

открытое

журнал о доброте

сердце

№ 1 (11) 2008

Асгат Галимзянов:

“Моя мечта - поставить памятник Президенту”



НАЛОГ НА ДОБРЫЕ ДЕЛА

СКАЗКИ, В КОТОРЫЕ
ЛЮДИ ВЕРЯТ

ОТКАЗНИКИ



Дорогие друзья!

Вы держите в руках первый выпуск журнала о доброте – «Открытое Сердце». Мы рады поздравить Вас с этим знаменательным событием в социальной жизни Республики. Редакция не ставит перед собой цель побудить людей творить добро, потому что для добрых дел не нужны стимуляторы. Редакция не ставит перед собой цель разбудить в наших согражданах такие светлые чувства, как сострадание к ближнему и милосердие. Эти черты развитой личности возвращаются годами обществом, в котором мы живем, семьей, в которой мы воспитываемся. Поэтому лишь от здоровья общества зависит здоровье личности как неотъемлемой его составляющей. Задачи, которые ставит перед собой редакция журнала, более просты и близки каждому татарстанцу. Мы хотим показать, как много вокруг нас доброго и светлого, несмотря на всю жесткость, а порой и жестокость окружающего мира. Мы хотим познакомить вас с огромным количеством людей, которые живут не для себя и находят в этом счастье. Мы хотим познакомить вас с новым городом и новой Республикой – Республикой добрых людей – Татарстаном.

*Андрей Дашин,
директор Благотворительного фонда «Альпари»*

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized Cyrillic letters, positioned above a horizontal line.

содержание

Новости

- 3 Концепция развития благотворительности

Персона

- 6 **А. Галимзянов:** «Моя мечта – поставить памятник президенту»

На заметку

- 8 **О. Далидан.** Налог на добрые дела
32 WebMoney

Понятие

- 10 **Г. Николайшвили.** Социальная реклама
17 Сказки, в которые люди верят
34 Корпоративная социальная ответственность: дань моде или необходимость?
42 Просить или предлагать – вот в чем вопрос

Семья

- 12 **Т. Абдулкина.** Адаптация ребенка в приемной семье

Опыт

- 14 Зарубежный опыт

Практика

- 19 Виртуальная галерея viGArt
24 Твой телефон способен помочь!
30 **С. Егорова.** Счастье отдавать
44 От души и для души

Есть мнение

- 21 Адресные пожертвования – как поступить?

Нужна помощь

- 26 Пусть счастливы будут все дети...

Общество

- 38 Отказники
40 Иждивенчество – отрицательная сторона благотворительности

Журнал «Открытое Сердце» основан в 2008 году. Зарегистрирован в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия по Республике Татарстан. Свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 16-00022 от 3 июля 2008 года

Распространение бесплатное
Журнал издается Благотворительным фондом «Альпари»
www.alpari-charity.ru

Периодичность выхода – 4 раза в год, ежеквартально

Тираж 2 000 экземпляров

Учредитель

Дашин Андрей Валерьевич

Издатель

Дашин Андрей Валерьевич

Выпускающий редактор

Балашов Юрий Анатольевич

Дизайн и верстка

Алия Ахметзянова,

Светлана Енотова

Корректурa

Балашов Юрий Анатольевич

Над выпуском работали

Наталья Колганова,

Инна Константинова

Позиция редакции не обязательно совпадает с точкой зрения авторов. Ответственность за подбор и изложение фактов несут авторы материалов. Редакция не несет ответственности за содержание рекламы

Адрес редакции:
420043, Казань, ул. Калинина, д. 48, оф. 107

Тел.: +7 (843) 267-61-11

Факс: +7 (843) 267-61-72

E-mail: charity@alpari.org

Подписано в печать:
31.10.2008

Отпечатано в Типографии «ТАТГРАФ» по адресу:
г. Казань, ул. С. Сайдашева, д. 13

Если Вас заинтересовал наш журнал, редакция просит присылать отклики и просьбы о распространении на наш электронный адрес charity@alpari.org, или по телефону +7 (843) 267-61-11

С электронной версией журнала «Открытое Сердце» Вы можете ознакомиться на сайте www.alpari-charity.ru



Светлана Рубашкина

Советник Комиссии Общественной палаты РФ по развитию благотворительности и совершенствованию законодательства о НКО

Концепция развития благотворительности

17 июня 2008 года состоялось одно из важнейших событий этого лета для некоммерческого сектора — первое заседание рабочей группы по разработке Концепции содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации.

Идея создания подобной концепции для благотворительного сообщества появилась не сегодня, разговоры ведутся уже давно. Уже несколько лет представители третьего сектора обсуждают мысль о том, что к благотворительности должен быть совсем иной подход: необходимо выработать единую стратегию развития некоммерческих организаций и взаимодействовать согласно выбранному направлению, а не латать дыры в несовершенном законодательстве.

Комиссия Общественной палаты по развитию благотворительности и совершенствованию законодательства о НКО смогла донести свои идеи до Минэкономразвития и обосновать необходимость включения в План действий Правительства на 2008 год разработку подобной концепции. Самое важное, по мнению Минэкономразвития и экспертов, что в концепции должны быть учтены мнения и интересы всех заинтересованных сторон — государства, доноров, некоммерческих организаций, реализующих различные благотворительные программы.

На первом заседании присутствовали представители всех целевых групп — государственные структуры, благотворительные фонды, донорское сообщество, добровольческие организации, информационные ресурсы; всего около сорока человек. Мероприятие проходило в конструктивной атмосфере и по своей сути напоминало мозговой штурм. Участники стремились развивать и дополнять идеи друг друга. Некоторые выступавшие назвали состоявшееся обсуждение историческим моментом в жизни российского благотворительного сообщества. Хотя, объективно можно сказать, что это заседание стало логичным следствием качественного сотрудничества Минэкономразвития с экспертным сообществом, которое было налажено за последние два с половиной года благодаря работе Комиссии и ее партнеров.

Главная идея Концепции заложена в ее названии — содействие развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации. Внутри этого направления можно выделить несколь-

ко важнейших моментов. Один из них — устранение недостатков законодательства. По данным последних исследований Комиссии, сейчас на первом плане стоят вопросы мотивации благотворителей и привлечение в благотворительность более широкого круга заинтересованных людей. Далее логично встает вопрос о льготных поощрениях как для корпоративных и частных благотворителей, так и для некоммерческих организаций, занимающихся социально значимой деятельностью, в том числе благотворительностью. Для этого необходимо определиться, что же является социально значимыми целями в нашей стране. Согласно мнению экспертов, также необходимо пересмотреть некоторые определения и устранить разные толкования действующего законодательства, привести в соответствие с профильными законами подзаконные акты и регламенты.

Также участники рабочей группы считают, что одним из важнейших направлений в концепции должно быть продвижение идей благотворительности. Для этого предлагается разработать в первую очередь основные меры по развитию социальной рекламы в России, доля которой на сегодняшний день на рынке составляет всего 1 процент от всего рекламного рынка страны, но, к сожалению, она практически не работает. Для того, чтобы изменить эту ситуацию, требуется усовершенствовать систему правового регулирования и налогообложения социальной рекламы; создать инструменты общественного влияния на повышение качества и эффективное размещение социальной рекламы.

В настоящее время идет работа над текстом Концепции. Комиссия Общественной палаты Российской Федерации по развитию благотворительности и совершенствованию законодательства о НКО совместно с Минэкономразвития, Форумом Доноров и другими партнерскими организациями планирует в ноябре 2008 года провести публичное обсуждение проекта Концепции на втором Всероссийском форуме «Благотворительность в России: проблемы и перспективы развития», который состоится в Москве.

Теперь – и у Совета Федерации

Совет Федерации намерен запустить сайт о благотворительности.

Как сообщает АСИ, макет сайта создан Временной комиссией Совета Федерации по международному техническому и гуманитарному сотрудничеству с целью объединения информации о деятельности гуманитарных и благотворительных международных и российских организаций, а также контактных данных ответственных представителей региональных органов власти. Пока он будет существовать на базе сайта верхней палаты Федерального Собрания, а в будущем станет самостоятельным ресурсом. На нем предполагается размещать информацию о деятельности российских и международных госструктур в области регулирования гуманитарной и благотворительной деятельности, о проведении в регионах благотворительных мероприятий, изменениях в законодательстве, результатах исследований по проблемам благотворительности и другом. По словам руководителя аппарата Временной комиссии по международному техническому и гуманитарному сотрудничеству Виолетты Медведевой, в столице и регионах действуют более 5 тысяч российских и зарубежных благотворительных фондов. Ежегодно российские компании расходуют до 11 процентов чистой прибыли на благотворительность, каждая вторая имеет свой благотворительный бюджет. По словам В. Медведевой, сайт будет полезен и для граждан: 55 процентов населения страны ничего не знают о деятельности благотворительных организаций.

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

Осень в Фонде «Альпари»

Осенью 2008 года Благотворительный фонд «Альпари» запустил две новые программы. В рамках первой подопечные фонда — женщины-матери детей-инвалидов с диагнозом детский церебральный паралич, а также матери из многодетных и малообеспеченных семей имеют возможность пройти курсы массажа или маникюра с целью дополнительного образования. В таких семьях трудное материальное положение — почти весь семейный бюджет уходит на лечение и восстановление детей. Сотрудники Фонда надеются, что навыки, полученные в ходе этого обучения, помогут подопечным в повседневной жизни и дадут им возможность получения дополнительного заработка.

Вторая акция направлена на социальные учреждения нашей республики. Фонд закупает швейное оборудование (швейные машины, оверлоки) для мастерских детских приютов, чтобы их воспитанники смогли обучиться навыкам швейного мастерства и использовать их во взрослой жизни. Уже оснащены швейным оборудованием четыре приюта: Пестречинский, Алексеевский, Тетюшский и Камско-Устьинский. Акция продолжается.

<http://www.alpari-charity.ru/> «Единая Россия»

Мили милосердия

Акция поможет подопечным фонда «Подари жизнь» — детям, страдающим онкологическими, гематологическими и другими тяжелыми заболеваниями. Маленьким пациентам, которым необходимо лечение за границей или в российских городах, эта акция поможет передвигаться по миру на самолетах бесплатно. По сообщению портала ЦАО Москвы, в рамках «Мили милосердия» участники программы «Аэрофлот Бонус» могут пожертвовать часть накопленных миль в фонд «Подари жизнь», заполнив специальную форму заявления. Эти мили превратятся в билеты для больных детей и врачей, оказывающих им помощь. В настоящее время уже собрано более 4 миллионов миль — это около 250 авиабилетов. Кроме того, актриса и соучредительница фонда «Подари жизнь» Чулпан Хаматова высказала идею установки специальных боксов в таможенных зонах аэропорта Шереметьево-2. «У иностранцев, покидающих Россию, часто остаются небольшие суммы в рублях, — пояснила Чулпан. — Думаю, они с большим удовольствием оставляли бы эти деньги для того, чтобы помочь больным детям». «Мы уже изучали подобные возможности ранее, — ответил генеральный директор «Аэрофлота» Валерий Окулов. — К сожалению, это очень сложно реализовать из-за различных бюрократических препятствий». Окулов и Хаматова договорились проработать этот вопрос совместно. «Акция «Мили милосердия» действительно имеет большой успех. Я это почувствовала на себе: все мои друзья позвонили и сказали, что будут в ней участвовать. Я хотела бы сказать огромное спасибо за то, что вы делаете и будете делать для нас», — сказала в завершение Чулпан.

ИЦ «Благотворительность в России», 04.07.2008, <http://infoblago.ru/events/news>

Музей. Музыка. Дети

10 октября в Государственном музее изобразительных искусств РТ прошла благотворительная программа «Музей. Музыка. Дети».

Она организована Фондом первого президента России Б. Ельцина и Союзом музеев России при поддержке Федерального агентства по культуре и кинематографии. Суть программы: дети слушают концерты русской классической музыки, узнают от сотрудников музеев об особенностях художественных и эстетических стилей эпох, жизни и творчестве композиторов, произведения которых вошли в сокровищницу классики мирового музыкального искусства. После занятий с педагогами музеев участники конкурса пишут сочинения-эссе, в которых рассказывают о собственных впечатлениях от увиденного и услышанного в музее. Эти сочинения оценивает компетентное жюри, которое определяет трех победителей в каждом из регионов. Они получают почетные дипломы участников конкурса и награждаются путевкой в Москву или Санкт-Петербург во время каникул.

Мероприятие посетили воспитанники социальных приютов Чистопольского, Алексеевского, Тетюшского, Аксубаевского, Сабинского, Пестречинского, Верхнеуслонского муниципальных районов и социально-реабилитационного центра для несовершеннолетних города Набережные Челны. Для детей были проведены мастер-классы, практические занятия по рисова-

нию, организован выезд на экскурсию в Национальную художественную галерею «Хазинэ». Завершил мероприятие концерт солистов оркестра Государственного Эрмитажа в Каминном зале Государственного музея изобразительных искусств РТ.

Информация от КЦПК и РО Министерства труда, занятости и социальной защиты населения Республики Татарстан

Преображая скучные стены

Благотворительный фонд «Альпари» с августа 2008 года проводит необычную акцию совместно с граффитистами в приютах Республики Татарстан под названием «Преображая скучные стены». Стены множества приютов совершенно не располагают к уюту и душевному комфорту, поэтому организаторы проекта задались целью скрасить пребывание детишек в социальных приютах республики. 13 августа акция прошла в Алексеевском социальном приюте, а 26 августа — в казанском приюте «Гаврош». Социальных учреждений, которым просто необходимы перемены, в Республике Татарстан еще очень много, акция будет действовать до конца 2008 года.

Благотворительный фонд «Альпари» и граффитисты, принимающие участие в акции, надеются, что новые стены внесут в жизнь воспитанников приютов ощущение комфорта и праздника, а, возможно, изменят ее к лучшему, помогут этим детишкам справляться со всеми трудностями, которые встают на их непростом жизненном пути. Мероприятие проводится совместно с КЦПК и РО Министерства труда, занятости и социальной защиты населения Республики Татарстан.

<http://www.alpari-charity.ru/>

Давай дружить!

12 октября в зале Татарской государственной филармонии имени Габдуллы Тукая состоялся концерт «Песни и танцы народов мира». Мероприятие прошло в рамках благотворительной акции Государственного ансамбля песни и танца Республики Татарстан «Давай дружить». В этот день вместе с артистами на сцену вышли и участники знаменитого ансамбля песни и танца Карелии «Кантеле». Вниманию зрителей была представлена яркая программа из народных танцев и песен США, Ирландии, Боливии, Турции, Испании, России и Японии.

Напомним, этой осенью Государственный ансамбль песни и танца РТ при поддержке Фонда Марджани и Благотворительного фонда «Альпари» дарит свое тепло детям из многодетных семей, воспитанникам детских домов, интернатов, социальных приютов, а также детям, находящимся на лечении в специальных медицинских учреждениях.

Работа в рамках проекта ведется по двум направлениям. Первое из них представлено серией абонементных выступлений, которые проходят на сцене филармонии. Каждый месяц участники ансамбля дают по одному тематическому концерту (первый концерт акции прошел 21 сентября). 16 ноября те, кто придет в Татгосфилармонию, совершат своеобразное «Путешествие в историю». В рамках выступления артисты языком песни и танца расскажут легенды татарского народа. 7 декабря артисты представят программу «Семь жемчужин». Она повествует о нравственности и построена на рассказе о материнской любви, патриотизме, вере, труде и других человеческих ценностях, которые и являются своеобразными «жемчужинами».

Второе направление проекта нацелено на работу с детьми, которые в силу тяжелых жизненных обстоятельств не могут самостоятельно посещать такие мероприятия. К ним участники ансамбля приедут с концертами в гости.

<http://www.tatar-inform.ru/>

Японская культура в Фонде «Альпари»

23 октября в гостях у Благотворительного фонда «Альпари» был преподаватель Татаро-японского культурно-информационного центра «Сакура». В этот день прошло первое занятие по оригами. Волонтеры фонда смогли узнать об истории бумаги и оригами, а также попробовали свои силы в самом искусстве складывания бумаги. Каждый из волонтеров смог изучить базовые формы, сложил несколько «Журавликов», а также смог из фигурки «Самурайский шлем» сделать «Золотую рыбку»...

Фонд «Альпари» планирует целый цикл занятий по японской культуре. Волонтеры смогут приобрести необходимые знания и навыки для того, чтобы в дальнейшем заниматься этим интереснейшим занятием вместе с воспитанниками приютов и детских домов. Планируется организация кружков японской культуры как в приютах и детских домах города Казани, так и в районах Республики Татарстан. Кроме оригами в кружках также будут знакомить с основами чайной церемонии. Волонтеры Фонда надеются, что эти занятия дадут возможность развития мелкой моторики у детей, а также расширят их кругозор.

<http://www.alpari-charity.ru/> ОС

*Милосердие в буквальном смысле слова означает любовь, любовь, которая способна на понимание, которая не просто делится ищущим, но с истинной симпатией и мудростью помогает людям помочь себе самостоятельно.
Франклин Рузвельт*



Асгат Галимзянов

Благотворитель, почетный гражданин Казани, обладатель почетной грамоты РТ и Золотой медали им. Льва Толстого «За выдающийся вклад в дело защиты детства»

Асгат Галимзянов: «Моя мечта – поставить памятник президенту»

Осенью этого года в нашей республике произошло очень важное событие – открытие памятника Благотворителю. На площади Тысячелетия, в сквере напротив здания цирка, у самого подножия Кремля мужчина с лошадью на телеге катает мальчишек. Этот памятник стал не только олицетворением благих дел в Татарстане, но и свидетельством признания и благодарности прототипу – Асгату Галимзянову.

Асгат Галимзянович – известный меценат. Всю жизнь он по мере возможностей помогал всем, кто к нему обращался, не только в Татарстане, но и во всей Российской Федерации, является продолжателем интереснейших традиций благотворительности в нашей республике. Он согласился встретиться с редакцией журнала «Открытое Сердце» и ответить на наши вопросы.

ОС: Асгат-абый, первый закономерный вопрос – как все начиналось?

А. ГАЛИМЗЯНОВ: Вы знаете, во времена войны я был ребенком, нам многое пришлось увидеть, многое пережить. Потом была нищета, детишки остались сиротами... Мы старались помочь всем, чем могли. Для меня примером был отец, который за всю свою жизнь никому не отказал. Он помогал по хозяйству соседям в нашей деревне, старался накормить и поддержать мальчишек, которым совершенно нечего было есть и надеть. Я рос именно в таких условиях. Да и основой для всего было правильное воспитание, которое я получил. Мы никогда не брали чужого, никому не завидовали.

Я шестнадцать лет проработал на комбинате имени Вахитова, мне пришлось уволиться по состоянию здоровья. На мое счастье, в одном из магазинов продавали лошадь с телегой, и я ее купил. Начал работать на колхозном рынке ночным сторожем, вывозил разный мусор и отходы. Катал на тележке уличных мальчишек, мне их всегда было жалко. Завел свиней, откармливал их и продавал. Денег было достаточно, я хранил их в тазике. Как-то наткнулся на него и подумал, зачем их просто так здесь держать? И отдал в Дом ребенка. На средства, которые получал от продажи свиней, покупал автобусы. Потом были стихийные бедствия в Армении, Грузии. Я собирал автомобили с грузами помощи и отправлял их туда.

