто должен делать. Когда мы узнаем нашу аудиторию получше, то сможем несколько видоизменить действие, но пока нам нужна «отправная точка».

Чем конкретнее действие — тем лучше, причем сразу по двум причинам. Во-первых, определяя конкретные действия, мы сосредоточиваемся на том, что реалистично и понятно. Все те, кто работает на наш проект, поймут, какую цель преследует маркетинг, ну а мы выявим расхождения во мнениях среди коллег в самом начале кампании. Это позволит избежать недоразумений, путаницы и застоя в процессе работы. Вторая причина связана с аудиторией: конкретные просьбы легче выполнить и сложнее проигнорировать. Если бы я попросила вас



присоединиться к кампании по борьбе с раком, как бы вы отреагировали? Скорее всего, вы бы сказали «да». Но что бы вы сделали? Наверное, ничего. Ведь вы просто не знаете, как именно вам «присоединиться к кампании». Наверное, вы бы просто подумали: «Да, рак — это ужасная болезнь, и я, конечно, против него», и продолжили бы заниматься своими повседневными делами.

Самый эффективный способ определить, является ли наше действие достаточно простым и конкретным, — представить себе, можно ли заснять его на пленку. Если у нас нет четкого визуального представления о действии, то и у аудитории его не будет. Даже если они и хотят сделать то что мы просим, или купить то что мы продаем, они не будут знать, как. Поэтому им нужно все разъяснить. Если мы просим людей пожертвовать деньги,

как им это сделать? Позвонить по телефону? Зайти на веб-сайт? Выписать чек? Прodelать все перечисленные действия? А если мы призываем людей придер- живаться гигиены, что конкретно мы говорим? «Мойте руки!» Когда, как часто и как долго?

4. Протестируйте ожидаемые действия на предмет выполнимости

Теперь поразмыслите над тем, насколько простым является действие, которое мы просим выполнить представителей нашей аудитории. Правильнее будет сосредоточиться не на главной цели, а на нескольких несложных шагах, которые люди могут предпринять. Меня, например, приводят в замешательство просьбы типа «уменьшить — использовать повторно — подвергнуть переработке» или «спасти Землю», но когда городские власти поставили новый контейнер для мусора на колесиках и велели бросать в него бумагу, картонные коробки и

газеты, а по вторникам вывозить на обочину дороги, я стала делать это. Бороться с безработицей для меня нереально, но пожертвовать старую деловую одежду безработным, которые активно ищут работу, я могу.

Если действие не кажется осуществимым, большинство людей не будут выполнять его. Люди хотят совершать нечто простое — маленькие, обратимые шаги, дабы определиться, нравится ли им это. Они хотят иметь возможность отказаться от обязательства, которое им не нравится, а потому скромное обязательство всегда предпочтительнее серьезного. Большинство людей с удовольствием спасают Землю и борются с безработицей теоретически, но такие формулировки ведут нас в никуда. Представителям нашей аудитории, как и многим, надо отвести своих детей в детский сад, прийти на автобусную остановку и до девяти утра добраться на работу, а посему столь крупные дела им будет крайне сложно (если вообще возможно) «втиснуть» в свою повседневную жизнь.

5. Определите и устраните препятствия

Если для того, чтобы выполнить нашу просьбу, человеку придется куда-то съездить, потратить какое-то время или заняться поиском соответствующих услуг, нам следует подумать над тем, как устранить эти препятствия. Повысить вероятность того, что действие будет совершено, можно путем разработки маршрута поездки, уменьшения затрат времени, сопряженных с его выполнением, или же составления перечня мест, где предоставляют нужные услуги. Если же выяснится, что есть препятствия, преодолеть которые нам не под силу, следует подкорректировать рекламное обращение.

Предпринять попытку совершить нечто и потерпеть неудачу куда хуже, чем не сделать ничего.

6. Будьте готовы к тому, чтобы со временем подкорректировать ожидаемую реакцию

Необходимо проявлять гибкость, чтобы вовремя скорректировать призывы

к действию исходя из имеющихся данных. Также надо быть готовыми к постановке новых целей, когда несколько десятков (а то и сотен) людей действуют определенным образом. Убедитесь, что цель достигнута, объявите об успешном завершении и переходите к следующему шагу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Главный эксперт в сфере маркетинга Филип Котлер четко выделил его суть, заметив, что его главной целью является не столько акт продажи, сколько привлечение клиента. Nike привлекала клиентов, сосредоточившись на людях, которые приобретают спортивную обувь, а не на самой обуви. Если у нас есть четкий призыв к действию для представителей каждой целевой группы, значит, мы ориентированы на клиента.

Мы преуспеем только в том случае, если из миссионеров превратимся в маркетологов с миссией.

Что я хочу этим сказать? Люди, занимающиеся общественными проектами, пылки, целеустремленны и желают изменить мир к лучшему. (У некоторых даже может возникнуть непреодолимое желание написать книгу, дабы донести свои взгляды до других людей.) В результате мы можем полностью сосредоточиться на своем проекте — даже если остальной мир мало волнует проблема, которая не дает нам покоя. Являемся мы членами организации или же действуем как волонтеры, мы добьемся многого, если порвем с бесперспективным нарциссизмом и наладим контакт с представителями нашей аудитории, глядя на мир их глазами. Ориентация на клиента позволит сэкономить деньги, время и энергию, а наши «потребители» будут более чем когда-либо расположены к тому, чтобы уделять нам внимание, слушать и действовать. Данный результат важен по той причине, что большинство из нас находится под неустанным надзором общественности, отдавая себе отчет в том, что расходовать свои ограниченные ресурсы нужно с умом. ■

Почувствуй Париж

В предновогодние дни российские инвалиды по зрению ездили на экскурсию в знаменитый город. Организатором поездки стала Всероссийская общественная организация инвалидов «Центр паралимпийского спорта» при поддержке посольства Франции в России. Какое впечатление производит Париж на незрячих? А как незрячие воспринимаются самим Парижем? Об этом рассказ одного из участников проекта — Анатолия Попко.

Мы были в Париже. Удивительно, но это так. Три незабываемых дня, а еще театр Одеон, Эйфелева башня, Лувр и музей Родена... В нашей группе три человека: двое полностью незрячих — Елена Козловская и я, — и организатор поездки Ольга Павлыш. Принимающая сторона — переводчица и гид Елена Карль. Мы ей немного сочувствовали, потому что многие очевидные («и так видно») вещи ей приходилось проговаривать вслух. И, конечно, наш водитель Франсуа, мастерски руливший по Парижу в снег и рождественское столпотворение.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Наше знакомство с культурой Франции началось с посещения прекрасного парижского ресторана и дегустации традиционных местных блюд — лукового супа, телячьей щеки и настоящего крем-брюле, которому предшествовал фужер Кира с ликером из черной смородины. Пока подавались блюда, Елена и Ольга обильно описывали интерьеры ресторана,

а какую-то часть обстановки мы оценили естественным для нас путем — на ощупь.

Потом был театр Одеон. В тот день проходила постановка современной пьесы. Это было увлекательным впечатлением для нас. Тем более что спектакль сопровождался тифлокомментариями — описанием декораций, костюмов актеров и их действий специально для незрячих гостей. Правда, оценить по достоинству пьесу смогла, пожалуй, только Лена Козловская, поскольку она владеет французским. После окончания постановки мы побеседовали с сотрудниками театра.

Вечером мы гуляли по рождественскому Парижу. Кроме чисто эстетического удовольствия от прогулки мы смогли получить и кое-какие практически полезные сведения о доступности городской инфраструктуры Парижа: в этом сильно помогли рельефные указатели, расположенные на тротуарах перед перекрестками и остановками общественного транспорта, пандусы для комфортного самостоятельного перемещения

инвалидов-колясочников, озвученные светофоры и прочие устройства, на которые вряд ли обращают внимание обычные туристы.

Наша поездка не обошлась и без курьезных случаев. Ваннанные комнаты отеля, в котором мы жили, оборудованы фенами. Но одному из незрячих членов группы воспользоваться феном никак не удавалось — не то что бы это было принципиально, но все-таки... Истина была установлена опытным путем: фен был абсолютно исправен, просто он отказывался работать, если свет в ванной комнате не был включен (что, разумеется, тотально незрячим совершенно ни к чему).

