

2012 год

*Отчет о деятельности*



Агентство  
социальной  
информации

# Оглавление

Оглавление .....	2
Обращение директора .....	1
Агентство социальной информации в 2012 году.....	3
АСИ как СМИ. Развитие социальной журналистики .....	4
Формирование моделей ответственного поведения .....	10
Развитие некоммерческого сектора .....	15
Продвижение идей корпоративной ответственности .....	27
АСИшники: волонтеры и благотворители.....	30
Благодарности и дипломы .....	30
Финансовый отчет .....	32
Приложения .....	34 <sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Фото на обложке Mike Bitzenhofer

## Обращение директора

Уважаемые читатели!



Мы рады познакомить вас с очередным отчетом АСИ. В нем мы рассказали об итогах деятельности и основных событиях в жизни Агентства социальной информации в 2012 году.

На мой взгляд, этот год был довольно противоречивым с точки зрения развития российского некоммерческого сектора. С одной стороны, наблюдалось усиление его позиций. Это выражалось в том, что все больше наших соотечественников проявляли гражданскую активность: вовлекались в деятельность НКО, становились волонтерами и благотворителями. Вместе с тем возросло негативное влияние внешней среды на третий сектор, вызванное в первую очередь изменениями в законодательстве.

Замечательно, что в 2012 году многим сотрудникам НКО удалось повысить свой профессиональный уровень. Это произошло благодаря значительному увеличению объема бюджетного финансирования некоммерческого сектора и реализации большого числа образовательных программ на федеральном уровне. Прежде всего – Программа государственной поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций (СО НКО) Министерства экономического развития РФ, которая внесла очень большой вклад в развитие третьего сектора, в обмен опытом между НКО. Тысячи некоммерческих организаций смогли не только пройти обучение и повысить эффективность своей работы, но и получить субсидии на поддержку и обучение других НКО.

Мы тоже приняли активное участие в обучении своих коллег. Так, АСИ выпустило мини-справочник «100 вопросов про НКО. Что нужно знать, чтобы ваша деятельность была успешной?», который оказался очень востребованным. Повышенным спросом среди некоммерческих организаций пользовались и проведенные нами восемь вебинаров, которые прежде всего были направлены на увеличение коммуникационного потенциала НКО. Новый проект, действующий на базе АСИ, – «Теплица социальных технологий» – был направлен на сближение некоммерческих организаций и ИТ-специалистов, на то, чтобы НКО могли использовать все возможности современных коммуникаций для повышения эффективности своей деятельности: и для сбора пожертвований, и для привлечения сторонников, и для оповещения о планируемых акциях. Мы получили очень много отзывов о том, как мероприятия и продукты «Теплицы» помогли НКО в их работе.

В то же время в 2012 году мы столкнулись с противоречивыми тенденциями в области законодательства, регулирующего деятельность НКО. Среди позитивных изменений в этой сфере – устранение дискриминационных барьеров по участию НКО в предоставлении государственных (муниципальных) услуг, вовлечение НКО в пилотных регионах в профилактику социальных проблем и общественный контроль, доработка текста новой редакции Гражданского кодекса РФ с учетом интересов некоммерческого сектора, получение значительным количеством НКО возможности применения в 2012-2013 годах пониженных тарифов страховых взносов по упрощенной схеме налогообложения.

Однако деятельность и даже просто существование российских НКО очень сильно осложнило принятие в июле 2012 года Федерального закона РФ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части регулирования деятельности некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента». С одной стороны, обсуждение возможных поправок в законопроект (ряд которых был затем принят) способствовало сильному сплочению третьего сектора. С другой стороны, этот процесс сопровождался серьезным отвлечением сил и ресурсов НКО, которым так и не удалось убедить власть не принимать этот закон.

К сожалению, развернувшиеся в нашей стране публичные дискуссии, выступления некоторых высокопоставленных чиновников и политиков содержали много негативной информации о НКО. Это отрицательно повлияло на отношение граждан к некоммерческим организациям, которое заметно улучшилось в последние годы. На мой взгляд, в сложившейся непростой ситуации наша задача – не останавливаться из-за временных трудностей, продолжать работу по формированию положительного образа НКО и вовлечению граждан в их деятельность.

В 2008 году Агентство присоединилось к Глобальному договору ООН (United Nations Global Compact) – инициативе Организации Объединенных Наций по соблюдению международных принципов, касающихся социальной и экологической ответственности. Неизменно поддерживая этот важнейший документ, мы стремимся на практике руководствоваться его принципами, соблюдая права человека, создавая достойные условия труда для наших сотрудников, внося наш вклад в защиту окружающей среды и в противодействие коррупции.

О том, что делало АСИ в этом направлении в 2012 году, и о многом другом, читайте в отчете.

Елена Тополева-Солдунова  
директор Агентства социальной информации

## Агентство социальной информации в 2012 году

**Миссия АСИ** – вносить вклад в устойчивое развитие общества, гармонизацию общественных отношений, содействуя росту доверия между различными секторами, организациями и людьми. АСИ создает благоприятную среду для ведения общественного диалога, развития гражданской активности и взаимной ответственности. Агентство стремится к тому, чтобы коммуникации между НКО, СМИ, органами власти и бизнесом носили конструктивный характер и приводили к согласию и взаимопониманию, которые необходимы для совместного решения социальных проблем.

4 основных направления работы АСИ:

- АСИ как СМИ, развитие социальной журналистики;
- формирование моделей ответственного поведения граждан;
- развитие некоммерческого сектора;
- продвижение идей корпоративной ответственности.

2 юридических лица:

- АНО «Агентство социальной информации»;
- ООО «АСИ-консалтинг».

АСИ – сетевая организация: члены сети и/или постоянные партнеры АСИ работают в четверти регионов РФ – от Калининграда до Улан-Удэ. Координирует работу сети московский офис. В 2012 году в нем работал 31 штатный сотрудник.

Деятельность АСИ строится в соответствии с рядом российских и международных документов:



«НКО-координаты»;



Глобальный договор ООН (Global Compact);



Социальная хартия  
российского  
бизнеса

Социальная хартия российского бизнеса



АСИ является организационным стейкхолдером  
Глобальной инициативы по отчетности  
(Global Reporting Initiative)



AccountAbility

АСИ использует стандарт взаимодействия со  
стейкхолдерами AA1000SES.

## АСИ как СМИ. Развитие социальной журналистики

Вот уже почти 20 лет АСИ информационно поддерживает гражданские инициативы в России. Наши задачи – популяризация деятельности российских некоммерческих организаций и инициативных групп, работающих, прежде всего, в социальной сфере. В последние годы наблюдается усиление социальной активности наших соотечественников, и мы, со своей стороны, стремимся удовлетворить их потребность в актуальной информации о развитии гражданского общества в России.

Для этого АСИ:

- выпускает новости и готовит информационно-аналитические материалы;
- способствует развитию социальной журналистики.

В 2012 году собственные корреспонденты АСИ работали в Архангельске, Барнауле, Екатеринбурге, Иркутске, Калининграде, Калуге, Кемерове, Краснодаре, Красноярске, Москве, Мурманске, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Пензе, Перми, Самаре, Санкт-Петербурге, Саранске, Улан-Удэ, Ульяновске, Челябинске.

---

### *Новости АСИ В 2012 году – это:*

- **30–35 информационных сообщений ежедневно;**
  - **еженедельный выпуск новостей;**
  - **освещение событий из 71 региона России;**
  - **собственная корреспондентская сеть в 21 регионе.**
- 

Мы освещаем деятельность НКО во всех областях социальной сферы, их сотрудничество с властью и бизнесом, актуальную социальную проблематику, затрагивающую как НКО, так и граждан нашей страны. АСИ использует информацию, поступающую от партнерских некоммерческих организаций, общественных палат, сообщения читателей и другие источники.

Всего с января по декабрь 2012 года на сайте АСИ было опубликовано **7912** сообщений и анонсов. Небольшое сокращение количества новостей на нашем сайте вызвано тем, что в этом году мы стремились более тщательно прорабатывать темы и снабжать их развернутыми комментариями.