ОС: А ваша семья принимала участие, поддерживала вас в деле помощи детям-сиротам?

А. ГАЛИМЗЯНОВ: Моя жена, царствие ей небесное, всегда меня поддерживала. Она работала лаборанткой на меховой фабрике. Ее звали Роза. Мы с ней вместе содержали свиней и бычков, когда жили в бараке на Ухтомского, она постоянно давала советы, помогала. Она была очень добрым и скромным человеком. Для нее материальные блага никогда не были важны. Нам всегда было чем питаться, что надеть, мы свято верили, что в мире есть гораздо более обделенные люди, которым я и старался помогать.

ОС: Вы всегда поддерживали детей и детские учреждения. Как вы относитесь к нынешним приемным семьям, которые берут на воспитание детишек из детских домов и приютов?

А. ГАЛИМЗЯНОВ: В советские времена дети, чьих родителей отняла война, никогда не оставались одни. Семьи, у которых хоть кто-то уцелел, вместе воспитывали малышня. Я считаю это правильным. Мы всем



селем работали и пахали в поле, чтобы нам было чем питаться. Я очень рад, что не только общество старается решить проблему сиротства, но и государство чувствует свою ответственность. Хорошо, что оно нашло возможность материально поддержать семью, которая сейчас берет к себе ребенка-сироту. Все-таки тяжело сейчас. У меня есть опасения, что могут быть злоупотребления, здесь очень важен контроль. Самое главное, чтобы ребенок, у которого никогда не было своего дома, обрел семью, важно, чтобы он стал достойным человеком.

Я бы тоже хотел предложить свое решение этой проблемы. У нас очень много земли. Где-нибудь на окраине Казани можно было бы построить небольшие дома для детишек-сирот, каждый из них завел бы свое хозяйство, держал бы лошадь, корову, занимался бы сельским хозяйством, всегда был бы при деле. У него сложилось бы представление о труде и о своей роли в нем, а, главное, он научился бы нести ответственность за себя, не уповая на государство. Я уверен, что в нашей стране деньги лежат под ногами, надо просто суметь их увидеть и не лениться подобрать. Думаю, что неплохо было бы организовать среди таких домов свой медицинский кабинет, магазины. Каждый из этих детей мог бы получить помощь тогда, когда ему это необходимо.

ОС: 2007 год был объявлен Годом благотворительности, 2008 – Годом семьи, 2009 – Годом молодежи. Как вы считаете, поможет ли столь пристальное внимание властей решить существующие социальные проблемы?

А. ГАЛИМЗЯНОВ: Раньше, в СССР, государство серьезно занималось социальными проблемами,

после перестройки почему-то было не до того. Последние два-три года действительно в благотворительности стало заметно оживленнее, о ней стали говорить и ею заниматься. Это только начало долгого пути. Все — благодаря государству и нашим руководителям. Думаю, многие задумались о проблемах, а значит, что и решение скоро будет найдено. Я очень рад, что могу для кого-то стать примером, думаю, что самое главное, чтобы помощь шла от души.

ОС: Каковы ваши планы на ближайшее будущее?

А. ГАЛИМЗЯНОВ: Сейчас у меня — автостоянка. Я расчистил землю от мусора, огородил территорию. У меня несколько собак для охраны и есть помощники. Места достаточно, от клиентов практически нет отбоя. Ставят машины, оставляют грузы на хранение... У меня есть мечта — она появилась еще два года назад. Я хотел бы поставить памятник нашему президенту Минтимеру Шаймиеву. Как-то я даже сказал ему об этом, но он только отмахнулся. Считаю, что такой человек, который руководит нашей республикой долгие годы, заслужил особого отношения и признания. **ОС**

Интервью велось на татарском языке. Здесь представлен литературный перевод на русский язык.



Оксана Далидан

Заместитель директора
Департамента налогового права
Юридического агентства ЮНЭКС

Налог на добрые дела

История благотворительности в России насчитывает не одну сотню лет. До революции большинство богатых людей страны жертвовали капиталы в пользу бедных, поддерживали искусство. После восьмидесятилетнего перерыва, пришедшегося на время советской власти, благотворительная деятельность в России вновь начала развиваться. Её возрождение началось в 90-х годах XX века.

Сейчас российские компании отдают на благотворительность до 11 процентов чистой прибыли – около полутора миллиардов долларов (по оценке британского фонда Charities Aid Foundation), и соответствующий «дарственный» бюджет есть у каждого второго предприятия.

Конечно, совершая добрые дела, никто не рассчитывает получить от этого дивиденды. Но наличие налоговых льгот является немаловажным стимулом для того, чтобы заниматься благотворительностью.

Как же сейчас обстоят дела в России с налоговыми преференциями для меценатов?

Формально российское законодательство провозглашает принцип поощрения благотворительности на государственном уровне. Об этом говорит Конституция страны.

На деле же, к сожалению, ни на какие налоговые льготы благотворителям рассчитывать не приходится.

До 2002 года фирмы, направлявшие на благотворительность до 5 процентов своей прибыли, могли уменьшить на эти суммы налогооблагаемую базу по налогу на прибыль. Однако, по мнению властей, многие предприниматели пользовались этой льготой для того, чтобы вывести из-под налогообложения часть своих прибылей. Поэтому в 2002 году эта льгота была отменена.

В настоящее время расходы благотворителя на оказание безвозмездной помощи нуждающимся не уменьшают его налог на прибыль. Это прямо указано в статье 270 Налогового кодекса России.

Отметим, что в то же время Кодекс позволяет органам власти субъектов Российской Федерации уменьшать для отдельных категорий налогоплательщиков ставки налога на прибыль в части, подлежащей зачислению в региональный бюджет. Максимальный размер такого понижения – 4 процента.

Законы некоторых регионов России устанавливают льготы для организаций-благотворителей. Так, Законом Московской области предусмотрено, что для предприятий, оказывающих поддержку некоммерческим организациям, ставка налога на прибыль снижается в зависимости от объема благотворительной помощи, но не более, чем на 2 процента. Законодательством Республики Татарстан подобная льгота не предусмотрена.

Налог на добавленную стоимость

Если благотворитель жертвует на общепользные цели не деньги, а имущество, или оказывает нуждающимся безвозмездные услуги, то он может не включать стоимость этого имущества или услуг в налогооблагаемую базу по НДС.

Однако фактически эта льгота актуальна только для тех благотворителей, которые оказывают бесплатные услуги. Дело в том, что налоговые органы требуют восстанавливать к уплате НДС, ранее уплаченный продавцам имущества, переданного на благотворительные цели, и принятый к вычету.

Налог на доходы физических лиц

Если благотворительную помощь оказывает гражданин, он имеет право получить вычет по налогу на доходы физических лиц, то есть уменьшить свою налогооблагаемую базу на пожертвованную сумму. Этой льготой могут воспользоваться только резиденты Российской Федерации.

Существует ограничение – вычет не может быть больше, чем 25 процентов годового дохода гражданина, облагаемого налогом по ставке 13 процентов. Кроме того, помощь должна быть оказана организациям науки, культуры, образования, здравоохранения, физкультурно-спортивным и религиозным организациям. То есть, если деньги перечислены частным жертвователем, например, благотворительному фонду или иной общественной организации, либо переданы конкретному нуждающемуся человеку, то воспользоваться вычетом гражданин-благотворитель не сможет.

Для того, чтобы получить вычет, нужно подать в налоговую инспекцию по месту жительства заявление, налоговую декларацию и документы, подтверждающие оказание благотворительной помощи.

Получатели платят тоже

Получатели благотворительной помощи тоже должны заплатить налоги.

Если это организация – то налог на прибыль, поскольку Налоговый кодекс относит безвозмездно полученное имущество, деньги и так далее к внереализационным доходам. Ставка налога на прибыль в настоящее время составляет 24 процента.

Благополучатель может избежать уплаты налога на прибыль, если оказание благотворительной помощи оформить в виде целевого финансирования и обеспечить использование полученных средств исключительно в целях, определенных жертвователем.

Если благополучателем является гражданин, он должен уплатить с полученной суммы (либо со стоимости полученного имущества) налог на доходы физических лиц. Как правило, налог удерживает и перечисляет в бюджет фирма-благотворитель. Если же помощь получена от нерезидента (то есть от иностранной организации или гражданина), то гражданин-получатель должен самостоятельно подать налоговую декларацию и уплатить налог.

Есть и исключение: гражданин не будет уплачивать налог на доходы физических лиц, если им получен грант, предоставленный для поддержки науки и образования, культуры и искусства. Однако такой грант может быть предоставлен только организацией, включенной в специально утвержденный Правительством перечень. В настоящее время в этот перечень входит 79 международных и иностранных благотворительных организаций, как, например, ООН, Лондонское королевское общество (Великобритания), Фонд Карнеги и другие. С 1 января 2009 года этот перечень будет сокращен до 12 организаций.

А как у них?

Законодательство ряда зарубежных стран предоставляет различные поправки к законам.

Первой страной мира, которая сделала благотворительность выгодным делом, стали США, где в 1921 году были внесены соответствующие поправки в налоговое законодательство.

Сейчас в США корпорации имеют право жертвовать до 10 процентов своей прибыли с освобождением этих сумм от налогообложения. Этим правом в настоящее время пользуются около 750 тысяч американских компаний. В среднем американская компания тратит на благотворительность 0,25 процента своего дохода.

Но, как показывает статистика, основная часть пожертвований поступает от граждан. Девять из десяти взрослых жителей США жертвуют свои деньги на благотворительные цели. По данным Independent Sector, в 2001 году каждая американская семья пожертвовала в среднем 1 620 долларов, или 3,2 процента своего годового дохода. Ежегодно американцы жертвуют на благотворительные нужды около 200 миллиардов долларов, причем за последнее десятилетие объем пожертвований вырос на 88 процентов.

Одна из распространенных форм частной благотворительности в США – так называемые Donor Advised Fund. Это фонды, которые информируют гражданина о том, куда перечисляют деньги с его благотворительного счета. При этом жертвователю предоставляется скидка по подоходному налогу на сумму, которую внес на этот счет. Если гражданин делает взнос не деньгами, а ценными бумагами, то налоговую скидку дают на прирост капитала. Средства, которые находятся на благо-



творительном счете, фонды вкладывают в ценные бумаги и в банки. Таким образом, их сумма с течением времени может возрасти. Но благотворитель не может контролировать инвестиции. Обычно он только рекомендует, в какие активы можно вложить его деньги, и устанавливает приемлемый уровень риска инвестиций. Изъять средства с благотворительных фондов невозможно. В свою очередь, последние взимают с гражданина комиссию за то, что управляют его деньгами. Нередко благотворительные счета в Donor Advised Fund открывают и компании. Они тоже получают налоговую льготу на сумму пожертвования.

В настоящее время в США становится все более популярным завещание недвижимости в благотворительных целях. Такая практика позволяет снизить налог на наследство. Скидку рассчитывают по рыночной стоимости имущества, независимо от того, по какой цене оно было приобретено. Допустим, гражданин завещал благотворительному фонду дом, который стоил 25 тысяч долларов и подорожал до 100 тысяч долларов. Человек получит налоговую льготу в размере 100 тысяч долларов. Как правило, она распространяется на налоги на наследство, на прирост капитала, на недвижимость, расходы на ее содержание, а также комиссию, которую взимают брокеры.

Кроме того, если гражданин завещает посмертную выплату по своему полису страхования жизни фонду, он получит право на вычет этой суммы из налогов при жизни. Такие схемы делают благотворительность привлекательным финансовым инструментом для граждан. При этом государство жестко контролирует работу частных благотворительных фондов.

Как видим, налоговое законодательство США гораздо более доброжелательно относится к благотворителям, чем российское. Отметим, что некоторое время назад в правительстве Российской Федерации обсуждался вопрос о реформе благотворительности, в том числе о создании механизма благотворительных фондов, аналогичных существующим в США. К сожалению, вводить налоговые послабления компаниям-благотворителям Правительство не планирует... **ОС**



Гюзелла Николайшвили

*Доцент факультета прикладной политологии
Государственного университета – Высшей школы экономики,
директор «Лаборатории социальной рекламы», Москва,
руководитель интернет-проекта www.socreklama.ru*

Социальная реклама

Социальная реклама является одним из основных инструментов работы с общественным мнением, имеющимся в распоряжении НКО. Многие некоммерческие организации, миссией которых является решение конкретных социальных проблем, заинтересованы в использовании возможностей социальной рекламы. Эффективность рынка социальной рекламы является важным показателем работоспособности некоммерческого сектора в целом.

Основной проблемой становления устойчивого и эффективного рынка социальной рекламы в России является его неинтегрированность, разобщенность основных участников, отсутствие прочных контактов между производителями и специалистами-экспертами, заказчиками и средствами массовой информации.

В странах Запада социальная реклама уже больше 100 лет является универсальным инструментом диагностики и коррекции социальных проблем общества. Рекламодателем при этом является не только некоммерческий сектор этих стран, но и государство, и бизнес.

К примеру, в Великобритании государство является крупнейшим рекламодателем, обгоняя гигантов British Telekom и Procter & Gamble, и в год только Центральный офис информации и коммуникации – своеобразное министерство информации – тратит по меньшей мере 195 миллионов фунтов стерлингов на рекламу.

А в США только по одной проблеме борьбы с наркоманией за период с 1993 по 2000 год администрация Клинтона потратила 1,8 миллиона долларов. Кажущаяся огромной сумма на самом деле не так велика, если принять во внимание простой факт: не будь социальной рекламы, расшифровывающей гражданам азы поведения, государству пришлось бы потратить гораздо больше денег на компенсацию последствий их несознательности. Не случайно основной темой соцрекламы является здоровье и необходимость его сохранения. Так, согласно исследованиям Gallup, в США после рекламной кампании против вождения в нетрезвом виде число смертей в авариях из-за пьян-

ства сократилось на 20 процентов. Согласно статистике, объем рынка социальной рекламы в США в 2003 году составлял около 800 миллионов долларов в год (в России только 27 миллионов).

В результате исследований, проведенных Национальной ассоциацией дикторов (the National Association of Broadcasters – NAB) и Рекламным советом, было выявлено, что компании кабельного телевидения добровольно выполняют свои социальные обязательства, внося значительный вклад в развитие общественных услуг (в том числе и социальную рекламу). По данным исследования, проведенного Фондом семьи Кайзера (Kaiser Family Foundation), телевизионные компании в среднем бесплатно выделяют 15 секунд каждого часа на социальную рекламу (чуть меньше 0,5 процента от всего эфирного времени). В дополнение к этому исследование выявило, что организации, выступающие спонсорами социальной рекламы (такие как ONDCP) покупают порядка 9 секунд каждого часа для размещения общественно значимых сообщений – это составляет примерно треть от всей социальной рекламы.

В Германии более десяти подразделений государственного управления внутренних дел занимаются государственным социальным маркетингом.

В Италии к общегосударственным социальным компаниям всегда подключен лично премьер-министр страны.

Итак, кто являются заказчиками социальной рекламы в России?

Прежде всего, социальная реклама необходима государству, которое таким образом иллюстрирует, разъясняет аудитории свои программы и расставляет акценты в проводимой им государственной политике.

Однако заказчиком социальной рекламы является не только государство. Третий сектор – некоммерческие и общественные организации – также заинтересованы в социальной рекламе. Это один из первых и постоянных ее заказчиков. Социальная реклама необходима третьему сектору для сопровождения основной деятельности, создания имиджа, продвижения продуктов и услуг, которые он предлагает (продуктом в данном случае является интеллектуальный товар, необходимый для развития третьего сектора – конференции, семинары, тренинги, а также основные идеи и лозун-



Студия Public (Бразилия) разработала для рекламы старейшего в Бразилии дома престарелых необычные образы для постеров, которые неожиданно для себя креативный глаз Public нашел на обшарпанных стенах городских зданий.

Источник www.adme.ru

ги этих организаций). Третий сектор давно и целенаправленно обращается к социальной рекламе. Большую часть объема социальной рекламы, размещаемой в средствах массовой информации, занимает именно реклама некоммерческих организаций.

В общественном же секторе можно выделить еще один вид заказчика, также активизировавшегося в последнее время – профессиональные объединения и союзы.

Следующий рекламодатель – это бизнес, коммерческие организации. Сегодня особое внимание уделяется социальной ответственности бизнеса. Для многих бизнес-структур социальные программы все чаще становятся обязательной строкой годового бюджета (а к 2007 году международный стандарт социальной отчетности стал для бизнеса наряду с годовым балансом обязательным отчетным документом).

Еще один специфический заказчик социальной рекламы – это политики, политические объединения и союзы.

Теперь перейдем к самому важному компоненту рынка – производителю. Социальную рекламу изготавливают те же рекламные агентства и студии, что и коммерческую, и политическую. При этом сами изготовители признают, что производство «социалки» – это вопрос профессионализма и креативности, поскольку социальная реклама должна вызывать сильные эмоции и воздействовать гораздо сильнее, чем реклама стирального порошка или нового ресторана. Не случайно некоторые креативщики стали отказываться от заказов на коммерческую рекламу, приевшуюся своим однообразием и штампованностью, и с удовольствием занимаются социальной тематикой, которая дает гораздо больше возможностей для творчества.

Парадокс же состоит в том, что стоимость социальной рекламы в России до сих пор четко не определена. По существу, социальная реклама – это такой же вид рекламы, как и все остальные, и стоимость его на рынке должна быть адекватной. Но мало кто из производителей соглашается относиться к этому виду заказа как

к коммерческому, выполняя его по базовым расценкам. Сама направленность социальной рекламы, условия, в которых она производится (главным образом финансовые) и часто личные установки самих креаторов – все это не позволяет работать над социальной рекламой по коммерческим ценам. Исключение составляют проекты крупных корпораций, которые воспринимают социальную рекламу как часть рядовой работы. В остальных случаях производители либо отказываются от подобных предложений, считая их финансово невыгодными, либо выполняют их безвозмездно (в нашей практике были такие случаи) или с большой скидкой. А это значит, что реально делают такую рекламу единицы – энтузиасты и альтруисты.

И найти исполнителя на социальный заказ крайне сложно. Если учитывать, что одним из главных условий эффективности соцрекламы является высокое качество рекламы, то экономия на ее производстве может сказаться на результате.

Сегодня для социальной рекламы наступают «новые времена». С одной стороны, появившаяся мода и популярность нашей «золушки» способствует ее бурному расцвету и появлению в России цивилизованного рынка социальной рекламы. Для креаторов появление рынка будет означать рост профессионализма и получение зрелых навыков создания и производства эффективной социальной рекламы. С другой стороны, опасность девальвации социальной рекламы, формализации понятия тоже достаточно высока. Пример с провалом антинаркотической кампании 1998-2002 годов в США является хорошим уроком для всех остальных стран.

Остается надеяться, что опыт зарубежных партнеров позволит избежать России тех ошибок, которые встречала социальная реклама в своем историческом развитии, и поможет скорейшему становлению и продвижению процесса благотворительности в нашей стране. **ОС**



Татьяна Абдулкина

Психолог-консультант Городского Центра социальной помощи семье и детям «Гашле», Казань

Адаптация ребенка в приемных семьях

Семья – это нечто особенное, мир радости, любви и добра, где царят абсолютное доверие, безоговорочная поддержка и уважение друг к другу. Семья – это несколько поколений родных и близких людей. Но, к сожалению, некоторые дети – воспитанники детских домов и приютов в силу разных обстоятельств о семье могут только мечтать. Иметь маму, папу, дом, братьев и сестер является для них самым сокровенным желанием.