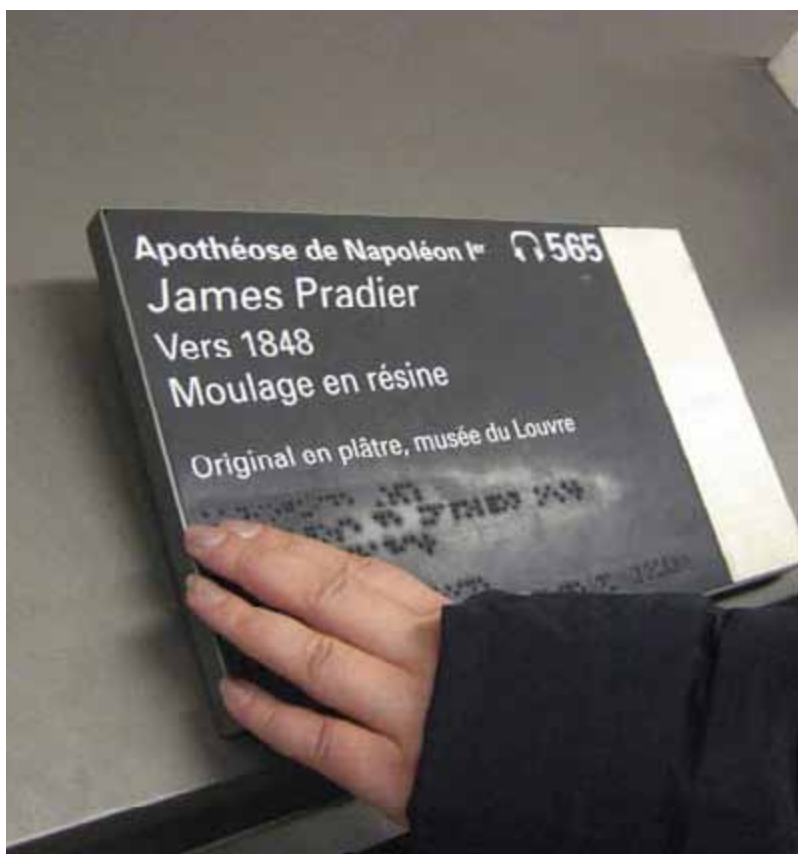
ПОНЕДЕЛЬНИК

Эйфелева башня — естественный предмет интереса для всех, кто впервые приезжает в Париж. Все, что можно было потрогать руками, наша группа, естественно, потрогала, а описания Елены Карль дополнили наши представления. Надо сказать, что немаловажную роль в понимании того, что представляет собой Эйфелева башня, сыграли ее макеты, продающиеся в сувенирных лавках и у предприимчивых сенегальцев. На самой башне зимой довольно-таки прохладно и ветрено, но ничуть не менее малоллюдно, чем в любое другое время.

В Парижском центре Валентина Гайюи мы задержались на три часа. В этом центре сконцентрировано большинство сервисов для незрячих, в частности, тренинговый центр, в котором французские слепые могут развиваться профессионально.

Сотрудники рассказали, как у них обстоит дело с обучением инвалидов по зрению и их трудоустройством. Мы прошли по аудиториям центра и пообщались со студентами и преподавателями. Выяснилось, что проблемы инвалидов по зрению во Франции и в России во многом схожи, даже содержание программ обучения компьютерным технологиям французских незрячих совпадает с тем, чему обучают в реабилитационных центрах России, как и используемое программное и аппаратное обеспечение. Но Франция значительно дальше продвинулась в вопросе социальной и профессиональной реабилитации.

Так получилось, что на знакомство с Лувром у нас было около полутора часов, поэтому основное внимание мы уделили экспонатам тактильной галереи.



Это единственное место в музее, где посетители могут трогать экспонаты руками. Здесь нет ни охранников, ни сигнализации. Тактильную галерею открыли в Лувре в 1995 году. Прочие именитые музеи Франции периодически проводят выставки для незрячих, однако постоянная экспозиция есть только здесь.

Посещение Лувра окончилось чрезвычайно содержательной беседой с главой некоммерческой организации Access Culture Фредериком Ле Ду. За чашечкой кофе Фредерик рассказал о том, какая работа ведется по тифло- и сурдосопровождению театральных постановок. Времени хватило и на обсуждение технических аспектов тифлокомментирования (которые в силу естественных причин очень заинтересовали членов группы), и на методику такого комментирования, и на то, как именно реализован этот процесс с организационной точки зрения.

А вечером мы пели русские и французские песни под гитару. Громкость нельзя

было назвать умеренной, но нареканий со стороны соседей и персонала гостиницы мы не получили. Наверное, хорошо пели...

Вторник

Наш последний день пребывания в Париже начался с посещения музея Родена.

Тактильная доступность некоторых экспонатов в сочетании с пояснениями Ольги Павлыш и Елены Карль, а также с информацией аудиогuida позволили в известной степени понять, в чем состоит гений этого великого скульптора.

Поездка в Cité des Sciences et de l'Industrie впечатлила особенно. Сначала мы пообщались с незрячей сотрудницей этого центра, которая занимается разработкой рельефно-графических пособий. Это пособия и по астрономии, и по черчению, и даже альбом, рассказывающий



о том, как делаются комиксы. Надо сказать, что эта технология представляет собой один из немногих доступных незрячим способ сформировать представление о том, как выглядят те или иные объекты (фасады зданий, изображения генной структуры человека, космические корабли, звездное небо...)

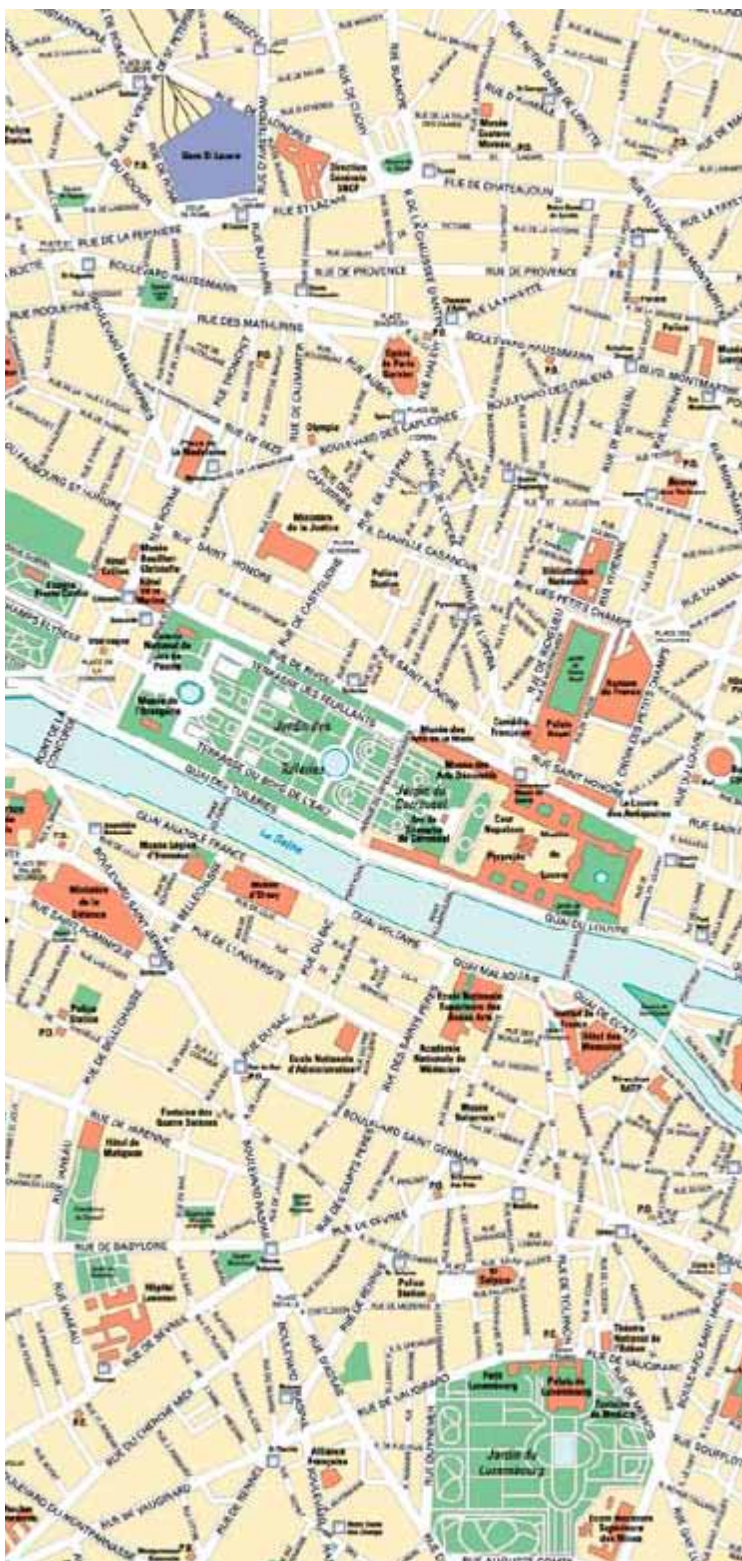
Затем мы вместе с нашей внимательной сопровождающей буквально пронесли по залам, экспонаты в которых были для нас абсолютно доступны. Удалось посмотреть и воздушную трубу, описывающую скорость звука и его природу (воздушные колебания), и тарелки, отстоящие друг от друга на значительном расстоянии и вместе с тем позволяющие двум людям общаться, не повышая голос. Интересно было посмотреть макеты мухи и 14-недельного человеческого эмбриона.

