

СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НКО: ИНФОРМАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ

СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НКО:

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ**

2011

Информационные материалы для журналистов по освещению деятельности СО НКО, для федеральных и региональных органов власти и местного самоуправления по поддержке СО НКО, благотворительности и добровольчества. – М., 2011.

Материалы подготовлены Агентством социальной информации по поручению Министерства экономического развития Российской Федерации в рамках Государственного контракта на оказание комплекса услуг по информационной поддержке реализации мероприятий по поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций.

Коллектив авторов: *Влада Муравьева, Мария Проннер, Елена Темичева, Наталья Шувалова*

Редакторы: *Нина Балясникова, Елена Дубченко*

Дизайн и верстка: *Ольга Степанова*

Содержание

Программа поддержки социально ориентированных НКО: для чего она нужна и как работает	3
Социально ориентированные НКО – что это такое, кому они помогают и на какую поддержку могут рассчитывать	10
Освещение деятельности социально ориентированных НКО	13
Социальная реклама: изменения в законодательстве	21
По итогам исследований	24
Полезные интернет-ресурсы	26

ПРОГРАММА ПОДДЕРЖКИ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НКО: ДЛЯ ЧЕГО ОНА НУЖНА И КАК РАБОТАЕТ

Артем Шадрин,
директор Департамента стратегического управления
(программ) и бюджетирования Министерства
экономического развития РФ



Министерство экономического развития РФ отвечает за реализацию мер по поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляемых в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 23 августа 2011 года № 713. В результате через конкурсное предоставление субсидий нам удалось обеспечить принятие 51 регионом программ поддержки социально ориентированных НКО, реализуемых в соответствии с Федеральным законом от 5 апреля 2010 года № 40-ФЗ. Эти региональные программы включают несколько компонентов:

- совершенствование законодательства о НКО и правоприменительной практики;
- информационную поддержку деятельности НКО;
- конкурсное предоставление финансовой поддержки НКО.

В 49 из 83 регионов запланированы или уже объявлены конкурсы для некоммерческих организаций на получение финансирования социально значимых проектов, осуществляемого при поддержке федерального бюджета.

Представители социально ориентированных некоммерческих организаций зачастую не только вносят вклад в решение конкретных социальных проблем, но и являются экспертами в области социальной политики. Уверен, что сотрудничество власти, бизнеса и некоммерческих организаций в решении социальных проблем будет расширяться, и при содействии средств массовой информации такое межсекторное партнерство обретет широкую общественную поддержку.

Программа поддержки социально ориентированных НКО (СО НКО) – следствие Федерального закона № 40-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций», который 5 апреля 2010 года подписал Президент РФ Дмитрий Медведев.

Для чего нужна Программа?

Для начала приведем несколько цифр – данные Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Вклад российских добровольцев в ВВП страны составляет 14,5 млрд рублей.

Если доля добровольцев в экономически активном населении России достигнет уровня современных развитых государств (США, Австралия, Германия, Бельгия и др.), общий вклад российских волонтеров в ВВП страны будет эквивалентен 100 млрд рублей в год. Если мы достигнем уровня стран-лидеров по этому показателю – Швеции, Новой Зеландии, Нидерландов, Великобритании, Австрии, стоимость годовой работы волонтеров составит 200 млрд рублей.

Объем благотворительных пожертвований в России – порядка 45 млрд рублей в год. Это в 4–6 раз меньше, чем в современных развитых странах.

Почему Россия отстает по этим показателям? Одна из причин – сравнительно невысокая доля бюджетных источников финансирования НКО: в 2–3 раза ниже уровня финансирования за рубежом, как показывают, например, исследования [Boston Consulting Group](#). Это негативно сказывается на российском некоммерческом секторе и на остроте социальных проблем, убеждены разработчики Программы поддержки СО НКО.

В конце марта 2010 года Минэкономразвития обратилось к НКО, которые специализируются на решении различных социальных проблем и развитии гражданского общества, с вопросом: если вы получите дополнительное финансирование своей работы в размере 1 млн рублей, как это скажется на результатах вашей деятельности? Анализ собранной информации показал, что, помимо снижения социальной напряженности, это могло бы принести прямой бюджетный эффект, сокращение расходов государства (табл. 1).

Таблица 1

Направление деятельности НКО	За счет чего достигается бюджетный эффект
Развитие добровольчества	Увеличение числа волонтеров в России и их суммарного вклада в ВВП
Профилактика отказов от новорожденных детей, ранняя профилактика социального сиротства и лишения родительских прав, подготовка потенциальных родителей к приему детей на воспитание	Сокращение расходов государства на содержание детей в учреждениях для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей
Профилактика правонарушений несовершеннолетних (технологии ювенальной юстиции, восстановительного правосудия)	Сокращение расходов на содержание детей (и впоследствии – взрослых) в местах принудительного лишения свободы
Профилактика алкоголизма и наркомании	Сокращение расходов на лечение россиян в государственных и муниципальных наркологических учреждениях, а также рост производительности труда данных категорий граждан
Профилактика заболеваний	Сокращение выплат по больничным листам, снижение уровня смертности, увеличение отчислений НДФЛ и социальных взносов в страховые фонды
Содействие охране окружающей среды	Уменьшение государственных затрат на восстановление окружающей среды

Подготовка Программы сопровождалась многочисленными рабочими встречами и публичным обсуждением проблем развития некоммерческого сектора. Подтвердилось предположение о том, что, наряду с дополнительным финансированием, СО НКО нуждаются:

- в инфраструктурных изменениях: улучшении законодательства, информационной, консультационной, имущественной поддержке, налоговых льготах;
- в образовательных услугах: для сотрудников и волонтеров НКО, для взаимодействующих с ними чиновников и журналистов.

Исходя из этого, в 2011 году были определены расходные статьи Программы поддержки СО НКО.

Какие документы приняты для реализации Программы?

□ [Постановление Правительства РФ № 713 от 23.08.2011 «О предоставлении поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям»:](#)

утверждает структуру финансирования федеральной Программы и правила предоставления субсидий из федерального бюджета на реализацию региональных программ поддержки СО НКО, а также проектов самих организаций; рекомендует органам власти субъектов РФ утвердить региональные программы поддержки СО НКО; определяет Министерство экономического развития России координатором предоставления субсидий регионам.

□ [Приказ Минэкономразвития России № 465 от 08.09.2011 «О реализации постановления Правительства РФ № 713 от 23 августа 2011 г. «О предоставлении поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям» и Приложение к нему:](#)

утверждает порядок конкурсного отбора региональных программ поддержки СО НКО и проектов самих организаций (с критериями оценки заявок), а также предельные размеры софинансирования; утверждает формы документов для участия в конкурсах и проекты соглашений победителей с Минэкономразвития РФ.

□ [Приказ Минэкономразвития России № 527 от 30.09.2011 «О проведении конкурсного отбора социально ориентированных некоммерческих организаций для предоставления субсидий из федерального бюджета»:](#)

определяет сроки проведения конкурса СО НКО и ответственных за конкурсный отбор.

□ [Методические материалы по разработке программ для участия в конкурсном отборе социально ориентированных некоммерческих организаций для предоставления в 2011 году субсидий из федерального бюджета:](#)

содержат информацию о требованиях к участникам конкурса и содержанию их программ, а также форме раскрытия информации о программах и СО НКО.

□ [Приказ Минэкономразвития России № 528 от 30.09.2011 «О проведении конкурсного отбора субъектов РФ для предоставления субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов РФ на реализацию программ поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций»:](#)

определяет сроки проведения конкурса СО НКО и ответственных за конкурсный отбор.

□ [Методические материалы по разработке региональных программ поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций:](#)

раскрывают суть понятия СО НКО и полномочия субъектов по их поддержке; рекомендуют порядок разработки региональных программ поддержки СО НКО, конкретизируют требования к структуре и содержанию таких программ.

□ [Проект модельного положения о порядке предоставления субсидий из бюджета субъекта Российской Федерации социально ориентированным некоммерческим организациям:](#)

содержит информацию об организации и проведении региональных конкурсов поддержки СО НКО; требованиях к участникам конкурсов и конкурсным комиссиям; критериях оценки заявок и предоставлении и использовании субсидий.

□ [Приказ Минэкономразвития России № 576 от 14.10.2011 «О Координационном совете по государственной поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций»:](#)

утверждает Положение о Координационном совете (задачи и функции, порядок работы и т.д.) и его персональный состав во главе с замминистра экономического развития России А. Клепачем; возлагает организационно-техническое обеспечение деятельности Координационного совета на Департамент стратегического управления (программ) и бюджетирования Минэкономразвития России.

□ [Приказ Минэкономразвития России № 223 от 17.05.2011 «О ведении реестров социально ориентированных некоммерческих организаций – получателей поддержки, хранении представленных ими документов и о требованиях к технологическим, программным, лингвистическим, правовым и организационным средствам обеспечения пользования указанными реестрами»:](#)

утверждает порядок ведения реестров СО НКО, требования к технологическим, программным, лингвистическим, правовым и организационным средствам обеспечения пользования реестрами НКО – получателей поддержки.

Реестры ведутся в электронном виде по образцу, утвержденному Минэкономразвития России, содержание реестров является открытым для всеобщего ознакомления и должно обновляться на сайте соответствующего органа власти в течение трех дней со дня внесения изменений в реестр.

Как финансируется Программа?

В 2011 году общий объем финансирования мер по поддержке СО НКО из федерального бюджета составляет **741,2 млн рублей**.

600 млн рублей – на субсидирование 49 региональных программ поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций (определены в рамках [конкурса](#)). При этом в регионах-победителях, наряду с утвержденными программами, есть собственные средства для их частичного финансирования. Расходы на администрирование программ полностью покрываются региональными бюджетами, федеральные деньги предусмотрены только для софинансирования в рамках конкурсов проектов региональных и местных СО НКО.

132 млн рублей – на финансирование проектов СО НКО, которые работают сразу в нескольких регионах и оказывают поддержку другим СО НКО. Будет профинансировано:

- выявление, обобщение и распространение лучшей практики реализации проектов социально ориентированных НКО;
- оказание консультационной, информационной и методической поддержки деятельности других СО НКО;
- содействие привлечению такими организациями труда добровольцев;
- анализ деятельности целевой группы, определение ее основных проблем и разработка комплексных мер по их решению и иная деятельность по формированию инфраструктуры поддержки СО НКО.