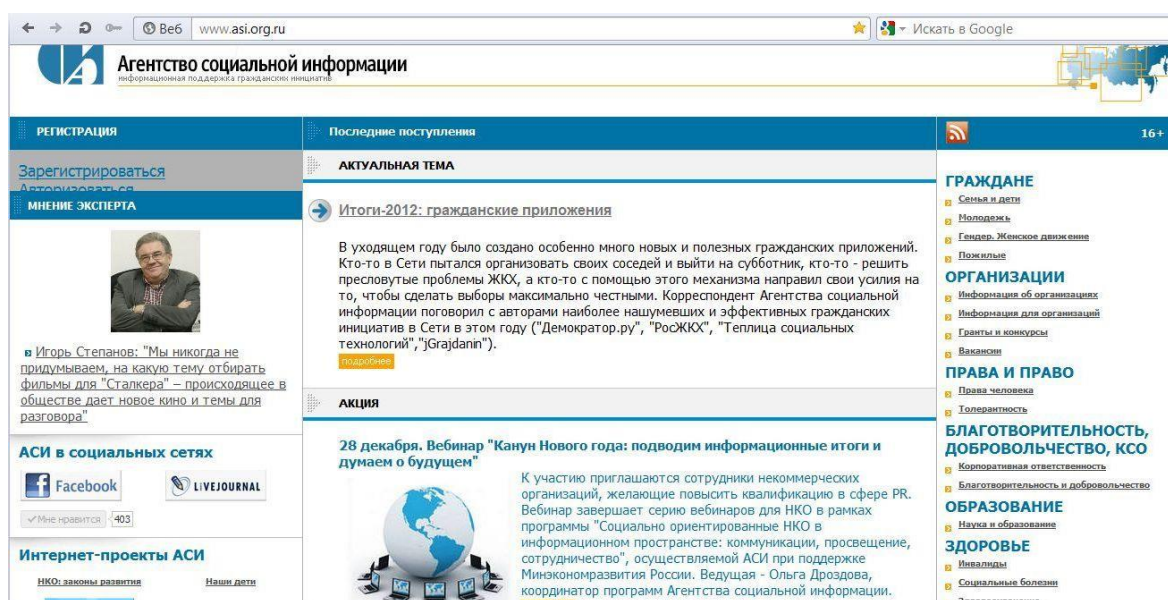
### САЙТ ASI.ORG.RU

В 2012 году на сайте [asi.org.ru](http://asi.org.ru) можно было найти:

- информацию по всем аспектам социальной тематики (ежедневно обновляемые новости, анонсы предстоящих событий, интервью экспертов, информационно-аналитические статьи), структурированную по **12 тематическим блокам; специальные сервисы** для акцентирования внимания на наиболее важных сообщениях («Последние новости»; «Самые читаемые новости»; «Скоро»; «Регионы»);



- **158 «актуальных тем»**, занимавших центральное место на сайте АСИ (дважды в неделю обновляемая рубрика, включающая новость в развернутом формате, сопровождаемую комментариями специалистов и экспертов; в 2012 году такими темами стали защита детей от жестокого обращения, семья и дети, в том числе инвалиды и сироты, многодетные семьи, экология и правозащитное движение, добровольчество и благотворительность, общественный контроль, Программа поддержки социально ориентированных НКО, изменение законодательства в области НКО, повышение прозрачности деятельности НКО, межсекторное взаимодействие и др.);
- **44 эксклюзивных материала** в разделе «Мнение эксперта», созданном год назад (здесь были опубликованы интервью с представителями гражданского общества, органов власти, международными экспертами, посвященные проблемам инвалидов, вопросам донорства, развитию добровольчества, экологическим проблемам, социальным болезням, толерантности и т.д.);
- **анонсы 82 «акций»** (эта рубрика посвящена наиболее интересным социальным акциям).



В 2012 году корреспонденты агентства брали комментарии и интервью для подготовки информационных и аналитических материалов у вице-преьера Правительства РФ Ольги Голодец, директора Департамента стратегического управления (программ) и бюджетирования Минэкономразвития РФ Артема Шадрина<sup>2</sup>, депутата Госдумы РФ, вице-президента Всероссийского общества слепых, первого вице-президента Паралимпийского комитета России Олега Смолина, члена Комитета Совета Федерации РФ по науке, образованию, культуре и информационной политике Людмилы Боковой, председателя Совета при Президенте РФ по развитию институтов гражданского общества и правам человека Михаила Федотова, Уполномоченного по правам ребенка в Москве Евгения Бунимовича и др.

<sup>2</sup> С 29 июня 2012 года – директор Департамента инновационного развития Министерства экономического развития Российской Федерации.

В 2012 году мы расширили тематическое и региональное присутствие новостей от СО НКО на ленте АСИ, при этом количество ньюсмейкеров увеличилось на 12,5%. По-прежнему больше всего сообщений к нам поступает из Центрального федерального округа, прежде всего из Москвы. Это вызвано большим количеством СО НКО в этом регионе и их большой информационной активностью. Мы также усилили информационное направление рубрик, связанное с деятельностью СО НКО, в частности, по сравнению с 2011 годом на 4% возросло количество новостей в рубрике «Организации».

В 2012 году наш сайт посещали **800–1000** уникальных пользователей в день. В течение 2012 года посещаемость сайта составила **220 936** всех пользователей.

Тематический индекс цитирования сайта АСИ в каталоге Яндекс вырос и составил **2300**. В каталоге Яндекс сайт АСИ занимал:

- 12 место из 2169 сайтов в категории НКО;
- 65 место из 398 в категории «Информагентства»;
- 1 место из 26 в разделе «поддержка НКО».

### РЕДАКЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

В своей работе служба новостей руководствуется Основами редакционной политики АСИ, разработанными в 2011 году вместе с партнерами из регионов. В соответствии с этим документом определяются задачи службы новостей, целевая аудитория, возможные источники получения, тематические рамки и требования актуальности, достоверности и корректности к публикуемой информации, регламентируются взаимоотношения с авторами. Основы редакционной политики также содержат список тем, не освещаемых АСИ (подробнее см. на сайте [www.asi.org.ru](http://www.asi.org.ru) в разделе «Об АСИ»).

### НАША АУДИТОРИЯ

Новости АСИ получают сотрудники НКО, журналисты центральных и региональных СМИ, представители органов власти различных уровней, компании, стремящиеся реализовать в своей деятельности принципы корпоративной социальной ответственности, уполномоченные по правам человека и по правам ребенка из различных субъектов Федерации, сотрудники научно-исследовательских учреждений и вузов, студенты и другие граждане.

### ПОДПИСЧИКИ АСИ – ЦЕНТРАЛЬНЫЕ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ СМИ (ОКОЛО 700 ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ):

**газеты и журналы** – «Российская газета», «Известия», «Ваше право», «Ведомости», «Газета», «Гудок», «Вечерняя Москва», «Коммерсантъ», «Новая газета», «Новые известия», «Московская правда», «Московские новости», «Московский комсомолец», «Ваш собеседник», «Столетник», «Трибуна», «Псковский калейдоскоп», «Деловой Петербург», «АиФ-Юг», «Бизнес и общество», «Русский медицинский журнал», «Благотворительность в России», «Новый пенсионер», «Вопросы социального обеспечения», «Жизнь с ДЦП», «Социономия», «Круг жизни», «Эксперт», Издательский дом Independent Media Sanoma Magazines; **радио** – «Радио России», программа «Адреса милосердия», Радиогруппа FM Продакшн, BFM.ru, «Радио Свобода»,



Радио ВОС и др.; **ТВ** – ОАО «Первый канал», РТР, ТВ Центр, ГТРК «Культура», REN-TV, ТНТ, «Город» (3-й канал), 5-й канал, телепередача «День аиста» (ТВ Центр), телеканал «Подмосковье» (передача «Я иду искать»); **информационные агентства и интернет-порталы** – РИА «Новости», АМИ-ТАСС, ИА Regnum, портал YOJO.ru и др.