Неизгладимое впечатление произвели на нас тактильный план местности и озвученный план помещения. В России в настоящее время нет сравнимых аналогов этой экспозиции, доступной незрячим и слабовидящим. Единственное, о чем приходится жалеть, — это о том, что времени на ее осмотр у нас было мало (что вполне естественно в рамках нашей обзорной программы).

А завершилось все квестом, который стартовал у фонтана Сан-Мишель. Игру мы организовали совместно с парижским отделением Views France, организации, цель которой — содействие путешествию молодых людей с ослабленным зрением.

Это было дружеское соревнование с французскими незрячими на знание известных исторических объектов Парижа. Интеллектуальным стержнем полуторачасовой прогулки по Латинскому кварталу стали вопросы по истории Парижа и по отдельным наиболее известным зданиям (Сорбонна, Пантеон, Люксембургский сад, улица Муфтар).

Квест по парижским достопримечательностям мы прошли достойно! ■



Принцип доктора Перрона

Анна Мисаилова,
Виктор Трифонов



Лошади лечат. Факт сам по себе удивительный, но уже заслуживший доверие. В 150 странах мира лошади лечат миллионы инвалидов. Далеко не все расширяют свои физические возможности, но почти все обретают очень важное качество — уверенность в себе и своих способностях.

Возможности иппотерапии (от греч. *hippo* — лошадь) обсуждаются давно, а число ее последователей растет год от года. Как это происходит? Иппотерапевт разрабатывает упражнения для больного, ориентируясь на его личностные особенности. Специально обученный инструктор по лечебной верховой езде сопровождает больного во время выездки. Всадник управляет лошадью самостоятельно, пользуясь лишь минимальной помощью со стороны.

Известно, что общение с животными хорошо влияет на больных. Одно уже присутствие кошки или собаки вызывает массу позитивных эмоций, и человек чувствует себя легче. В случае с лошадью все куда интереснее. Помимо психологического эффекта начинает действовать эффект физиологической стимуляции. Шаг лошади совпадает с сокращениями мышц наездника самым естественным образом, как при ходьбе. И если для здорового человека это просто нагрузка, то для больного с ограниченными возможностями — целебная процедура. Начинают работать мышцы, которые сложно

задействовать каким-либо другим способом. Причем эффект этот проявляется при выездах именно на лошадях, а, скажем, на пони его достичь не удастся.

Первым научное обоснование воздействия иппотерапии на организм дал в конце XIX столетия французский доктор Перрон. Он доказывал, что занятия верховой ездой активизируют двигательные и дыхательные функции, а также крово-

На этих соревнованиях не режут трибуны, да и людей бывает совсем немного. Два десятка зрителей, экипаж скорой помощи. И полная тишина в гулком манеже. Звуки, особенно резкие, недопустимы: шума могут испугаться лошади, а на них хрупкие седоки.

Мы стали свидетелями турнира на Открытом Кубке Москвы по конному спорту для лиц с ограниченными



обращение. Доктор настойчиво рекомендовал новый вид лечения. С его легкой руки иппотерапию стали признавать.

Лечебными выездами дело, как правило, не ограничивается. Очень скоро больные, почувствовав уверенность, начинают участвовать в соревнованиях. Существует несколько направлений конного спорта для инвалидов, различающихся уровнем требований и спецификой тестов, разной продолжительностью выступлений. Но при этом спорт остается спортом, иногда единственно доступным.

возможностями имени Петра Гурвича. В соревнованиях участвовали дети с синдромом Дауна, аутизмом, детским церебральным параличом.

Человек, именем которого назван турнир, Петр Гурвич — первый исполнительный директор организатора Кубка — Московского конноспортивного клуба инвалидов.

Глядя, с какой строгостью судьи оценивают спортсменов, сначала теряешься. Потом понимаешь, как это важно для самих детей. Любая поправка может

быть воспринята как уступка, что само по себе обидно.

Поездки в клуб юные спортсмены всегда ждут с нетерпением. Надо понимать, что любое общение им дается с трудом и зачастую ограничивается кругом родных и близких. И со сверстниками все не просто. Здесь же ребят окружают заботой и вниманием, радуются каждому их, пусть незначительному, успеху.

ребенок начинает чувствовать себя комфортно не только дома, но и на улице, в школе. Ему есть чем гордиться.

При подготовке к турниру спортсмены разучивали определенные маршруты, учились ориентироваться по буквам-указателям. Порой в силу своих ограничений они не могли запомнить нужную последовательность, и только постоянные занятия и терпение тренеров помогли



Дети-инвалиды обычно медленно адаптируются к окружающему, но к лошади привыкают быстро. Конечно, лошадей для тренировок выбирают особенно тщательно. Они должны отличаться отменным здоровьем и спокойствием, а также обладать широким и ритмичным шагом. Врач-невропатолог, работающий в клубе, следит за состоянием ребенка и ходом тренировок. А главная задача тренера не только научить, но и вдохновить. Занятия в клубе дают возможность людям с ограниченными возможностями самореализоваться и поднять свою самооценку, ведь и родители, и знакомые начинают смотреть на них по-другому. Происходит то, что психологи называют социальной адаптацией. Проще говоря,

добиться результата. Зато сколько радости вызывают удачные выезды.

Благодаря особой системе деления на группы, награды достаются практически всем участникам. Это очень справедливо и нисколько не умаляет спортивного духа состязания. Тут больше соревнование с самим собой, преодоление ограничений. А по-другому и быть не может, потому что проигравших среди участников нет — все они уже победили, придя в клуб. ■

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
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 Андрей Владимирович

«Я — герой. У меня просто нет другого выхода...»

Ричард Борзов

Есть книги, которые открывают читателю глаза на то, что было рядом, но не доходило до осознания. Книги детского проекта Людмилы Улицкой «Другой, другие, о других» как раз такие. Проект посвящен воспитанию толерантности. Это книги для семейного чтения — в том смысле, что прочитать их надо и взрослым, и детям.

Очередная книга проекта «Человек с человеческими возможностями» написана Ириной Ясиной. Автор пишет об инвалидах — просто и с пониманием. Несколько лет назад Ирина сама заболела и стала инвалидом, теперь она передвигается на коляске.

В предисловии Людмила Улицкая пишет:

— Эта книга важна не только для инвалидов, но и для здоровых людей, чтобы они понимали, как надо ценить жизнь, как относиться к тем, кого постигло несчастье, как важно не терять присутствие духа даже в самых сложных обстоятельствах, в которые может попасть любой человек — самый здоровый, самый сильный, самый красивый.

В основе сюжета история про мальчика Кирилла, сбитого машиной, про его маму Марину, детей, оказавшихся

в больничной палате. У всех у них общая беда — страшный диагноз, с которым каждый справляется по-своему.

Кирилл знакомится с детьми, которые помогают ему преодолеть отчаяние и страх, принять ситуацию, научиться жить с ограничениями. Не случайно один из героев книги — писатель Рубен Гальего с его почти фантастической историей. Для детей он пример, его слову верят. Гальего — внук испанских коммунистов, перебравшихся в Россию. Неизлечимая болезнь, дом ребенка-инвалида. Матери сказали, что он умер. Никто не рассчитывал, что Рубен выживет. А он не только выжил, а закончил школу, получил заочное образование, освоил компьютер. И главное — ушел из дома инвалидов и научился жить самостоятельно. Он разыскал маму и написал удивительную книгу о борьбе маленького мальчика



за выживание. У Рубена работают два пальца, которыми он набирает на компьютере свои тексты, и этими текстами развеивает уныние, помогает брать верх над обстоятельствами.