6 млн рублей – на проведение научно-исследовательских работ по проблемам деятельности и развития СО НКО.

3,2 млн рублей – на информационную поддержку реализации Программы поддержки СО НКО.

■ **Дополнительные средства на реализацию Программы в 2012 году**

В 2012 году планируется обеспечить реализацию Программы поддержки СО НКО дополнительными средствами.

162 млн рублей – на субсидирование проектов СО НКО.

100 млн рублей – на образовательный компонент программы, цель которого – повысить квалификацию сотрудников НКО и взаимодействующих с ними чиновников.

28 млн рублей – на создание информационной системы о деятельности СО НКО, научно-исследовательские работы и др.

Возможно, бюджет программы в 2012 году удастся увеличить.

Как определялись победители конкурса на субсидирование региональных программ поддержки СО НКО?

Победили те регионы – участники конкурса, в которых есть программы поддержки СО НКО и запланировано их финансирование, а также приняты нормативные правовые акты (либо план по их разработке и принятию в течение отчетного периода), предусматривающие:

- распределение на конкурсной основе субсидий для оказания социальных услуг либо реализацию механизма закупок работ (услуг) для государственных и муниципальных нужд;
- предоставление социально ориентированным некоммерческим организациям и организациям, предоставляющим им благотворительные пожертвования, налоговых льгот;
- предоставление социально ориентированным некоммерческим организациям имущественной поддержки (недвижимого имущества в аренду на льготных условиях или в безвозмездное пользование);
- обеспечение информационной поддержки деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций в средствах массовой информации, а также посредством социальной рекламы;
- формирование попечительских (общественных, наблюдательных) советов государственных и муниципальных учреждений социальной сферы с привлечением к участию в их работе представителей заинтересованных социально ориентированных НКО;
- проведение общественной экспертизы проектов законов субъектов РФ, а также проектов нормативных правовых актов органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в части деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций.

Как распределялись субсидии?

Распределение субсидий между бюджетами субъектов РФ произведено следующим образом:

30% – поровну между указанными бюджетами субъектов Российской Федерации;

30% – пропорционально численности населения, постоянно проживающего на территории субъекта Российской Федерации (на последнюю отчетную дату);

40% – пропорционально средней численности работников, занятых в расположенных на территории субъекта Российской Федерации некоммерческих организациях, обслуживающих домашние хозяйства.

Объем софинансирования региональной программы из федерального бюджета составляет от 50% до 80% в зависимости от уровня расчетной бюджетной обеспеченности субъекта РФ на очередной финансовый год (рассчитана в соответствии с методикой распределения дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности субъектов РФ).

Каковы приоритетные направления реализации проектов СО НКО в 2011–2012 годах?

Приоритетные направления реализации проектов СО НКО в 2011–2012 годах:

- профилактика социального сиротства, поддержка материнства и детства;
- повышение качества жизни людей пожилого возраста;
- социальная адаптация инвалидов и их семей;
- развитие дополнительного образования, научно-технического и художественного творчества, массового спорта, деятельности детей и молодежи в сфере краеведения и экологии;
- развитие межнационального сотрудничества.

Также, исходя из специфики региона, субъекты РФ могут выбрать (в соответствии со статьей 31.1 Федерального закона № 7 «О некоммерческих организациях») иные приоритеты поддержки и отразить их в региональных программах.

Какие СО НКО Минэкономразвития поддерживает напрямую?

Напрямую через Министерство экономического развития РФ предусмотрены субсидии для проектов, в рамках которых осуществляются следующие мероприятия:

- реализация программ в области оказания информационной, консультационной и методической поддержки деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций по основным направлениям их деятельности;
- выявление, обобщение и распространение лучшей практики реализации проектов социально ориентированных некоммерческих организаций, в том числе путем проведения конференций и семинаров;
- содействие привлечению социально ориентированными некоммерческими организациями труда добровольцев.

Различаются ли условия поддержки в зависимости от вида НКО?

Дифференциация условий поддержки некоммерческих организаций в зависимости от их организационно-правовой формы не предусмотрена. Субсидии рекомендовано предоставлять при наличии собственного вклада в тот или иной проект со стороны НКО (финансового и/или иного, например, путем привлечения труда добровольцев). При этом претендовать на поддержку в рамках программ могут только социально ориентированные некоммерческие организации.

Кого и чему планируется обучать в рамках образовательного компонента Программы?

На повышение квалификации сотрудников некоммерческих организаций и сотрудников органов государственной власти, которые осуществляют взаимодействие с некоммерческими организациями, в 2012 году выделено 100 млн рублей. Запланировано повышение квалификации 6,5 тыс. представителей некоммерческих организаций и 1,5 тыс. сотрудников региональных и местных органов власти.

Предполагается, что в рамках обучения на местах в одной аудитории встретятся представители органов власти и некоммерческих организаций. Они совместно прослушают лекции, примут участие в семинарах и проектах.

Как осуществляется контроль за реализацией Программы?

Для контроля за ходом реализации региональных программ запланированы выезды экспертов в субъекты РФ. По завершении программ регионы, получившие субсидии от Минэкономразвития России, должны будут представить отчеты о расходах и достижениях значений показателей результативности, которые прописаны в соглашениях с министерством.

Каким будет информационное сопровождение Программы?

Все программы поддержки социально ориентированных НКО будут опубликованы на специальном портале – в федеральной информационной системе, которая сейчас находится в стадии разработки. Практически все региональные программы уже опубликованы на сайтах органов власти субъектов Федерации. В будущем на этих сайтах в обязательном порядке должны появиться реестры получателей поддержки из числа социально ориентированных НКО.

Помимо региональных программ поддержки СО НКО, федеральная информационная система будет включать блоки информации о поддержке СО НКО на федеральном уровне, о состоявшихся и предстоящих конкурсах, о получателях поддержки, об особенностях налогообложения и иного законодательного регулирования деятельности СО НКО (в том числе на региональном уровне), о существующей инфраструктуре некоммерческого сектора. Также планируется публиковать новостные, экспертные и аналитические материалы о деятельности социально ориентированных НКО. Там же будут публиковаться решения Координационного совета по государственной поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций.

СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НКО – ЧТО ЭТО ТАКОЕ, КОМУ ОНИ ПОМОГАЮТ И НА КАКУЮ ПОДДЕРЖКУ МОГУТ РАССЧИТЫВАТЬ

Понятие СО НКО

Понятие «**социально ориентированные некоммерческие организации**» введено Федеральным законом от 5.04.2010 № 40-ФЗ [«О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций»](#).

К социально ориентированным НКО относятся организации, созданные в формах, предусмотренных ФЗ № 7 [«О некоммерческих организациях»](#) (за исключением госкорпораций, государственных компаний и общественных объединений, являющихся политическими партиями), которые занимаются решением социальных проблем и развитием гражданского общества (п. 2.1), а также деятельностью, предусмотренной ст. 31.1 ФЗ № 7.

Социально ориентированные НКО и организации общественной пользы

Во многих странах вместо термина «социально ориентированные организации» используется термин «организации общественной пользы». Это означает, что они работают с целью оказания помощи преимущественно или только третьим лицам, а не исключительно членам организации. В ряде стран для организаций общественной пользы созданы особые условия функционирования.

Виды деятельности СО НКО

Допустимые виды деятельности социально ориентированных НКО, претендующих на поддержку органов власти и органов местного самоуправления, приведены в п. 1 ст. 31.1 «Поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций органами государственной власти и органами местного самоуправления» ФЗ № 7:

- 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, культовое, культурное или природоохранное значение, и мест захоронений;

б) 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.

Субъекты РФ и муниципальные образования могут законодательно устанавливать иные виды деятельности СО НКО, претендующих на поддержку из региональных и муниципальных бюджетов соответственно, если это не противоречит п. 2.1. ст. 2 ФЗ № 7.

Если виды деятельности, которые отражены в уставе НКО и которыми она занимается на практике, не поименованы в законе, но относятся к решению социальных проблем и/или развитию гражданского общества, то такая организация вправе считать себя социально ориентированной. В настоящее время никакого иного подтверждения этого статуса (в том числе нахождения организации в каком-либо реестре) не требуется.

Реестры СО НКО

Реестры социально ориентированных НКО – получателей поддержки предусмотрены ст. 31.2 ФЗ № 7. Они должны содержать информацию только о тех социально ориентированных НКО, которые получают поддержку от власти. Информация, содержащаяся в таких реестрах, открыта для всеобщего ознакомления.

Формы поддержки СО НКО

Органы федеральной, региональной и муниципальной власти наделены полномочиями поддерживать социально ориентированные НКО. Формы такой поддержки определены ст. 31.3 ФЗ № 7:

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 [ФЗ «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.

За счет средств бюджетов региональной и местной власти допускается оказание поддержки социально ориентированным НКО в иных формах. Можно поддерживать как деятельность организации в целом, так и отдельные проекты – лучшие практики.

Лучшие практики

Согласно критериям, предложенным [Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора Высшей школы экономики](#), в основе лучших практик должны лежать понятные технологии достижения поставленной цели, которые, в свою очередь, можно тиражировать в разных регионах. Хорошо, если они предполагают межсекторное взаимодействие. Лучшие практики – это обязательно технологии, адекватные российскому контексту: прямое заимствование западного опыта не всегда целесообразно.

Координатор по господдержке СО НКО

За реализацию мероприятий по поддержке СО НКО на федеральном уровне отвечает Министерство экономического развития России. Информация о сути этих мероприятий размещена в специальном подразделе [«Социально ориентированные НКО»](#) портала министерства.

ОСВЕЩЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НКО

Собственно, в чем вопрос? Что там такого нестандартного в этих некоммерческих организациях, даже обладающих статусом «социально ориентированных», что журналистам стоит особо присмотреться к ним, выделить их среди других организационных субъектов и даже переоценить методы своей работы и подачи материала? Не все ли равно – государственное социальное образовательное учреждение или некоммерческая организация, работающая с подростками? Государственный медицинский центр или некоммерческая ассоциация помощи пациентам? Ветеринарная клиника или некоммерческая служба помощи бездомным животным? Понятно, что содержание работы отличается, масштабы тоже, но – технически – есть ли разница для журналиста, с каким из этих «материалов» работать?

■ В чем разница?