В 2012 году повысился интерес к новостям АСИ со стороны **федеральных и региональных органов власти**, что связано с началом реализации Программы поддержки социально ориентированных НКО. Новости АСИ получали около 500 представителей органов власти, в том числе Совета Федерации ФС РФ, Министерства экономического развития РФ, Правительства Москвы, Комитета общественных связей города Москвы, Минздравсоцразвития и Министерства по делам молодежи, физической культуре, спорту и туризму Республики Карелия, Министерства печати и массовых коммуникаций по Рязанской области, Министерства по региональной политике Архангельской области, Министерства экономики и труда Свердловской области, Агентства по реализации программ общественного развития Красноярск, Агентства по делам молодежи Калининградской области, Главного управления молодежной политики Челябинской области, Управления природных ресурсов и охраны окружающей среды Пензенской области, администраций городов Апатиты, Ижевск, Красноуфимск, Новодвинск, Новокузнецк, Новосибирск, Сургут, Пятигорск и др.

Новости АСИ также популярны среди подписчиков АСИ – **представителей бизнеса**: Внешэкономбанка, ВТБ 24, УРАЛСИБа, Видео Интернешнл, Новикомбанка, MegaFon, ОАО «МКС», Орфан групп, Coca-Cola Hellenic, ОАО «Стройпроект», РАО ЭС Востока, МУП «Водоканал», ОАО «Северсталь», ОАО «Аэропорт Байкал», UPM-Kymmene, ЗАО «СУЗМК ЭНЕРГО», ОАО «Холсим (Рус)», ООО «Донская усадьба», благотворительного магазина «Спасибо!» и др.

Еженедельные общероссийские и местные выпуски новостей АСИ получали около **4 тыс.** НКО. Большое число неправительственных организаций также знакомились с информацией агентства через тематические издания и рассылки НКО, многие из которых перепечатывают новости АСИ.

Новости АСИ читают не только в России, но и в странах СНГ и дальнего зарубежья. Наши новости можно прочесть на сайте [www.asi.org.ru](http://www.asi.org.ru), в ежедневной и еженедельной рассылке для подписчиков АСИ, на сайтах и в электронных рассылках наших региональных партнеров. Также мы транслируем новости через социальные сети – Facebook и Live Journal, уделяя особое внимание продвижению рубрики «Мнение эксперта». Сейчас мы работаем над новой версией сайта. В 2013 году у него появятся новая платформа и дизайн, он станет интерактивным и более содержательным.

### ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

АСИ является независимым СМИ, поэтому мы стараемся обеспечить финансирование нашей службы новостей из различных источников. В 2012 году служба новостей работала благодаря:

- субсидии Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и субсидии Министерства экономического развития РФ через Программу поддержки СО НКО;
- пожертвованиям российских и международных фондов и организаций;

- спонсорству рубрик (Фонд региональных социальных программ «Наше будущее»).

Влияние доноров, спонсоров рубрик и частных жертвователей на информационную политику агентства и содержание новостей не допускается.

### ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Мы всегда прислушиваемся к мнению наших читателей. В числе основных проблем, названных ими в 2012 году, были медленная работа сайта и затруднения при поиске необходимой информации. В связи с этим в 2012 году на нашем сервере была проведена установка нового программного обеспечения, что повысило надежность и бесперебойность работы сайта.

### СОДЕЙСТВУЕМ РАЗВИТИЮ СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Одной из своих главных задач с момента основания АСИ мы считаем развитие в России социальной журналистики, которая становится все более актуальной в нашей стране. Во исполнение этой задачи в 2012 году мы работали в следующих направлениях:

- организация дискуссии о злободневных проблемах социальной журналистики в кругу профессионалов и экспертов;
- содействие взаимодействию между СМИ и НКО.

#### **Организация дискуссии о злободневных проблемах социальной журналистики в кругу профессионалов и экспертов**

Начиная с 2002 года совместно с кафедрой периодической печати МГУ им. М.В. Ломоносова в рамках ежегодной научно-практической конференции «Журналистика» мы проводим тематические круглые столы по социальной журналистике. Участники конференции – журналисты, преподаватели факультетов журналистики российских и зарубежных вузов, приглашенные эксперты.

В феврале 2012 года в рамках конференции «Журналистика-2011. Ценности современного общества и СМИ» мы провели юбилейный, 10-й круглый стол «Ценности гражданского общества через призму освещения в СМИ деятельности общественных организаций». Ведущими мероприятия стали заместитель заведующего кафедрой факультета журналистики МГУ Т.И. Фролова и директор Агентства социальной информации Е.А. Тополева-Солдунова.

На круглом столе обсуждались сложившаяся к настоящему моменту в российских СМИ практика освещения некоммерческой деятельности и вопросы повышения качества освещения работы НКО. Среди вопросов, ответы на которые искали участники мероприятия, были следующие:

- как представлены НКО (а также проблемы, которые они поднимают) в общественном дискурсе через СМИ;
- какова роль СМИ и роль НКО в освещении общественно значимой деятельности некоммерческих организаций;
- кто из них больше заинтересован в сотрудничестве и должен проявлять инициативу.

В работе круглого стола приняли участие около 30 человек. Среди них заместитель директора Департамента стратегического управления (программ) и бюджетирования Министерства экономического развития РФ Илья Чукалин, исполнительный секретарь Форума Доноров Наталья Каминская, заместитель директора Радио «МИР» Надежда Малявина, PR-менеджер Благотворительного фонда «Даунсайд Ап» Елена Любовина, заместитель главного редактора журнала «Журналист» Виталий Чельшев, руководитель проектов Агентства социальной информации Елена Темичева, преподаватели факультетов журналистики региональных вузов и другие эксперты.

Участники круглого стола обсудили качество публикаций в СМИ на тему благотворительности и добровольчества, форматы взаимодействия НКО и СМИ, необходимость такой специализации, как «социальный журналист» и основные принципы подготовки социальных журналистов<sup>3</sup>.

Важным событием 2012 года стало принятие нового стандарта высшего образования по специальности «Журналистика», в который курс «Социальная журналистика» вошел в качестве обязательной дисциплины. АСИ участвует в разработке и преподавании данного курса совместно с кафедрой периодической печати факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова с 2002 года.

### СМИ и НКО: ПРЯМОЙ КОНТАКТ

Наши коллеги – представители СМИ регулярно обращаются в АСИ по различным вопросам, связанным с подготовкой материалов на социальные темы. Мы помогаем им найти контакты СО НКО, обладающих необходимой экспертной информацией. Помимо этого, наши сотрудники выступают в качестве экспертов для СМИ.

По просьбам НКО мы размещаем на нашем сайте тематические баннеры, привлекающие внимание пользователей к наиболее интересным мероприятиям. В 2012 году на сайте АСИ появились 30 баннеров социальных мероприятий. Среди них баннеры таких мероприятий, как:

- Международная конференция по проблемам медицинской помощи и социальных лифтов для детей-сирот с инвалидностью «Белое на черном. 10 лет спустя»;
- Благотворительный танцевальный марафон «Лучшие Друзья»;
- Фестиваль «Парки Москвы собирают друзей»;
- Выставка-форум проектов в области охраны здоровья населения и окружающей среды;
- Конкурс «Меняющийся музей в меняющемся мире»;
- X ежегодная конференция «Благотворительность в России: основные векторы развития».

Также в 2012 году на нашем сайте было размещено 76 баннеров, ведущих к различным тематическим ресурсам НКО и социальных мероприятий.

---

<sup>3</sup> <http://philanthropy.ru/analysis/2012/02/13/7049/#.UhyUOyDvbc4>

## Формирование моделей ответственного поведения

АСИ старается внести свой вклад в повышение гражданской активности россиян. Мы хотим, чтобы они увидели, что сами могут влиять на развитие нашего общества, менять к лучшему судьбы конкретных людей. На это направлены наши информационно-просветительские кампании:

- «Так просто!» – способствует вовлечению жителей России в благотворительность и волонтерское движение;
- «Наши дети» – продвигает формы семейного устройства детей-сирот.

### КАМПАНИЯ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ВОЛОНТЕРСТВА И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ «ТАК ПРОСТО!»