Это его слова:

— Я — герой. Быть героем легко. Если у тебя нет рук или ног — ты герой или покойник. Если у тебя нет родителей — надейся на свои руки и ноги. И будь героем. Если у тебя нет ни рук, ни ног, а ты к тому же ухитрился появиться на свет сиротой — все. Ты обречен быть героем до конца своих дней. Или сдохнуть. Я герой. У меня просто нет другого выхода...

Ирина Ясина написала прекрасный детский рассказ без назиданий и нравоучений. Про силу людей и дружбу. Он не выжимает слезы, а учит принимать обстоятельства и быть выше них.

И еще — это честный рассказ. Сказано про сложности, которые ждут инвалида, неравные возможности, неоднозначное восприятие окружающими. Но приводится множество примеров людей, которые все это преодолевают, достигают многого, борются и живут полноценной жизнью.

Обязательно нужно отметить еще одно достоинство книги — несмотря на свой небольшой объем, она удивительно емкая. История мальчика перемежается, я бы сказал, справочными вставками: про то, кто такие инвалиды, какие есть способы лечения, про коляски и пандусы, о великих людях-инвалидах, паралимпийских играх, помощи общества и даже о благотворительных фондах и фандрайзинге. Это еще одна причина, почему эту детскую книгу будет полезно прочитать многим взрослым. ■

Прекрасная Настена

Сергей Шаргунов

Ей восемьдесят пять.

Она говорит оригинально, но словно бы стилизаторски, игриво. Она всему рада.

Южное «хэканье». Проказливый, сварливый говорок. Крохотная, с желтым прокопченным мелким лицом. Похожа на позднюю лесную ягоду земляники, старую, сухую, никем не замеченную, но впитавшую огромное солнце. Носит ветхие одежды, притом пестренькие. Из морщин лукаво и простосердечно щурятся глаза, голубоватые, выцветшие. И даже в этом тонком и стертом цвете глаз, некогда синих, живет сила. Скрытая сила и в тельце ее, сухом и сгорбленном.

Она родилась в деревне в Воронежской области в большой семье. Дядьку с семьей сослали. Работала в колхозе. Застала оккупацию. Рассказывает: летом все вышли из домов, собрались на окраине села и смотрели, как идут фрицы. Одни стояли. Другие к ним шли. Среди зеленого поля. Пришли, и стали жить в их селе. Однажды немец, шагнув во двор, зачем-то потащил ее в сад позади дома. «Снасильничать или как обидеть, кто ж его знает. Я от страха язык проглотила». Их увидела в окно ее мать, выскочила и стала криком его стыдить. Он не знал русского, однако под громким градом мгновенно капитулировал и исчез. Перед тем, как оставить село, немцы собрали всех у школы. И бросили. «Может погубить хотели, да не успели», — Настя смеется махоньким ртом.

Да, я вот сейчас пишу и понимаю яснее: она нарочито говорит блаженно, голосом и языком вплетаясь в простонародную старину. «Пожечь нас, небось, хотели, да огня не сыскалось». Народ стоял, стоял, топтался и мягко гудел под большим небом, а потом влетели свои. Освободители.

Подростая Настя уехала в Москву. Крестьянка, она работала на стройке. Рыла ямы, клала дороги, таскали тяжести. «Какая я крепкая была, ух! Лось! Мышца была во! И девчонки-бабенки все мы крепкие были! Все мы были работающие. Жили в общежитии, дружили — не тужили. Весело жилось. Смеялись, песни пели». Она не жалуется на пудовую жизнь. Она рассказывает мечтательно и с некоторым вызовом. Да-да, она хвастается.

Настя мало спит и мало ест. «Бери, что попало, и молоти! Я все ем, раз в день — набила брюхо, и — слава Богу». Какое уж брюхо? — думаю в ответ. Какое брюхо у этого летучего тонкого создания?

Настена беспокойная, юркая. Нервный тик изредка передергивает желтое лицо, но для меня это зазорное подмигивание из дальних

времен ее молодости — так утреннее солнце прыгает по стеклам высоток. Множество утр из тех лет впитались в нее и стали ее органикой.

Она не была замужем. Совершенно очевидно: от этого не страдает.

Она всей душой в монастыре — сначала крестьянском, потом рабочем — где служила верой и правдой, и синим взором, и каменной мышцей. Душа ее легкая, как птичка. Имя «Настя», «Настена», «Настенька» идет ей, как маленькой девочке, в которую она снова превратилась на старости лет. На детское имя отзывается без обид. Живо и звучно: «Чевой?»

Я, правда, добавляю: «баба Настя». Летом, когда мой сын на даче, старушка приходит из соседнего дома, и с ним играет. Она помогает с ним, возится, лучшее развлечение для него она, «Настя!», которую он требует бесцеремонно и понукает. «Баба Настя», — поправляю я Ваню, и говорю: «Баба Настя, вы с ним поостроже!». Она выполняет все его приказы, им умиляясь и восхищаясь. Позволяет кутать себя в одеяла, скрываясь под ними целиком, или бить медвежонком по голове. Ваня щиплет ее за щеку, оттягивая кожу. «На горшках!» — кричит он перенятое от нее слово. Она гнется и без того согбенная, и, оседлав старушку, трехлетний ребенок скачет, барабанив ее кулачками по шее. На лице у Насти, сосредоточенном и покрасневшем, — удовольствие. «Ты маленького не ругай. А то напугаешь!» — учит она. — С ними надо-то по любовному!».

Баба Настя приходит в дом не одна. С Любой.

Кто ей Люба? Дочка. Любе уже восемь.

Если бы не она — баба Настя вряд ли переехала бы из Москвы сюда в дом, доставшийся от покойного брата.

Люба — дочка соседей по Москве. Муж и жена пили, пока не превратились в животных. Девочке было пять, когда ее отец погиб, тело нашли битое и замерзшее. А мать стала выбираться с ней в город — побираться. Скоро она заставляла дочку в одиночку выходить на промысел — петь песни и кланчить подаяние. Мать напивалась, лупила дочь или пропадала сутками, и баба Настя забирала Любу к себе. Отмывала, кормила, играла. Она специально для девочки покупала книжки и сама, читая не очень хорошо, иной раз по складам, учила ее грамоте. Купила куклу и мяч.

Люба пела песню «Вот кто-то с горочки спустился», с которой обычно ходила по электричкам. Или с диким смехом скакала девочка, долбя мячом с размаху, так что он взлетал от пола до потолка, но смех сменялся плачем и воплем: «Не отдавай меня!», если приходила мать.

Можно ли было лишить эту мать родительских прав?

Баба Настя пробовала, зашла к местному участковому, но так ничего и не сдвинулось.

Потом у Любы, ей уже было шесть, завелись вши, и баба Настя, знакомая с народной мудростью, втирала ей в голову клюкву. Настя вывела вшей, хотя и к ней они прицепились. Пришлось и на себя лить клюквенный сок. В то время Любина мать слегла в больницу, а когда вернулась — напилась и поколотила дочь.

На следующее утро старушка решила.



Сергей Александрович Шаргунов родился 12 мая 1980 года. Выпускник МГУ им. М. В. Ломоносова по специальности журналист-международник. Писатель. Публицист. Автор нескольких книг прозы (выпущенных в издательствах «АСТ», «Вагриус», «Эксмо» и других). Один из его романов переведен на итальянский язык и вышел в Риме. С 2000 года автор литературного журнала «Новый мир» как прозаик и критик. Лауреат независимой премии «Дебют» в номинации «Крупная проза». Лауреат государственной премии Москвы в области литературы и искусства.

Она собрала мешок и вдвоем, старая и малая, потащили его на вокзал, такое знакомое для Любы место. Они сели в электричку, старая, у которой сбивалось дыхание, но тик веселья передергивал лицо и малая, у которой ссадина запеклась на губе.

Баба Настя готовилась к этому переезду загодя — дом в поселке был готов к новым обитателям.

Отдельная история, как мать все-таки лишили родительских прав (потом она пропила квартиру и следы ее теряются), как девочка пошла в сельскую школу, как баба Настя — в возрасте восьмидесяти трех — ее удочерила. Стала матерью на девятом десятке! А? Круто, да? Впрочем, Люба зовет ее не «мама», а «баба», как и я.