Тем не менее разница есть. И чем лучше ее осознает журналист, тем качественнее продукты его профессионального труда. Эта разница заключается как в степени развития и изученности самого явления некоммерческого сектора в России, так и в конкретных особенностях деятельности разного рода НКО, порой накладывающих ограничения на процесс сбора и обработки информации, а порой предоставляющих больше возможностей для применения различных профессиональных журналистских технологий и методов работы.

Рассмотрим некоторые важные аспекты в освещении СМИ деятельности НКО и на их основе формулируем ряд рекомендаций для коллег по журналистскому цеху.

Эти рекомендации адресованы самой широкой журналистской аудитории. Ведь дело даже не в том, что журналист может выбрать для себя деятельность некоммерческих организаций в качестве тематической специализации. Как раз в этом случае он, погружаясь в тему, сам будет стремиться к выявлению всех возможных аспектов этого явления, изучению практики его освещения в СМИ, поиску творческих подходов и т.д.

■ Смена координат

Речь, если хотите, об изменении системы координат в работе журналиста, вернее, о приведении этой системы координат в соответствие с реальностью. Работая в СМИ, мы в принципе не можем игнорировать такой субъект, как некоммерческая организация, в какой бы области мы ни специализировались – политике, экономике, культуре, религии и т.п., даже спорте, – так как некоммерческий сектор является одним из основообразующих элементов общественной жизни наряду с государственным и коммерческим секторами.

К сожалению, российское медийное сообщество до сих пор явно недооценивает НКО – не ложится пока этот субъект в привычную матрицу информационных источников. Пул экспертов-комментаторов, лидеров мнений – всех тех, к кому мы спешим за «прямой речью» для своих материалов, – для экспертов некоммерческого сектора пока по большому счету закрыт. Что скрывать, в российской прессе существует явный перекося источников информации в сторону власти. Но даже в этой ситуации такие субъекты, как компании, научные институты, международные структуры, про-

фессиональные сообщества занимают пусть гораздо меньшую по объему, но устойчивую нишу, чего нельзя сказать об НКО. Между тем, именно некоммерческие организации, объединяющие и частные инициативы граждан, и научный потенциал, и профессиональные интересы различных групп, могли бы выступить тем равновеликим государственному источником, который привел бы, наконец, к балансу наше медийное пространство.

Поэтому представляется особенно важным, чтобы СМИ не просто обратились к деятельности НКО, но сделали бы их присутствие в журналистских текстах постоянным – в самом разном качестве. Надеемся, эти рекомендации помогут вам в вашей работе и преодолении естественных трудностей «вхождения в тему».

Принципы работы НКО – трудности перевода

Самая большая, можно сказать, системообразующая сложность для журналиста в работе с НКО заключается в степени информированности общества об этом явлении. И чтобы рассказать о каких-то конкретных действиях, мероприятиях, результатах работы НКО, приходится значительную часть отведенного для материала места тратить на ликбез. Если журналиста заинтересовала, к примеру, программа по профилактике ВИЧ/СПИДа, реализуемая партнерством различных НКО, то сначала ему придется объяснить, что это не государственная программа, почему не государственная, откуда тогда деньги, как вообще этим может заниматься кто-то, кроме учреждений здравоохранения, и проч. – то есть развеять массу стереотипов, которые существуют вокруг некоммерческого сектора, да еще и транслировать аудитории новые знания о тех непростых сферах, в которых работают НКО, в данном случае – о профилактике ВИЧ. В таком потоке информации сама суть материала – конкретная программа – может и вовсе затеряться.

Худшее, что в этом случае может сделать журналист, – пытаться донести информацию до аудитории через формализованное описание деятельности НКО. Тексты вроде «Запущена грантовая программа поддержки молодых ученых. Целями проекта являются... в основные задачи входит...» убивают интерес читателей/зрителей/слушателей на корню. А соблазн поступить именно так велик, и в этом часто вина самих НКО, не умеющих писать яркие тексты о своей деятельности и пресс-релизы для СМИ, зато освоивших написание грантовых заявок, в которых и перечисляются упомянутые пункты – цели, задачи, формы реализации и проч.

■ По «законам» проектной деятельности

Нужно понимать, что социально ориентированные НКО, как правило, живут «законами» проектной деятельности и, соответственно, грантового финансирования, и написание заявок для потенциальных грантодателей, так же как и отчетов по реализованным проектам – это жизненно необходимая часть их работы. Они, попросту говоря, привыкли так структурировать информацию о своей деятельности. Поэтому на вопрос журналистов «как вы помогаете вашим подопечным» – к примеру, пожилым людям – они будут отвечать в выражениях «в этом году у нас два действующих проекта», «миссия проекта в реформировании системы надомной помощи», «в рамках проекта мы осуществили такие-то мероприятия» и т.п.

Поверьте, это вовсе не значит, что они такие скучные, формализованные и ничего «живого» у них не происходит. Особенно часто такой вывод делают телевизионщики («живой картинке там точно не будет! Что снимать?»), почитав обращенные к ним тексты с призывом приехать на «мероприятия программы». Напротив, за описаниями проектов, как правило, кроется очень бурная, иногда экстремально творческая, деятельность – с использованием нестандартных подходов, организацией ярких акций, участием волонтеров и т.д. Надо только правильно задать вопросы, раскрутить собеседника – и тогда вы узнаете, что «два действующих проекта» подразумевают проведение конкурса и фотовыставки «СУПЕРСТАР» об активных пожилых людях: старики на роликах, бабушки-аквалангистки – просто рай для эфира! А еще – организацию службы «Внуки по переписке», когда студенты

пишут одиноким старикам, проживающим в домах престарелых, а еще – проведение первой межвузовской конференции геронтологов и проч., и проч.

Как же избежать «трудностей перевода» и сделать свой материал интересным и качественным?

■ Алгоритм действий

Алгоритм действий для журналиста может быть такой.

- Во-первых, самому раз и навсегда разобраться в том, что такое социальное проектирование как принцип некоммерческой деятельности¹. Тогда будет легче и вопросы задавать, и видеть суть работы НКО.
- Во-вторых, заранее разузнать, что представляет собой НКО, кто ее основал, в чем заключается ее основная работа, какова правовая основа ее действий и т.п. В этом могут помочь информация, представленная на официальных сайтах НКО, годовые отчеты организаций, отчеты по проектам, выпускаемые НКО издания и, конечно, беседы с сотрудниками. Кстати, не обязательно стремиться побеседовать именно с руководителем НКО (хотя в маленьких НКО директор может быть единственным сотрудником). Наиболее часто встречающаяся должность в некоммерческом секторе – руководитель проекта. Именно эти люди могут в подробностях рассказать вам о любой конкретной деятельности.
- В-третьих, отбирать факты для материала по принципу «конкретное действие – полученный результат». Если рассказать о том, как волонтеры-студенты приходят к одиноким старикам, чтобы записать их воспоминания и составить книгу, пишут в дома престарелых и в конце концов встречаются со своими «бабушками по переписке», что чувствуют при этом и те, и другие, то суть и принципы работы НКО аудитория СМИ поймет без дополнительных усилий со стороны журналиста. А через эти конкретные примеры можно уже заводить разговор и о реформировании системы геронтологической помощи, которое пытаются осуществить именно некоммерческие организации.

Контекст

Не менее важно наряду с пониманием принципов работы НКО понимание контекста их деятельности. Даже знание юридических основ деятельности НКО, знакомство с описаниями их программ, владение статистическими данными не дают понимания того, какую роль играет некоммерческий сектор в современном российском обществе. В чем, если хотите, пафос деятельности каждой конкретной НКО, в чем их роль, где их место в общей системе общественных координат, почему так, а не иначе, складываются их отношения с другими секторами – государством, бизнесом – и почему они выбирают такие, а не другие, технологии для своей работы.

Если попытаться кратко охарактеризовать само явление НКО для современного российского общества, можно отметить такие факторы, как уникальность этого явления с точки зрения всей российской истории общественных отношений, ориентацию деятельности НКО одновременно на решение конкретных проблем и социальные преобразования в целом и неформализованность подхода к своей работе.

Журналистам, которые предполагают, что работа с некоммерческой тематикой не будет для них единичным случаем, просто необходимо потратить хотя бы один день на то, чтобы погрузиться в контекст деятельности, историю развития НКО в России. И тогда многое станет понятно: почему НКО успешно действуют в сферах, в которых государственные усилия часто не приводят к результатам; где берут средства на свои программы; в чем видят свою миссию; кто и почему приходит работать в

¹ См. например: Александров Ю. Некоммерческие проекты (некоторые аспекты реализации) <http://www.internit.ru>; Журавлева П. Гранты и конкурсы в России <http://db.ngo.ru>; Никитенко О.В. Проектное управление в некоммерческих организациях: учебное пособие / О.В. Никитенко, Е.М. Бортник. – Ростов н/Д.: Феникс, 2007.

некоммерческий сектор; какие хронические проблемы приходится решать НКО в своей каждодневной работе и многое другое. Это можно сделать, прочитав толковые книжки², либо можно воспользоваться профессиональными навыками и побеседовать с руководителем НКО, чья деятельность начиналась вместе с официальным появлением некоммерческого сектора в постсоветской России (начало – середина 1990-х).

Компетентность

Тематический спектр деятельности социально ориентированных НКО включает в себя разные социальные явления. Иногда предметом их деятельности является содействие решению очень специфичных проблем, направленных на адресную помощь узкой целевой группе, а иногда – помощь достаточно большой социальной группе. Что вы, к примеру, знаете о таком заболевании, как муковисцидоз, миграции птиц или традиционных промыслах северных народов? И в то же время насколько вы в курсе тех тенденций, которые существуют сегодня в вопросах организации труда волонтеров, трудоустройстве инвалидов или семейном устройстве детей-сирот? Чтобы работать с такой разнообразной тематикой, журналисту необходимо обладать определенными компетенциями, причем компетенциями разного уровня.

■ Качественный анализ конкретных ситуаций

Много зависит от того, насколько журналист сможет оценить и аналитически переработать информацию о конкретной ситуации, которую предоставит ему НКО, какие выводы сделает из этого и как будет добирать необходимые для материала факты.

■ Специфические знания о предмете деятельности НКО

Чтобы освещать такие темы, как, например, профилактика и лечение химических зависимостей или патронатное воспитание, необходимы некоторые базовые знания. Не надо стесняться обращаться за такими знаниями к профильным НКО, наоборот, для журналистов это весьма «адаптированный» источник информации – в НКО вам расскажут об интересующем предмете гораздо доступнее, чем в научном или медицинском учреждении или в специальной литературе. Потому что часто одной из задач НКО является повышение уровня знаний населения о проблеме, для чего составляются памятки, бюллетени и прочие информпродукты, просто объясняющие достаточно сложные явления.