Задачи кампании:

- рассказать всем желающим о деятельности НКО во всех уголках России и о том, как им можно помочь;
- убедить людей в том, что делать добрые дела совсем не сложно, и каждый может в этом участвовать;
- показать, что, объединившись, люди могут гораздо более эффективно решать социальные проблемы;
- сделать участие всех желающих в благотворительных акциях и в деятельности НКО простым и удобным.

---

#### *Кампания «Так просто!» в 2012 году это:*

- *сайт «Так просто!»: волонтерская диспетчерская, благодаря которой тысячи волонтеров по всей стране находят возможности участия в деятельности НКО;*
- *благотворительная площадка Social Garden в рамках фестиваля «Пикник «Афиши».*



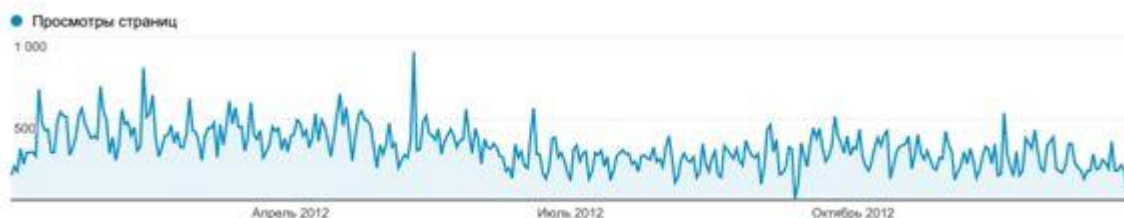
---

**Сайт [tak-prosto.org](http://tak-prosto.org)** – основной информационный ресурс кампании «Так просто!» – позволяет встретиться волонтерам, в то числе потенциальным, с организациями, нуждающимися в их помощи. На сайте можно найти:

- базу данных НКО, в которой любой желающий может выбрать организацию для оказания помощи (возможен поиск по региону и направлению деятельности организации). В 2012 году в базе данных зарегистрировано 652 организации.
- календарь событий, содержащий анонсы благотворительных акций и добровольческих инициатив (имеется опция поиска событий по датам и городам). В 2012 году опубликовано более 110 анонсов;

- блог, в котором добровольцы делятся опытом волонтерской работы. В 2012 году был опубликован 81 пост.

### Динамика посещений сайта Так просто



За 2012 год сайт посетили 37 516 уникальных посетителей.



В рамках «Так просто!» АСИ считает важным поддерживать публичные акции НКО, направленные на более близкое знакомство некоммерческих организаций и людей, желающих им помочь. В ходе таких акций потенциальные волонтеры и сторонники получают подробную информацию о том, чем занимаются НКО и о конкретных способах участия в благотворительной деятельности.

Так, в мае 2012 года мы поддержали фестиваль «Парки Москвы собирают друзей», организованный Эколого-просветительским центром «Заповедники»<sup>4</sup>.

АСИ старается проводить и собственные акции. В июле 2012 года на фестивале «Пикник «Афиши» была организована **благотворительная площадка Social Garden**<sup>5</sup>.

- 21 июля благотворительная площадка пикника «Афиши» Social Garden собрала рекордное количество организаций – 30 благотворительных фондов и организаций. В площадке впервые приняли участие правозащитники и гражданские активисты, а в лектории гости пикника могли узнать про то, как можно изменить жизнь вокруг себя собственными силами и с помощью Интернета.
- Social Garden получился действительно садом – он рос под открытым небом, его поливал дождь, и грело солнышко. В саду росли разные деревья – и всем известные сорта, и пока новые – с экзотическими для непосвященных названиями. В саду было чем полюбоваться, было где и во что поиграть, было чем угоститься и что унести с собой на память. Несмотря на далеко не тепличные условия, общий урожай сада – 497 тыс. рублей, а также новые сторонники, новые волонтеры и новый опыт.

<sup>4</sup> <http://www.tak-prosto.org/blog/details/926>

<sup>5</sup> <http://www.tak-prosto.org/blog/details/943>

- В 2012 году активностей в рамках «Так просто!» было заметно меньше, чем раньше. Это связано с этапом рефлексии, совпавшим с этапом турбулентности для НКО: команда проекта проводила обсуждения для продолжения кампании по продвижению НКО и гражданской активности в непростых внешних условиях.

### ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ КАМПАНИЯ «НАШИ ДЕТИ»

Сиротство по-прежнему остается одной из самых острых социальных проблем российского общества. Кампания «Наши дети» направлена на продвижение форм семейного устройства детей-сирот, проводится с 2005 года в партнерстве с АНО «Студия-Диалог».

---

**«Наши дети» в 2012 году это:**

- сайт «Наши дети» (<http://www.nashi-deti.ru>);
  - видеоролики социальной рекламы (<http://www.nashi-deti.ru/Video/>).
- 



В 2012 году кампания осуществлялась при финансовой поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, а также при поддержке Министерства образования и науки РФ и Департамента семейной и молодежной политики города Москвы.

Необходимость создания социальной рекламы в области семейного устройства постоянно подчеркивается экспертами, которые занимаются проблемами детского сиротства. В 2012 году в рамках кампании «Наши дети» был создан седьмой цикл роликов социальной рекламы «Найди меня, мама!». С помощью видеороликов мы стремились привлечь внимание общества к проблеме социального сиротства, рассказать потенциальным приемным родителям о семейных формах устройства детей-сирот, а также повысить статус семей, взявших детей на воспитание.

**Целевую аудиторию** кампании составили:

- потенциальные приемные родители;
- социальное окружение замещающих семей;
- граждане, которые имеют отношение к семейному устройству сирот или замещающим семьям (в том числе депутаты, служащие органов власти и государственных учреждений разного уровня, специалисты органов опеки и попечительства, воспитатели детских садов и школьные учителя, врачи, педагоги дополнительного образования и др.);
- общество в целом.

На начальном этапе реализации кампании были проведены экспертные интервью пяти специалистов в области семейного устройства детей-сирот. В результате были выявлены наиболее актуальные проблемы семейного устройства на сегодняшний день, а также предложены следующие темы роликов:



### *1. Ответственность и компетентность приемных родителей*

Приемные родители должны обладать определенными знаниями и умениями, принятие ребенка – очень ответственный шаг. Воспитание приемного ребенка – большая работа для всей семьи, и все ее члены должны быть единомышленниками.

### *2. Семья – лучшее место для воспитания и развития ребенка*

Каждый ребенок должен жить в семье. Семья – лучшее место для развития ребенка независимо от того, кровная она или приемная. Для младенца контакт с человеком, его взгляд, голос, прикосновения – необходимое условие для развития важных структур мозга. Ребенок, который этого не получил в детстве, обречен на отставание умственного и физического развития, которое усугубляется с каждым годом пребывания в сиротском учреждении.

В работе над роликами принимали участие эксперты, психологи, специалисты профильных ведомств. Было проведено тестирование креативных концепций на целевых аудиториях в трех российских городах.



В результате проведенной работы в седьмой цикл вошли **два ролика**. Один ролик, «Фотографии» (постановочный), посвящен ответственности приемных родителей за судьбу ребенка. Тема другого ролика под названием «Метафоры», созданного в жанре песочной анимации, – идея о том, что лучшее место для воспитания и развития ребенка – это семья. Художником ролика стал Антон Нерсес.



Ролики были выпущены студией «Экзюпери фильм» по сценариям Натальи Мусиной. Режиссер роликов – Эвелина Девишева. Народный артист России Виктор Раков, чей голос является «голосом кампании» на протяжении всех циклов, озвучил закадровый текст в ролике «Фотографии», а в обоих роликах – слоган кампании «Приемный ребенок может стать родным!». Оригинальную инструментальную музыку к циклу написал

композитор Сергей Рассказчиков. Хронометраж каждого ролика составил 30 секунд, также были подготовлены сокращенные версии (15 и 5 секунд).