Множество людей, которые принимают решение о том, чтобы взять ребенка из детского дома или приюта, рисуют для себя идеальную картину: ребенок и родители нашли друг друга, теперь у них начинается новая, совсем другая жизнь, полная любви и радости. Реальность, к сожалению, выглядит иначе...

Процесс адаптации ребенка в семье протекает порой очень болезненно, приводя иногда к не самым лучшим последствиям: родители, которые еще несколько месяцев назад, светясь от счастья, брали этого ребенка в свой дом, возвращают его обратно... Результат – ребенок снова становится сиротой...

Специалисты рекомендуют перед принятием столь важного для обеих сторон решения не торопиться, не действовать на волнах эмоций, тщательно взвесить все «за» и «против».

Чем старше ребенок, тем дольше он будет привыкать к новым родителям и новому дому, тем большим терпением необходимо запастись.

Если ребенок находится уже в переходном возрасте с какими-то вредными привычками и девиантным поведением, то здесь необходимы будут помощь и консультации специалистов.

Но вот выбор сделан – родители и ребенок уже познакомились, наладили контакт и поняли, что они нужны друг другу. Правда, специалисты рекомендуют не торопиться и тщательно изучить особенности жизни ребенка в том заведении, где он провел много времени.

Как и чем его кормят, в какое время он ложится спать, каков его режим, кто за ним ухаживал. Таким образом будущий родитель готовится к тому, чтобы переход в новый дом не был для ребенка слишком болезненным и процесс привыкания и адаптации, возможно, занял меньше времени.

Как же сделать так, чтобы, перешагнув порог дома, ребенок захотел в нем остаться? Чтобы чувствовал себя комфортно и в безопасности? Прежде всего нужно, чтобы ребенка ничего не испугало, не насторожило. Это может быть и непривычный запах в квартире, и лифт, и домашнее животное, которого ребенок испугается. В поведении детей можно отметить некоторые общие закономерности. Как отмечают психологи, при адаптации ребенка в новых условиях имеется несколько стадий.

Первую стадию можно охарактеризовать как «Знакомство», или «Медовый месяц».

Здесь отмечается опережающая привязанность друг к другу. Родителям хочется обогреть ребенка, отдать ему всю накопившуюся потребность в любви. Ребенок испытывает удовольствие от своего нового положения, он готов к жизни в семье, и он с удовольствием выполняет все, что предлагают взрослые.

И в то же время довольно часто, совершенно неожиданно и, казалось бы, в неподходящее время дети



вспоминают биологических родителей, эпизоды, факты из прежней жизни, начинают спонтанно делиться впечатлениями.

Вторую стадию можно определить как «Возврат в прошлое», или «Регрессия».

Первые впечатления схлынули, эйфория прошла, установился определенный порядок, начинается кропотливый и длительный процесс притирки, привыкания членов семьи друг к другу – взаимная адаптация. Ребенок чувствует, что это другие люди, в семье – другие правила, и не сразу может приспособиться к новым отношениям. Он почти беспрекословно подчинялся правилам, пока это было в новинку. Но вот новизна исчезла, и он пробует вести себя как прежде, присматриваясь, что нравится, а что не нравится окружающим. В эти месяцы часто обнаруживаются психологические барьеры: несовместимость темпераментов, черт характера, привычек родителей и привычек ребенка.

Иногда в этот период ребенок регрессирует в своем поведении до уровня, не соответствующего его возрасту. Он начинает нарушать все правила, установленные родителями, как будто бы пытается определить для себя пределы допустимого. Очень важно наблюдать за поведением ребенка и понять его причины, попробовать регулировать, полезно обратиться к специалистам, психологам или таким же усыновителям. Об успешном преодолении трудностей этого адаптационного периода свидетельствует изменение внешнего облика ребенка: изменяются цвет и выражение лица, оно становится более осмысленным, чаще появляются улыбка, смех. Ребенок теперь более оживленный, более отзывчивый, он «расцветает».

Третья стадия — «Привыкание», или «Медленное восстановление».

Исчезает напряжение, дети начинают шутить и обсуждать свои проблемы и трудности со взрослыми. Они начинают вести себя так же естественно, как ведет себя родной ребенок в кровной семье. Ребенок принимает активное участие во всех делах семьи. Без напряжения вспоминает о своей прошлой жизни. Поведение соответствует особенностям характера и полностью адекватно ситуациям.

Приспособившись к новым условиям, ребята реже вспоминают прошлое. Дети дошкольного возраста могут спрашивать взрослых, где они так долго были, почему так долго его искали? Если ребенок чувствует хорошее отношение к себе, возникают привязанность к родителям и ответные чувства. Он сам отмечает происходящие с ним изменения, не без иронии вспоминает свое плохое поведение (если оно было), сочувствует и сопереживает родителям. Дети и родители живут жизнью обычной нормальной семьи, если только родители не испытывают страха перед отягощенной наследственностью и готовы адекватно воспринимать происходящие в ребенке возрастные изменения.

Семья и семейные ценности – то, что помогает человеку чувствовать свою защищенность, знать, что он не один, что его всегда поймут и поддержат. Семьи, которые принимают к себе ребенка-сироту, должны очень хорошо представлять, каким образом они будут строить отношения с ним. От сознательности взрослых зависит не только их дальнейшая жизнь, но и судьба ребенка. **ОС**



Ален Романов

*Врач-педиатр, психиатр,
психотерапевт, детский хирург*

Дата рождения – 17.02.79. Образование высшее (Казанский государственный медицинский университет). Потомственный врач. На сегодняшний момент полностью занят психотерапией. Ассистирует при курсе «Психотерапия» в Казанской государственной медицинской академии. Выступал на конференциях и проводил разные научные исследования, представлял свои успехи на суд питерских врачей. Был спортивным врачом команды по баскетболу «Уникс».

Прекрасно, когда семья является миром радости, любви и добра, прекрасно, когда в семье царят доверие, безоговорочная поддержка и уважение друг к другу. Такие семьи называют функциональными. И на сегодняшний момент таких семей всего три на тысячи нефункциональных. Дети при рождении не знают, что такое семья, и что хорошо или плохо иметь родителей или не иметь. Они имеют ряд инстинктов, которые должны удовлетворяться. И только окружающие говорят им, что они одиноки, ущербны, с ними что-то не так.

Для того, чтобы ребенок и родители чувствовали себя комфортно в новой семье, необходимо следовать ряду правил. Во-первых, определить основную цель и мотив, ради чего вы (родители) берете ребенка. Не надо быть «спасателем» для ребенка, никогда не следует показывать себя ему в этой роли, ни при каких обстоятельствах. Тогда мы исключим такие обиды, как: «Мы для тебя все делаем, а ты ведешь себя как...» или «Мы желаем тебе добра – а ты...», или «Мы так тебя любим, а ты относишься к нам...». Необходимо помнить, что ребенок растет в этой жизни для себя и развивается для своей жизни, его не надо спасать, он не ущербный! Надо четко видеть различия между спасательством и поддержкой. Поддерживать можно и нужно!

Еще одна ошибка, когда ребенка принимают в семью для того, чтобы закрыть свои психологические проблемы. Например, желание отцовства или материнства. Само по себе желание отцовства и материнства – прекрасно, только если оно не отягощается психологическими проблемами.

Когда ребенок принят в семью и начинаются его адаптация и воспитание, наиважнейшим являются контакт с ним, выбор направления в воспитании и четко определенных правил и норм. Контакт можно и нужно учиться всю жизнь. И даже этого будет достаточно для комфортных взаимоотношений и взаимопонимания. Направление в воспитании – это выбранные цели и задачи. При этом обязательно помнить об игре с ребенком, ведь когда интересно, тогда ребенок запоминает лучше всего. Ну и, наконец, правила и нормы. Здесь просто, правила должны помогать развиваться ребенку, помогать ему быть самодостаточным, важно также помнить об этике и культуре.

Зарубежный ОПЫТ

В отличие от России, где некоммерческий сектор находится в стадии становления, в зарубежных странах он существует давно и продолжает развиваться. В то же время мы определенно в более выгодных условиях: зарубежные некоммерческие организации (НКО) выполняли роль первопроходцев. Россия может использовать наработки, существующие модели, отрицательный и положительный опыт с учетом ситуации в стране и ее специфики; правда, то, что сработало в США, не обязательно удастся применить в России. Понять, почему у них получилось, а у нас – нет, поможет кропотливый анализ нашей действительности, в том числе и законодательной базы – не исключено, что отсутствует самое важное ключевое звено (например, налоговая льгота) для достижения успеха и аналогичных результатов. Относиться к опыту зарубежных коллег из других стран необходимо творчески, взяв из него то, что поможет развитию благотворительности в России.

СБОР ЧАСТНЫХ ПОЖЕРТВОВАНИЙ ЗАРУБЕЖНЫМИ НКО

Значительное место в работе зарубежных некоммерческих организаций занимает сбор частных пожертвований. Именно этот источник финансирования составляет до 80 процентов финансовых средств американских некоммерческих организаций (10 процентов – гранты и корпоративные пожертвования, 10 процентов – индивидуальные пожертвования). У нас он незаслуженно обделен вниманием, в то время как этот один из самых сложных методов является и самым перспективным для российских НКО.

Все методы сбора частных пожертвований делятся на две группы: методы «один на один» и сбор на благотворительных мероприятиях.

МЕТОДЫ «ОДИН НА ОДИН»

Это самые трудоемкие методы, которые применяются, в основном, крупными организациями, способными

оплатить труд агентов по сбору частных пожертвований, использовать для этого штатных сотрудников организации и привлечь достаточное количество волонтеров. Они требуют много времени и усилий, чтобы организовать работу, и, зачастую, немалых средств на подготовку материалов и оплату транспортных расходов и телефонных переговоров. Применение этих методов также предполагает принятие мер по обеспечению сохранности собранных средств и строгий учет и контроль, поскольку у самих денег, как говорят американцы, «памяти нет».

Вот некоторые методы из этой группы:

КАЖДЫЙ ДОНОР – СОКРОВИЩЕ. МЕТОД «ОТ ДВЕРИ К ДВЕРИ»

Довольно распространенный за рубежом метод сбора частных пожертвований. Проводится индивидуальная работа с жителями, сотрудниками различных организаций и компаний. Для применения этого метода требуются человеческие ресурсы. Агенты, штатные сотрудники или добровольцы должны быть хорошо подготовлены к работе с людьми. Им нужно уметь заинтересовать собеседников работой организации, программой и теми, для кого проводится сбор пожертвований. Иногда люди охотно общаются и жертвуют деньги. Бывает так, что человек смотрит интересную телепередачу, и он может отдать доллар только для того, чтобы поскорее избавиться от волонтера или просто отказать в пожертвовании. И в том, и в другом случае нужна дальнейшая работа. Сначала нужно, уходя, оставить материалы об организации, затем прислать письмо с благодарностью. Американцы используют разные формы поощрения в зависимости от вклада, а размер взноса определяется доходом человека. Если он дал денег больше, чем просили – его можно пригласить на мероприятие, поблагодарить публично, поощрить. Если не просто приходится к кому-то с просьбой, а рассказывать, приводить примеры, заинтересовывать, показывать, как вы проблемы и как организация пытается их решить, что она для этого делает, сколько на это нужно денег (других ресурсов) и чем данный конкретный человек способен помочь, можно обрести постоянного донора и договориться о ежемесячном или ежегодном взносе. Этот метод требует разработки и умелого применения различных подходов по отношению к разным слоям населения в зависимости от возраста, материального положения, социального статуса и так далее.



СБОР СРЕДСТВ «НА РАБОЧИХ МЕСТАХ»

Один из старейших методов сбора частных пожертвований, ему уже более 50 лет. Сначала американские организации применяли его при работе с государственными учреждениями, сейчас – с организациями различных форм собственности. Американская некоммерческая организация «Earth Share» при помощи этого метода собирает около 8 миллионов долларов в год. В Америке люди охотно отдают деньги на благотворительные цели, так как это позволяет увидеть конкретный результат, повлиять на процесс их расходования, а деньги, поступающие в виде налогов в государственную казну, идут «в общий котел».

Сначала выбирается компания, предприятие или организация. Представители НКО встречаются с ее руководством и рассказывают об организации, ее деятельности, проектах и программах. Если компания проявляет интерес к НКО, то выбирает, в какой программе она бы хотела принять участие. Затем определяется время для проведения мероприятий по сбору частных пожертвований от сотрудников. Параллельно организацией проводится работа со своими сотрудниками (агентами), добровольцами, определяются формы и методы работы. Разрабатывается стратегия, выбираются структурные подразделения компании, и начинается работа. Организация работает с различными группами: проводит презента-

ции, показывает видеоматериалы о деятельности или благополучателях, проводит игры, лотереи с призами, соревнования между различными отделами и так далее. Основа – налоговая льгота: человек имеет право часть средств из подоходного налога направить на благотворительную деятельность. Для этого его нужно заинтересовать и убедить это сделать. Если сотрудник согласен, что перевод за него будет осуществлять бухгалтерия, нужно только заполнить форму (заявление). Как правило, НКО приходит на встречу подготовленной, и сотруднику остается только вписать в форму свою фамилию. Если человек соглашается перечислять организации по 5 долларов в неделю, что для американцев неощутимо, то в год это составит 260 долларов, а это уже весомый вклад.

ПРОВЕДЕНИЕ АКЦИЙ ПО СБОРУ ЧАСТНЫХ ПОЖЕРТВОВАНИЙ

Как правило, сценарий для всех акций стандартный: определяется сумма средств, которые нужно собрать, целевая аудитория, проводится работа со СМИ – пресс-конференции, письма редакторам местных изданий, публикуются материалы, затем разрабатывается необходимая печатная продукция, устанавливаются и оформляются копилки, проводятся различные

мероприятия, по завершению – отчет перед населением и заключительное мероприятие.

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ РАБОТА С НАСЕЛЕНИЕМ

В основе – налоговые льготы для жертвователей: при приобретении ценных бумаг или собственности, по-смертный дар, благотворительные трасты, страховка и так далее. Можно пожертвовать благотворительной организации недвижимость, например, свой дом. Это очень выгодно для владельцев дорогостоящей недвижимости, поскольку в США продать собственность довольно сложно (при ее продаже пришлось бы заплатить огромные налоги). Если же пожертвовать дом НКО, то он будет пожизненно находиться в собственности владельца, и тот будет получать проценты и существенные налоговые льготы – доход на протяжении всей жизни. После смерти владельца организация может продать дом и получить доход (НКО при продаже будет освобождена от налога).

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ РАСПРОДАЖИ, ЛОТЕРЕИ. СБОР ЧАСТНЫХ ПОЖЕРТВОВАНИЙ ЧЕРЕЗ КОПИЛКИ

СРЕДСТВА ОТ ПРОВЕДЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Примерный перечень благотворительных мероприятий, проводимых американскими организациями:

- Ужины, ланчи, завтраки и т.д. – ежегодные, с целью награждения, по случаю юбилейных дат и знаменательных событий и т.д.
- Танцевальные вечера, включая костюмированные.
- Театральные представления, вечера, концерты.
- Пикники и другие выездные мероприятия.
- Спортивные соревнования, игры, выступления.
- Демонстрации мод, картин, выставки цветов и т.д.
- Экскурсии и туры, путешествия.
- Мероприятия для детей (особенно во время каникул и летнего отдыха).
- Аукционы картин, предметов старины, которые пожертвовали организации-доноры.
- Благотворительные распродажи: рынки, ярмарки, базары.
- «Продажа» услуг добровольцев: мойка машин, няни, переводчики и т.д.

Эти методы еще более сложные, чем предыдущие. Они включают и компонент «один на один» при работе по привлечению людей на мероприятия, продаже билетов и так далее, и несут элементы издержек и риска потери денежных средств (например, если организация обещала ресторану, экскурсионному бюро или театру гарантированный минимум посетителей, но его не получила). Все эти мероприятия требуют тщательной подготовки и финансового анализа. Ведь цель организации – заработать деньги, а не потерять.

Вот пример подготовки одного из таких мероприятий – празднование Рождества в Ривер-Сити. Проводится предварительный анализ, определяется сумма денежных средств, которую необходимо собрать (10 тысяч долларов), делается сопоставительный анализ (сколько подобное мероприятие, проведенное организацией в прошлом году, принесло денег – 1 тысяча долларов), выясняются причины, определяются дополнительные мероприятия по сбору средств, которые необходимо осуществить в период подготовки, чтобы получить намеченный результат. Затем комитет по сбору средств просчитывает себестоимость мероприятия и разрабатывает план.

Другой пример – Ассоциация больных онкологическими заболеваниями планирует собрать определенную сумму денег от населения – 10 тысяч долларов. Для этого выбирается форма – проведение марша. На улице собираются люди, которые перенесли это заболевание, их друзья и родственники, представители общественности, добровольцы организации. Расписывается программа – выступления людей, рассказы о том, как удалось победить болезнь, об организациях, которые помогают заболевшим, о профилактике заболевания и так далее. Улица оформлена плакатами, фотографиями, стендами. Суть сбора частных пожертвований – каждый пришедший опускает в копилку 10 долларов. Организация рассчитывает, сколько человек должно прийти на мероприятие.

Затем разрабатывается план по привлечению этого количества людей: основа организации – штатные сотрудники, волонтеры, члены Совета директоров и сотрудники учреждений, которые являются в высшей степени мотивированными людьми – допустим, таких 200 человек, проводят работу со своими друзьями и знакомыми (не менее трех человек) и убеждают их посетить мероприятие и/или пожертвовать 10 долларов. Это сделать совсем нетрудно. Таким образом, получится 6 тысяч долларов. Далее, один из трех, с которыми проведена работа, приводит еще двоих и убеждает их сделать пожертвование, и круг участников все более расширяется.

В Америке благотворительные организации прошли долгий путь развития. Фандрайзингом они занимаются более пятидесяти лет. Если в 60-70-е годы прошлого века американские НКО рассчитывали преимущественно на государственные источники финансирования, то с 80-х, когда произошло резкое сокращение федеральной помощи некоммерческому сектору, им пришлось обратиться к старому надежному способу – системе «общинного кошелька». Мощным стимулом для частной благотворительности являются, несомненно, налоговые льготы. Сама история НКО Америки тесно связана с историей установления налоговых льгот, многих из которых нет в нашей стране. Поэтому, естественно, применение многих методов в России просто обречено на провал. Тем не менее, богатый опыт работы НКО по сбору частных пожертвований можно и нужно использовать, по возможности адаптируя, беря не модели целиком, а отдельные принципы, методы и подходы. **ОС**



Сказки, в которые люди верят

Благотворительность, как почти любая новая сфера нашей жизни, наполнена мифами, причем самыми разнообразными. Некоторые из них являются препятствием в работе, потому что ставят под сомнение честность ее организаторов и участников, важность и эффективность того, что в этой сфере делается.

Настоящей благотворительности нет, это выдумки, кто же в здравом уме и твердой памяти будет отдавать свои кровные кому-то на какое-то абстрактное дело без выгоды для себя!.. Такие мифы существуют не только в России, человеческие предрассудки и заблуждения не имеют географических границ. Не раз уже возникали о них споры, но эта тема до сих пор актуальна, и хочется обратиться к ней ещё раз.