■ Понимание социальных процессов, происходящих в обществе

Не менее важно суметь увидеть и оценить связь деятельности НКО с актуальной социальной практикой в определенной сфере. Если вы сами не обладаете необходимыми знаниями, можно привлечь стороннего эксперта в качестве комментатора или «советчика».

Этические стандарты

Темы и целевые аудитории, с которыми работают СО НКО, часто накладывают ограничения на работу журналиста с информацией с точки зрения этики (а порой и с точки зрения закона). Например, далеко не во всех ситуациях можно показывать находящихся на воспитании в детских домах или патронатных семьях детей, брать у них интервью. Много этических ограничений существует в отношении любых аудиторий закрытых учреждений (дома ребенка, дома престарелых, исправительные учреждения и т.п.). Что можно, а что нельзя рассказывать о человеке даже с целью собрать для него

² Все, что вы хотели знать о некоммерческом секторе, но боялись спросить http://www.cafcf.ru/publications/about_nko.pdf; Алексеева О. История доверия в недоверительные времена – М.: ЭКСМО, 2007.

благотворительную помощь? Можно ли обнародовать статус ВИЧ-инфицированного? Как вести себя в колониях для несовершеннолетних? Можно ли требовать от правозащитной НКО имени обратившихся к ней с жалобами на какие-то учреждения людей?

НКО, давно работающие в определенных сферах, сами осознают сложность освещения своей проблематики и поэтому нередко готовят для журналистов свои рекомендации, связанные именно с этическими аспектами их работы.

Например, Ассоциация «Служение» в Нижнем Новгороде тесно работает с другими региональными НКО в сфере донорства крови. На основе своего опыта она составила [памятку для журналистов](#), где рассказала, чего лучше избегать при освещении этой тематики и, наоборот, какие действия положительно скажутся на привлекательности и качестве журналистского текста. Некоммерческая организация «Студио-Диалог» выпустила книгу [«Найди меня, мама! Материалы в помощь журналисту»](#) об освещении темы сиротства. Есть и другие примеры таких информационных продуктов НКО, предназначенных для журналистов.

Но даже если таких материалов некоммерческая организация специально не подготовила, вы всегда можете посоветоваться с сотрудниками НКО на предмет разных этических ограничений и проблемных моментов в работе с определенной тематикой.

Технологии

В освещении некоммерческой тематики можно выделить несколько наиболее интересных и актуальных технологий, которые СМИ начинают применять.

■ «Сарафанное радио»

В отношении СО НКО особенно выигрышно сработает технология развертывания темы, сбора фактов по принципу «сарафанного радио», когда переход от одной группы источников к другой обусловлен непосредственной связью этих источников под «шапкой» рассматриваемого явления. Такая технология противопоставляется традиционному типологическому кругу источников информации, с которыми работают СМИ (нюсмейкер – официальное лицо – научная экспертиза – частное мнение).

Вокруг НКО формируются социальные группы – сторонники, добровольцы, жертвователи, сочувствующие. Каждая из таких групп – уникальный источник информации не только о деятельности самой НКО и ее проектах, но и о социальных явлениях, которые затрагивает деятельность НКО.

■ Вовлеченное освещение

Характер деятельности НКО предоставляет журналисту богатый выбор профессиональных ролей. Одна из наиболее эффективных с точки зрения раскрытия темы – роль соучастника, когда журналист не просто освещает ту или иную инициативу или программу НКО, но и принимает в ней непосредственное участие. Например, в качестве одного из волонтеров отправляется в детский дом, или сдает кровь на донорском пункте, или участвует в благотворительном велопробеге и т.д. Эмоции, которые получит журналист, его живая реакция позволят аудитории СМИ почувствовать эффект присутствия и сопричастности к событию.

■ Социальное проектирование

В последнее время СМИ все чаще обращаются к такой новой для них технологии, как социальное проектирование. Она заключается в том, что редакции СМИ не просто освещают некоммерческую деятельность, но и сами становятся ее участниками, а иногда и инициаторами.

Самые яркие совместные проекты НКО и СМИ, а также собственные некоммерческие проекты СМИ осуществляются в области благотворительности. Совместно с благотворительным фондом [«Линия жизни»](#) Дни.Ру реализовали спецпроект «Россия благотворительная» – страничку на своем

сайте, где публиковалась информация о тех, кто нуждается в помощи, и реквизиты для перечисления им пожертвований. [Российский фонд помощи \(РФП\)](#) Издательского дома «Коммерсант» сделал СМИ неотъемлемым элементом технологии сбора средств нуждающимся. Газета печатает письма о помощи – читатель откликается и помогает, переводя деньги на личный счет, чаще всего, ребенка, нуждающегося в срочной операции. В дни катастроф фонд открывает счета в банке и печатает их номера в газете. Сегодня РФП собирает миллионы долларов в год. Его работу поддерживают также другие СМИ – радиостанция «Эхо Москвы», Газета.ру. В проекте [«АиФ. Доброе сердце»](#) журналисты организуют поездки в детские дома, больницы, дома престарелых. РИА «Новости» реализует благотворительный проект [«Дети в беде»](#), который по сути своей является онлайн-фондом помощи, собирающим средства на лечение детей, но кроме этого также освещающим связанные с этой темой события.

Хотелось бы обратить внимание на то, что социальное проектирование для СМИ – это не только их социальная ответственность, приносящая общественную пользу, но и творческий метод. Реализуя собственные проекты, журналист по существу оказывается в совершенно особой творческой ситуации: эффект личного присутствия дает живую, уникальную информацию об объекте, позволяет глубже погрузиться в суть проблемы и выявить неочевидные факты и связи. То, что на первый взгляд кажется выходом за рамки профессии, на самом деле оборачивается еще одним средством быть профессиональнее, то есть информировать полнее, точнее, объективнее.

Кроме того, личное участие – это нелегко, но очень приятно. Моральное зачастую неотделимо от профессионального. К примеру, когда в Екатеринбурге Четвертый канал решил провести благотворительный марафон, чтобы оригинально отметить юбилей канала, никто не предполагал, что эта акция закончится учреждением некоммерческой организации – благотворительного фонда [«Мы вместе»](#), который уже несколько лет успешно помогает больным детям и теперь сам привлекает другие региональные СМИ к совместным акциям. А все потому, что тот первый марафон не на шутку «зацепил» всю редакцию, отдача от мероприятия, личные впечатления просто не позволили бросить этот проект.

Творческие методы

Некоммерческая среда располагает к творчеству и предоставляет большую свободу для применения различных методов в решении социальных проблем, чем та, которой обладают государственные или коммерческие структуры. Это преимущество играет на руку журналистам и позволяет, в свою очередь, использовать эффективные для привлечения внимания аудитории СМИ творческие подходы.

■ Житейские истории

Одним из наиболее выигрышных подходов для освещения деятельности НКО представляется построение материала вокруг житейских историй. На настоящий момент это очень востребованный обществом формат.

Во-первых, в случае рассмотрения даже рутинной проектной деятельности НКО это сделать намного легче, чем в аналогичных ситуациях с бизнесом или госучреждениями.

Во-вторых, такая история – это не просто иллюстрация. Погружаясь в конкретную ситуацию – действия реального человека в определенных жизненных обстоятельствах, – можно наглядно представить, как работает тот или иной социальных подход, предложенный НКО для решения проблемы, выявить алгоритм решения проблемы, как бы «вскрыть» социальное явление, с которым работает НКО. Ситуативный подход³ – это определенная журналистская технология, творческий метод, применение которого в случае с СО НКО не только оправданно, но и необходимо.

³ Ситуативный подход как технология журналистского творчества представлен в книге Т.И. Фроловой «Человек и его мир в информационной повестке дня. Гуманитарные технологии в журналистике» – М.: АСИ, 2009.

■ Динамичные жанровые форматы

Деятельность НКО изобилует разными нестандартными с точки зрения привычного нам способа решения государством социальных проблем мероприятиями. К примеру, усадить чиновника в инвалидную коляску и попросить проехать его по улицам города, чтобы сдвинуть наконец с мертвой точки программу по адаптации городской среды к нуждам инвалидов, по силам именно НКО, а не депутатам или департаменту здравоохранения.

Такое сочетание экшена с глубоким содержанием достаточно часто встречается в некоммерческом секторе. В этом случае и СМИ хорошо бы применять не классические, а динамичные жанровые форматы. К примеру, подойдет репортаж в сочетании с аналитикой (присутствие журналиста на каком-то мероприятии НКО + анализ ситуации вокруг социальной проблемы, над решением которой работает НКО, в том числе в форме проведения акции). Или же интервью в форме беседы в соединении с прямой (записи обсуждений, форумов) и косвенной речью (разговоры, услышанные на акциях, при обсуждении мероприятий сотрудниками НКО).

■ Сложные темы – через нестандартные подходы

Как можно сделать позитивный, конструктивный материал о сложной проблеме или явлении, с которыми работают СО НКО, – детская паллиативная помощь, например, или наркомания, или донорство? Не испугать, не оттолкнуть аудиторию, а привлечь ее «позитивное» внимание, включить в контекст, донести полезную информацию – алгоритм решения социальной проблемы.

Часто решение зависит от творческой находки самого журналиста: призме, через которую можно подать материал (люди разных профессий надевают клоунские носы и идут в хосписы, чтобы доставить радость умирающим людям); сочетании наглядности и убеждения (журналист, сам сдающий кровь на донорском пункте, одной «картинкой» уже опровергает множество страхов).

В поиск творческих форматов можно вовлечь и НКО, которые могут предложить интересных, привлекательных персонажей для ваших сюжетов, помогут найти необычные места для съемок, неординарно говорящих собеседников, удивительные факты. В любом случае, очень важна ваша личная заинтересованность как профессионала все-таки сделать из этой сложной темы хитовый материал.