В роликах размещены логотип кампании и адрес сайта «Наши дети» (<http://www.nashi-deti.ru>), а также телефон автоматизированной информационной службы Федерального банка данных о детях, оставшихся без попечения родителей: (495) 223-42-80. На сайте желающие могут ознакомиться с информацией о семейных формах устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, комментариями специалистов, тематическими статьями, информацией о событиях и мероприятиях, посвященных детям-сиротам, информацией о детских учреждениях, органах опеки и НКО.



С октября 2012 года ролики **транслируются на телеканалах:**

- «Первый канал. Всемирная сеть»;
- НТВ;
- TNT;
- ВКТ;
- «Семья»;
- «Всегда с тобой»;
- на подмосковном телеканале «Наши Мытищи»;
- на региональном телеканале «УралИнформ-ТВ»;
- на краевом информационном телеканале «Катунь-24».

Также ролики можно увидеть на видеопанелях в крупных сетевых торговых центрах Москвы и других городов России; в аэропорту Шереметьево, аэропортах и вокзалах AMS Group (реклама в аэропортах разных городов России).

В 2012 году продолжался показ видеороликов предыдущего, шестого цикла, «Кто приемный?» и «Отражение». Ролики транслировались на телеканалах: «Первый канал. Всемирная сеть»; НТВ, TNT, ТВ Центр, ВКТ, на подмосковном телеканале «Наши Мытищи», а также на видеопанелях в крупных сетевых торговых центрах и аэропортах Москвы и других городов России.

В апреле 2012 года ролик «Кто приемный?», созданный в рамках шестого цикла, занял III место на международном фестивале «Белый квадрат» в Беларуси.

## Развитие некоммерческого сектора

Мы считаем, что для успешного развития некоммерческого сектора в России НКО необходимо руководствоваться в своей деятельности принципами демократического управления, открытости, прозрачности и подотчетности; повышать свою финансовую устойчивость; активно взаимодействовать друг с другом; осваивать и применять современные информационные и коммуникационные технологии, а также такой эффективный инструмент, как социальная реклама.

Поэтому АСИ стремится:

- развивать и распространять стандарты и модельные технологии развития и укрепления НКО;
- развивать информационные и коммуникационные технологии (ИКТ);
- создавать условия для эффективного использования некоммерческими организациями инструмента социальной рекламы;
- оказывать информационную и PR-поддержку проектам НКО.

### РАЗВИВАЕМ И РАСПРОСТРАНЯЕМ СТАНДАРТЫ И МОДЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ И УКРЕПЛЕНИЯ НКО

Повышение качества управления НКО – один из способов формирования доверия к некоммерческим организациям в обществе.

В 2012 году мы помогли сделать еще один шаг на пути к эффективному управлению НКО – выпустили книгу М. Ваятт **«Управление НКО. Пособие для практиков»**<sup>6</sup>, а также организовали обсуждения ее содержания российскими НКО. Целью издания этой книги на русском языке было повышение информированности НКО о лучших практиках управления и побуждение организаций к их использованию.



«Управление НКО. Пособие для практиков» было подготовлено в 2004 году рабочей группой Центральной и Восточной Европы по вопросам управления НКО. В нем эксперты делятся лучшим опытом управления НКО западных стран, полагая, что его использование в своей деятельности поможет НКО восточноевропейских стран работать более эффективно.

<sup>6</sup> [http://www.asi.org.ru/ASI3/rws\\_asi.nsf/va\\_WebResources/NKO\\_posobie/\\$File/Upravlenie\\_NKO\\_posobie.pdf](http://www.asi.org.ru/ASI3/rws_asi.nsf/va_WebResources/NKO_posobie/$File/Upravlenie_NKO_posobie.pdf)

В книге рассматриваются **восемь базовых принципов**, которые, по мнению авторов, определяют работу НКО во всем мире:

- 1) НКО подотчетны своим сообществам;
- 2) Добросовестное управление – основа подотчетности;
- 3) Добросовестное управление имеет формализованную структуру;
- 4) Добросовестное управление подразумевает разделение функций управления и менеджмента;
- 5) НКО действуют в соответствии со своей миссией;
- 6) НКО продвигают самые высокие профессиональные и этические стандарты;
- 7) НКО ответственно подходят к мобилизации ресурсов и управлению ими;
- 8) НКО ответственны перед сообществом, которому служат.

Многочисленные примеры и рекомендации, представленные в книге, помогают внедрить эти принципы в деятельность конкретной НКО.

В процессе работы над книгой АСИ провело опрос **98** НКО о роли правлений и попечительских советов в работе организаций, в первую очередь – о включении их в процесс фандрайзинга. Результаты исследования показали, что в большинстве организаций привлечением средств занимаются руководители НКО.

В то же время у ряда российских НКО есть действующие правления либо попечительские советы, поэтому мы решили включить эту информацию в справочник. Это такие организации, как:

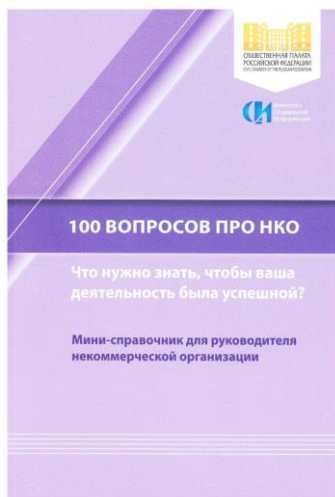
- Фонд «Институт экономики города»;
- Благотворительный фонд «Даунсайд Ап»;
- Благотворительный фонд «Дети наши»;
- Международное общество «Мемориал»;
- Пензенский фонд местного сообщества «Гражданский союз».

Все желающие могут прочесть книгу онлайн или в печатном виде, тираж печатного издания составил **1 тыс.** экземпляров.

Выход книги стал хорошим поводом для начала дискуссии о преимуществах и рисках введения в практику НКО принципов добросовестного управления.

Ведь, по мнению экспертов, органы управления существуют в большинстве российских НКО лишь формально (в соответствии с требованием законодательства), а внедрение добросовестного управления в условиях российской действительности считается не совсем реалистичным.

В 2012 году АСИ выпустило в электронном виде мини-справочник для руководителей некоммерческих организаций **«100 вопросов про НКО. Что нужно знать, чтобы ваша деятельность была успешной?»**<sup>7</sup>.



В нем можно найти следующую информацию:

- юридические и финансовые аспекты деятельности НКО (в том числе налоговое регулирование и способы привлечения средств на деятельность);
- рекомендации по управлению НКО;
- образовательные программы для некоммерческих организаций;
- использование информационных технологий в социально значимой деятельности;
- рекомендации по взаимодействию с представителями власти, связям с общественностью, работе с волонтерами.

Справочник полезен руководителям НКО, в том числе небольших и недавно созданных, а также лидерам инициативных групп, которые планируют зарегистрировать некоммерческую организацию.

В 2012 году АСИ провело **онлайн-опрос руководителей НКО на тему «Финансовая устойчивость НКО: проблемы и перспективы развития»**. Целью данного исследования было выявить, описать, проанализировать внешние и внутренние проблемы, препятствующие развитию финансовой устойчивости некоммерческих организаций, а затем обсудить с коллегами и выработать рекомендации. В опросе приняли участие 98 руководителей НКО самой разной направленности из 53 городов РФ. Работа по этому актуальному для российских НКО направлению продолжена в 2013 году.

### «НКО: ЗАКОНЫ РАЗВИТИЯ»

На сайте «НКО: законы развития» ([nkozakon.ru](http://nkozakon.ru)) собрана и регулярно обновляется информация, необходимая для успешного функционирования некоммерческих организаций, в том числе:

- в сфере прозрачности и подотчетности НКО;
- о важности и практике соблюдения НКО определенных этических принципов;
- о том, какие PR-технологии применяют некоммерческие организации;
- о лучших практиках НКО по регионам и направлениям деятельности.