Внимание государства, которое оно в последнее время уделяет проблемам благотворительности, не может не радовать: 2006 год – Год благотворительности в Российской Федерации, 2007 год – Год благотворительности в Республике Татарстан, 2008 год – Год семьи. Именно привлечение внимания к проблемам современных благотворителей помогло обществу развеять некоторые мифы, но, к сожалению, пока еще не все. Опираясь на статьи Т. Тульчинской «Семь мифов благотворительности» и О. Алексеевой «Мифология благотворительности», хотелось бы обратить внимание на самые распространенные мифы, которым подвержены как сами благотворители, так и общество (благополучатели).

Самой обширной группой мифов являются заблуждения, которые прочно обосновались в нашем обществе. Итак,

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ НЕТ

Обычно люди не верят в то, с чем никогда не сталкивались сами, чего они не знают, о чем имеют только приблизительное представление. К сожалению, бескорыстные добрые дела у нас в России пока мало кто воспринимает всерьез, почти каждый старается увидеть в этом подвох.

Можно предположить, что люди привыкли навешивать ярлыки на неизвестные факты и явления, практически не вникая в их суть. В нашей стране только ленивый не разбирается в политике, а теперь и в благотворительности... К сожалению, для большинства благотворительность – это только передача различных товаров нуждающимся, гуманитарная помощь, а ещё милостыня, поданная бабушке около продуктового магазина.

Много раз каждый из нас проходит мимо беды, некоторых она задевает. Но немногие задумываются о том, что они сами могут чем-то помочь. Не существует каких-то особых мотивов для занятий благотворительностью.

Многие люди, которые работают в этой сфере, сами не могут объяснить толком, почему они это делают. Просто «задело», а потом понял, что «могу и хочу». Вот этот шаг от «задело» к «могу и хочу» и есть шаг к благотворительности. Кстати, по поводу налогов: льготы для благотворительной деятельности в 2002 году были отменены.

ПОМОГАТЬ ДОЛЖНЫ ТЕ, У КОГО ЕСТЬ НА ЭТО СРЕДСТВА

Любая помощь, в том числе и благотворительная, является добровольной. Поэтому совершенно неуместно вменять ее кому бы то ни было в обязанность. Социально ответственный человек сам озабочен проблемами общества, в котором живет, он готов помогать по возможности другим, и эту помощь не всегда можно выразить деньгами, ведь деньги – не единственная ценность, которую можно обратить в добро. Невысокий уровень ежемесячных доходов не является для уважающих себя людей оправданием тому, чтобы полностью переложить на плечи других решение собственных проблем, также как и препятствием для помощи окружающим. Настоящая благотворительная помощь исходит от того, кто в данный момент имеет возможность ее оказать, и направлена тому, кому она в настоящее время необходима. Люди очень часто меняются в этом мире местами, и нет смысла раз и навсегда снабжать их подобными ярлыками.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ – ЭТО PR, ЗАМАЛИВАНИЕ ГРЕХОВ И ОТКУП: НАСТОЯЩАЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ ДОЛЖНА БЫТЬ АНОНИМНОЙ

Это наиболее распространенные точки зрения, которые очень прочно сидят в нас. Одному из известных благотворителей журналист в ходе интервью задал следующий вопрос: «Почему вы занимаетесь благотворительностью? Это ваша репутация или вам просто деньги некуда девать?» Бизнесмен ответил очень просто: «Я занимаюсь благотворительностью более десяти лет, и все эти годы ни разу не сообщал прессе о своих «благих деяниях»... Почему я этим занимаюсь и буду заниматься? Я – эгоист. В девятые годы я хотел, чтобы мои дети росли в великой стране, чтобы их одноклассники и друзья ни в чем не нуждались, чтобы любой желающий вокруг смог бы добиться всего, чего пожелает... Вы не думайте, что это все делается ради PR, это все делается ради личной выгоды, эгоизм – вот что движет благотворительностью...

Сейчас я хочу, чтобы моим внукам было хорошо, и ради этого сделаю все». Должна ли благотворительность быть анонимной? Однозначного ответа на этот вопрос нет. Практика показывает, что чем больше пишется о благотворителях, тем большее внимание уделяется проблемам, которые они хотят решить. Почему мы готовы обвинить публичных людей, занимающихся благотворительностью, в личном PR, но при этом редко задумываемся, сколько нужно мужества, чтобы своим именем гарантировать честность расходования собранных общими усилиями средств? Эти

люди, на самом деле, очень сильно рискуют, – будь они хоть сто раз честны, обязательно найдется какой-нибудь злопыхатель, который захочет облить их грязью по причинам, весьма далеким от предмета их благотворительной деятельности. Многие не сохраняют анонимность только потому, что именно их известность помогает решать поставленную задачу максимально эффективно.

Замаливание грехов также является одним из мотивов благотворительности... Но это сделка каждого из нас со своей совестью, главное, чтобы помощь дошла до нуждающегося и действительно была оказана, а уж чем руководствуются благотворители – это дело десятое. А может, просто человек в рамках своих личных взаиморасчетов со вселенной совершает благое дело только потому, что его жизнь сложилась более успешно, чем у кого-то другого. Нельзя обвинять его за то, что ему живется лучше, он рассматривает свою возможность помочь не как долг, а как жизненную удачу.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ ВОСПИТЫВАЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ОТНОШЕНИЕ

Такое действительно возможно. Большинство нуждающихся привыкли получать помощь от государства, фондов, общества... Многие воспринимают это как само собой разумеющееся – но все зависит от того, какие формы принимает благотворительность. Первостепенная задача в таких случаях – показать людям выход из сложившейся ситуации, дать понять, что они сами могут её изменить, хотя это будет и не так комфортно. Эту проблему решает продуманная системная благотворительность, которая предполагает вовлеченность самих благополучателей в различные волонтерские движения, благотворительные программы, в рамках которых они сами являются благотворителями, сменяется их роль, меняется их отношение к помощи. Для объективности оценки стоит признать, что перечисленные мифы имеют под собой реальную основу: это либо менталитет сограждан, либо неудачные примеры первой благотворительности постперестроечного времени.

Помощь, необходимая людям сейчас, не должна зависеть от каких-либо стереотипов и заблуждений, которые, что уж греха таить, иногда являются реальным тормозом в ее оказании, поэтому развенчание мифов, в которые верим мы сами, является одним из важнейших условий развития благотворительности и реализации благотворительных программ. ОС

**Невысокий уровень
ежемесячных
доходов
не является
для уважающих
себя людей
оправданием тому,
чтобы полностью
переложить
на плечи других
решение
собственных
проблем,
также как
и препятствием
для помощи
окружающим.**

**Эти люди, на самом
деле, очень сильно
рискуют, –
будь они хоть
сто раз честны,
обязательно
найдется
какой-нибудь
злопыхатель,
который захочет
облить их грязью
по причинам,
весьма далеким
от предмета их
благотворительной
деятельности.**

**А может, просто
человек в рамках
своих личных
взаиморасчетов
со вселенной
совершает благое
дело только
потому, что его
жизнь сложилась
более успешно,
чем у кого-то
другого.**



Вадим Харисов, «Дворик», 2001

Виртуальная галерея viGArt (Virtual Gallery of Art)

«Талантам надо помогать. Бездарности пробьются сами», – сказал советский поэт, переводчик и литературовед Лев Озеров. Эти слова стали руководством к действию многих меценатов нашего времени. Культура и искусство во все времена находили своих почитателей и покровителей, и неудивительно, что многие современные филантропы, основываясь на прекрасных традициях меценатства, и сегодня поддерживают молодые дарования. С каждым днем возникает все больше и больше интернет-галерей, порталов искусств и искусствоведческих форумов. Их бурное развитие вызвано резким увеличением спроса на интернет-ресурсы. Многие любители искусства часто не могут выделить время на посещение художественных выставок. Виртуальные арт-галереи становятся альтернативным выходом. Следить за современными тенденциями в искусстве, узнавать о новых художниках можно теперь даже в обеденный перерыв на работе. Просмотр картин на экране монитора, конечно, не заменит реального знакомства с ними, но все же позволит составить некоторое впечатление о выставленном произведении. Виртуальные галереи являются одной из самых интересных возможностей заявить о себе всему миру для художников, скульпторов, архитекторов. С их помощью ценители живописи и художники могут общаться между собой, делиться опытом и впечатлениями.

ОБ АВТОРАХ

Каждый третий человек в Германии так или иначе участвует в благотворительной деятельности. И если государство ограничено в своём выборе, то все остальные вольны помогать тем, кому посчитают нужным. Так говорят авторы виртуальной галереи viGArt. «Одной из категорий людей, нуждающихся в поддержке, мы считаем студентов учебных заведений искусств, молодых и начинающих художников, скульпторов, архитекторов, которые пока не имеют возможности по тем или иным причинам презентовать свои произведения публике», – говорят меценаты. Это наши бывшие соотечественники – Эльза Роон (Elsa Rohn) и Геннадий Роон-Найденышев (Gerhard Rohn-Najdenysev).

Они оба родились в 1951 году в Омской области. Она – в семье русских немцев, а Геннадий – в русской семье. Учились в городе Омске, Эльза – по специальности технолога швейного производства, Геннадий изучал архитектуру. К моменту эмиграции в Германию в 1995 году им было по 44 года, у них было двое детей и, как они сами говорят, довольно хорошее материальное положение. «Сейчас, мысленно возвращаясь к тому времени, трудно назвать какую-то одну причину отъезда за рубеж. Наверное, основную роль сыграло любопытство. Но мы ни разу не пожалели о сделанном тогда шаге».

На вопрос о том, как же им пришла в голову идея поддерживать молодые таланты, Геннадий говорит: «Я всегда увлекался научной фантастикой: читал различные книжки, изучал труды ученых... Это, наверное, в совокупности, и дало мне возможность не только спроектировать, но и воплотить в реальность ту схему

международного сотрудничества, какую сегодня можно видеть на страницах нашей галереи. Мы очень надеемся, что галерея будет местом не только выставки работ, но также своеобразным журналом или клубом по интересам, где будут встречаться близкие по духу люди».

О ГАЛЕРЕЕ

Virtual Gallery of Art – это попытка предоставить виртуальные «площадки» для проведения персональных выставок всем желающим на страницах сайта

<http://www.vig-art.eu>.

Фонд галереи пополняется ежедневно. Международное общение, различные школы, разнообразные тенденции в изобразительном искусстве помогают художнику не только ближе познакомиться с актуальными работами своих зарубежных коллег, но и правильно оценить себя и своё место в искусстве.

«Особых трудностей с созданием проект-концепции сайта Virtual gallery of Art не возникло, – говорит Геннадий. – Тема была знакома, и что необходимо художникам, мы знали (сайт благотворительный, коммерческие аспекты мы не рассматриваем). А вот технические работы по созданию виртуальной галереи складывались неоднородно. Первоначально был заключен договор со студентами последнего курса университета Билефельда. Но, к сожалению, при неплохом техническом исполнении сайта их дизайн «хромал», и довольно сильно. То, что вы видите сегодня, было сделано выпускниками Санкт-Петербургского университета Еленой и Евгением Батшевыми».

За последнее десятилетие многократно увеличилось количество различного рода галерей, что привело к спаду числа их посетителей. При общем увеличении спроса на произведения искусств за счёт покупателей из России и Китая, для многих художников ситуация все-таки не изменилась к лучшему.

И поэтому информация о том, как и где выставиться, какая ярмарка искусств популярнее, сколько будет стоить участие в выставке, да и просто возможность замолвить словечко о только начинающем проявлять себя таланте – всё это, надеются Геннадий и Эльза, будет актуальным для многих. Сайт viGArt является частным и развивается по принципу «сарафанного радио».

Юридические лица и фирмы не имеют права на показ своих товаров на сайте. Тем более, нельзя размещать здесь рекламу в любом виде, а также выставлять свои номера телефонов, почтовые адреса, адреса электронной почты, интернет-сайтов.

На сайте можно принять участие в независимых конкурсах-рейтингах.

Для молодых художников это особенно интересно. «Полагаем, что очень скоро будут закончены технические работы, и мы сразу же начнем развивать этот раздел. Эту страницу мы считаем одной из основных в нашем проекте. Она рассчитана на начинающих и молодых художников и критиков, у которых пока ещё нет возможности проводить реальные выставки. В основу «виртуального конкурса-рейтинга» будет положена система оценки произведения самими посетителями.

Естественно, оценки художественных достоинств работ могут оказаться и необъективными. Но мы хотим, чтобы решающим было мнение не только профессионалов, но и просто любителей искусства. В нашей га-



Эльза Роон
(Elsa Rohn)

Автор виртуальной галереи viGArt

Родилась в 1951 году в городе Омске. Училась в Омске, специальность – технолог швейного производства. В 1995 году эмигрировала в Германию. Сейчас является соучредителем виртуальной галереи viGArt. Двое детей.



Геннадий Роон-Найденшев
(Gerhard Rohn-Najdenyev)

Автор виртуальной галереи viGArt

Родился в 1951 году в городе Омске. Учился в Омске, специальность – архитектор. В 1995 году эмигрировал в Германию. Сейчас является соучредителем виртуальной галереи viGArt. Двое детей.

лерее меценаты, спонсоры и фирмы будут иметь особую возможность выделять и награждать победителей. Думаю, финансовая поддержка молодых, подающих надежды художников поможет формированию тех направлений изобразительного искусства, развития которых мы ожидаем», – надеется Эльза Роон.

ПЕРСПЕКТИВЫ

Каковы дальнейшие планы наших соотечественников? Как они собираются развивать галерею, каким видят ее будущее?

«Мы с первого дня ищем возможность переадресовать права и обязанности администраторов в вузы различных стран.

У нас самих воплощены на сегодняшний день не все идеи, которые мы задумывали. Так, для архитекторов хотим предоставить возможность работать с применением 3D-объемного изображения. На сайте уже заложены возможности проведения конкурсов для выявления лучших произведений искусства, где жюри – сами участники. Мы, в принципе, также не против какой-либо инициативы – помочь молодым художникам с продажей их произведений, предложить им больше информации о возможностях реальных выставок в Европе. Хотелось бы, чтобы сайт стал вторым «домом» для всех тех, кто мыслит стандартами завтрашнего дня, у кого есть свои невоплощенные, а может, и не совсем сформировавшиеся идеи.

Мы, по возможности, попытаемся воплотить их в жизнь, пусть пока ещё только в виртуальном мире, но это всё же больше, чем ничего. Художники, в массе своей, являются культурным фондом любой страны, и поддержка молодых дарований в этой области – это вклад и в нашу личную культуру, которая одновременно является гордостью страны, в которой ты проживаешь», – говорят авторы Virtual Gallery of Art. ОС

Адресные пожертвования — как поступить?



Множество фондов, которые выбрали своей миссией помочь тяжелобольным детям, сталкиваются с самыми различными проблемами. Как сделать так, чтобы помощь ребенку была оказана вовремя? Как в кратчайшие сроки собрать необходимые средства? Как согласовать все стремления с действующим законодательством, которое порой ставит на пути множества благих намерений непреодолимые препятствия?

Тяжелобольные дети бывают гораздо взрослее и морально сильнее своих сверстников. Но они все же не совсем понимают, насколько опасна и коварна болезнь, что их дальнейшая жизнь зависит напрямую от милосердия чужих людей. Но, тем не менее, они не перестают надеяться и верить в лучшее. Точно так же, как и работники некоммерческих организаций, которые всеми силами стараются им помочь...

Благотворительные организации работают с адресными и безадресными пожертвованиями. Как показывает практика, в этом деле возникает множество подводных камней. Безадресные пожертвования, или пожертвования на различные благотворительные программы, распределяются между подопечными некоммерческих организаций по решению самой некоммерческой организации. Сложнее обстоит дело с адресными пожертвованиями, теми, которые пришли на оплату лечения конкретного человека. Если в силу каких-либо причин (отказ от лечения, выздоровление, смерть и так далее) использовать поступившие средства по назначению не представляется возможным и получить разрешение жертвователя тоже невозможно, то необходимые средства могут осесть на счетах очень надолго (а ведь они могли бы помочь многим другим). Вот выдержка из информации на

сайте Фонда «Подари жизнь»: «Деньги, перечисленные на Ваню Иванова, фонд имеет право потратить только на Ваню Иванова или вернуть жертвователю. И никак иначе. Изменить назначение платежа может только жертвователь (в письменном обращении к фонду). Но далеко не с каждым жертвователем фонд имеет возможность связаться, чтобы договориться об изменении назначения платежа. И выходит, что деньги, которые предназначались на спасение жизни, висят на счетах мертвым грузом...» Согласно действующему законодательству, подобные адресные пожертвования могут быть направлены на решение других задач только по решению суда. А это огромная потеря времени, у большинства тяжелобольных его, к сожалению, нет. «Фонд может объявить через сайт, что «в случае невозможности потратить деньги по назначению фонд оставляет за собой право изменить назначение платежа». Но будет ли такое объявление иметь юридический вес, целиком зависит от усмотрения проверяющих инстанций. А как они усмотрят, заранее сказать невозможно», — написано на сайте Фонда «Подари жизнь».

Редакция журнала «Открытое Сердце» пригласила к обсуждению этого вопроса представителей множества российских организаций, которым небезразлична эта проблема. Им был задан следующий вопрос:

ЧТО ДЕЛАТЬ С ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ, ПОСТУПИВШИМИ НА ОПЛАТУ ЛЕЧЕНИЯ РЕБЕНКА, ЕСЛИ РЕБЕНОК УМЕР?



Павел Гринберг
Исполнительный директор
Благотворительного Фонда
«АдВита»



Мила Шахматова
Финансовый директор
Фонда «Pomogi.org»



Екатерина Бермант
Директор фонда
«Детские Сердца»

Вопрос можно поставить шире: что делать с адресными деньгами, если пациенту (не только ребенок) пожертвованные деньги более не нужны (пациент поправился, не нуждается более по тем или иным причинам в финансовой помощи, умер).

По Гражданскому кодексу при решении проблемы с этими деньгами благотворитель должен заручиться письменным волеизъявлением жертвователя: он может потребовать вернуть деньги, потратить на другие цели и так далее.

Но если благотворитель не имеет связи с жертвователем или частью жертвователей — это проблема, законное решение которой найти, видимо, невозможно.

Это одна из причин, по которой российские благотворительные организации предпочитают иметь как можно меньше адресных пожертвований (на лечение конкретных пациентов) и как можно больше безадресных, на осуществление тех или иных программ.

Кроме указанной вами проблемы есть еще одна, очень схожая: что делать, если денег «перебрали», если образовались «излишки».

Могут ответить с технической точки зрения:

данную проблему легко решить размещением на сайте благотворительной организации или в другом общедоступном месте «публичной оферты», в тексте которой будет сказано примерно следующее: перечисляя благотворительное пожертвование, вы принимаете условия оферты и подтверждаете свое согласие на использование пожертвования на другие уставные цели фонда, если пожертвование не может быть использовано оговоренным вами целевым образом (смерть ребенка, отказ родителей от лечения, «перебор» средств и т.д.).

С моральной точки зрения:

каждый фонд решает вопрос распределения средств, поступивших на умершего ребенка, по-своему.