К примеру, приходится слышать от коллег – особенно эфирных СМИ – что всякие социальные темы попросту нерентабельны. Они не интересны аудитории, и потому им отводится так мало места в эфире. Что, к примеру, рассуждать о деятельности благотворительных фондов – это скучно, а значит, рейтинг у программы будет низкий. Однако успешный опыт тех единичных специализированных программ, которые сегодня существуют в эфире и освещают в том числе деятельность благотворительных организаций ([«В круге СВЕТА» на «Эхо Москвы»](#), [«Азбука благотворительности» на МРК «Мир»](#), [«Адреса милосердия» на радио «Маяк»](#)) свидетельствуют об обратном. Аудитории каналов тема интересна, последующее обсуждение вопросов, затронутых в программах, в блогах на сайтах каналов выходит живым и глубоким. Так в чем же дело? В отсутствии «политической» редакторской воли? Или главными препятствиями на пути продвижения некоммерческой тематики в СМИ являются низкая квалификация и незаинтересованность журналистов в этой теме и вытекающая из этого скудность форматов? Было бы желание, и программа о благотворительности в эфире ТВ стала бы рейтинговой. Когда Первый канал силами своих ведущих-«звезд» проводит благотворительный аукцион в пользу больных детей, это собирает рекордные аудитории. Когда в формате новостей на том же канале появляется «говорящая голова», представляющая один из благотворительных фондов, рассуждающая о системе онкологической помощи, это вряд ли вызовет большой интерес зрителей. Между этими двумя форматами пока – незаполненная пропасть. Поэтому не бойтесь применять творческие оригинальные форматы – творите активнее!

И – в заключение – совет, который в равной мере применим ко всем аспектам труда журналиста: и к поиску информации, и к работе с источниками, и к выбору технологий и творческих методов. Уже

в самом названии «социально ориентированные» НКО заложена их нацеленность на социальную поддержку как отдельных граждан, так и общества в целом.

Обращаясь к деятельности СО НКО, журналист может предложить людям альтернативные государственные решения социальных проблем, показать алгоритм действий в острых жизненных ситуациях – то есть не только проинформировать свою аудиторию, но и повлиять на позитивные изменения в обществе. С осознанием этого факта работать и легче, и тяжелее одновременно, но эта мысль поможет вам выбрать главное для материала и сделать его значимым, чтобы он пополнил пока не такую обширную копилку качественных социальных материалов новейшей отечественной журналистики.

Полезная литература:

Алексеева О.П. История доверия в недоверительные времена – М.: ЭКСМО, 2007

Бережная М.А. Социальная тележурналистика: Учебно-методическое пособие – СПб.: Роза мира, 2005

Гессен М., Назари М. По жизни: Пособие по социальной журналистике. – М.: ЮНИСЕФ, 2002

Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. – М.: Престиж, 2006

Журналистика для здоровья нации/Под ред. Т.И. Фроловой – М.: МедиаМир, 2009

Найди меня, мама! Материалы в помощь журналисту – М.: АНО «Студио-Диалог», 2006

НКО и СМИ: мостик через пропасть – М.: АСИ, 2003

Проблематика СМИ: информационная повестка дня. Учебное пособие для студентов вузов/ Под ред. М.В. Шкондина, Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой – М.: Аспект Пресс, 2008

Севортьян А.Р., Шароградская А.А. Освещение этнического многообразия. Пособие для факультетов журналистики – М., 2005

Социальная журналистика: Профессия и позиция /Научн. ред. Т.И. Фролова - М.: АСИ, 2005

Социальные инициативы российских СМИ/ Материалы круглого стола. – М.: АСИ, 2004

Социальный календарь. 12 месяцев из жизни гражданского общества – М.: АСИ, 2006

Фролова Т.И. Человек и его мир в информационной повестке дня. Гуманитарные технологии в журналистике. Учебное пособие по социальной журналистике – М. АСИ, 2009

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: ИЗМЕНЕНИЯ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

Социальная реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», ст. 3, п. 11

Социальная реклама – один из самых действенных инструментов работы с общественным мнением. Она может и должна информировать население об общественно значимых событиях, формировать ценностные ориентиры, влиять на поведенческие практики. Она стимулирует гражданскую активность, сообщает о способах преодоления трудных жизненных ситуаций, вариантах решения общественных проблем.

Пока в России потенциал социальной рекламы явно недоиспользуется – в том числе из-за ряда барьеров, серьезно затрудняющих процесс производства, размещения и распространения социальной рекламы. В последние годы велась напряженная работа по устранению этих барьеров, совершенствованию законодательства и правоприменительной практики в области социальной рекламы. В итоге в 2011 году были внесены важные изменения в Налоговый кодекс РФ и в Федеральный закон № 38 «О рекламе».

Программа поддержки СО НКО учитывает роль социальной рекламы для развития гражданского общества. В [Методических материалах по разработке региональных программ поддержки СО НКО](#) рекомендовано предусмотреть в них мероприятия, направленные на содействие развитию социальной рекламы, включая:

- создание и поддержку деятельности экспертных советов по развитию социальной рекламы;
 - разработку социальных рекламных кампаний и проведение тестирований формы и содержания рекламных материалов на стадии производства;
 - обеспечение оценки эффективности разрабатываемых и реализуемых социальных рекламных кампаний;
 - проведение публичных обсуждений социальных рекламных кампаний на базе региональных конкурсов социальной рекламы, с определением приоритетных тем для развития СО НКО, добровольчества и благотворительной деятельности;
 - поддержку развития дополнительного образования и повышения квалификации по вопросам соцрекламы и оценки эффективности социальных рекламных кампаний.
-

Изменения в регулировании социальной рекламы

В 2011 году были приняты два законопроекта (№ 115 от 03.06.2011 и № 235 от 18.07.2011), которые улучшают правила создания и размещения социальной рекламы и приводят их в соответствие со сложившейся в этой сфере правоприменительной практикой.

Отменены три налога, которые делали затратным производство и размещение социальной рекламы на безвозмездной основе: НДС и налоги на прибыль для рекламопроизводителей/рекламораспространителей и заказчиков-НКО. Кроме того, разрешено упоминать в социальной рекламе социально ориентированные некоммерческие организации и некоторые категории благополучателей, а также ограничено упоминание спонсоров.

Федеральный закон от 18.07.2011 № 235-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса РФ в части совершенствования налогообложения некоммерческих организаций и благотворительной деятельности»

П. 3 ст. 149 Налогового кодекса РФ дополнен подпунктом 32 «Безвозмездное оказание услуг по производству и (или) распространению социальной рекламы».

Указанные в настоящем подпункте операции не подлежат налогообложению при соблюдении одного из следующих требований к социальной рекламе:

- в социальной рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность упоминания о спонсорах составляет не более трех секунд;
- в социальной рекламе, распространяемой в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, продолжительность упоминания о спонсорах составляет не более трех секунд и такому упоминанию отведено не более семи процентов площади кадра;
- в социальной рекламе, распространяемой другими способами, на упоминание о спонсорах отведено не более пяти процентов рекламной площади (пространства).

Установленные настоящим подпунктом требования к упоминаниям о спонсорах не распространяются на упоминания в социальной рекламе об органах государственной власти, иных государственных органах и органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, о социально ориентированных некоммерческих организациях, а также о физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи.

Это значит, что организации, которые безвозмездно производят или распространяют социальную рекламу, больше не должны уплачивать с нее НДС.

Изменение вступило в силу с 1 сентября 2011 года.

Пп. 1 п. 2 ст. 251 Налогового кодекса РФ, в котором указано, что относится к целевым поступлениям на содержание некоммерческих организаций и ведение ими уставной деятельности (они не учитываются при определении налоговой базы), изложен в новой редакции:

1) осуществленные в соответствии с законодательством Российской Федерации о некоммерческих организациях взносы учредителей (участников, членов), пожертвования, признаваемые таковыми в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации, **доходы в виде безвозмездно полученных некоммерческими организациями работ (услуг), выполненных (оказанных) на основании соответствующих договоров**, а также отчисления на формирование в установленном статьей 324 настоящего Кодекса порядке резерва на проведение ремонта, капитального ремонта общего имущества, которые производятся товариществу собственников жилья, жилищному кооперативу, садоводческому, садово-огородному, гаражно-строительному, жилищно-строительному кооперативу или иному специализированному потребительскому кооперативу их членами.

Это значит, что если расходы по производству и размещению социальной рекламы берут на себя производители, распространители или спонсоры, у некоммерческой организации, выступающей в роли заказчика социальной рекламы, не возникает внереализационный доход. То есть она не обязана уплачивать налог на прибыль с сумм, эквивалентных рыночной стоимости такой социальной рекламы.

Изменения вступили в силу задним числом – с 1 января 2011 года.

П. 1 ст. 264 дополнен новым подпунктом:

48-4) расходы налогоплательщиков, связанные с безвозмездным оказанием услуг по изготовлению и (или) распространению социальной рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе. Указанные в настоящем подпункте расходы признаются для целей налогообложения при условии соблюдения требований к социальной рекламе, установленных подпунктом 32 пункта 3 статьи 149 настоящего Кодекса.

Это значит, что производитель и распространитель социальной рекламы больше не должны уплачивать налог на прибыль с сумм, затраченных на производство или распространение социальной рекламы на безвозмездной для заказчика основе.

Изменение вступает в силу с 1 января 2012 года.

Федеральный закон от 03.06.2011 № 115-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе»

Закон вносит поправки в ст. 10 Федерального закона № 38-ФЗ «О рекламе». Они касаются правил упоминания в социальной рекламе физических и юридических лиц.

■ Спонсоры

Раньше в социальной рекламе спонсоры могли упоминаться без ограничений. Новые требования таковы:

- в социальной рекламе, распространяемой:
 - в радиопрограммах – продолжительность упоминания о спонсорах не может превышать три секунды;
 - в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании – продолжительность упоминания о спонсорах не может превышать три секунды и такому упоминанию должно быть отведено не более чем семь процентов площади кадра;
 - другими способами – упоминанию о спонсорах должно быть отведено не более чем пять процентов рекламной площади (пространства).

■ Органы власти

Эти ограничения не распространяются на органы государственной власти, иные государственные органы, органы местного самоуправления, муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, – все они по-прежнему могут упоминаться в социальной рекламе без ограничений.

■ Социально ориентированные НКО

Без ограничений в социальной рекламе разрешено упоминать социально ориентированные НКО, но только в случае, «если содержание социальной рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей».

■ Физические лица

Без ограничений в социальной рекламе можно упоминать только о физических лицах, «оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи».

Ответственность за нарушение новых положений законодательства о социальной рекламе возложена на рекламораспространителя (часть 6 ст. 38 № 38-ФЗ).

Изменения вступили в силу с момента опубликования Федерального закона от 03.06.2011 № 115-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе».