---

**«НКО: законы развития» в 2012 году – это:**

- **40 статей;**
  - **106 новостей и анонсов;**
  - **более 60 лучших практик НКО;**
  - **45 различных кодексов некоммерческих организаций;**
- 

<sup>7</sup> [http://www.asi.org.ru/ASI3/rws\\_asi.nsf/va\\_WebResources/100/\\$File/100.pdf](http://www.asi.org.ru/ASI3/rws_asi.nsf/va_WebResources/100/$File/100.pdf)

- 
- **20 историй успешного сотрудничества НКО со СМИ;**
  - **27 000 посетителей в течение года.**
- 



В 2012 году мы **расширили список тем**, освещаемых на сайте. Например, теперь НКО могут узнать о том, как правильно управлять своей организацией и повысить ее эффективность, а также о практике применения различных инструментов повышения финансовой устойчивости.

В 2012 году мы приступили к разработке новой версии сайта **nkozakon.ru**, которая будет запущена в 2013 году.

### РАЗВИВАЕМ ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

НКО необходимо осваивать современные информационные и коммуникационные технологии. Успешное применение таких технологий существенно расширяет общественную поддержку организаций, улучшает качество взаимодействия НКО как внутри сектора, так и с внешними заинтересованными сторонами, помогает создавать и осуществлять новые интересные проекты, эффективно продвигать их среди целевых аудиторий.

В 2012 году АСИ:

- провело исследование по выявлению информационного потенциала гражданского общества в 20 регионах России;
- организовало 8 вебинаров по информационному обеспечению деятельности НКО и по работе с социальной информацией для сотрудников СО НКО;
- выпустило справочник «Как повысить известность своей НКО»;
- помогало реализовывать новый проект «Теплица социальных технологий».

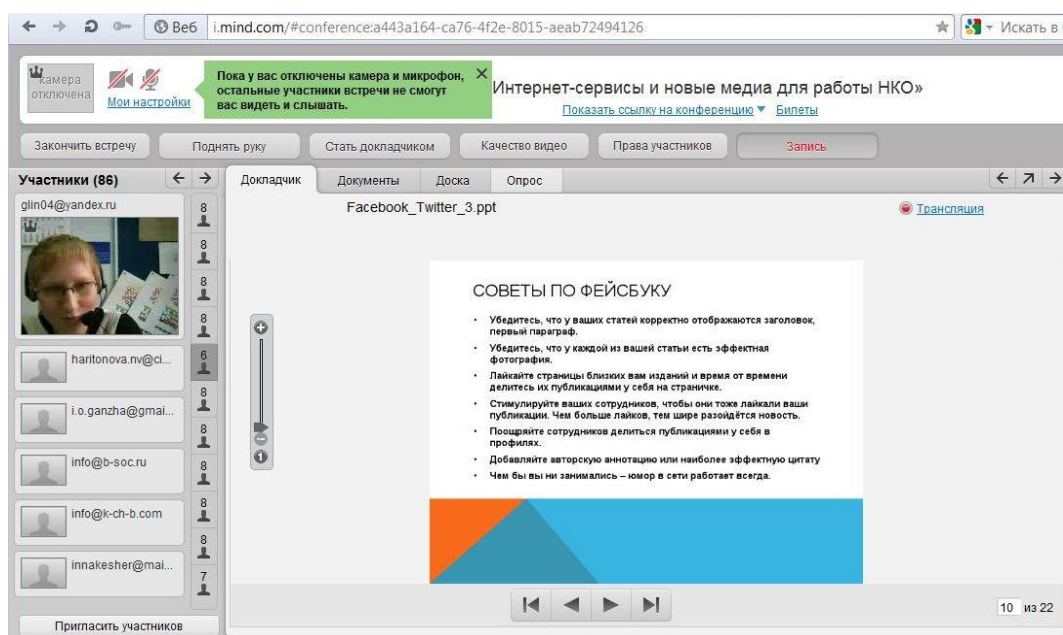
В 2012 году АСИ провело **исследование, с помощью которого мы стремились выявить информационный потенциал гражданского общества в 20 регионах России.**

Как показал анализ различных информационных ресурсов в 20 регионах страны, информация о СО НКО поступает на федеральные информационные ленты весьма неравномерно. Более интенсивен информационный поток из регионов, где действуют ресурсные центры, где проводилось обучение и где НКО вовлечены в сетевую деятельность. В остальных регионах (а их большинство), информационное поле вокруг НКО крайне скудно. Ресурсы, аккумулирующие новости региональных и местных НКО и инициативных групп, есть далеко не во всех субъектах РФ. Неспециализированные региональные СМИ мало освещают гражданские инициативы. Региональные общественные палаты, у которых есть возможность получать информацию непосредственно от региональных НКО и инициативных групп, по разным причинам далеко не всегда считают нужным эту информацию распространять.

В тех регионах, где у общественных палат есть сайты с разделом «Новости», они по большей части наполняются технической информацией о работе ОП. Подавляющее большинство НКО в 20 регионах не имеют собственных сайтов. Предположение, что они выбрали представительство в социальных сетях в качестве бюджетного решения проблемы внешних коммуникаций, подтверждения не нашло.

Проведенный анализ информационных ресурсов в 20 регионах РФ показал: информационная инфраструктура для развития гражданских инициатив в этих субъектах РФ развита явно недостаточно. Однако потенциал для ее развития есть. В дальнейшем АСИ планирует собрать экспертные мнения и предложения, касающиеся формирования собственной сетевой медиаиндустрии общественного сектора. Полученная нами информация поможет в последующей разработке рекомендаций по совершенствованию информационной поддержки НКО.

По результатам анализа АСИ определило список НКО из регионов, слабо представленных в федеральном информационном пространстве, которым мы направили приглашение к участию в вебинарах. Из НКО из 20 регионов, отобранных в рамках проведенного анализа и приглашенных к сотрудничеству, участие в 8 вебинарах приняли 76 человек из 12 регионов. Наибольший интерес проявили НКО Новгородской области.

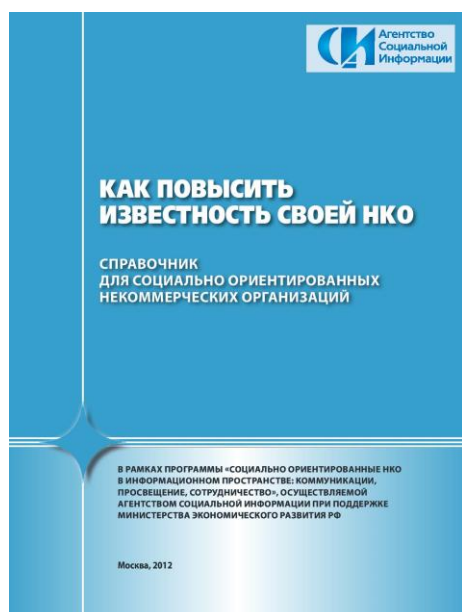


В 2012 году нами было проведено 8 вебинаров **по информационному обеспечению деятельности НКО** и по работе с социальной информацией для сотрудников СО НКО:

- «Право на известность, или как НКО развивать и укрепить связи с общественностью»;
- «НКО создает событие: как спланировать и провести успешное PR-мероприятие»;
- «Интернет-сервисы и новые медиа для работы НКО»;
- «Как быстро создать сайт»;
- «НКО в системе информации: как стать эффективным ньюсмейкером»;

- «Рецепты для НКО: как приготовить «новостной пирог» и добавить к нему изюминку»;
- «Как опубликовать новость об организации на ленте Агентства социальной информации: практическое руководство»;
- «Канун Нового года: подводим информационные итоги и думаем о будущем».

Вебинары проводили сотрудники АСИ и привлеченные эксперты. Участниками вебинаров стали **347** человек из **95** городов РФ и **7** других стран. Обучение проводилось на базе платформы Imind.com, услуги которой были предоставлены на безвозмездной основе. Также АСИ проводило онлайн-консультации для сотрудников организаций, которые проходили обучение на вебинарах, посвященных работе с социальной информацией. Всего мы провели 40 онлайн-консультаций, на которых были разобраны присланные НКО информационные сообщения, даны рекомендации по их улучшению. Качество проведенных вебинаров мы оценили, опросив участвовавших в них представителей НКО (всего было опрошено 52 человека). В качестве наиболее интересных были названы ориентированные на практику темы вебинаров – например, такие как «как приготовить новостной пирог». В ходе опроса больше половины представителей НКО ответили, что уже применяют на практике знания, полученные на вебинарах.