Они сдают квартиру в Москве, развели кур. Приходят летом в мой дом напротив. Баба Настя прихватывает обязательный гостинец — пяток яиц в пакетике. Она самозабвенно играет с моим сыном, а Люба спрашивает вежливо и насуплено: «Можно почистить?». Читает не детские книги. Стендаля, Лескова. В классе она читает лучше всех. Баба Настя ее научила: «Ученый человек — далеко пойдет». Иногда за этой ранней девочкиной серьезностью мне мерещится нечто зловещее, непредсказуемое. Вероятно, только мерещится.

Люба много шалила первый год жизни в поселке, даже убежала как-то на полдня в лес и баба Настя с ног сбилась, ее разыскивая. Но то ли жертвенный свет «бабы», то ли здоровый быт, резко отличный от прошлого, что-то смягчило девочку и сделало одновременно строгой. А может быть, она чувствует, что приемная мать не вечна, и поэтому скорее стремится стать большой.

Едва ли современная женщина может повторить бодрый и святой вариант судьбы бабы Насти. И надо ли? Ведь кроме апологии Настены, возможно и другое понимание: в чем-то она еще и жертва эпохи, когда и горечь принимали за мед, а горе за радость.

Но для меня лично важно, что за этой бодрой святостью — явное присутствие духа и доброго делания. Едва ли Люба в распахнутом пространстве жизни будет всегда примерницей. Но интересно, что баба Настя совсем лишена грустных предчувствий и раздумий. Кажется, она фаталист — баба Настя. Она играет свою роль, истово, без запинки, как заведенная.

«Слушай Люба, не моргай! Смотри за сыном евоным, учись, сама мамкой будешь!».

Исполнив театральную реплику, старушка смеется, семенит, машет ручкой, костистой, но жилистой, и видится взмах той же ее руки, но давным-давно — топором, киркой, молотком. ■



**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» – 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 и www.ast.ru

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



Подготовлено
международной
юридической фирмой
«Хоган энд Хартсон ЛЛП»
(Hogan & Hartson LLP)



Настоящие материалы не могут служить основой для принятия каких-либо решений в отношении конкретной правовой проблемы. Каждая конкретная правовая проблема должна быть рассмотрена отдельно с учетом всех имеющихся обстоятельств.

Нецелевое использование средств некоммерческими организациями

РОССИЙСКОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО ОЧЕНЬ ПОВЕРХНОСТНО РЕГУЛИРУЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦЕЛЕВЫХ СРЕДСТВ, ЧАСТО В НЕМ ОТСУТСТВУЮТ ЧЕТКИЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ МНОГИХ ПОНЯТИЙ, А ПРАКТИКА В ДАННОЙ ОБЛАСТИ НЕ ВСЕГДА ДАЕТ ОТВЕТЫ НА ВОЗМОЖНЫЕ ВОПРОСЫ.

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

Понятие целевого поступления

Законодательство Российской Федерации о некоммерческих организациях не дает прямого определения целевых поступлений.

Тем не менее, в Налоговом кодексе Российской Федерации (далее — «Налоговый кодекс») в п. 2 статьи 251 в качестве целевых поступлений применительно к некоммерческим организациям называются поступления на содержание некоммерческих организаций и ведение ими уставной деятельности, безвозмездно поступившие от других организаций и (или) физических лиц и использованные указанными получателями по назначению.

Таким образом, именно приведенное выше определение может рассматриваться как дающее понятие целевого поступления для некоммерческой организации.

Формы целевых поступлений

Российское законодательство не содержит какого-либо перечня форм, в которых могут быть осуществлены целевые поступления, но, исходя из смысла положений статьи 25 Федерального закона от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» (далее — «Закон о некоммерческих организациях»), можно сделать вывод о том, что целевыми поступлениями может являться все то, что может входить в состав имущества некоммерческой организации.

Согласно положениям статьи 25 Закона о некоммерческих организациях в состав имущества некоммерческой организации могут входить:

а) здания, сооружения, жилищный фонд, оборудование, инвентарь (в собственности или в оперативном управлении);

- б) земельные участки (в собственности или на ином праве в соответствии с законодательством Российской Федерации);
- в) денежные средства в российских рублях и иностранной валюте;
- г) ценные бумаги и иное имущество.

Отдельно регулируется вопрос о форме целевых поступлений в целевой капитал, правом на создание которого некоммерческие организации наделены в соответствии со статьей 25 Закона о некоммерческих организациях.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 30 декабря 2006 г. 275-ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» (далее — «Закон о целевом капитале некоммерческих организаций») под целевым капиталом понимается сформированная за счет пожертвований, внесенных жертвователем (жертвователями) в виде денежных средств, часть имущества некоммерческой организации, переданная некоммерческой организацией в доверительное управление управляющей компании для получения дохода, используемого для финансирования уставной деятельности самой некоммерческой организации или иных некоммерческих организаций.

Как следует из приведенного выше определения и положений Закона о целевом капитале некоммерческих организаций, единственной формой поступлений в целевой капитал некоммерческой организации являются денежные средства в валюте Российской Федерации или иностранной валюте.

Источники целевых поступлений

Законодательство устанавливает следующие основные источники формирования имущества некоммерческой организации:

- а) регулярные и единовременные поступления от учредителей (участников, членов) некоммерческой организации;
- б) добровольные имущественные взносы и пожертвования;
- в) другие не запрещенные законом поступления.

Поскольку действующее законодательство о некоммерческих организациях не содержит прямого указания на специальный перечень источников целевых поступлений некоммерческих организаций, указанные выше источники формирования имущества некоммерческой организации для целей настоящего меморандума могут рассматриваться в качестве источников целевых поступлений.

Перечень источников целевых поступлений на содержание некоммерческих организаций и ведение ими уставной деятельности может быть конкретизирован с учетом положений статьи 251 Налогового кодекса, которая для целей налогообложения относит к таковым, помимо прочего:

- а) осуществленные в соответствии с законодательством Российской Федерации о некоммерческих организациях вступительные взносы, членские взносы, паевые взносы, пожертвования, признаваемые таковыми в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации;
- б) поступления по завещаниям в порядке наследования;





в) поступления от финансирования из федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, местных бюджетов, бюджетов государственных внебюджетных фондов;

г) поступления средств и иного имущества, которые получены на осуществление благотворительной деятельности;

д) использованные по целевому назначению поступления от собственников созданным ими учреждениям;

е) поступления на формирование целевого капитала, которое осуществляется в порядке, установленном Законом о целевом капитале некоммерческих организаций;

ж) поступления, полученные некоммерческими организациями-собственниками целевого капитала от управляющих компаний, осуществляющих доверительное управление имуществом, составляющим целевой капитал, в соответствии с Законом о целевом капитале некоммерческих организаций;

з) поступления, полученные некоммерческими организациями от специализированных организаций управления целевым капиталом в соответствии с Законом о целевом капитале некоммерческих организаций.

НЕЦЕЛЕВОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ (РАСХОДОВАНИЕ) ПОЛУЧЕННЫХ СРЕДСТВ

Действующее законодательство не содержит определения нецелевого использования (расходования) средств.

Однако, исходя из положений российских законов, включая, помимо прочего, п. 5 статьи 32 Закона о некоммерческих организациях, который содержит положение о том, что одной из форм государственного контроля за деятельностью некоммерческих организаций является осуществление уполномоченным на то государственным органом контроля за соответствием деятельности некоммерческой организации целям, предусмотренным ее учредительными документами, и законодательству Российской Федерации, можно сделать вывод о том, что нецелевым использованием средств может считаться использование средств на цели иные, нежели прямо предусмотренные учредительными документами некоммерческой организации, а для иностранных некоммерческих неправительственных организаций — на цели, не соответствующие заявленным целям и задачам.

Также следует отметить, что, исходя из положений Закона о целевом капитале некоммерческих организаций и положений статьи 582 Гражданского кодекса Российской Федерации нецелевым использованием средств также может считаться их использование не в соответствии с назначением, определенным лицами, их предоставившими.

Согласно письму УФНС по г. Москве от 2 августа 2006 г. № 21-11/68265 и письму УФНС по Московской области от 15 декабря 2006 г. № 22-19-И/0576 нецелевым использованием средств, полученных некоммерческой организацией на благотворительность, признается направление этих средств на цели, которые не связаны с благотворительной деятельностью или же противоречат намерениям благотворителя. ■

Куклы от знаменитостей

Астронавт Франк Де Винне представил в Бельгийском посольстве свою авторскую куклу Эркуль Пуаро, сделанную для российского благотворительного проекта «Парад кукол — детям». Цена коллекционной игрушки составляет 5 000 долларов, и примерно столько же стоит одна кардиологическая операция или кардиостимулятор. Куклы создают известные артисты, ученые, политики, а все вырученные средства направляются на операции маленьким пациентам Бакулевского кардиоцентра в Москве.