Нашему Фонду пять лет, мы занимаемся сбором денег для оплаты операций на сердце маленьким детям. К счастью, нам не часто приходится сталкиваться с тем, что деньги на операцию собраны, а ребенок погиб до, после или во время операции. В этом смысле кардиооперации очень успешно проходят. На 570 оплаченных фондом операций у нас 15 летальных исходов. Но в каждом подобном трагическом случае мы поступаем примерно одинаково:

1. Если деньги были собраны из многих источников и на этих взносах не было написано имя конкретного ребенка, а просто «благотворительный взнос», мы никого не расстраиваем. Люди хотят помочь, они настроены на радость, и они не хотят соприкосновения с трагедией чужой семьи.
2. Если даритель хотел оплатить операцию конкретному малышу и произошло несчастье, мы полностью отчитываемся о наших тратах, объясняя, что произошло. Возможен комментарий лечащего врача. Возможна даже встреча с родителями (иногда дарители хотят помочь пострадавшей семье).
3. В случае, если деньги собраны, а ребенок не дожил до операции, мы предлагаем направить их на операцию другому малышу со сходным диагнозом. Такое случается редко, и случая, чтобы кто-нибудь отказался и попросил вернуть деньги назад, ни разу не было.
4. Мне кажется, что возвращать деньги вообще незачем. Они уже отданы на благотворительность. Человек настроен делать добро. Подобный подход его оскорбит. Надо предложить другие варианты (сходный диагноз, похожая по сумме операция). Смерть ребенка — страшная вещь. Нужно быть максимально осторожными со всеми, кто даже косвенно прикоснулся к его судьбе. Правильные слова ищутся ощупью. Но мы работаем с людьми и для людей. И стараемся не делать ошибок.



Юрий Иоффе

Управляющий
Благотворительным
Фондом
«Карельский Регистр
неродственных доноров
гемопоэтических
стволовых клеток»

1. С чисто человеческой точки зрения необходимо передать эти деньги родителям (если их нет, то другим близким родственникам/опекунам ребенка). Пусть они решают, что делать с этими деньгами.
2. С чисто профессиональной точки зрения возможные следующие варианты:
 - а) если деньги поступают непосредственно на счет ребенка, или родителей, или опекуна ребенка, то они и решают, что делать дальше.
 - б) если деньги собирает некоммерческая организация, то при первичном обращении за финансовой помощью на лечение в эту организацию необходимо взять у родителей или опекунов их письменное решение в отношении распоряжения этими деньгами в случае смерти ребенка. И если такое случится, поступать строго согласно этому решению. Психологически получить такое решение в тот момент, когда ребенок жив и есть надежды на излечение, нелегко. Но все же это оптимальный вариант. Если такое решение получить не удалось, необходимо получить его уже после смерти ребенка.
 - в) Если деньги были переведены на счет лечебного учреждения и полностью не были истрачены, необходимо попытаться решить этот вопрос юридически с данным лечебным учреждением.



Ольга Мишутина

Заместитель председателя
Фонда имени
Анжелы Вавиловой

По законодательству, денежные средства, поступившие на лечение конкретного ребенка, считаются целевыми и учитываются на отдельном субсчете с подробной аналитикой: приход – расход – остаток. На день смерти ребенка я, как бухгалтер, делаю бухгалтерскую справку об остатке средств на этом аналитическом субсчете по этому ребенку и оформляю протокол собрания Фонда о решении на передачу оставшейся суммы на лечение другого ребенка, наиболее нуждающегося на настоящий момент. Это просто оформить в случае, если расходы на лечение ребенка оплачиваются бухгалтерией Фонда.

Сложнее, если необходимую сумму на лечение мы выдаем маме ребенка и лечение оплачивает она сама. Это бывает при направлении на лечение в другой город. В таком случае мы с мамой ребенка заключаем договор о выделении целевой материальной помощи на лечение ребенка по следующим статьям расходов: лекарства, оплата медицинских услуг, проживание, питание. Мама обязана отчитаться по произведенным расходам и оставшиеся средства вернуть в Фонд. Если в процессе лечения ребенок умирает, то мама также возвращает неиспользованную сумму. Это оговорено в договоре. В таком случае мы от Фонда даем материальную помощь на погребение (5-10 тысяч рублей). Буду рада, если наш опыт покажется кому-то полезным.



Жанна Арсентьева

Исполнительный директор
Группы компаний «Фокс»

Статья производит неизгладимое впечатление.

Вообще, об этом очень тяжело думать, а тем более писать. Но проблема достаточно насущная, и я считаю, нужно о ней говорить. Можно только представить, сколько сил, энергии и эмоций затратили люди, собирая средства на операцию ребенку. И если случается непоправимое, когда деньги уже не могут помочь, то почему бы их не отдать людям, которым они очень нужны в данный момент?

Я считаю, что не нужно ограничивать возможности Фонда, пусть он сам решает, изменить назначение платежа или нет. В Фонде работают люди с огромной душой, труд которых неопределим – и они будут просто рады оказать помощь и другим семьям.

Я не думаю, что родители и близкие, потерявшие ребенка, будут против того, чтобы отдать эти деньги на спасение другой жизни. Неужели у кого-то могут возникнуть сомнения в том, куда ушли эти деньги? В таких благотворительных организациях люди больше знают, как распорядиться данными средствами, чем какой-нибудь суд. И людям, которые перечисляли эти пожертвования, отдали частичку своей души, тоже будет приятно осознать, что они хоть и не успели помочь какому-то конкретному лицу, но поучаствовали в таком огромном и важном деле, как помощь ближнему.

Твой телефон способен помочь!



Мобильная благотворительность – один из самых эффективных способов сбора средств как за рубежом, так и в российской практике. Мобильный телефон, который всегда под рукой, позволяет любому желающему за небольшую плату отправить SMS на заветный номер, экономя при этом время, которое уходит на банковские переводы. Участник акции посылает не только денежные средства со счета своего мобильного телефона, но и частичку внимания и поддержки тем, кому они жизненно необходимы.

За рубежом такая практика существует уже давно. Например, в США Скотт Даделсон – известный меценат и благотворитель, в списке его заслуг – организация благотворительно-го фонда искусства и технологий «Music For Charity Productions», а также SMS-программа «Sweet Relief» – сбор денег для артистов-пенсионеров, которые не способны работать и не могут оплатить лечение или другие потребности. В деятельности некоммерческой организации приняли участие такие исполнители, как John Meyer и Carolyn Dawn Johnson, фонд начал сотрудничать с радиостанцией CTIA в Сан-Франциско. В эфире этого радио впервые прошла демонстрация технологии Premium SMS (PSMS). В рамках «живых» программ «4CARE» и «2HELP» слушателей просили отправить SMS с ключевым словом «помощь» на короткие номера. Со счетов откликнувшихся людей списывалось немного денег, что позволило собрать приличную сумму для помощи жертвам урагана Катрина. Деньги уходили «Красному Кресту» и не облагались налогом.

Сейчас в США действует программа, в рамках которой на счет «Sweet Relief» приходит 4.99 доллара с каждой благотворительной SMS. Любопытно, что каждый сделавший взнос участвует в лотерее, по итогам кото-

рой может получить ценный подарок. О дате вручения призов победителей уведомят посредством текстового сообщения.

Еще одна акция от Music For Charity Productions: каждый может скачать реалтоны (обычные музыкальные мелодии, адаптированные для сотовых телефонов). Сделав SMS-пожертвование, американцы получают право загрузить эксклюзивный реалтон от популярных исполнителей.

В российской практике опыт проведения SMS-пожертвований также широко распространен. К примеру, в Санкт-Петербурге стали традиционными фестивали «Добрый Питер». В рамках этого мероприятия все, у кого есть мобильный телефон, могут отправить благотворительное SMS-пожертвование и получить картинку в подарок от спонсора Фестиваля «I-Free».

Кампания проходит под девизом: «Маленькое SMS – большое дело!». Деньги от SMS перечисляются на подарки детям, которые будут встречать Новый год в онкологических клиниках, пожилым людям на визит в театр или лечение выброшенных на улицу хозяевами животных.

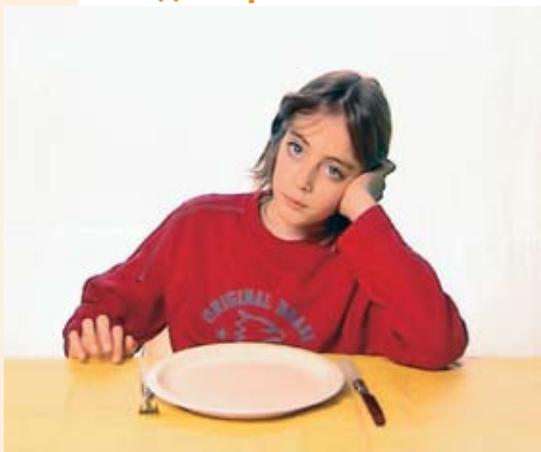
Полученные средства перечисляют в Российскую общественную организацию «Дети и родители против рака», в Центр социальной помощи «Доверие» и Центр Помощи бездомным животным «Потеряшка».

При проведении SMS-марафона «Дети Беслана» в 2004 году граждане России собрали с помощью специально организованной SMS-линии более 11 миллионов рублей. Все средства были направлены в Фонд помощи семьям, пострадавшим в результате бесланской трагедии.

Особого внимания заслуживает программа, которая приобрела статус национальной, – «Миллиард мелочью». Это благотворительная SMS-акция по сбору средств на неотложные платные операции, медика-

Агентство Shimoni Finkelstein Draft FCB разработало в 2007 году интересную социальную интернет-кампанию для благотворительной организации Meir Panim. «Пища для детей» – подразделение благотворительной организации Meir Panim, – ежедневно доставляет горячие обеды более чем 10 000 нуждающихся детей. От агентства требовалось побудить людей к немедленному действию и покрыть стоимость хотя бы одного блюда. Для этого было решено сделать интернет-баннер с реальным видео, на котором был изображен парень, который явно чего-то ждал. Баннер предлагал посетителям сделать пожертвование через SMS. В тот момент, когда система получала очередное SMS, изображение на баннере менялось: тарелка наполнялась, и мальчик улыбался. Когда смотришь на результат своих усилий – это совсем другое дело, не так ли?

До отправки SMS



После приема SMS



менты и иную медицинскую помощь детям, больным раком. Программа организована Союзом благотворительных организаций России (СБОР) и оператором сотовой связи «МегаФон». Не секрет, что SMS-акции как инструмент сбора средств чрезвычайно эффективны – только содержанием таких акций, как правило, являются всевозможные голосования, розыгрыши, викторины и прочие развлекательные мероприятия, а полученные средства делятся в определенной пропорции между операторами сотовой связи, поставщиками контента и прочими участвующими в разработке и проведении акции компаниями. Особенность программы «Миллиард мелочью» в том, что все собранные деньги полностью (за вычетом обязательного НДС) идут на заявленные цели. Сумма привлеченных таким образом средств уже превысила 60 миллионов рублей, оказана экстренная помощь и спасены десятки детей.

Первопроходцами в проведении SMS-пожертвований в Республике Татарстан стали учредители Благотворительного фонда имени Анжелы Вавиловой (фонд помогает детям, больным лейкемией). Они поставили перед собой в 2008 году глобальную задачу: приобретение аппарата по облучению донорской крови «Radgil» стоимостью 250 тысяч евро для ДРКБ. Реализация проекта позволит оказать помощь сотням пациентов онкогематологических стационаров республики. В мае 2008 года был дан официальный старт акции (необходимо отправить SMS на номер 5075 со словом «Дети»). Ежемесячно помощь оказывали более 5 000 человек, в итоге за полгода акции собрано более 450 тысяч рублей. Аппарат по облучению донорской крови изготавливается 3 месяца, поэтому в конце сентября 2008 года все собранные на тот момент средства по акции были перечислены в качестве авансового платежа. До 1 марта 2009 года Фонд должен перечислить оставшуюся сумму.

Вторая некоммерческая организация в Республике Татарстан, которая прибегла к методу SMS-сборов – это Благотворительный фонд «Альпари». Он собирает денежные средства на лечение детишек, диагноз которых – детский церебральный паралич. С осени 2008 года каждый желающий может отправить SMS с текстом A+ALPARI на номер 1131 (стоимость 10 рублей), или с текстом A+DETI на номер 1141 (стоимость 18 рублей). Ежемесячно Фонд размещает отчеты о поступлении средств и их распределении на собственном сайте.

Запуская SMS-акции, сотрудники фондов рассчитывают, что результат будет в любом случае: кто не сможет поддержать финансово – получит информацию о существующих проблемах. Опыт работы в благотворительности Фонда имени Анжелы Вавиловой и Благотворительного фонда «Альпари» показывает, что людей, желающих помочь нуждающимся, очень много, но не все знают как. Отправить SMS очень просто, так благотворителем может стать каждый. Простота и доступность этого метода благотворительности обеспечивает его огромную эффективность. Множество людей, которые хотели бы помочь, имеют реальную возможность это сделать. Очень приятно, что подобные программы все чаще приобретают статус национальных, соответственно уменьшается число равнодушных к чужому горю людей. **OC**

Пусть счастливы будут все дети...

Дубинкин Павлик, 4 года

У семьи Дубинкиных не было детей много лет. И вот Бог послал им сына. Консультации, девять месяцев ожидания, волнение. Мама Павлика всегда с любовью оглядывала витрины магазинов детской одежды, покупала наряды для будущего малыша. Время прошло быстро, даже слишком. Ребенок появился на свет раньше срока. Сразу после рождения мальчика перенесли в реанимационное отделение ДРКБ, где ему поставили диагноз — детский церебральный паралич. С тех пор папа с мамой еле-еле сводят концы с концами, оплачивая лечение ребенка. Ведь в этой семье работает только папа. Отдавать каждый месяц по 30 тысяч рублей клинике тяжело, а что делать: ребенка нужно вылечить. В семье Дубинкиных живет маленькая надежда на польских врачей. Но оплатить лечение за границей они вряд ли смогут...



Шакиров Камиль, 5 лет

Этому человечку, глаза которого смотрят так, словно он хочет задать множество вопросов, поставили диагноз: перинатальная патология головного мозга в форме гидроцефального синдрома не грубого спастического тетрапареза, частичная атрофия зрительных нервов. Сегодня Камиль сидит на четвереньках, играет с игрушками, хорошо понимает обращенную к нему речь, узнает близких ему людей, отвечает на вопросы «да» или «нет». Эти простые слова наверняка имеют для мальчика большой и глубокий смысл, который он старается передать, но у него не получается. Камиль ходит только с поддержкой, не концентрирует зрение на предметах. Мама Камилля прилагает все усилия, чтобы её сын быстрее догонял своих сверстников в развитии. Но будущее этого ребенка зависит не только от нее...

Соколов Михаэль, 4 года

Песочница. Игры в прятки. Дергание соседских девчонок за косичку. Войнушки. Первый звонок. Счастливое детство... Этого всего лишен Мишенька. Он — ребенок-инвалид. У малыша тяжелые заболевания: детский церебральный паралич, эпилепсия, отставание в развитии. Его маме не до покупок тетрадок и школьной формы, она только и думает о том, как одной вырастить двоих детей на пенсию ребенка и откуда взять деньги на лечение сына. Сейчас Мишенька посещает центры реабилитации, мама сама научилась делать ребенку уколы и массаж. Но всего этого недостаточно. В ближайшее время малышу необходимо пройти три курса лечения в одной из специализированных клиник Казани. К сожалению, у семьи Соколовых нет денег даже на необходимые ходунки, стоимостью 10 тысяч рублей. А о лечении, один курс которого стоит 45 тысяч рублей, ей приходится только мечтать.

Помогая кому-то, мы, сами того не замечая, становимся частью этой семьи, чувствуем себя чуть ближе и роднее. Ведь даже тот, кто далеко — всегда рядом, если он находится в твоём сердце. В таком родственном чувстве очень нуждается Мишенька.



Алексанины Данил и Миша, 4 года

Историю можно начать как сказку. В некотором царстве, в некотором государстве живут-поживают мальчишки-близнецы — Данил и Миша Алексанины. Начало сказке положено, но вот дальше начинается суровая действительность. У детей нет отца, мама воспитывает их одна. Оба ребенка больны детским церебральным параличом. Мальчики не могут ни стоять, ни сидеть, ни разговаривать, потому что за все время болезни не проводилось никакого лечения. А причина, конечно же, ясна — у семьи просто нет денег, оплатить даже один курс стоимостью в 45 тысяч рублей на пенсию детишек мама не в состоянии. Волшебная сказка закончилась, не успев даже начаться. Жалко, что не существует той Золотой рыбки или Щуки, пойманной Емелей в проруби, которые исполняют желания. Но, наверняка, есть люди, которые по доброте своей души могут помочь этим детям.



Слюняев Костя, 3 года

«Чужие люди», «чужие проблемы», «чужие дети»... Какие страшные слова. Но нам не до них. Ведь чужой — это не мой, а значит, это не моя проблема. Косте всего лишь три годика, но с самого рождения ему пришлось нелегко: ребенок очень сильно пострадал при родах, сейчас он инвалид. Ему поставили диагноз: детский церебральный паралич. Костя прошел множество видов лечения. После реабилитации в клинике его зрение практически восстановилось, он следит за игрушками, узнает близких, на улыбку отвечает улыбкой, перекладывает предметы из одной ручки в другую. Его первые успехи — сидит, из положения полулежа самостоятельно садится, появилась слабая опора на ножки. Чтобы закреплять результат и делать новые и новые достижения, необходимы курсы лечения в два-три месяца, стоимость каждого составляет 25 тысяч рублей. Костины родители мечтают, чтобы их ребенок, как и множество других, ходил, разговаривал и пошел в школу в восемь лет.

Сафин Инсаф, 3 года

Этот малыш родился три года назад, рос, радовал окружающих, радовался сам каждому теплему слову мамы. Но это продолжалось недолго. В одиннадцать месяцев, когда казалось, что кроха начинает делать первые шаги во взрослую жизнь, ему поставили диагноз: содружественное косоглазие сходящееся, перинатальная травма центральной нервной системы, детский церебральный паралич. Сейчас он самостоятельно не сидит, не стоит, плохо держит голову. У мальчика плохое зрение, приходится надевать очки. Мама лечила его практически во всех лечебных учреждениях Казани. После этого были улучшения, но так как курсы лечения проводились нерегулярно, состояние ребенка практически не меняется. Его мама живет одна в общежитии, работать она не может, поскольку малышу необходим постоянный уход. Всех, кто как-то может помочь ему, просим откликнуться. Каждый день, каждый час очень дорог для этого ребенка. Здесь уместно вспомнить, что говорил великий французский мыслитель Жан де Лабрюйер: «Щедрость состоит не столько в том, чтобы давать много, сколько в том, чтобы давать своевременно».





Ершов Саша, 9 лет

Клинический диагноз: глиобластома (злокачественная опухоль мозга) левой височной доли, ствола мозга, подкорковых узлов, метастазирование в задней черепной ямке.