Одним из результатов проведения вебинаров стал выпуск электронного справочника для некоммерческих организаций **«Как повысить известность своей НКО»<sup>8</sup>**, авторы которого – ведущие вебинаров, эксперты в области журналистики и пиара.

Мы адресовали сборник сотрудникам социально ориентированных НКО, которые хотели бы повысить квалификацию в сфере коммуникаций.

Пособие было размещено на сайте АСИ, разослано участникам вебинаров, а также распространено среди подписчиков новостей АСИ.

Справочник дает ответы на следующие вопросы:

- Каковы особенности, преимущества и ограничения PR в некоммерческой сфере. Единоы ли «законы PR» для всех? Что нужно иметь в виду НКО, разрабатывающей свои коммуникационные стратегии?
- Что такое «специальное событие», или event, какие они бывают и как НКО эффективно пользоваться этим инструментом? Как найти повод для PR-мероприятия и как сделать его запоминающимся и работающим на ваши задачи?
- В какие информационные потоки лучше встраиваться в эпоху веб 2.0? Как мы, НКО, выглядим в глазах медиа? Чего они от нас ждут и что мы можем им предложить? Как структурировать подачу информации эффективнее?

<sup>8</sup> [http://www.asi.org.ru/ASI3/rws\\_asi.nsf/va\\_WebResources/Spravochnik\\_ASI/\\$File/Spravochnik\\_ASI.pdf](http://www.asi.org.ru/ASI3/rws_asi.nsf/va_WebResources/Spravochnik_ASI/$File/Spravochnik_ASI.pdf)



- Как НКО заставить работать на себя инструменты новых медиа? Как можно «раскрутить» свою организацию или мероприятие, не затратив ни копейки на создание специальных ресурсов? Какими навыками надо обладать, чтобы успешно пользоваться социальными сетями?
- Как некоммерческой организации создать свой сайт? Каковы основные шаги по созданию сайта на бесплатной платформе WordPress?
- О чем пишет АСИ, в каких жанрах и как написать материал, чтобы попасть на ленту/сайт АСИ или другого информационного агентства?

Опрос участников вебинаров показал, что те из них, кто уже ознакомился с пособием, используют полученные знания в деятельности своих НКО.



С 1 февраля 2012 года на базе АСИ действует **«Теплица социальных технологий» (TeCT)**. Это общественный образовательный проект, направленный на развитие сотрудничества между некоммерческим сектором и ИТ-специалистами, повышение эффективности российских НКО, а также создание онлайн-приложений, решающих острые социальные проблемы.

Согласно исследованию, проведенному АСИ, в настоящее время в среде НКО, с одной стороны, существует запрос на развитие и усовершенствование механизмов социальной деятельности, а с другой – низкий уровень информированности о возможностях информационных и коммуникационных технологий в этой сфере. В то же время растет число ИТ-специалистов, которые хотели бы выразить свою гражданскую позицию. Поэтому одной из задач проекта является предоставление возможности для ИТ-специалистов реализовать себя в области создания гражданских приложений.

С помощью «Теплицы социальных технологий» мы пытаемся решить следующие задачи:

- создание инновационных сетевых приложений для гражданского участия и решения общественных проблем;
- повышение квалификации кадров НКО и гражданских активистов в использовании ИКТ;
- повышение качества услуг, оказываемых НКО;
- появление большего числа ориентированных на гражданский сектор ИТ-специалистов.

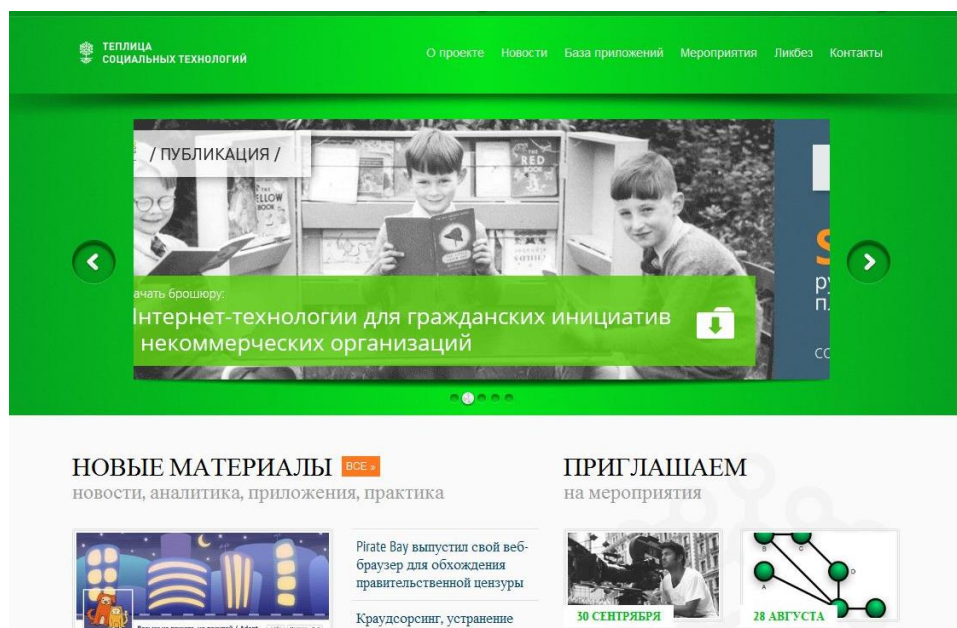
Целевая аудитория «Теплицы» состоит из:

- сотрудников НКО – менеджеров социальных проектов и других сотрудников некоммерческих организаций, работающих над решением различных общественных проблем;
- гражданских активистов, одновременно являющихся активными интернет-пользователями – членов сетевых сообществ, участников сетевых акций, направленных на содействие решению различных общественных проблем;

- ИТ-специалистов – заинтересованных в реализации своей гражданской позиции специалистов в области ИКТ, владеющих технологией создания веб-приложений.

В 2012 году мероприятия проходили в 12 регионах (Владивостоке, Екатеринбурге, Иркутске, Кирове, Красноярске, Москве, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Перми, Санкт-Петербурге, Ульяновске, Ярославле).

В 2012 году был создан информационно-образовательный портал «Теплица социальных технологий» (te-st.ru), посещаемость которого к концу года достигла 10 тыс. пользователей в день.



На портале можно найти:

- базу данных гражданских приложений – для тех, кто хочет больше узнать о существующих в России и в мире гражданских приложениях (на данный момент в базе содержится более 200 приложений);
- сетевую платформу для обучения использованию информационных технологий (для новичков созданы такие разделы, как «Ликбез», «Руководства»);
- статьи по различным аспектам применения ИТ-технологий в социально ориентированной деятельности для пользователей разного уровня квалификации в области ИТ;
- календарь онлайн- и офлайн-мероприятий «Теплицы» с возможностью регистрации для участия в них.

Через форму обратной связи посетители портала могут обратиться в «Теплицу» за консультациями по применению ИТ-технологий в своей социально ориентированной деятельности. В 2012 году для гражданских активистов и НКО было проведено более **90** консультаций.

Также на портале происходит сбор идей для разработки гражданских приложений. На страницах «Теплицы» в социальных сетях ИТ-специалисты и представители НКО,

инициативных групп/сообществ обсуждают различные технологии, приложения и мероприятия «Теплицы».

Установить связь между целевыми аудиториями в Москве и других регионах помогают неформальные встречи (митапы) с ИТ-специалистами, гражданскими активистами, блогерами, представителями НКО. В 2012 году такие встречи проводились в Москве, Санкт-Петербурге, Красноярске, Ярославле и Ульяновске.

Участники встреч обсуждают трудности, с которыми сталкиваются НКО в области информационных технологий, способы взаимодействия с ИТ-специалистами, с помощью приглашенных экспертов знакомятся с новейшими тенденциями в области веб-коммуникаций. Ряд встреч был посвящен конкретным проектам гражданских приложений.