ПО ИТОГАМ ИССЛЕДОВАНИЙ

В ноябре 2011 года Исследовательская группа ЦИРКОН в рамках проекта «НКО в информационном поле. Проблемы коммуникации с основными целевыми аудиториями» провела серию интервью с представителями НКО, органов власти и средств массовой информации. Исследование показало: все три группы признают необходимость диалога и партнерских отношений для эффективного решения задач, поставленных перед Программой поддержки социально ориентированных НКО. Что мешает налаживанию такого партнерства и как преодолеть эти факторы – по итогам исследования были сформулированы рекомендации для средств массовой информации.

Что должны учитывать СМИ, НКО, органы власти при реализации Программы поддержки социально ориентированных НКО?

■ Необходимо отказаться от негативных стереотипов восприятия

Речь идет о презумпции некомпетентности и/или недобросовестности субъекта взаимодействия. Такие представления приводят к тому, что собственные цели и задачи декларируются как приоритетные с точки зрения общественных интересов, а другие участники взаимодействия рассматриваются как ресурс и средство, а не как равноправные партнеры в диалоге. Преодолению негативных стереотипов могут способствовать совместные действия по реализации социальных программ.

■ Освещая деятельность социально ориентированных НКО и волонтеров, важно акцентировать внимание на том, что участие в деятельности НКО доступно каждому

Для того чтобы содействовать росту гражданской активности населения, сегодня недостаточно показывать успешные примеры деятельности НКО. Необходимо демонстрировать, что участвовать в деятельности НКО могут не только организации и люди с высоким уровнем материального достатка, что такое участие может стать частью обыденного опыта каждого гражданина, одним из способов его самореализации через коллективные действия.

■ Необходимо оказывать НКО содействие в размещении социальной рекламы

По мнению большинства респондентов, в настоящее время не хватает социальной рекламы, направленной на преодоление недоверия населения к СО НКО и расширение информированности граждан о работе НКО. Равномерное и справедливое предоставление рекламных площадей для социальной рекламы разных НКО в значительной степени помогло бы улучшению ситуации.

■ Полезно привлекать представителей НКО в качестве экспертов, комментирующих актуальные события

Журналистам имеет смысл чаще приглашать представителей НКО выступать в качестве экспертов, комментирующих актуальные события в сфере своей компетенции. Они обладают большим потенциалом в качестве источника информации: часто представители третьего сектора помогают уви-

деть проблему в новом ракурсе, владеют актуальной информацией по тому направлению, которое развивает НКО, знают истории конкретных людей, уже имеющих положительный опыт преодоления аналогичных трудностей, и т.д. НКО, с которой СМИ контактирует для получения экспертного комментария, может стать постоянным «поставщиком» информации для СМИ.

■ Необходимо всегда помнить о том, какую социальную ответственность несет журналист, создающий материал о деятельности НКО

От качества материала о деятельности СО НКО, от точности детали и справедливости комментария могут зависеть судьбы людей, которым эти организации помогают, и тех, кому они могли бы помочь в дальнейшем.

ПОЛЕЗНЫЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

Интернет-ресурсы о Программе поддержки СО НКО

<http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/socorientnoncomorg/index>

Раздел сайта Министерства экономического развития Российской Федерации, посвященный Программе поддержки социально ориентированных НКО, деятельности министерства, направленной на содействие развитию социального партнерства, институтов гражданского общества, благотворительности и добровольчества.

Содержание: методические материалы, принятые или находящиеся в разработке нормативные правовые акты, информационные и аналитические материалы, касающиеся реализации Федерального закона от 05.04.2010 № 40-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций».

<http://2020strategy.ru/g16>

Раздел экспертной группы «Развитие общественных институтов» на информационном сайте экспертных групп по работе над «Стратегией-2020». Цель группы – разработка стратегии развития общественных (гражданских) институтов на период до 2020 года. В группу входят ученые и эксперты, представляющие организации гражданского сектора.

Содержание: предварительные предложения для обновления «Стратегии-2020» по направлениям «Общественный контроль», «Повышение конструктивной социальной активности», «Совершенствование институциональных условий функционирования некоммерческих организаций, привлечение некоммерческих организаций к предоставлению государственных (муниципальных) услуг (работ), развитие механизмов участия НКО в управлении предоставлением общественных услуг»; аналитические материалы; лента новостей; анонсы событий; обзор прессы.

Некоммерческие ресурсы, тематически связанные с приоритетными направлениями Программы поддержки СО НКО

■ Профилактика социального сиротства, поддержка материнства и детства

<http://www.ya-roditel.ru/>

«Я – родитель» – портал Общенациональной информационной кампании по противодействию жестокому обращению с детьми «Россия – без жестокости к детям», организованной Фондом поддержки детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, и Министерством здравоохранения и социального развития РФ.

Содержание: советы родителям; тесты; консультации психолога; статьи; методические материалы, исследования; библиотека тематической литературы; лента новостей; региональный опыт – участники Движения «Россия – без жестокости к детям!» делятся опытом проведения тематических акций; конкурсы; медиагалерея; форум о детях.

<http://www.nashi-deti.ru/>

«Наши дети» – сайт информационно-просветительской кампании «Наши дети», реализуемой Агентством социальной информации и «Студио-Диалог».

Содержание: информация о семейных формах устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей; статьи; сведения о детских учреждениях, органах опеки и некоммерческих организациях, помогающих детям, которые воспитываются вне семьи; актуальные события; истории «из жизни»; библиотека тематической литературы; видеоролики кампании «Наши дети»; консультации специалистов.

<http://www.siroststvo.ru/>

Информационный проект Национального фонда защиты детей от жестокого обращения, некоммерческой организации, учрежденной в 2004 году ведущими российскими специалистами, более 15 лет работающими с детьми из групп медицинского и социального риска.

Содержание: статьи; законодательство; статистика; издания; «вопрос – ответ»; материалы крупных проектов фонда.

<http://www.detskiedomiki.ru>

Портал «Детские Домики.ру» – информационный и методический ресурс, созданный в 2003 году в целях формирования единого информационного пространства, посвященного детям-сиротам и детям с особенностями в развитии.

Содержание: статьи, разъясняющие суть основных терминов, касающихся интернатной системы и семейного устройства; справочники «Детские учреждения» (более 5000 адресов), «Благотворительные организации» (свыше 1000 организаций), «Помощь семье и детям» (почти 400 центров социальной помощи семье и детям, реабилитационных центров для детей и подростков с ограниченными возможностями), «Органы опеки»; законодательство; библиотека; каталог сайтов.

<http://www.otkazniki.ru/>

«Отказники.ру» – сайт волонтерского движения, действующего с конца 2004 года, и благотворительного фонда «Волонтеры в помощь детям-сиротам», площадка для поиска совместных решений и организации помощи детям-отказникам.

Содержание: форумы «Отказники в больницах», «Помощь детским домам, домам ребенка и приютам», «Профилактика социального сиротства», «Семейное устройство» и др.; законодательство; обзор СМИ; «Библиотека волонтера»; подборка интернет-ресурсов организаций, помогающих детям-отказникам.

<http://mnogodetok.ru/>

Форум многодетных семей «Много деток – хорошо», не имеет отношения к одноименной организации.

Содержание: форумы «Региональные объединения, новости, льготы»; «Родим, вырастим, воспитаем» (беременность и роды; груднички; воспитание детей; особые дети; образование и развитие; приемные семьи); «Дом, в котором мы живем» (жилье; домашний очаг; дача, сад и огород; кулинария; рукоделие); «Жизнедеятельность многодетной семьи» (обмен опытом; культура и искусство; путешествия, отдых, встречи; бизнес, работа, подработка); «Семья помогает семье» и др.

<http://www.juvenilejustice.ru/>

«Ювенальная юстиция в России» – всероссийский информационный портал, учрежденный Программой развития ООН, Региональной ассоциацией специалистов по поддержке судебно-правовой реформы и ювенальной юстиции в Ростовской области, Ростовским филиалом Российской академии правосудия.

Содержание: информация о пилотных проектах развития системы ювенальной юстиции в 17 регионах России; анонсы ключевых мероприятий по вопросам ювенальной юстиции; статьи; све-

дения о законах и иных нормативно-правовых актах, регулирующих действия в отношении детей-правонарушителей на международном уровне и в разных странах; обобщения судебной практики; методические сборники и рекомендации.

По этой теме см. также журнал «Вопросы ювенальной юстиции» <http://juvenjust.org/> – архив выпусков с 2001 по 2011 год.

■ Социальная адаптация инвалидов и их семей

<http://www.perspektiva-inva.ru/>

Сайт Региональной общественной организации инвалидов «Перспектива», добивающейся полного включения людей с инвалидностью во все сферы жизни общества и улучшения качества их жизни.

Содержание: законодательство, механизмы защиты прав, образцы документов, полезные материалы и статьи в области защиты прав инвалидов; справочник по трудоустройству инвалидов, вакансии, консультации, новости; материалы об инклюзивном образовании, список учебных и дошкольных учреждений, обучающих детей и подростков с инвалидностью, статьи об интернет-образовании, интернет-адреса центров дистанционного образования; материалы для родителей детей-инвалидов; информация о спортивных организациях и клубах и т.д.

<http://www.disability.ru/>

Первый российский портал для инвалидов.

Содержание: новости; статьи по темам «Инвалиды и общество», «Медицина», «Техника для инвалидов»; биржа труда; дневники, знакомства, форум.

<http://www.deafnet.ru/>

Интернет-проект, главная гуманитарная цель которого – раскрытие и практическое применение возможностей и ресурсов Интернета для преодоления информационно-коммуникативных барьеров, вызванных нарушениями слуха и речи, а также другими заболеваниями, создания комфортной информационной среды для раскрытия творческих потенциалов людей с проблемами слуха, оперативного информационного обеспечения.

Содержание: полезная информация (интерактивная карта, азбука, образование, работа, сурдоперевод, слуховые аппараты, библиотека, шахматы); субтитры на ТВ, видеоклуб DivX; творчество (публикации, доска стихов, фотокомикс); отдых (афиша, клуб путешественников, туры); объезды, знакомства, форум, дневники и пр.

<http://www.gluxix.net/>

«Глухих.нет» – Информационно-развлекательный медиапортал для глухих и слабослышащих.