Жаркими летними днями, когда мальчишки играют во дворе в футбол, гоняют на «великах», ходят на рыбалку, девятилетний Саша Ершов сидит у окна и грустно смотрит на буйство летних красок за нагретым лучами солнца оконным стеклом. Саша — хороший товарищ, и сейчас ему очень не хватает общения со сверстниками. Не радуют его даже дни рождения. Вот уже второй год Саша тяжело болен. Сначала мальчика перестали слушаться ноги. Саша начал быстро уставать, у него нарушился сон. Врачи поставили диагноз: глиобластома, иначе говоря — рак некоторых отделов головного мозга. Еще несколько лет назад дети умирали от этой страшной болезни в течение года, потому что глиобластома — наиболее быстро развивающаяся опухоль. Раковые клетки убивают нейроны головного мозга, изменяют сосуды, вызывают мучительную головную боль. Саша выжил. И очень хочет вылечиться и жить еще долго-долго. Однако коварство рака в том, что, отступив, он может в любой момент вернуться. В мае этого года Саша опять почувствовал себя плохо. По утрам к горлу подступала тошнота, ухудшилась походка, начал развиваться неполный паралич. В левой височной области врачи вновь зарегистрировали очаг заболевания: метастаз в одном из желудочков головного мозга. Решено применить таргетную терапию, лекарственные препараты таргетной группы действуют направленно. Они точно воздействуют на злокачественные клетки, не оказывая вредного воздействия на весь организм в целом. В мире такие препараты уже успешно применяются при лечении рака. Но эти чудо-лекарства недоступны для Саши, ведь его родители должны покупать их на собственные средства, а полный курс лечения стоит 496 440 рублей! Таких денег нет у семьи Ершовых, живущих в городе Набережные Челны на скромную зарплату отца Саши.

Нужно: лечение препаратами Авастин и Иринотекан (Кампто).
Необходимо 496 440 рублей на лекарства.

Хуснутдинов Марат, 15 лет

Клинический диагноз: Остеогенная саркома. Состояние после ампутации ноги в верхней части бедра.

Маратик — единственный сын счастливых любящих друг друга и сына родителей. Спортсмен, отличник, ученик милицейского лицея № 159 Казани. Впереди вся жизнь и большая мечта о службе в правоохранительных органах. Но с 1 октября 2007 года семье Хуснутдиновых пришлось учиться жить по новым правилам: Марат не смог наступить на правую ножку. В онкогематологическом стационаре ДРКБ поставили страшный диагноз — саркома бедренной кости. И честно сказали, что шансов на жизнь — десять процентов. Марата лечили в одноместной палате, единственной в отделении, туда кладут самых тяжелых детей. Восемь курсов жесткой химии. Умереть можно от каждого. Но Марат не боялся лечения. В его пятнадцатилетнем возрасте смерти нет. Для него страшны были последствия химии: выпали волосы, и Марат перестал выходить в коридор... Он не разрешал друзьям навещать его. Началась депрессия. Но самое страшное было впереди. Перед Новым годом врачи принимают решение об ампутации. Помог визит в отделение Чулпан Хаматовой. Она рассказала Марату о безволосых донжуанах Гоше Куценко и Федоре Бондарчуке. А также о новейших германских протезах, с которыми можно играть в футбол, водить машину, а главное, опять быть в первых рядах на строевой подготовке в любимом милицейском лицее. И у Марата появилась мечта, а с нею и стремление выжить. И он выжил вопреки всем врачебным прогнозам, попав в заветные десять процентов. Свой пятнадцатый день рождения 31 мая Марат встречал дома, с друзьями. Пришла и Катя, одноклассница. Ей больше всех хотелось, чтобы Марат быстрее выздоровел и опять провожал ее из лицея.

К следующему дню рождения Марата врачи разрешат поставить уникальный протез, и его приобретение будет лучшим подарком. А пока Марат мечтает о том, как он сможет станцевать с Катей на выпускном...

Нужно: протезирование силиконовым протезом «Отто-бокк», производство Германии. Стоимость протеза 30 тысяч евро.



ТЕПЕРЬ, ПОМОЧЬ ДЕТЯМ МОЖЕТЕ И ВЫ. ПРОСТО ОТПРАВИВ СМС.

На короткий номер **1131**
Латиницей заглавными буквами в теле сообщения — **A+ALPARI**
За отправку SMS снимается 10 рублей.

Или на короткий номер **1141**
Латиницей заглавными буквами в теле сообщения — **A+DETI**
В этом случае со счета будет снято 18 рублей.

ВСЕ СРЕДСТВА (ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ ОПЛАТЫ ОПЕРАТОРУ),
СОБРАННЫЕ В ХОДЕ ДАННОЙ АКЦИИ БУДУТ ПЕРЕЧИСЛЕННЫ НА ЛЕЧЕНИЕ ДЕТЕЙ.

В НАЧАЛЕ КАЖДОГО МЕСЯЦА НА САЙТЕ ФОНДА «АЛЬПАРИ»
WWW.ALPARI-CHARITY.RU
БУДУТ ОПУБЛИКОВАНЫ ИТОГИ ПО СБОРУ СРЕДСТВ И ИХ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ

Общественный благотворительный Фонд
помощи детям, больным лейкемией, РТ имени Анжелы Вавиловой
Р. счет 40703810600020000198 в "АК Барс" банке,
Кор счет 30101810000000000805
БИК 049205805, ИНН 1660064436, КПП 166001001.

Благотворительный Фонд «АЛЬПАРИ»
Адрес: 420043, г. Казань, ул. Калинина, д.48, каб. 107
Тел. +7 (843) 2676-111, факс: +7 (843) 2676-172
ОГРН 1051622166860
ИНН/КПП 1655102767/165501001
р/сч 40703810500000000349 в ЗАО АКБ «ТАТИНВЕСТБАНК» г. Казань
к/сч 301018109000000000767
БИК 049209767
Директор Дашин Андрей Валерьевич





Светлана Егорова

Председатель Молодежной общественной благотворительной организации «Здоровое поколение» Республики Татарстан

Счастье отдавать

Благотворительность бывает разной и доступна абсолютно всем, независимо от возраста, здоровья, материального достатка, наличия свободного времени и любых других жизненных обстоятельств.

В одной телепередаче я видела, как молодой человек, оказавшись неожиданно прикованным к постели болезнью, отдавал в ближайший детский дом книги из своей домашней библиотеки, краски, карандаши и прочую мелочь — все, что мог. Я не могу забыть, КАК светило счастье его лицо, когда он рассказывал, как радовались дети этим нехитрым подаркам. Иногда трудно понять, кто отдает, кто получает, что мы на самом деле отдаем и что получаем взамен...

А еще можно довольствоваться не только уже имеющимися ресурсами, но и привлекать их, чтобы потратить с определенными же намерениями. Я говорю о системе грантового финансирования социально полезной деятельности, которая помогает заниматься не благотворительностью вообще, а реализацией конкретных благотворительных проектов, имеющих целью определенный конечный результат. Фактически, получив грант подкакой-то проект, вы связываетесь с государством почти партнерские отношения и беретесь реализовать то, что сегодня не является для государства приоритетом или до чего у него просто руки пока не доходят. И вот тут вы осуществлением своего профинансированного проекта показываете, как все здорово можно устроить при наличии большого желания, минимума средств и правильного подхода.

Конечно, существует ряд условий, без выполнения которых легче найти другие источники для воплощения ваших благотворительных планов.

Прежде всего, ваша **тяга к социально значимой (или благотворительной) деятельности должна быть достаточной, чтобы преодолеть все первоначальные организационные трудности.** Область общественной жизни, в которой вам бы хотелось что-либо изменить, должна интересовать не только вас, но и потенциальных грантодателей (хотя бы одного из них). Вам придется найти и вдохновить единомышленников и создать дееспособную команду, в которую войдут не

только добровольцы-энтузиасты, но и специалисты в тех областях, которые вас интересуют. Вам придется самоорганизоваться и зарегистрироваться в виде какого-нибудь фонда или некоммерческой организации. И вам непременно нужна будет крепкая профессиональная опытная бухгалтерия, так как, еще не создав ни одного проекта и не получив ни одного гранта, а только лишь зарегистрировав свою новорожденную организацию, вы тут же попадете под пристальный контроль многочисленных государственных органов.

Грант — целевая спонсорская поддержка некоммерческой деятельности, направленная на достижение общественных благ. Прежде чем обратиться в какой-либо фонд, желательно узнать, кому и какие гранты он уже выдавал. Узнайте и о правилах составления и подачи заявки. Главная ее цель — вы должны не только заявить о себе, о своих свежих идеях, но и убедить грантодателя выдать грант именно вам. Своей заявкой вы должны завоевать его доверие.

Цели и задачи проекта должны соответствовать основным направлениям фонда-грантодателя. Иначе, каким бы прекрасным ни был проект, шансы его невелики. Описывая проект, вы должны не только обозначить проблему, которую вы собираетесь решить, но и методы ее решения. Все действия необходимо расписать поэтапно, шаг за шагом, которые вы намереваетесь предпринимать после получения гранта. Смета, прилагаемая к проекту, должна содержать реальные цифры, а не завышенную сумму расходов. Если в рамках проекта планируются командировки, приобретение оргтехники и канцелярских товаров, то их стоимость необходимо включить в бюджет и обосновать все до копейки.

Если ваш проект будет одобрен, вы подпишете соглашение (договор) с фондом. В нем отражаются ваши обязанности, окончательный бюджет, план получения средств и предоставления вами отчетов по гранту. Необходимо будет отчитываться за каждый квартал. Кроме того, сотрудники фонда могут посетить и проверить вашу работу, узнать, как расходуются средства по гранту. А организации, получившие грант на сумму свыше 25 тысяч долларов, кроме этого должны будут пройти аудиторскую проверку.

Кажется сложным и больше напоминает профессиональную деятельность? Возможно, так оно и есть. Но лично меня очень привлекает идея профессиональной благотворительной деятельности. Она дает возможность не просто получать зарплату, реализуя чужие проекты, а самой ставить для себя цели и достигать искомым результатов.

Я пришла к серьезной благотворительной деятельности естественно. Это был единственный выход из сложившейся ситуации. Несколько лет назад я работала психологом в Центре по борьбе со СПИДом. Тогда случилась вспышка эпидемии этого заболевания в Республике Татарстан. К нам потянулись молодые люди, успевшие заразиться в силу своего элементарного невежества или вредных привычек. Надо ли говорить, что для каждого из них известие о своем новом диагнозе было ужасным шоком, и проходил не один месяц, прежде чем они как-то привыкали к своему новому положению. В то время СПИД называли «чумой XX века», однако было распространено легкомысленное поверье, что СПИДом могут заразиться только «всякие асоциальные элементы» и «простым людям» бояться нечего. Это приводило к довольно высокому распространению заболевания в разных слоях общества и к мгновенной изоляции заразившихся. Человек мог остаться без друзей, без работы и даже без родителей. Но еще хуже было то, что они сами отсекали от себя все связи, потому что, следуя общественному мнению, считали себя недостойными и опасными для других. Наличие или отсутствие такого же диагноза становилось практически единственным признаком, по которому образовывались новые контакты. Нам пришлось немало потрудиться, чтобы помочь этим ребятам обрести для себя новые жизненные смыслы в такой трудной ситуации. И постепенно самые общительные из них стали предлагать свою помощь и участие тем, кто не мог справиться со своей бедой. Так у нас родилась идея создания в городе группы взаимопомощи для людей, живущих с ВИЧ-инфекцией. Изобретать велосипед не пришлось – такие группы уже существовали в Москве и за рубежом.

Для работы такой группы поначалу и не требовалось материальных вложений. **Нужны были лишь место, заинтересованные участники и свободное время.** Но в первые же месяцы работы группы стало ясно, что людям в такой ситуации нужна всесторонняя помощь. Как выяснилось из первых анкет, больше всего они нуждались не только в возможности общения, но и в защите своих законных прав. Поэтому после долгих обсуждений было решено создать общественную организацию, защищающую интересы людей, живущих с ВИЧ, и их близких, а также помогающую людям выбирать здоровый образ жизни. Такие организации как раз начали создаваться и в других городах, видимо, время пришло. Большую часть в новой организации составили сами молодые люди, живущие с ВИЧ. Вошли в нее несколько специалистов, по роду своей работы близкие к этой проблеме, так как профессиональных навыков и жизненного опыта ребятам явно не хватало.

Истинное милосердие – это желание приносить пользу другим людям, не думая о вознаграждении.

Хелен Келлер



Тут и настало время подумать о конкретных делах и о привлечении средств на их реализацию. **В то время международные фонды постоянно приглашали к сотрудничеству организации, желающие заняться в России помощью ВИЧ-инфицированным людям.** Они объявляли конкурсы проектов, предлагающих способы помощи и, главное, самопомощи зараженных СПИДом. Мы начали участвовать в конкурсах и выигрывать гранты. Так за два года мы реализовали три проекта. Это позволило нам организовать и развить группу взаимопомощи, а также открыть телефон доверия по вопросам, связанным с ВИЧ-инфекцией, на котором работали ВИЧ-инфицированные консультанты. Эта группа взаимопомощи и телефон доверия работают по сей день, причем теперь уже без помощи профессионалов, а силами самих ВИЧ-инфицированных ребят. Некоторые из них нашли себя в этой работе.

За четыре года наша организация реализовала четыре проекта, так или иначе связанных с распространением ВИЧ-инфекции. Последний из них стал самым трудным и самым важным для меня. Он был направлен на помощь самым незащищенным участникам ВИЧ-эпидемии – брошенным детям, родившимся от ВИЧ-инфицированных матерей. Долго и трудно описывать все, с чем пришлось столкнуться нам за время работы проекта. Год работы в таких случаях идет за три. Жизнь насыщена событиями и спрессована до предела. Кроме самого результата работы, реализуемый проект дал нам бесценный опыт, позволил узнать множество талантливых и интересных людей по всей стране, открыл новые направления в будущей работе и даже подарил нам новых любимых членов семьи. Поэтому, несмотря на все трудности, разочарования и неимоверную усталость, которые всегда сопровождают такую напряженную работу, я уже никогда не смогу вернуться к прежней. Все-таки смысл нашей жизни придает лишь то, что мы отдаем людям. **ОС**



Ильмар Бурнашев
Консультант
Юридического агентства «ЮНЭКС»

WebMoney

Электронный кошелек — удобный способ оплатить товары и услуги, не отходя от компьютера. Средства также можно перечислять на благотворительные цели. Это настоящее спасение для деловых людей, желающих заниматься благотворительностью, но не имеющих достаточно времени на то, чтобы стоять в очереди для перечисления в банке или ехать непосредственно в благотворительную организацию, чтобы пожертвовать средства. В наше быстроразвивающееся время, чтобы действительно справиться с поставленной задачей, необходимо использовать все ресурсы, которые есть под рукой. И электронные кошельки в этом плане весьма полезны — они делают процесс передачи средств на благотворительные цели более быстрым и удобным. Правда, у многих благотворительных организаций в ходе работы с такими перечислениями возникают вопросы, которые мы стараемся осветить в этом материале.

На вопросы журнала «Открытое Сердце» отвечает консультант Юридического агентства «ЮНЭКС» Ильмар Бурнашев.

ОС: *Могут ли частные лица пожертвовать средства через электронные кошельки WebMoney? Можно ли таким образом перечислить средства на банковский счет больного ребенка или НКО?*

И. Бурнашев: Система расчетов WebMoney Transfer работает следующим образом. Чтобы иметь возможность пользоваться платежной системой, необходимо зарегистрироваться в этой системе. Регистрация происходит на сайте платежной системы www.webmoney.ru.

После регистрации участник платежной системы получает «электронный кошелек», на котором учитываются «электронные деньги». Для пополнения своего «электронного кошелька» необходимо внести денежные средства на счет гарантийного агентства платежной системы.

Эти средства агентство зачисляет в «электронный кошелек». Пополнение «электронного кошелька» возможно с помощью специальных карточек, с помощью банковского перевода, перевода через банкомат. Теперь участник системы может переводить эти средства другому участнику системы по сделке, предоставлять их в долг, обменять на электронные деньги, номинированные в иностранной валюте. Чтобы получить денежные средства, участник системы предъявляет электронные деньги к выкупу гарантийному агентству, которое переводит денежные средства на банковский счет участника системы.

Название «электронных рублей», которое применяется в платежной системе WebMoney, — чеки в электронном виде на предъявителя (ЭЧП), номинированные в российских рублях. Получение электронных чеков удостоверяется актом приема-передачи (зачисления на электронный кошелек). Участник системы может получить бумажную выписку у оператора системы — администратора программно-аппаратного комплекса, удостоверяющую переход ЭЧП.

Все эти действия производятся с помощью программного обеспечения, которое участник системы получает при регистрации.

С помощью электронных денег возможно оплатить товары, услуги у тех продавцов, которые зарегистрированы в платежной системе. Список товаров, услуг, приобрести которые можно через платежную систему WebMoney, указан на сайте платежной системы.

Таким образом, частное лицо, зарегистрированное в платежной системе, может пожертвовать средства через свой «электронный кошелек». Такой перевод возможен только другому участнику платежной системы. Перевести средства с электронного кошелька на банковский счет получателя невозможно. Необходимо, чтобы получатель средств также был зарегистрирован в платежной системе и имел свой «электронный кошелек».

ОС: *Может ли благотворительный фонд оформить «электронный кошелек»? Можно ли будет перечислять средства с кошелька НКО, полученные от жертвователей на благотворительные цели?*

И. Бурнашев: Благотворительный фонд может



оформить «электронный кошелек». Участником системы, как сказано в Кодексе системы «WebMoney Transfer», может быть любое физическое (или юридическое) лицо. Также нет препятствий для того, чтобы перечислять полученные от жертвователей средства на благотворительные цели.

ОС: *Каковы особенности налогообложения этих средств?*

И. Бурнашев: Налогом на доходы физических лиц не облагаются суммы единовременной материальной помощи, оказываемой налогоплательщикам в виде гуманитарной помощи (содействия), а также в виде благотворительной помощи (в денежной и натуральной формах), оказываемой зарегистрированными в установленном порядке российскими и иностранными благотворительными организациями (фондами, объединениями), в соответствии с законодательством Российской Федерации о благотворительной деятельности в Российской Федерации.

Таким образом, в том случае, если перечисление средств физическому лицу произвела зарегистрированная благотворительная организация, налогом на доходы физических лиц благотворительная помощь не облагается.

Особенностью налогообложения при расчетах электронными деньгами можно назвать также и то, что сфера расчетов в платежных системах, зарегистрированных в интернете, находится вне сферы контроля налоговых органов. Налоговые органы не могут получить информацию о том, сколько электронных чеков на предъявителя находится в «электронном кошельке» участника платежной системы, не могут наложить на них арест.

ОС: *Каким образом отражать средства, приходящие в виде пожертвований от частных лиц на «электронные кошельки» WebMoney, как наличные, так и безналичные денежные средства?*

И. Бурнашев: Для того, чтобы ответить на данный вопрос, необходимо установить природу так называемых электронных денег. Система расчетов WebMoney работает следующим образом. Чтобы иметь возможность пользоваться платежной системой, необходимо зарегистрироваться в этой системе. После регистрации участник платежной системы получает «электронный кошелек», на котором учитываются «электронные деньги». Для пополнения своего «электронного кошелька» необходимо внести денежные средства на счет уполномоченного агента платежной системы, после этого в «электронном кошельке» появляются «электронные деньги» в размере, эквивалентном внесенным денежным средствам. Пополнение «электронного кошелька» возможно с помощью специальных карточек, с помощью банковского перевода, перевода через банкомат. Теперь участник системы может переводить эти средства другому участнику системы по сделке, предоставлять их в долг. Чтобы получить денежные средства, участник системы предъявляет электронные деньги к выкупу агентству, которое переводит денежные средства на банковский счет участника системы. Все эти действия производятся с помощью программного обеспечения, которое участник системы получает при регистрации.