— *Драма состоит в том, что ребенок с врожденным пороком сердца не обречен на смерть, от полного выздоровления и активной жизни его отделяет лишь сумма денег, необходимая для операции. Больные дети годами ждут своей очереди на бесплатную операцию и аппаратуру, но далеко не все дожидаются,* — говорит организатор проекта, президент Международного объединения авторов кукол Светлана Пчельникова.

Проект, начинавшийся в России, за несколько лет стал международным. К российским авторам кукол Владиславу

Третьяку, Ивану Урганту, Владимиру Познеру, Иосифу Кобзону уже присоединились Шерон Стоун, Пьер Карден, Ирма Ниорадзе.

После презентации кукла Эркуль Пуаро осталась в Москве, чтобы после аукциона помочь еще одному ребенку в России жить полноценной жизнью.



Франк Де Винне и Светлана Пчельникова

Один день в Гранд-Айленде, штат Небраска

Борис Резниченко



Когда режиссер американского фильма хочет показать образ жизни ничем не примечательного американца, для фона он зачастую выбирает какой-нибудь город в штате Небраска. В фильме «Всегда говори „Да“» герой Джим Керри с девушкой наугад покупают билет в город Линкольн, штат Небраска. Герой Джорджа Клуни из фильма «Мне бы в небо» говорит о «тоскливых днях», проведенных дома — в городе Омаха, штат Небраска.

Третий по величине город штата Небраска — Гранд-Айленд, с населением 50 тысяч человек, в нашем понимании — типичный районный центр. Это прекрасное место для того, чтобы увидеть среднестатистические проявления американской благотворительности. Что-то из описанного я видел сам, о чем-то рассказали мои американские друзья.

Утро

Каждый американец, хоть раз пожертвовавший деньги на благотворительность, в течение недели обязательно получит несколько писем от фондов или их партнеров с информацией о том, какие новые программы он может поддержать и каким образом. Вряд ли такие письма можно считать спамом.

По пути на работу или в учебное заведение редко кто минует заправку. Там предлагается выкинуть использованные банки из-под кока-колы. Оказывается, далеко не везде организован раздельный сбор мусора, вот некоммерческие организации Гранд-Айленда на этом и зарабатывают. Деньги, разумеется, идут на благотворительные цели. Многие

бизнес-центры тоже перечисляют на благотворительность средства от переработки офисного мусора. Говорят, что поначалу близлежащие города даже соревновались в том, кто больше соберет банок.

День

Главное местное издание Grand Island Independent помимо обычных новостей обязательно анонсирует благотворительные акции, в которых могут принять участие горожане.

При входе на местную радиостанцию — большая доска, увешанная благодарностями от людей и организаций, которым радио оказало помощь. Директор Радио-холдинга Джей Вавричек поясняет: «Для нас это просто неотъемлемая часть работы. Мы живем нуждами нашего города, поэтому всегда анонсируем в эфире все благотворительные акции, проходящие в городе, — это наполняет эфир позитивом».

Во многих офисах вы обнаружите стенды, сообщающие, кому предпочитают помогать сотрудники, — с фотографиями и словами благодарности. В бизнес-центрах стоят автоматы для продажи конфет — все деньги от продаж идут на помощь нуждающимся.

Городской университет Хастингс Колледж даже после всего увиденного удивляет разнообразием призывов помочь тем, кому сейчас трудно.

При входе на доске объявлений яркое сообщение о начале недели Random Acts of Kindness («Добрые дела между прочим», так бы это было по-русски). Профессор Дэниел Деффенбау пояснил, что насильно сгонять молодежь в отряды добрых и ответственных никто не собирается, и по большому счету, 100-процентный охват и не является целью. Объявление, оказывается, имеет скорее символическое значение — показать, что в Хастингс Колледже важны ценности благотворительности.

В коридоре между аудиториями стоит коробка для сбора еды бездомным. В библиотеке — контейнер для сбора крышек от йогуртов. Это тоже благотворительная акция — компания,





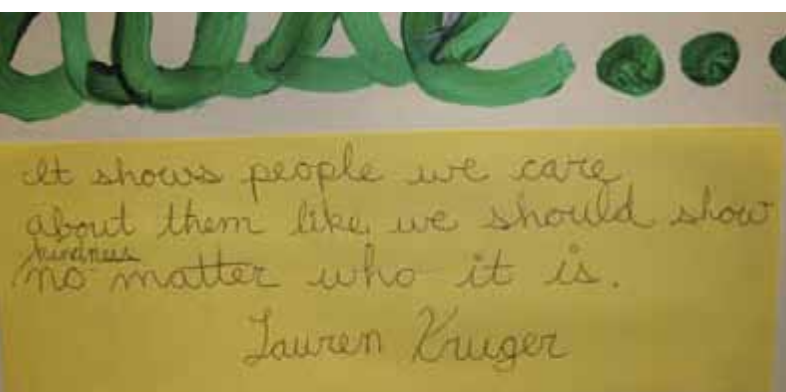
производящая эти йогурты, отчисляет 10 центов за каждую крышку (стоимость йогурта — 45 центов) на борьбу с раком. За три месяца собрано 900 крышек на сумму 90 долларов. На вопрос — не слишком ли мало, мой провожатый улыбается: «У нас в колледже мы учим студентов тому, что даже маленькие пожертвования много значат, и это знает каждый студент».



Анонсируется и невозможная для российских учебных заведений акция — Pie a professor, в финале которой произойдет запуск торта в лицо избранному профессору. На всеобщее обозрение выставлены пять банок для сбора денег с фотографиями пяти профессоров, включая директора колледжа. Чья фотография соберет больше денег, тот и станет победителем (или жертвой, если хотите). Ко всеобщему восторгу, на ближайшем же мероприятии в профессора запустят торт со сливками. И эта роль, заметим, почетна. На нее номинируют только тех, у кого есть чувство юмора, а собранные деньги идут на благотворительность.



В университете такие акции воспринимаются естественно, потому что все начинается уже с начальной ступени образования. Школа Гранд-Айленд Хай Скул, в которую мы зашли, увешана плакатами с высказываниями учащихся о том, как они понимают доброту. И эти средства наглядной агитации вывешены не на века — рядом стоят рулоны разноцветной бумаги и скотч, так что каждый желающий может легко сделать свой плакат. Полотнища меняются каждые 2–3 недели. Эта акция длится весь год и является частью программы интеграции новичков в школьную жизнь. Многие школы проводят программы добра, в которые входит еженедельный семинар о добре, морали и других важных человеческих ценностях. Словами программа не ограничивается. Преподаватели организуют со студентами походы на благотворительные акции, уборку территорий, помощь престарелым.



Забавно, что даже правила школьного дресс-кода здесь работают на идею

благотворительности. В пятницу преподаватели платят 5 долларов за право надеть джинсы, а не деловую одежду. Деньги идут на помощь Гаити.

Вечер

Поход в магазины Гранд-Айленда тоже не обойдется без благотворительности.

Практически в каждом супермаркете проходит какая-нибудь благотворительная акция. Например, предлагается купить за 1 доллар цветной флаер с названием акции, подписать свое имя и повесить на витрину. По словам менеджера магазина Presents, за 2 недели они собрали 400 флаеров, которыми и украсили кассовую зону.

Вместе с журналами вам могут предложить купить Food Dollars — продуктовые доллары, оплатив которые вы перечислите деньги на борьбу с бедностью или помощь бездомным. На упаковочных пакетах также содержится информация о продуктовых долларах — просто так, в качестве напоминания.

В большом торговом центре продаются музыкальные диски в помощь Гаити — Hear to help Haiti. В некоторых магазинах стоят специальные благотворительные кубы, но не для сбора денег, а для сбора помощи натурой. Если вам надоели старые очки — в магазине оптики есть куб для помощи слабовидящим. В отделе одежды собирают вещи для бездомных. Магазин игрушек выставляет куб для поднагоевших маленьким хозяевам роботов, машинок и кукол. На следующий день им порадуются дети из малообеспеченных семей. Перед книжным магазином — коробка с бесплатными книгами от посетителей.