Содержание: новости; программа телепередач с субтитрами; форум («Мир глухих» – о жизни глухих в России и не только; «Проблемы глухих» – можно пожаловаться на чиновников и попросить помощи; «Голубой экран» – о субтитрах на ТВ; «Реабтехника» и др.).

<http://integr.org/>

«Интеграция» – сайт незрячих пользователей компьютерной техники.

Содержание: статьи, учебные и справочные материалы; программы и скрипты; каталог ссылок и т.д.

<http://www.guidedogs.ru/>

Сайт учебно-кинологического центра «Собаки – помощники инвалидов».

Содержание: статьи, информация о подготовке собак-поводырей и истории службы собак-поводырей, советы владельцам; законодательство; информация о волонтерской программе.

<http://downsideup.org/>

Сайт российской некоммерческой организации «Даунсайд Ап», которая оказывает поддержку семьям, государственным и некоммерческим организациям в обучении, воспитании и интеграции в общество детей с синдромом Дауна.

Содержание: статьи для специалистов и для родителей; база данных центров реабилитации; электронная версия междисциплинарного научно-практического журнала «Синдром Дауна. XXI век»; форум профессиональных консультаций и т.д.

<http://www.infodisability.org/>

Сайт информационных ресурсов по вопросам помощи детям с нарушениями развития и их семьям.

Содержание: информация о книгах, статьях, журналах, видео-, аудиоматериалах, подготовленных в Беларуси, России, Украине; возможность поиска по ключевым словам и по авторам; полезные ссылки.

<http://www.hippotherapy.ru/>

Сайт Московского конноспортивного клуба инвалидов, все об иппотерапии, лечебной верховой езде и конном спорте для людей с ограниченными возможностями здоровья.

Содержание: справочная информация об иппотерапии, паралимпийском спорте, Специальной Олимпиаде; сведения о российских и зарубежных организациях, занимающихся иппотерапией, лечебной верховой ездой и паралимпийским конным спортом; материалы по лечебной верховой езде.

■ Повышение качества жизни людей пожилого возраста

<http://www.3vozzrast.ru/>

«Третий возраст» – интернет-журнал для людей третьего возраста и о них, работающий под девизом «Стареть не модно».

Содержание: статьи и новости по темам: «Мы и общество», «Здоровье», «Красота и стиль», «Долголетие», «Энергия жизни», «Право», «Путешествия/отдых», «Финансы», «Досуг» и т.д.; форумы; блоги пожилых.

<http://www.redcross.ru/?pid=29>

Страница Службы милосердия Российского Красного Креста.

Содержание: информация о медико-социальных службах РКК в регионах России.

<http://starikam.ru/>

«Старость в радость» – сайт волонтерской группы помощи инвалидам и пожилым, живущим в домах престарелых.

Содержание: сведения о домах престарелых в 19 регионах РФ; информация о волонтерских лагерях; фото одиноких пожилых, которые ждут «друзей по переписке»; кодекс волонтера.

<http://www.humanhealth.ru/>

Сайт региональной общественной организации инвалидов «Здоровье человека», реализующей благотворительные программы для пожилых.

Содержание: лекции по программе «Школа здоровья»; новости медицины; статьи; законодательство.

<http://www.silveryears.ru/>

«Серебряный возраст» – сайт негосударственного межрегионального ресурсного центра для некоммерческих организаций и государственных учреждений, работающих в сфере развития социальной активности и социальной адаптации людей старше 55 лет.

Содержание: информационно-методическая поддержка организаций и учреждений; консультационно-обучающая помощь; статьи; истории пожилых; заметки волонтеров.

<http://www.babushka-on-line.ru>

«Бабушка онлайн» – сайт социальной программы дистанционного обучения компьютерной грамотности и информационным технологиям пожилых людей.

Содержание: лента новостей; софт для слабовидящих и слабослышащих; статьи, книги, журналы, форум.

■ Развитие дополнительного образования, научно-технического и художественного творчества, массового спорта, деятельности детей и молодежи в сфере краеведения и экологии

<http://www.newacropol.ru/>

Сайт культурного центра «Новый Акрополь», который предлагает разнообразную программу для детей и взрослых (лекции, семинары, литературные и музыкальные вечера, выставки, экскурсии, встречи с деятелями науки и культуры), ведет практическую работу в сфере экологии и благотворительности, педагогики и науки, в творческих студиях и мастерских.

Содержание: анонсы экскурсий, лекций, семинаров, выставок, фестивалей; статьи о философах; книги издательства «Новый Акрополь»; ежемесячный журнал «Человек без границ», газета для студенчества и молодежи «Новая Форточка».

<http://elementy.ru/>

«Элементы» – научно-популярный проект, реализованный при поддержке фонда «Династия» в целях распространения научных знаний, формирования образа науки как одной из наиболее привлекательных форм человеческой деятельности, популяризации научного подхода к окружающей действительности.

Содержание: новости; архивы научных журналов; информация о конференциях, конкурсах и грантах, лучших научно-популярных изданиях; более 500 научных блогов; поиск более чем на 3000 научных и научно-популярных ресурсов; энциклопедии.

<http://www.cs-network.ru/>

Всероссийский портал общественно активных школ. Это школы, которые стремятся не только дать детям образование, но и стать центром местной общественной жизни.

Содержание: база данных общественно активных школ в регионах России; библиотека по темам «Добровольчество, благотворительность», «Культура, экология, библиотека, музей», «Партнерство школы и сообщества», «Семья и школа, выпускники, пожилые», «Здоровый образ жизни», «Люди с ограниченными возможностями», «НКО на базе школы», «Весенняя неделя добра» и т.д.; подборка тематических ссылок, форум.

<http://www.dimsi.net/>

Сайт Общероссийской общественной организации «Детские и молодежные инициативы» (ДИМСИ), которая через разветвленную сеть молодежных инициативных групп в каждом федеральном округе распространяет уникальные технологии вовлечения молодежи в социально значимую деятельность.

Содержание: тематические статьи.

<http://www.wildnet.ru/>

Сайт Экоцентра «Заповедники». Экоцентр занимается обучением, экологическим просвещением, организацией взаимодействия особо охраняемых природных территорий и населения.

Содержание: новости; информация об учебном центре «Заповедная семинария», Движении друзей заповедных островов, волонтерском центре «Бурундук»; материалы об экотуризме.

<http://musora.bolshe.net/>

«Мусора. Больше. Нет» – сайт сети инициативных групп. Сеть занимается развитием экологической культуры: проводит экологические акции по уборке мусора и посадке деревьев, участвует в экологических фестивалях и конференциях, продвигает принцип залоговой стоимости тары и раздельный сбор мусора в 90 городах России и пяти странах СНГ.

Содержание: новости; анонсы акций; карта пунктов приема вторсырья, библиотека; контакты региональных участников и др.

<http://volonter59.ru>

Сайт «Молодежного Мемориала», центра поддержки демократических молодежных инициатив, который ежегодно реализует десятки проектов, привлекающих в ряды волонтеров сотни молодых людей.

Содержание: сведения о поисковых экспедициях и волонтерских лагерях, творческих мастерских и корпоративном добровольчестве; библиотека, полезные ссылки; заметки волонтеров и пр.

<http://www.pbl.ru>

Сайт фонда «Пушкинская библиотека». Его основная задача – создание системы комплектования фондов библиотек России новейшими отечественными изданиями и повышение статуса библиотек, преобразование их в информационные, культурные и образовательные центры местного общества.

Содержание: тематические новости; информация для издателей и для библиотек; сведения о социальной программе раннего детского развития и интернет-образования «Умники 21», Всероссийской школе библиотечного лидерства и других проектах фонда.

■ Развитие межнационального сотрудничества

<http://www.tolerance.ru>

«Толерантность» – специализированный сайт, посвященный проблемам толерантности и экстремизма. Миссия сайта – консолидация гражданского общества, поддержка разнообразия, утверждение права всех людей быть разными.

Содержание: события, факты, документы; история; словарь толерантности; библиотека; дискуссионный клуб; мониторинг; «школьная площадка» (сказки народов мира, детские сайты, игры-конкурсы, внеклассное чтение); студенческий факультатив; «учительская» (методический кабинет, серьезные игры); клуб журналистов (опыт коллег, документы и материалы, справочное бюро, дискуссионная площадка, право и этика, мастер-класс, исследования и анализ, что думает аудитория, читальный зал) и т.д.

<http://www.etnosfera.ru>

Портал Центра межнационального образования «Этносфера», реализующего программы и проекты в сфере межкультурного взаимодействия и поликультурного образования, гуманитарного международного и межрегионального сотрудничества.

Содержание: архив информационно-аналитического и просветительского журнала «Этносфера» (1996–2011); информация Международного педагогического общества в поддержку русского языка; библиотека; форум.

<http://www.interethnic.org/>

Сайт Центра межнационального сотрудничества. Центр поддерживает национальные меньшинства, ведет исследовательскую работу, внедряет позитивный международный опыт.

Содержание: новости (российские и зарубежные); информация о сети этнических организаций; законодательство; тематическая подборка интернет-ресурсов российских организаций.

<http://www.sova-center.ru/>

Сайт информационно-аналитического центра «Сова». Центр занимается проблемами национализма и ксенофобии, взаимоотношений религии и общества, политического радикализма, (не)укоренения либеральных ценностей и (не)соблюдения прав человека в нашей стране.

Содержание: новости, дискуссии, публикации, документы по трем разделам: «Расизм и ксенофобия», «Неправомерный антиэкстремизм», «Религия в светском обществе»; поиск информации более чем по 5000 правозащитных сайтов.

<http://www.migrant.ru/>

Сайт Форума переселенческих организаций.

Содержание: законодательство; лента новостей; полезные ссылки; библиотека; журнал «Миграция XXI век».

■ Интернет-ресурсы, посвященные деятельности НКО разного профиля

<http://www.portal-nko.ru/>

Портал НКО аккумулирует информацию о российских некоммерческих организациях. В его задачи входит выстраивание диалога между организациями третьего сектора, между НКО и государством, НКО и обществом, содействие укреплению доверия к некоммерческому сектору, создание единой базы данных НКО.

Содержание: база данных НКО; отчеты НКО; «Школа НКО» (регистрация, отчетность, налогообложение, ликвидация); «Библиотека» (законы и комментарии, интернет-ресурсы, книги, статьи в СМИ, образцы документов); «Финансирование» (доноры, гранты Президента РФ, фандрайзинг, как подготовить заявку на грант, конкурсы и гранты, грантополучатели); «Обсуждение» (видеотрансляции, вопросы юристам, общественная экспертиза, комментарии экспертов); новости НКО; контакты комиссий и рабочих групп Общественной палаты РФ.