Средства в «электронном кошельке» не являются деньгами в безналичной форме, поскольку таковыми являются только денежные средства на счете в банке. Не могут эти средства считаться также наличными деньгами.

Название указанных средств, которое применяется в платежной системе WebMoney, – чеки в электронном виде на предъявителя (ЭЧП), номинированные в российских рублях. Получение электронных чеков удостоверяется актом приема-передачи (зачисления на электронный кошелек). Участник системы может получить бумажную выписку у оператора системы – администратора программно-аппаратного комплекса, удостоверяющую переход ЭЧП.

На наш взгляд, получение электронных чеков на предъявителя не может считаться получением денежных средств в наличной или безналичной форме. ОС

Корпоративная социальная ответственность: дань моде или необходимость?

Бывало, что американские подростки шли на преступления, чтобы достать денег на кроссовки Nike. Хотя сама фирма Nike вряд ли была в этом повинна, руководство корпорации приняло такое известие близко к сердцу и инициировало партнерство с организацией Boys Clubs of America (BCA). В ходе их совместной кампании Nike жертвовала BCA по 1 тысяче долларов за каждое очко, добытое Майклом Джорданом в игре всех звезд NBA. Деньги пошли на финансирование антикриминальных молодежных программ в городах Америки.

Совсем недавно предприниматели осознали хрестоматийное: нельзя жить в обществе и быть свободным от этого общества. Термины «социальная ответственность бизнеса» и «корпоративная социальная ответственность» вошли в обиход и зазвучали в дискуссиях, на радио и телевидении, замелькали на страницах газет. Чем обусловлено такое повышенное внимание к этому явлению? Это модные веяния с Запада или осознанная необходимость в современных российских условиях?

Нельзя сказать, что в России не имели и не имеют никакого представления о социальной ответственности бизнеса. Ведь крупные компании еще в Советском Союзе довольно успешно применяли некоторые ее элементы. Трудящиеся получали путевки в дома отдыха, пользовались поликлиниками при предприятиях, имели продолжительный оплачиваемый отдых, их дети ходили в корпоративные детские садики, потом учились в корпоративных школах. Однако в то время подобная деятельность предприятий касалась в основном персонала компании и не рассматривалась их руководителями как часть общей бизнес-стратегии, направленной в конечном итоге на обеспечение устойчивости и повышение стоимости предприятия. Сегодня Россия активно интегрируется в мировое сообщество, и понимание в нашем обществе сути корпоративной социальной ответственности постепенно сближается с мировыми стандартами.

ЧТО ЖЕ ТАКОЕ КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ?

Написано множество трудов, которые анализируют это понятие и выделяют в нем основные составляющие части. Остановимся на главном:

Корпоративная социальная ответственность – это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума. Развивая эту тему дальше, можно сказать, что корпоративная социальная ответственность – это достижение коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде.

Обратимся к опыту крупнейших сетей магазинов, таких как Safeway в США и Tesco в Великобритании. Основными покупателями продукции этих компаний являются семьи. В 1990 году региональное отделение Safeway запустило акцию под названием Apple for Students, чтобы помочь семейным парам заработать на компьютер и программное обеспечение для школ, где учатся их дети. Идея состояла в том, что за каждый чек магазина Safeway, отданный покупателем в пункт сбора чеков при местной школе, начислялось определенное количество очков в зависимости от стоимости покупки. После того, как школа набирала необходимое количество очков, она получала в подарок компьютер. Чтобы помочь школам быстрее заработать свои компьютеры, Safeway обратилась к учащимся с просьбой распространить информацию о программе среди своих родителей. Вовлечение местного сообщества позволило компании укрепить свою клиентскую базу.



СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА НОСИТ МНОГОУРОВНЕВЫЙ ХАРАКТЕР.

Базовый уровень

предполагает выполнение следующих обязательств: своевременная оплата налогов, выплата заработной платы, по возможности — предоставление новых рабочих мест (расширение рабочего штата), производство качественной продукции или качественное выполнение услуг.

Второй уровень

предполагает обеспечение работников адекватными условиями не только работы, но и жизни: повышение уровня квалификации работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы.

Третий, высший уровень

предполагает активное участие компании в решении общественно значимых проблем, заботу об окружающей среде, поддержку деятелей науки, культуры, искусства, благотворительную деятельность.

Когда известнейшая фирма Chanel захотела заинтересовать «сливки общества» Нью-Йорка в приобретении ее парфюмерии, то первым делом наладила партнерские отношения с Metropolitan Opera. Дом моделей пожертвовал знаменитому оперному театру 250 тысяч долларов, а также финанси-

вал благотворительный ужин и показ мод для сбора пожертвований. Оба партнера остались в выигрыше: Metropolitan Opera за считанные часы собрала 1,2 миллиона долларов, а Chanel получила выход на солидных клиентов.

Возвращаясь к определению корпоративной социальной ответственности, можно сказать следующее: когда представители компаний говорят: мы социально ответственны, поскольку платим налоги и обеспечиваем рабочими местами, — это не имеет к корпоративной социальной ответственности никакого отношения. Налоги, рабочие места и так далее — это и есть необходимый минимум, определенный законом. Корпоративная социальная ответственность компаний предполагает заботу не только о благополучии сотрудников и компании, но и общества и всех заинтересованных сторон. Бизнес не ждет, пока попросят, а ищет сам, куда и как направить свои социальные инвестиции. Он находит самые актуальные для общества темы и решает проблемы, волнующие большую часть населения. Компания добивается от социальных инвестиций экономической отдачи и выгоды для себя и привлекает самих людей к решению социальных проблем. И самое главное: бизнес не боится наступать на мозоли государству, отстаивая интересы общества.

Самым распространенным заблуждением, связанным с корпоративной социальной ответственностью, является смешение этого понятия с благотворительностью и филантропией. Они, конечно же, являются ее составными частями, но ответственность компании не ограничивается только ими. Levi Strauss & Co в 1995 году была вынуждена свернуть контракты с Бирмой (ныне Мьянма) по причине нарушения прав человека в этой стране. Это наглядный пример продуманной политики социальной ответственности в компании, которая не изменяет себе и для которой ее корпоративные ценности стоят на первом месте. Пусть даже при потере прибыли в краткосрочном периоде. Но, как показывает практика, прибыли в долгосрочной перспективе превосходят даже самые смелые ожидания... В настоящее время международное понимание социальной ответственности у крупного бизнеса уже есть, и работа в этом направлении ведется постоянно. Сейчас социальная ответственность как благотворительность — это прошлое.

За последние пять лет в России закономерно возрастает интерес к социальной ответственности бизнеса. Это связано как с политическими причинами, так и с заинтересованностью бизнеса найти новый общий язык с властью всех уровней и обществом. Власть поддерживает эту деятельность, справедливо полагая, что прогрессивная часть российского бизнеса поможет решить хотя бы часть острейших социальных проблем.

Компания KMart в своем партнерстве с KAV (Keep America Beautiful) преследовала две цели. Во-первых, она хотела напомнить своим клиентам о приверженности вопросам экологии (еще в 1990 году KMart провела масштабную акцию по сбору старых автомобильных аккумуляторов, выплачивая по 2 доллара за каждый). Во-вторых, надлежало укрепить отношения с местными сообществами. В рамках партнерского проекта KAV создала детский набор, состоящий из книжки-раскраски, игрушки, постера и других предметов для игрового обучения. Менеджеры KMart совместно с волонтерами из KAV провели образовательную кампанию по экологии в местных школах, после чего имя компании замелькало в репортажах в местной прессе.

Пристальное внимание к этой теме обусловлено следующими тенденциями. Российские компании понимают, что устойчивость бизнеса и в значительной степени его будущее (особенно крупного бизнеса) зависят от того, насколько их деятельность соответствует ожиданиям заинтересованных сторон — государства, местных властей, персонала, потребителей, акционеров, инвесторов. Поэтому ведение социально ответственного бизнеса — это жизненная потребность.

Российские компании выходят на международный рынок, в котором ведение социально ответственного бизнеса является нормой. Поэтому, хотя бы они или нет, они должны идти к мировым стандартам.

Многие компании ориентированы на западные инвестиции. Ведение социально ответственного бизнеса говорит о стабильности компании, ее устойчивости, что привлекательно для инвесторов. Компания должна нести ответственность за последствия своей деятель-

ности с точки зрения влияния на экологию, здоровье и жизнь людей. Как раз корпоративная социальная ответственность является в мировой практике тем механизмом, который органично сочетает интересы бизнеса и государства. Состоит он в следующем: занимаясь социально ответственным бизнесом, компания увеличивает свою стоимость и стоимость своих акций.

Возвращаясь к вопросу, поставленному в самом начале этого материала — что такое корпоративная социальная ответственность: дань моде или осознанная необходимость, — можно сделать вывод, что введение продуманной системы социальной ответственности для компаний является не просто необходимостью, сейчас она выступает в качестве дополнительного конкурентного преимущества и позволяет компании выйти на новый уровень развития:

- Увеличивается прибыль, возрастают темпы роста.
- Компании получают доступ к социально-ориентированным инвестициям, при распределении которых инвесторы принимают во внимание показатели, характеризующие деятельность компании в социальной и этической сферах, в области защиты окружающей среды.
- Могут сокращаться операционные расходы, например, за счет сокращения отходов производства или их переработки, увеличения эффективности использования электроэнергии или продажи переработанных материалов.
- Улучшаются восприятие и репутация компании, что помогает развивать и открывать новые рынки и направления бизнеса.
- Растут продажи, повышается лояльность клиентов. Потребители хотят знать, что продукты произведены с пониманием ответственности по отношению к окружающей среде, а также других социальных аспектов. Некоторые потребители даже готовы платить больше за «ответственные» продукты.
- Повышаются производительность труда и качество продукта (услуги).
- Появляется больше возможностей привлечь и удерживать сотрудников: люди предпочитают работать в компаниях, ценности которых совпадают с их собственными.
- Возрастает конкурентоспособность компании.

*Для чего мы живем, если не стараемся
облегчить жизнь друг другу?*

М. Элиот



«РокПилларс» – небольшая компания по производству одежды (Красноярский край) – использует свои технологии и оборудование в проекте, направленном на поддержку детского приюта, причем рассчитывает на долгосрочный эффект этой акции. На базе приюта созданы и реально работают с 1997 года сельскохозяйственная мастерская, в состав которой входят животноводческая и полевые бригады; также организованы столярная, гончарная и швейная мастерские. Швейная мастерская оснащена десятью бытовыми машинками, на которых дети учатся шить. Научно-производственная фирма «РокПилларс» и фонд детей-сирот «Полярная звезда» передали приюту четыре промышленных швейные машины высокой производительности. Специалисты «РокПилларса» обеспечивают профессиональную раскройку изделий, готовят мастеров, которые шьют с детьми одежду. Следующий этап – создание товаров, которые можно продавать, и формирование пакета заказов. Пока за продаваемую одежду приют получает от покупателей овощи, молоко, мясо, наличные деньги.

В последнее время наметился определенный сдвиг в приоритетах потребителей: ни цена, ни качество, ни функциональность уже не позволяют производителю выделиться на фоне конкурентов. Эмоциональная вовлеченность потребителей и общие ценности – это то, что довольно трудно развить, и, если они укоренились, отказаться от них достаточно сложно.

Тем не менее, развитие корпоративной социальной ответственности в России идет в соответствии с мировыми тенденциями, но пока очень медленно, причем фактически не охватывает малый и средний бизнес. Под социальной ответственностью понимается дея-

тельность компаний по трем направлениям: экономическому (качество и безопасность продукции и услуг), экологическому (снижение вредных выбросов и других нагрузок на окружающую среду) и социальному (развитие собственного коллектива и внешние социальные проекты, включая благотворительность).

У нас же малый и средний бизнес ограничивается лишь благотворительностью местного масштаба, предьявляя ее как основную форму своей социальной ответственности. Нельзя сказать, что это плохо. Но этого, безусловно, недостаточно.

Проект компьютерной фирмы «Байт» (Барнаул) вызвал очень большой интерес. Около сорока молодых людей стали участниками программы по привлечению молодежи к социальной работе. Всем ребятам, отработавшим 20 часов в городских больницах, «Байт» предлагал пройти 20-часовые курсы по овладению программами Microsoft Office и изучению основ работы в Internet. В первую неделю работы программы количество заявок от молодежи втрое превысило ожидаемое. Это начинание очень понравилось городскому комитету здравоохранения, получившему в свое распоряжение молодых волонтеров. ОС



«Отказники»

Отношения детей и их родителей – это одна из областей человеческой жизни, где не существует универсальных правил. Но все же в нашем обществе есть некие устоявшиеся нормы, которые разделяет большинство, и какой-либо выход за определенные рамки может нарушить равновесие в жизни множества людей. Одним из таких отклонений в обществе являются отказы матерей от своих детей. Дети-«отказники» – это особая группа детей-сирот. Очень часто после отказа собственной мамы ребенок становится ненужным никому: ни обычным людям, ни родственникам, ни государству.

Восемьдесят процентов причин, которые толкают мать на такой поступок, связано с материальными проблемами (бедность, жилищные проблемы, проблемы с трудоустройством). Иногда женщины объясняют это неустроенной личной жизнью на фоне все тех же материальных проблем. Иногда родившийся ребенок – это «лишний рот» в и без того многодетной семье. Также выделяется особая группа причин, связанных со здоровьем ребенка. Порой даже медицинские работники (в зависимости от диагноза) сами уговаривают убитых горем мам отказаться от больного ребенка и определить его в специализированное лечебное учреждение...

Что же происходит с малышом, которого покинул единственный в мире родной человек? Он становится

огромной обузой для всех, кто находится рядом, и для государства. Ребенка из родильного дома переведут в больницу (для обследования), и он будет жить в ней, пока органы опеки не оформят ему документы, подтверждающие его СТАТУС. Оформление может осложниться, если мама сбежала и ее не удастся найти. Тогда ребенок будет вынужден пребывать в больницах довольно долго. Но даже если мать оформила отказную, это вовсе не гарантирует, что соответствующие органы соберут его документы быстро. В законодательстве нет четко определенного срока пребывания ребенка в больнице, но, по сведениям волонтерской организации «Отказники.ру», на практике в некоторых российских регионах такие дети живут там и четыре, и пять лет, а может, и того дольше. С каждым годом пребывания в таком заведении малыш теряет шансы на усыновление. Всем известно, самый «усыновляемый» возраст ребенка – это первые годы его жизни. Из-за банальной бумажной волокиты множество детишек по всей России лишаются возможности обрести семью. После оформления необходимых бумаг ребенка распределяют в какой-либо детский дом или дом малютки (иногда, вследствие переполненности, малышу и в них может не найтись места), и он будет жить обычной сиротской жизнью.

Существует множество организаций, общественных объединений, фондов, которые помогают этим детишкам. Большинство из них работают с проблемой комплексно: выступают с законодательными инициативами, пытаются обратить внимание соответствующих органов на существующие проблемы, работают над

профилактикой отказов, а также помогают непосредственно детишкам.

Самое главное в работе с государственными органами, как говорят представители волонтерской организации «Отказники.ru» – обратить внимание наших законотворцев на эту проблему. В законах не учтено множество важных деталей. Благотворительные организации готовят предложения, в числе которых создание системы общественного контроля, развитие системы патронатного воспитания или приемных семей с введением, прежде всего, служб обучения и сопровождения принимающей семьи. Важно добиться того, чтобы сиротские заведения стали открытыми для помощи им всего общества. Проблема «отказников» в больницах – это всего лишь маленькое звено в цепочке системной проблемы социального сиротства.

Огромное значение для ее решения имеет профилактика отказов от детишек. Это очень разносторонняя работа, которая требует значительных усилий и профессионализма. К примеру, грантовая программа благотворительного фонда САФ-Россия «Будущее поколение» предполагает поддержку организаций, которые ставят своей целью решение проблем детей-отказников.

Большую работу проводит Благотворительный фонд «Теплый Дом» (в Санкт-Петербурге), его сотрудники общаются с «проблемными» мамами как во время их беременности, так и после, уговаривают оставить ребенка, помогают не только морально, но и материально.

В некоторых городах России программы профилактики отказов от детей поддерживаются на общегородском уровне. В частности, в Новосибирске открыта служба «Скорой социальной помощи». Суть проекта состоит в том, что создается бригада быстрого реагирования, в которую входят психологи, социальные работники и юристы. Если в каком-либо из роддомов новоиспеченная мама решает отказаться от ребенка, работники этой службы немедленно выезжают на место и пытаются выяснить причины, побудившие женщину к такому решению. «Скорая социальная помощь» оказывает женщине психологическую поддержку, она получает профессиональную консультацию. Если мать решает сохранить ребенка, ей помогают и после выписки из роддома. Чтобы решить жилищные проблемы неблагополучных мам, специалисты службы намерены сотрудничать с органами исполнительной власти, социальными приютами, бизнес-сектором. Сегодня приютить на некоторое время малыша и его одинокую мамочку, решившую вопреки всем сложностям сохранить беременность, родить ребенка и воспитывать его, могут лишь «Материнская обитель Святой Софии» (приют благотворительной католической организации «Каритас» (международная благотворительная организация, которая работает в более чем 200 странах мира)) и «Голубка» (приют общественной организации «Максора» (Международное Агентство Культурно-Социальной Работы, созданное в Новосибирске в 2000 году). Там женщины находят не только крышу над головой, но и, при желании, получают востребованные на рынке труда профессии.

Еще одно направление решения проблемы – это работа волонтеров с детишками. Огромное количество общественных объединений помогает отказным малышам. Это и волонтерские организации «Отказники.ru»,



Ален Романов

Врач-педиатр, психиатр,
психотерапевт, детский хирург

Есть два фактора, которые могут повлиять на решение матери при выборе: отказаться от ребенка или нет.

1. Первым и самым важным фактором является сама мама. Чаще всего она не осознает ни себя, ни своей роли не только в материнстве, но и в жизни в целом. Она живет сегодняшним днем, ничего не планирует, спонтанность и игра в жизни – это ее кредо, она относится к событиям, происходящим в ее жизни, очень поверхностно, большинство происходящего вокруг, по ее мнению, от нее не зависит. Смысло-жизненные ориентиры у нее резко сдвинуты, и уровень субъективного контроля минимален. По физическому развитию – это женщина, а по развитию мозга – ребенок. Исходя из этой проблемы, решением может быть только развитие мамы до уровня принятия ребенка, осознание ею своей роли, своих чувств, своих желаний. Профилактикой в данном случае может стать правильное образование, повышение уровня осознанности, хорошее воспитание, исключение ранних браков. Поощрение самодостаточности будущих мам.

2. Вторым фактором является окружающая действительность. Общество, которое создает условия для процветания ранних браков, законы, не регулирующие рост и развитие детей. Отношение к одиноким мамам на работе, родителей, государства, политиков. Профилактикой данного фактора могут быть: законы, общественная деятельность, повышающая уровень знаний, грамотная политика.

и «SOS-Дети», множество церковных организаций, к примеру, Группа Милосердия «Преображение» в Санкт-Петербурге, различные благотворительные фонды: Наши дети (Уфа), «Первые шаги» (Екатеринбург)... и просто обычные люди.