Такая «интенсивность благотворительности» в Гранд-Айленде не напрасна. Во многих семьях хранятся свидетельства их благотворительных поступков: картинки, значки, магниты на холодильниках, сообщающие, что хозяева позаботились о тех, кто нуждался.

Или, например, как в этой семье, — фотографии детей в Сальвадоре, обучение которых они спонсируют, перечисляя 38 долларов каждый месяц. ■



«инфоДонор»: программа ПОМОЩИ НЕКОММЕРЧЕСКИМ организациям

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ! Нас всех объединяет активная гражданская позиция и желание реально помогать людям в решении их насущных проблем. Вы возложили на себя благородную миссию, но она трудновыполнима — ведь в нашей стране система поддержки социально значимых программ и инициатив находится пока в зачаточном состоянии.

Вы также по собственному опыту знаете, что без компьютеров и современных приложений к ним масштабная и эффективная работа сегодня вряд ли возможна. Но программное обеспечение стоит денег. Для некоммерческих организаций это не прописная истина, а каждодневная головная боль. И хочется, как говорится, и колется...

Можно ли безболезненно стать законным обладателем столь необходимых технологий? Причем за совсем небольшие деньги? Мы отвечаем «ДА!» на этот вопрос. И приглашаем вас принять участие в программе «инфоДонор».

ЛЕГАЛЬНЫЕ программные продукты от мировых производителей за небольшую плату

«инфоДонор» — это российский сегмент глобальной программы технологической поддержки неправительственных/некоммерческих организаций, реализуемой с 2006 года. Благодаря ей НПО/НКО по всему миру получили доступ к популярным технологическим продуктам (как программному обеспечению, так и оборудованию) ведущих мировых производителей, имена которых вам, конечно же, хорошо известны: Microsoft, Cisco, Hewlett-Packard, Symantec, Adobe и другие.

Активными участниками глобальной программы являются некоммерческие организации из нескольких десятков стран по всему миру — Испании, ЮАР, Бразилии, Австралии, Индии, Хорватии, Японии и многих других. В России эта программа стартовала 19 марта 2009 года. Сегодня к ней присоединились уже больше сотни НКО по всей стране. Это органи-

зации, действующие в целях борьбы с бедностью, содействия социальному обеспечению, развития культуры, охраны окружающей среды и т. п. — в соответствии с политикой компаний-благотворителей.

В настоящее время донором программы в России является Microsoft. При этом ведутся переговоры с другими производителями технологических продуктов, и мы надеемся, что вскоре ряды доноров российской программы пополнятся другими лидерами мирового и российского рынка.

Участники программы «инфоДонор» получают экономии в размере 92-96% от обычной розничной цены программного или аппаратного продукта. Оплата небольшого сбора в размере 4-8% стоимости продукта необходима для покрытия расходов на администрирование программы. Она позволит продолжать работу по предоставлению пожертвований продуктов ведущих производителей наиболее эффективным образом и по наиболее низкой цене.

Для НПО/НКО в настоящий момент доступно около 100 наиболее востребованных продуктов компании Microsoft. Каждая правомочная организация в рамках программы может заказать до 6 наименований ПО и до 50 пользовательских лицензий на каждый программный продукт 1 раз в 2 года. Исключение составляют серверные программные продукты, для которых действуют свои ограничения. Обращаем ваше внимание на то, что для ПО от Microsoft величина сбора минимальна: 4%.

Кто является оператором программы?

Глобальным оператором программы является TechSoup Global — старейшее (основано в 1987) и крупнейшее некоммерческое агентство технической помощи в США. Оно помогает осуществлять связь между пожертвованиями ведущих производителей программного и аппаратного обеспечения и некоммерческими организациями. Оно предлагает НКО/НПО бесплатные информационные ресурсы и поддержку — каждый месяц сайт TechSoup Global

посещают свыше 400 тысяч пользователей из более чем 190 стран. Это те, кому нужны технологии, пригодные для использования НКО, ноу-хау, рекомендации или продукты для выполнения их миссий. Подробнее о деятельности TechSoup Global можно узнать на сайте www.techsoup-global.org

Российским оператором программы является Автономная некоммерческая организация «Институт развития информационного общества», которая за 11 лет своего существования стала признанным независимым лидером РФ в сфере продвижения идеологии и технологий информационного общества. Подробно об этой организации можно прочитать на сайте www.iis.ru

Обе эти организации пользуются безусловным доверием компаний-доноров и делают все возможное для успешной реализации программы.

Как стать участником этой программы?

ИТАК, ЕСЛИ ВЫ

- дочитали этот текст до конца
- хотите иметь современное легальное программное обеспечение за абсолютно приемлемую для вас плату
- ваша организация относится к одной или нескольким «правомочным» категориям

ВКЛЮЧАЙТЕСЬ В НАШУ ПРОГРАММУ!

Для этого заходите на сайт www.infodonor.ru, изучайте подробности участия и регистрируетесь. Поскольку доноры программы — лидеры мирового рынка технологических продуктов, процесс регистрации будет довольно обстоятельным. Но мы надеемся на ваше понимание. И пусть эта часть нашего сотрудничества будет самой трудной!

Что говорят о нашей программе ее участники?

«Благодаря программе “инфоДонор” у нас появилась возможность сэкономить значительные средства для осуществления своей деятельности. Теперь, имея легальное и надежное программное обеспечение, мы работаем в более безопасной и предсказуемой обстановке. Кроме того, имея лицензию,

мы можем получать своевременные обновления. Приобретенное ПО полностью соответствует потребностям современной, динамично развивающейся организации, обеспечивая удобство и эффективность работы ее сотрудников. Организация «Врачи детям» выражает благодарность программе “инфоДонор”».

Санкт-Петербургская общественная организация «Врачи детям»

«Бюджет программ и проектов, администрируемых нашей организацией, максимально ориентирован на поддержку села. В силу этого долгое время не удавалось приобрести офисное лицензионное программное обеспечение, работа велась в морально устаревших редакторах. Участие в программе “инфоДонор” помогло нам получить легальное программное обеспечение, и при этом финансовая помощь в села совершенно не уменьшилась. 12 сотрудников организации теперь выполняют значительно больше работы за стандартный рабочий день. “Зеленый дом” пригласил к участию в программе “инфоДонор” сеть НКО, работающую в сфере сельского развития. Участие в программе поможет им оптимизировать свою деятельность и расходы».

Хабаровская краевая благотворительная общественная организация «Зеленый Дом»

«Такое ПО Microsoft, как Office Pro 2007 и Outlook 2007 позволило эффективно решать организационные задачи при подготовке к крупным мероприятиям: составление документов и отчетности, планирование, коммуникация. Благодаря пожертвованию Microsoft теперь мы имеем возможность постоянно использовать в своей работе программное обеспечение, обладающее значительно большими возможностями по сравнению с использованным ранее ПО и дающее полноценное функционирование офиса».

Благотворительный фонд «Московский дом милосердия» (Российский центр развития добровольчества)

По вопросам участия в программе «инфоДонор» обращайтесь:

Менеджер

программы: **Александра Капустина**

**Институт развития
информационного общества
101000, Россия, Москва,
Главпочтамт а/я 716**

Адрес:

Тел./Факс:

**7 (495) 625-19-28
7 (495) 625-17-27**

E-mail:

**infodonor@infodonor.ru
www.infodonor.ru**



Откуда
берутся дети?



журнал и сайт
о приёмных детях
и их родителях
родные люди

www.mydears.ru

ВСЁ
о жизни
приёмных
семей

истории
дневники
интервью
советы

От любви,
конечно!