<http://www.asi.org.ru/>

Сайт Агентства социальной информации (АСИ), крупнейшего информагентства, специализирующегося на информационной поддержке гражданских инициатив. АСИ – одна из ведущих экспертных организаций в области развития третьего сектора в России.

Содержание: оперативные московские и региональные новости, анонсы предстоящих событий, аналитические статьи (основные рубрики: «Благотворительность и добровольчество», «Молодежь», «Пожилые», «Семья и дети», «Гендер. Женское движение», «Здравоохранение», «Инвалиды», «Социальные болезни», «Права человека», «Толерантность», «Корпоративная ответственность», «Экология и охрана природы», «Город», «Наука и образование», «Гранты и конкурсы», «Информация для организаций», «Информация об организациях»); возможность поиска информации по регионам; социальный календарь.

<http://www.cafrussia.ru/>

Сайт CAF Россия. CAF – некоммерческая организация, чья цель – сделать благотворительность эффективной. CAF стремится увеличить объем пожертвований, работает над созданием благоприятных условий для развития филантропии, оказывает содействие благотворительным организациям и тем, кто их поддерживает.

Содержание: новости; исследования (мировой рейтинг благотворительности, отраслевые обзоры по корпоративной благотворительности, благотворительность во время кризиса); журнал «Деньги и благотворительность»; информация более чем о 20 программах, направленных на развитие благотворительности в России.

<http://www.nkozakon.ru/>

«НКО: законы развития» – сайт, посвященный вопросам прозрачности, подотчетности, этики и связей с общественностью некоммерческих организаций.

Содержание: оперативная информация (регулярно обновляемые тематические новости и анонсы предстоящих событий); аналитические материалы (статьи о вопросах прозрачности и подотчетности, интервью с экспертами, пресс-релизы и т.д.); библиотека отчетов (более 150 отчетов действующих российских НКО из разных городов России); лучшие практики НКО (постоянно пополняемая подборка описаний самых эффективных технологий, проектов, инициатив); кодексы НКО (свыше 30 документов из международной и российской практики, описывающих разнообразные механизмы саморегулирования); кейсы по PR (около 20 документов – историй успеха: примеры партнерства НКО со СМИ, PR-кампаний, акций, пресс-конференций); блог; «Довериомер» (тест на прозрачность НКО), «НКО-координаты» (первая общенациональная инициатива российского некоммерческого сектора в области саморегулирования и повышения прозрачности).

<http://www.tak-prosto.org/>

«Так просто!» – сайт всероссийской информационной кампании по продвижению идей благотворительности и добровольчества. В задачи кампании входит информирование о добрых делах и возможности их делать, о том, что социальные проблемы успешнее и эффективнее решаются там, где граждане действуют организованно, что добровольчество – это ресурс личного и общественного развития, что это доступно каждому, а также создание условий для «комфортной» реализации альтруистических поступков граждан.

Содержание: база данных НКО, привлекающих к своей работе волонтеров (достаточно выбрать город и направление деятельности организации, чтобы получить контакты организаций, работающих в этой сфере); анонсы благотворительных и добровольческих инициатив, в которых может принять участие любой человек; блог; статьи о добровольчестве; видеоролики о добровольцах.

<http://www.donorsforum.ru/>

Сайт Форума Доноров – коалиции крупнейших российских и иностранных благотворительных (донорских) организаций, работающих в России (частных, общественных и корпоративных фондов, компаний, программ посольств и др.).

Содержание: новости участников; исследования и статьи; словари (словарь некоммерческих терминов; словарь, сравнивающий трактовки одинаковых терминов в разных странах; благотворительность: основные понятия); законодательство; полезные ссылки; сведения о конкурсах годовых отчетов «Точка отсчета»; архив дайджеста «Целевой капитал»; ренкинг «Лидеры корпоративной благотворительности» и др.

<http://philanthropy.ru/>

«Филантроп» – электронный журнал о благотворительности, онлайн-проект САФ Россия. Это первое российское издание, посвященное вопросам развития филантропии.

Содержание: статьи (авторы и герои публикаций – частные и корпоративные благотворители, руководители ведущих фондов, крупнейшие эксперты в вопросах филантропии, благополучатели и некоммерческие организации, способные сделать жизнь нуждающихся лучше).

См. также блог журнала «Филантроп»: <http://philanthropy-ru.livejournal.com/>.

<http://www.blago.ru/>

«Благо.ру» – ресурс, созданный САФ Россия совместно с «Яндекс» для распространения информации о благотворительных организациях и о том, кому и как они помогают. «Благо.ру» работает по принципу «прозрачной» благотворительности: все участники проходят юридическую проверку САФ Россия и отчитываются о полученных средствах.

Содержание: база данных благотворительных НКО; онлайн-пожертвования; новости.

<http://www.p-cf.org/>

Сайт Партнерства фондов местных сообществ, созданного для развития и продвижения технологии community foundation, улучшения жизни местных сообществ, развития гражданского общества.

Содержание: база данных фондов местных сообществ в 23 городах России; библиотека (законодательные акты, литература); создание фонда местного сообщества (принципы ФМС, материалы экспертов, формы документов, школа ФМС); журнал «Фонд».

Исследования состояния гражданского общества: некоторые публикации в Рунете

■ Гражданское общество в модернизирующейся России

Итоговый доклад по проекту «Индекс гражданского общества в России – CIVICUS» Всемирного альянса за гражданское участие. Подготовлен Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Содержание: концепция гражданского общества, история гражданского общества, карта гражданского общества; общественное участие, уровень организованности гражданского общества, практикуемые ценности, восприятие влияния, внешняя среда; сильные и слабые стороны российского гражданского общества; рекомендации организациям гражданского общества, органам власти, СМИ, бизнес-организациям, объединениям доноров.

■ Общественная поддержка НКО в российских регионах: проблемы и перспективы. Вторая волна

Аналитический отчет по результатам опросов населения, проведенных АНО «Социологическая мастерская Задорина» (группа ЦИРКОН) в ходе проекта «Общественная поддержка НКО в российских регионах: проблемы и перспективы» (вторая волна) в мае – июне 2010 года по заказу [Агентства социальной информации](#). Первая волна исследования с использованием аналогичной методики была проведена в мае – июне 2008 года. Это позволило включить в аналитический отчет данные о том, как изменились некоторые показатели в течение двух лет.

Содержание: динамика отношения населения к деятельности НКО (уровень информированности, интерес, отношение к деятельности благотворительных и общественных организаций, восприятие социальных проблем); вовлеченность граждан в деятельность НКО (участие граждан, уровень готовности к участию, перспективы изменения поддержки деятельности НКО); факторы мотивации участия граждан в поддержке НКО (в том числе предпочтения потенциальных участников поддержки НКО относительно сфер и форматов благотворительной деятельности); влияние информационных кампаний на уровень социальной поддержки НКО; [сопоставление мнений населения и руководителей НКО относительно взаимных ожиданий, мотивов участия в благотворительной и волонтерской деятельности](#).

■ Благотворительность в условиях кризиса

Какое воздействие кризис оказал на участников благотворительного сектора? Каковы ожидания организаций по развитию кризиса и как формулируется стратегический ответ на эти ожидания? В чем состоит запрос участников сектора друг к другу и к внешним стейкхолдерам (среди которых – государство) в связи с реализацией антикризисных стратегий для благотворительности? На этих вопросах основывается исследование, проведенное АНО «Социологическая мастерская Задорина» (группа ЦИРКОН), компанией [PricewaterhouseCoopers](#), [Форумом Доноров](#) и [CAF Россия](#).

Содержание: изменения бюджетов и антикризисные стратегии НКО, доноров – коммерческих компаний, доноров – частных фондов и т.д.

■ Мировой рейтинг благотворительности 2010

Отчет по итогам опроса [Gallup WorldView World Poll](#) – долгосрочного исследования общественного мнения, которое проводится в 153 странах и охватывает около 95% населения мира. Социологи уверены, что частные благотворительные пожертвования и волонтерский труд свидетельствуют о целостности общества. Любая страна и культура имеет собственные традиции благотворительной деятельности, которые обусловлены историей, религией и обычаями. Уровень участия граждан в благотворительности многое говорит о развитии гражданского общества и о том, насколько люди готовы и способны внести личный вклад в решение общественных проблем как в своих странах, так и на международном уровне. Отчет, представленный САФ Россия, позволяет впервые проследить, какие различия существуют в поведении частных благотворителей не только в разных регионах, но и в разных странах мира.

Содержание: региональные различия; связь благотворительных пожертвований с уровнем благосостояния и удовлетворенностью качеством жизни в стране; сравнительная характеристика по полу и возрасту.

■ Справится ли государство в одиночку? О роли НКО в решении социальных проблем

Доклад Национального исследовательского университета [«Высшая школа экономики»](#) посвящен модернизации институтов социальной политики на основе общественно-государственного партнерства, поиску для социальной сферы смешанных, гибких институциональных форм с участием государства, местного самоуправления, структур гражданского общества и семьи. В докладе освещаются концептуальные основы преобразований социальной сферы, зарубежный опыт, лучшие российские практики.

Содержание: зарубежный опыт общественно-государственного партнерства в социальной сфере; российские общественные организации и решение социальных проблем: ретроспектива; современные практики российских НКО.

■ Благодарим за внимание. Исследование ФОМ

Результаты опроса «ФОМнибус», проведенного Фондом [«Общественное мнение»](#) в ста городских и сельских населенных пунктах в 43 субъектах РФ 23–24 июля 2011 года.

Содержание: кто чаще занимается благотворительностью; какие виды помощи оказывали в течение последнего года; отношение к благотворительности компаний; о каких компаниях или известных людях, занимающихся благотворительностью, знают/слышали; больше или меньше становится известных людей, которые занимаются благотворительностью, и т.д.

■ Добровольчество в России: потенциал участия молодежи

Результаты инициативного всероссийского опроса [ВЦИОМ](#), проведенного 18–19 июня 2011 года в 138 населенных пунктах в 46 субъектах РФ.

Содержание: приходилось ли добровольно и бесплатно трудиться на благо общества в течение трех лет; предпочтительные виды добровольчества; мотивы участия в добровольческой деятельности; потенциал участия в разных возрастных группах.