Они покупают для малышей самое необходимое – памперсы, игрушки, одежду, обувь, лечебную косметику, развивающие игры, помогают в их лечении, круглыми сутками занимаются детишками, играют с ними, гуляют, ухаживают, дарят частичку своего тепла и ласки... Покупают мебель для больниц, пытаются помочь органам опеки... Также волонтеры делают ремонт в медицинских учреждениях, где находятся малыши, помогают с оборудованием, медицинскими препаратами. Обычные люди приносят для детей все необходимое.

Несмотря на такие огромные усилия, количество отказов от детей в России продолжает неуклонно расти. Это свидетельствует об огромных проблемах в обществе и его системе ценностей. Ведь это неправильно, что женщина, выносившая и родившая ребенка, отказывается от него, обрекая на полную зависимость от государства. Она лишает его самого главного – материнской любви. Но все-таки хочется верить, что усилия людей, которые помогают этим детишкам, помогают этим мамам, помогают обществу в целом, выиграют эту схватку с равнодушием и черствостью человеческого сердца.

ОС



Олег Васильев

Практический психолог и психотерапевт. В настоящее время ведет частную консультативную практику с семьями и индивидуальную работу в кабинете психологической помощи и поддержки.

Иждивенчество – отрицательная сторона благотворительности

У Елены (имя женщины изменено) двое детей – старший сын и младшая дочь. Она воспитывает их одна, рассчитывать может только на собственные силы. Ее сын – инвалид, диагноз, который поставили ему при рождении: детский церебральный паралич. У Елены на руках еще и больная мама... Живут они в трехкомнатной квартире, пятером, коммунальные услуги оплачивает также Елена. Совокупный доход семьи состоит из пенсии мамы, пособия по уходу за ребенком и небольшой зарплаты Елены в бюджетном учреждении, где она работает. Поменять службу на работу с более высоким вознаграждением Елена не может, поскольку сейчас ей удается каждый день брать с собой сына и заниматься им. На протяжении шести лет лечит сына сама, занимая деньги у знакомых, и потом постепенно их отдает... Прогресс в состоянии здоровья мальчика огромный – у него полностью сохранен интеллект, он абсолютно нормальный, отзывчивый и жизнерадостный, если закрыть глаза на то, что ходить самостоятельно не может, только при чьей-то помощи. Елена обратилась в благотворительный фонд: лечение, которое было рекомендовано, стоит огромных денег, которые она одна собрать не может. Елена привыкла сама решать свои проблемы, пообещав себе, что обязательно поставит сына на ноги и даст ему шанс жить и учиться среди обычных людей, при этом не забывая о старшей дочери и больной маме. Без крайней необходимости она бы не стала просить помощи.

Она по-прежнему своими силами пытается изменить ситуацию ради того, чтобы ребенок получил шанс на нормальную жизнь среди обычных людей.

Этот один из немногих примеров, когда человек сам старается изменить к лучшему сложившуюся ситуацию... Зачастую бывает совсем не так. Очень многие люди, которые обращаются в благотворительные организации, считают, что им обязательно должны помочь. И нередко малообеспеченная семья, пользуясь льготами государства и помощью некоммерческих организаций, использует все полученные средства на алкоголь или наркотики... Мало кто из таких семей пытается устроиться на работу, чтобы помочь себе. А если какая-то организация регулярно оказывает неблагополучной семье поддержку и в какой-то момент перестает это делать, то в большинстве случаев подопечные реагируют на это агрессивно... К сожалению, очень часто помощь развращает и воспитывает потребительское отношение к окружающим. Поэтому каждой некоммерческой организации необходимо учитывать это при реализации своих программ.

С вопросом о том, как не поощрять у нуждающихся семей потребительское отношение к людям и как нужно им помогать, редакция журнала «Открытое Сердце» обратилась к психологу Олегу Васильеву.

«Что же, воспитание иждивенчества – это отрицательная сторона благотворительности, и полностью избежать этого явления, мне кажется, не удастся. Однако давайте попробуем поразмышлять о том, как хотя бы минимизировать развращение из благих побуждений.

Психологический природный принцип удовольствия, который толкает рыбу искать где глубже, а человека – где полегче, поспокойнее и с наимень-



шими затратами, отменить невозможно. Напряжённо трудиться, если и без этого с голоду не дадут умереть, человека заставляет только достаточно высокий уровень сознания, развитая волевая сфера психики. А это доступно не всем. Какая-то часть людей способна на регулярные значительные усилия только тогда, когда к этому принуждают жизненные обстоятельства, необходимость. Благотворительность в каких-то случаях как бы убирает этот стимул трудиться, а по-другому человек не в состоянии заставить себя работать. И он разворачивается, теряет навык и привычку обеспечивать себя самому. И если после этого прекратить его содержать, то, естественно, он агрессивен, как капризный, не повзрослевший ребёнок.

Что же делать? Думаю, что нужно не давать рыбу тому, кто потенциально способен сам заработать, а давать удочку: финансировать профессиональную переподготовку, подыскивать рабочие места. А если кто-то не хочет? Что же, как говорил известный психотерапевт Берг Хелингер: надо уважать судьбу, которую выбирает сам человек, и предоставлять его своей судьбе.

Отдельно надо говорить о тех, кто не способен заработать себе на жизнь. Особенно дети. И здесь всё тоже не так просто. Если их просто содержать, оставляя в среде не желающих ничего менять родителей, то психология иждивенчества будет прививаться с самого детства. Видится более логичным оплачи-

вать хорошее образование, причём внедряя этих детей в среду, где учатся дети из благополучных семей, как бы меняя привычную обстановку на более позитивную в плане развития. Наверное, хорошей формой помощи было бы финансирование обучения детей в сфере дополнительного образования, где приобретаются какие-либо практические навыки. Я знаю жизненные примеры, когда дети из семей пьющих родителей, посещавшие бесплатные раньше кружки детского творчества, выросли в интеллигентных образованных людей. И впоследствии они делились, что это спасло их от участи родителей, так как там они видели другие жизненные образцы, другую атмосферу.

Общими психологическими принципами работы с детьми из малообеспеченных и неблагополучных семей, мне видится, могли бы быть следующие: открытие возможностей для их, пусть и временного, пребывания в здоровой среде, где есть позитивные образцы для подражания; предоставление им возможности получить образование на хорошем уровне, обеспечивающее впоследствии их востребованность как специалистов.

Конечно же, всё это добавляет сложности работе благотворительных организаций. Объём ее в соответствии с такими принципами значительно возрастает. Однако такая работа, с точки зрения психологии, значительно эффективнее». ОС

Милосердие не требует от нас закрывать глаза на ошибки других людей; нужно просто избегать излишнего и добровольного внимания к этим ошибкам и не упускать из виду добрых качеств, если мы так явно замечаем дурные.

Франсуа Фенелон



ПРОСИТЬ или ПРЕДЛАГАТЬ ?

Вот в чем вопрос

Фандрайзинг – не поиски денег, это работа по решению конкретных проблем, для выполнения которой нужны деньги!

«Фандрайзинг» – понятие, пока мало знакомое в нашей стране. Являясь слиянием двух английских слов (fund – средства, финансирование, raise – нахождение, сбор), фандрайзинг представляет собой сбор денег и пожертвований на проекты некоммерческих и благотворительных организаций. Слово само мало знакомо, но принцип нам известен – в нашей стране это все обычно сводится к обращению к сильным мира сего за материальной поддержкой. И обычно, получив один раз помощь со стороны донора, продолжают закидывать его просьбами, что, в конце концов, приводит к раздражению с его стороны. Но зарубежный опыт показывает, что есть другие формы сбора средств, где обе стороны выступают в качестве партнеров, и каждая из них получает удовлетворение как от самого процесса, так и его результатов. Все эти формы поиска внебюджетных средств из различных источников объединены в единое понятие – фандрайзинг.

Фандрайзинг – это новый для нас специфический вид деятельности, который требует, безусловно, определенных знаний и своего рода профессионализма, но специалистов-профессионалов в данной сфере в нашей стране пока мало. Несмотря на все трудности, отрасль фандрайзинга все же активно развивается и принимает различные формы. Многие НКО, которые не имеют постоянного источника средств, достаточных для реализации запланированных программ, так или иначе используют инструменты фандрайзинга. В первую очередь это пожертвования, вложения спонсоров, которые приходят от частного и государственного бизнеса. Затем следуют: гранты международных благотворительных организаций и фондов, средства из местного бюджета и иных фондов, участие в государственных (или региональных) целевых программах, обращения в коммерческие компании, банки и тому подобное – все то, что может помочь в реализации программ, направленных на улучшение социальной обстановки в стране. В целом фандрайзинг можно отнести к творчеству, потому что общественных объединений много, а денег всегда ограниченное количество, и чем оригинальнее бывает обращение за помощью, тем выше шансы эту помощь получить.

Один из примеров необычного для России фандрайзинга – программа Международного благотворительного Фонда «Дети Мира» «Партнерская программа для студентов», в которой ребятам предлагается уникальная возможность заработать себе на учебу в любом выбранном им учебном заведении на платной основе. Для этого необходимо привлекать всеми дозволенными способами денежные средства, добровольные благотворительные пожертвования на уставную деятельность (реализация благотворительных программ и проектов Фонда «Дети Мира») от предприятий, организаций, предпринимателей и добрых людей. С каждого платежа, который проходит через студента, он получает от пятидесяти до восьмидесяти процентов, которые перечисляются напрямую в вуз в счет оплаты учебы, на кредитную карточку или банковский счет. Указанная финансовая поддержка состоит как в полной или частичной оплате обучения в учебном заведении, так и в виде выплаты стипендий Фонда «Дети Мира». Данным проектом ребята так же получают колоссальный опыт общения с людьми, ведения переговоров, что, несомненно, пригодится в дальнейшей жизни и, возможно, в выбранной ими профессии, не обременяя родителей дополнительными расходами.

Майкл Дж. Уорт, вице-президент по вопросам развития и выпускников Университета Джорджа Вашингтона: «Фандрайзинг всегда был в большей степени искусством, чем наукой. Это в высшей степени личностное занятие. Люди дают деньги людям, которые им нравятся и которым они доверяют, и на дело, которое затрагивает их ум и сердце. Систематический подход, отражением которого является поиск потенциальных доноров, не заменяет этого человеческого фактора, а, скорее, улучшает качество взаимоотношений между людьми. Величайший риск не в том, что о потенциальных донорах станет известно слишком много, а информация будет использована во вред. Величайший риск в том, что будет известно слишком мало, и это приводит к плохо продуманным, бесчувственным и неэффективным подходам. Занимающаяся сбором средств структура или организация, которая не вкладывает ресурсы в работу по изучению потенциальных доноров, не может сохранять конкурентоспособность в сложившемся на сегодняшний день климате фандрайзинга и обречена иметь непрофессиональную и неудачную программу развития».

В фандрайзинге, как и в любой другой сфере, есть некоторые правила, которые помогают сделать работу в этом направлении более эффективной. При разработке стратегии сбора средств очень важно реалистично оценить, к каким источникам финансирования обращаться в том или ином случае и как подать свой проект, приносящий очевидную пользу обществу в наиболее адекватной для конкретного донора форме. И никогда не надо рассчитывать только на один источник средств, каким бы надежным он ни казался.

Фишер Хоу, компания David Lavender/David Rice & Associates (консалтинговые услуги в области фандрайзинга и менеджмента):

Перечисленные ниже пять основных принципов фандрайзинга можно назвать «человеческими законами». Они применимы независимо от того, обращаются ли с просьбой о корпоративных пожертвованиях, грантах фондов или личных пожертвованиях:

- Люди дают деньги людям. Имеет значение не столько организация, сколько те, кто привлечен к ее работе и кто просит деньги. Потенциальным донорам – компаниям, фондам или частным лицам – интересен человеческий фактор любой заявки и любого взноса. За исключением масштабных общенациональных кампаний прямой рассылки, которые проводятся ради дела, затрагивающего интересы всей нации, организация может собрать значительные суммы только благодаря контактам между людьми. Даже в массовых кампаниях имеет значение то, какие люди к ним привлечены.

- Люди дают деньги потому, что хотят. Это им приятно и вызывает у них чувство удовлетворенности – то есть вы не навязываетесь кому-либо с просьбой подумать о пожертвовании организации только потому, что вы считаете ее достойной. Осознание этой простой истины является, возможно, самым серьезным препятствием в работе попечителя, неохотно выполняющего обязанность фандрайзера. Обращаясь к людям с просьбой за деньгами, вы доставляете им удовольствие и льстите им.

- Люди дают деньги только тогда, когда их об этом просят. Добровольные пожертвования редки. Общие призывы оказать помощь без конкретного указания пожертвования не дают результатов. Отсюда вытекает важный вывод: люди делают крупные пожертвования только тогда, когда их просят о крупных пожертвованиях. О конкретных суммах. В ходе кампаний по пополнению капитала самым важным и наиболее щекотливым аспектом является обращение к основному потенциальному донору с просьбой о крупном пожертвовании – как просить, какую сумму. Донор может не дать столько, сколько у него просят, но его не оскорбит сама просьба; и почти в любом случае пожертвование будет больше, чем если бы донора не попросили о более крупной сумме.

- Люди дают деньги на финансирование возможностей, а не потребностей. Возможность помочь организации достичь цели или выполнить трудную задачу является более привлекательной, чем помощь для поправки финансового положения. Трудно собирать деньги только на покрытие дефицита.

- Люди дают деньги успеху, а не нужде. Эффект победителя действует и в фандрайзинге: люди любят участвовать в успешной кампании, иметь дело с организацией, получающей все больше поддержки.

Окидывая взором опыт сбора средств и опыт успешных сделок на этом поприще, можно смело утверждать, что если не подготовить хотя бы самый элементарный план, трудно рассчитывать на быстрый успех. Это не значит, что, спланировав все в деталях, организация немедленно получит желаемую сумму, но вероятность эффективного поиска денег растет пропорционально уровню подготовленности. ОС

От души и для души

В феврале 2008 года по инициативе директора Благотворительного фонда «Альпари» Андрея Дашина и Совета по благотворительной деятельности Республики Татарстан была издана книга под названием «От души и для души». Она стала оригинальным отчетом Года благотворительности в Республике Татарстан. В книге представлено много интересных исторических материалов о традициях меценатства и их возрождении современными благотворителями Республики. Особое внимание в книге уделено проведению Года благотворительности в РТ, рассказано о людях и организациях, которые от чистого сердца помогают детям, старикам, инвалидам. К работе над книгой были приглашены ведущие историки и журналисты: В. В. Аржаков, И. И. Милюков, М. Ю. Перфильева, Р. Р. Салихов, Л. М. Свердлова, О. В. Тимуца, В. С. Хазиахметова, А. Р. Хаиров, О. Стрельникова, Г. Эйдинов, А. Файзрахманова, Ф. Тагиев, С. Ермолаев, Г. Козлов, М. Козловский, Г. Лукоянова, Г. Сагеева, Р. Садриева и редакция журнала «Казань».

Издание было подарено библиотекам, а также ряду школ города Казани и предприятиям, занимающимся благотворительностью. Представляем вам рецензии специалистов, которые ознакомились с книгой:

Директор Национальной библиотеки Республики Татарстан Н. А. Камбеев:

«Выпущенная Благотворительным фондом «Альпари» книга подвела своеобразный итог работы многих организаций по благотворительности. Книга очень красиво оформлена и богата содержанием. Интересен раздел о благотворительности в Казанской губернии, о меценатах 19 – 20-х веков. Подробно освещена благотворительная деятельность и в наши дни... Надеемся, что данное издание найдет живой интерес у читателей библиотек, поможет воспитать не одно молодое поколение».

Заведующая отделом комплектования Научной библиотеки КГУ Л. Ю. Зайцева:

«Прекрасное оформление книги, любому читателю захочется взять эту книгу в руки! Открыв ее, попадаешь в мир истории и современности. Без сомнения, книга



содержит очень много интересного материала, и вдумчивый читатель сумеет организовать с книгой конструктивный диалог. Эта книга похожа на энциклопедию, в ней можно найти очень много интересного, полезного. Книга делает читателя умнее и богаче; может быть, некоторых она убедит, что благотворительность – дело каждого. Эта книга представляет большой интерес для наших студентов и преподавателей».

Директор МУК Централизованная библиотечная система Казани Ф. Я. Мительберг:

«Книга представляет интерес для широкой читательской аудитории. В ней впервые предпринята попытка проследить историю благотворительности в Казанской губернии. Она знакомит с замечательными людьми, чье милосердие согрело своим теплом множество сограждан. Особое значение, на наш взгляд, имеет первая глава книги, повествующая о казанских меценатах конца 19 – начала 20 века: Апаковых, Юнусовых, Второвых, Боратынских и других, которые не только щедро протягивали руку помощи малообеспеченным горожанам, но и внесли огромный вклад в развитие культуры, образования, медицины. Их жизнь – пример для многих из нас. Хотелось бы, чтобы книга была расширена, но не за счет иллюстраций, а за счет текстового материала. Это не просто обычное издание, это учебник милосердия и добра. Всех, кто прочитает ее или просто полистает ее страницы, не сможет остаться равнодушным, она посеет в душах семена ответственности за тех людей, кто сегодня нуждается в помощи».

В 2007 году – в Год благотворительности – был заложен хороший старт для будущей благотворительной деятельности в Республике. Год семьи стал достойным продолжением. Совет по благотворительной деятельности в РТ и Благотворительный фонд «Альпари» по итогам Года семьи также планируют выпустить книгу – отчет добрых дел в Татарстане. Особое внимание в ней будет уделено не столько благотворительной деятельности, сколько возрождению семейных ценностей и традиций, а также мероприятиям, проводимым именно в этом направлении. Подготовка к изданию книги уже началась. **ОС**



Редакция выражает благодарность:

Светлане Рубашкиной (советник Комиссии Общественной палаты РФ по развитию
благотворительности и совершенствованию законодательства о НКО),
Оксане Далидан (заместитель директора Департамента налогового права
Юридического агентства «ЮНЭКС»),
Гюзелле Николайшвили (доцент факультета прикладной политологии
Государственного Университета — Высшая школа экономики),
Татьяне Абдулкиной (психолог-консультант Городского Центра
социальной помощи семье и детям «Гаиле»),
Алену Романову (врач-психотерапевт),
Геннадии и Эльзе Роон (авторы Виртуальной галереи viGArt),
Павлу Гринбергу (исполнительный директор Благотворительного фонда «АдВита»),
Миле Шахматовой (финансовый директор фонда «Romogi.org»),
Екатерине Бермант (директор фонда «Детские сердца»),
Юрию Иоффе (управляющий благотворительным фондом
«Карельский Регистр неродственных доноров гемопоэтических стволовых клеток»),
Светлане Егоровой (председатель молодежной общественной благотворительной организации
«Здоровое поколение» Республики Татарстан),
Ильмару Бурнашеву (консультант Юридического агентства «ЮНЭКС»),
Олегу Васильеву (практический психолог и психотерапевт),
Асгату Галимзянову (благотворитель),
Тимуру Шайхутдинову (фотограф),
Юрию Балашову (главный редактор журнала «Казань»).

В журнале использованы материалы из следующих источников:
www.adme.ru, www.deti-mira.ru