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 второе 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
- 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)

Анфалова Надежда	19	Карль Елена	54	Седов Константин	42
Аронсон Эллиот	48	Кобзон Иосиф	71	Сказка Надя	32
Бильжо Андрей	32	Козловская Елена	54	Сконин Руслан	32
Богданова Татьяна	36	Косткина Людмила	20	Слущкая Ирина	32
Бугаевский Александр	32	Котлер Филип	48	Тесалов Николай Иванович	20
Буланова Ирина	19	Краевская Наталья	19	Третьяк Владислав	71
Вдовиченков Владимир	32	Круглов Андрей	32	Улицкая Людмила	62
Гальего Рубен	62	Кузьминова Мария	32	Ургант Иван	71
Грикурова Инесса	26	Лель Катя	32	Фандера Оксана	32
Гурвич Петр	58	Лукин Владимир	28	Франк Де Винне	71
Гусейнова Солмаз	19	Маартен ван ден Белт	32	Фредерик Ле Ду	54
Давыдова Надежда	19	Медведев Д. А.	4	Хабенский Константин	32
Дапкунайте Ингеборга	32	Мыскина Анастасия	32	Хоркина Светлана	28
Джей Вавричек	72	Невский Александр	32	Хренов Денис	32
Дрозд Ирина	19	Нестеровская Ася Константиновна	20	Чальдини Роберт	48
Дэниел Деффенбау	72	Николаенко Татьяна	19	Шагин Дмитрий	19
Жарова Ольга	36	Павлыш Ольга	54	Шелест Ольга	32
Жириновский Владимир	28	Познер Владимир	71	Шерон Стоун	71
Зубарева Надя	19	Попко Анатолий	54	Шилов Сергей	28
Ирма Ниорадзе	71	Прокофьева Ольга	32	Яковлев Вадим	32
Кабо Ольга	32	Пчельникова Светлана	71	Ясина Ирина	62
Капустина Александра	76	Пьер Карден	71		
Access Culture (Франция)	54	Европейский молодежный центр	36	Петрозаводский государственный университет	12
Adobe	6	Здоровье Карелии,		Подари жизнь, благотворительный фонд	67
CAFEMAX	20	благотворительный фонд	12	Поделись теплом, благотворительный фонд	32
Cisco	76	Зеленый дом, благотворительная общественная организация	76	Поликлиника № 1 г. Петрозаводска	12
Grand Island Independent, газета (США)	72	Ильинская школа-интернат	36	Посольство Франции в России	54
Hastings College (США)	72	Институт развития		Право общественных интересов, институт	68
Hewlett-Packard	76	информационного общества	26, 76	Префектура Центрального округа г. Москвы	36
Independent Media Sahoma Magazines, издательский дом	36	Интеркоммерц, коммерческий банк	32	Родные люди, журнал	78
Microsoft	26, 76	Карельский ресурсный центр общественных организаций	12	Российская детская клиническая больница	42
National Geographic Россия, журнал	36	Катаржина, некоммерческая организация	61	Российский государственный гуманитарный университет	36
S-11, творческое объединение	36	Комитет по социальной политике		Рыбновская школа-интернат	32
Symantec	76	Санкт-Петербурга	20	Салтыковский детский дом	36
TechSoup Global	26, 76	Комстар	20	Скай Линк	20
The Moscow Times, газета	36	Краснодарский фонд социальной защиты населения	16	Угличский детский дом	32
Views France (Франция)	54	Крылья, благотворительный фонд	36	Ульяновская детская общественная организация туризма	16
YES!, журнал	36	Крылья, студенческая молодежная организация	36	Университет Хайфы (Израиль)	42
Акция, газета	36	КЭС Холдинг	20	Форум доноров	48
Александр Невский, благотворительный фонд	16	Маяк, радиостанция	36	Хоган энд Хартсон ЛЛП, международная юридическая фирма	68
АРУТЕК	20	Мегафон	20	Центр Валентина Гайюи (Франция)	54
Ассоциация инвалидов, ветеранов и блокадников	20	Медицинский колледж г. Петрозаводска	12	Центр паралимпийского спорта	54
Бизнес и общество, журнал	36	Международное объединение авторов кукол	71	Центр развития некоммерческих организаций	36
Благотворительность в России, журнал	36	Милость, благотворительный фонд	19	Центр сердечно-сосудистой хирургии имени А. Н. Бакулева	16, 71
Буква, книготорговая сеть	67	Министерство здравоохранения и социальной защиты Республики Карелия	12	Центральный музей Великой Отечественной войны	28
Великолукская школа-интернат	32	Министерство юстиции РФ	36	Эвентас, мастерская событий	36
ВКС-Кантри, дом отдыха	36	Московский дом милосердия, благотворительный фонд	76	Юнилевер	36
Врачи детям, общественная организация	76	Московский конноспортивный клуб инвалидов	58	ЮНИСЕФ	31, 36
ВТБ Капитал	20	Московский международный Дом музыки	16	Юрковская школа-интернат	32
Грани таланта, благотворительный фонд реализации инновационных программ	16	Национальный		Якиманка, детская галерея	32
Департамент семейной и молодежной политики г. Москвы	36	благотворительный фонд	15, 16, 61		
Детский благотворительный фонд имени Алены Петровой	15	НеФАКТ продакшн, студия	36		
Доктор-клоун, некоммерческая организация оказания социально-культурной реабилитации детей с тяжелыми заболеваниями	42	Оптиксити	36		



*Национальный
благотворительный фонд*

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 реабилитации инвалидов**

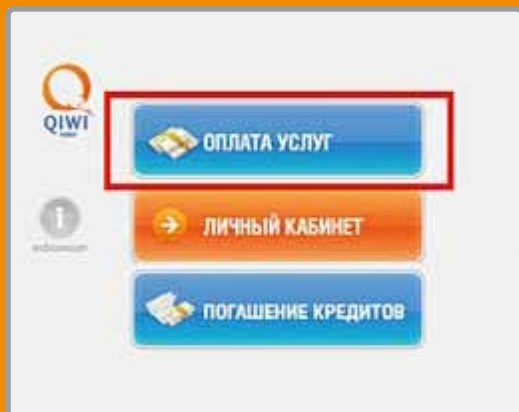
**Отправьте SMS-сообщение* 32 на номер 7715 —
и вы сделаете вклад
в социальную поддержку ветеранов и пенсионеров**

** Стоимость отправки SMS на номер 7715 составляет 44 руб.
Подробная информация об услуге – на сайте www.sms7715.ru*



Техническая работа SMS-сервиса
обеспечивается компанией SMS Media Solutions.

КАК ВНЕСТИ ПОЖЕРТВОВАНИЕ С ПОМОЩЬЮ QIWI (КИВИ)



1. Выберите любой удобно расположенный для Вас платежный терминал QIWI (КИВИ) и зайдите в раздел «ОПЛАТА УСЛУГ» на главной странице интерфейса



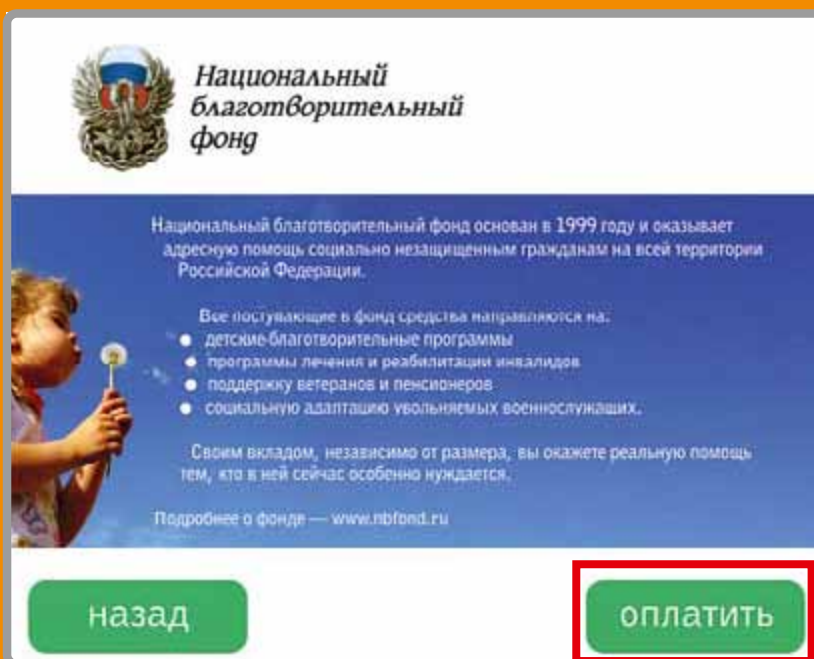
2. Далее зайдите в раздел «ДРУГИЕ УСЛУГИ»



3. Найдите кнопку «БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ», листая страницы интерфейса с помощью кнопки «ВПЕРЕД»



4. Нажмите кнопку с логотипом Национального благотворительного фонда



5. Нажмите кнопку «ОПЛАТИТЬ». Напишите номер своего мобильного телефона, если вы хотите получить СМС-сообщение о поступлении пожертвования в Национальный благотворительный фонд. Внесите сумму вашего благотворительного взноса, вставляя деньги в купюроприемник терминала. Возьмите квитанцию о денежном зачислении и сохраните ее.

**СПАСИБО
ЗА
ВАШ
ВКЛАД!**