Сотрудниками «Теплицы» совместно с привлеченными экспертами проведены тренинги и семинары для сотрудников НКО, гражданских активистов, членов сетевых инициатив по разработке приложений, использованию ИКТ в некоммерческих проектах. Семинары прошли в Москве, Санкт-Петербурге, Кирове, Нижнем Новгороде, Ульяновске, Екатеринбурге, Перми и Ярославле.

В 2012 году «Теплица» также проводила творческие мастерские по разработке гражданских приложений и обучению ИТ-технологиям (TeCT-кэмпы) и цифровой учебный лагерь (Digital Boot Camp).

TeCT-кэмпы – двухдневные творческие мастерские по разработке прототипов гражданских приложений – прошли в Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде и Екатеринбурге. В



них приняли участие более 100 человек. На TeCT-кэмпх представители креативных и технических профессий совместно разрабатывали прототипы интерактивных интернет-приложений, которые призваны помочь в решении общественно важных проблем. Каждая из пяти команд, в которой были как гражданские активисты, так и ИТ-специалисты, в рамках мероприятия работала над одной из пяти идей, победивших в конкурсе «Теплицы». Конкурс заранее объявлялся на сайте «Теплицы», идеи выбирались путем интернет-голосования и экспертной оценки жюри. По итогам двухдневной разработки жюри выбирало лучший прототип приложения, и победители получали малый грант на его доработку. Другие идеи, в случае активности авторов и возможности привлечения дополнительных средств на разработку, «Теплица» также помогала доводить до реализации.

«Теплица» также обучает представителей НКО и сетевых сообществ основам использования интернет-технологий в своей деятельности. Соответствующие знания и навыки можно получить в ходе проведения TeCT-кэмпов, а также в летнем недельном учебном лагере для слабо владеющих ИТ сотрудников НКО из разных регионов – Digital Boot Camp. В 2012 году такой лагерь прошел в Учебно-методическом центре «Голицыно» в Подмосковье. В нем приняли участие 24 представителя региональных НКО. В качестве тренеров выступили

сотрудники компании CISCO, которая также обеспечила участников ноутбуками во время первого дня проведения кэмпа.

Всего в 2012 году **2130** человек приняли участие в **27** мастерских и тренингах «Теплицы».

«Теплица» содействует созданию гражданских приложений не только посредством организации ТеСТ-кэмпов: проект предоставляет заинтересованным НКО и активистам возможность полного сопровождения их идеи – от консультаций и участия в принятии решений по разработке до разработки прототипов и работающего ПО. В течение года «Теплица» поддержала создание 15 приложений.

В результате ТеСТ-кэмпов появились такие приложения, как

- «Дом.Двор.Дороги» (Санкт-Петербург);
- «Поиск доноров» (DonorSearch, Казань);
- «Вики любит памятники» (Wiki Loves Monuments, Москва);
- «Зарплата учителей меняется» (Opensalary, Новосибирск).
- «Теплица» помогла разработать платформу «Росдоступ» (идея РООИ «Перспектива»), игру «Благотворительный квест» (идея Оргкомитета фестиваля «Душевный BAZAR») и другие общественные интернет-проекты. Ряд приложений находится также в процессе доработки.

Среди других мероприятий, организованных «Теплицей социальных технологий» в 2012 году, – конференция «Краудфандинг в России» и онлайн-конкурс инфографики. Сотрудники и волонтеры «Теплицы» стали участниками 32 сторонних мероприятий, таких, как Russian Internet Week, Social Camp Russia, AIESEC International Congress, «День НКО Майкрософт» и других.

### СОЗДАЕМ УСЛОВИЯ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕКОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ИНСТРУМЕНТА СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

АСИ занимается развитием и продвижением такого важного инструмента формирования общественного мнения, как социальная реклама, с 2006 года. Мы являемся инициатором создания и активным членом Коалиции НКО по содействию развитию социальной рекламы в РФ. Одна из наших задач – регулярное проведение мероприятий, в рамках которых, в частности, обсуждается, как НКО может создавать эффективную и инновационную социальную рекламу.

Эта тема была в центре внимания и международной конференции **«Повышение эффективности социальной рекламы»**, которая прошла 10–11 декабря 2012 года в Москве. Агентство социальной информации выступило соорганизатором конференции, наряду с АНО «Лаборатория социальной рекламы», Комиссией Общественной палаты РФ по социальной политике, трудовым отношениям и качеству жизни граждан, кафедрой интегрированных коммуникаций НИУ «ВШЭ» и Коалицией НКО по содействию развитию социальной рекламы в России.

Во время работы конференции российские и зарубежные эксперты – представители общественных организаций, госучреждений, науки и бизнеса – попытались ответить на вопросы:

- каким образом социальная реклама может помочь в решении острых социальных проблем, особенно когда действующее законодательство не эффективно?
- кто и как уже работает в этом направлении и каких результатов добивается?

Подводя итоги развернувшейся на мероприятии дискуссии, участники конференции отметили, что на отечественном рынке социальной рекламы появляются новые игроки, существуют профессиональный инструментарий и отработанный алгоритм действий, однако не хватает эффективного взаимодействия отдельных участников. Создание таких экспертных площадок, как конференция «Повышение эффективности социальной рекламы в России», как раз способствует его налаживанию.

В 2012 году с помощью привлеченных экспертов мы **обучали НКО разработке социальной рекламы и информационных кампаний по продвижению добровольчества и благотворительности**. Обучение проводилось на базе специального учебно-практического курса с использованием успешного опыта НКО соседних регионов и федеральной кампании «Так просто!». Всего было проведено три трехдневных межрегиональных обучающих кампуса: в Ростове-на-Дону, Вологде и Саранске. Участниками кампусов стали 84 человека, в том числе студенты, журналисты, представители рекламных агентств, представители администрации трех городов, эксперты, ведущие кампуса. В ходе обучающего курса было разработано 19 информационных кампаний (в Ростове-на-Дону – 6, в Саранске – 7, в Вологде – 6). Кампании разрабатывались с учетом актуальных социальных проблем региона. Три кампании были реализованы:

- в Ростове-на-Дону – кампания по сбору пожертвований для организации работы нянь с детьми-отказниками Фонда «Я без мамы»;
- в Саранске – кампания «Помогите дружить», направленная на снятие социальной изоляции между детьми с ограниченными возможностями и их здоровыми сверстниками;
- в Вологде – информационная кампания по привлечению внимания целевой группы к началу оказания юридических услуг на базе Красного Креста.

АСИ обобщило опыт реализации кампаний, разработанных в ходе работы кампусов, и включило его в отчет<sup>9</sup>, который был распространен по рассылке Агентства социальной информации.

### ОКАЗЫВАЕМ ИНФОРМАЦИОННУЮ И PR-ПОДДЕРЖКУ ПРОЕКТАМ НКО

В 2012 году мы стремились предоставить некоммерческим организациям возможности для информирования о своей деятельности СМИ и других целевых аудиторий, а также обучали

---

<sup>9</sup>[http://www.asi.org.ru/ASI3/rws\\_asi.nsf/va\\_WebResources/Отчет%20кампусы.pdf/\\$File/Отчет%20кампусы.PDF](http://www.asi.org.ru/ASI3/rws_asi.nsf/va_WebResources/Отчет%20кампусы.pdf/$File/Отчет%20кампусы.PDF)

НКО разработке социальной рекламы и информационных кампаний по продвижению добровольчества и благотворительности.

С этой целью мы:

- расширили тематическое и региональное присутствие новостей от СО НКО на ленте АСИ;
- увеличили количество ньюсмейкеров из числа НКО;
- оказали информационную поддержку СО НКО через наш новостной портал и федеральную новостную ленту.

### ИНФОРМАЦИОННОЕ СПОНСОРСТВО

В 2012 году мы оказали информационную поддержку более **30** некоммерческим инициативам НКО (размещение баннеров на сайте АСИ, публикация материалов на главной странице сайта АСИ в рубриках «Актуальная тема» или «Акция», «Мнение эксперта» и др.). Например, таким как:

- Международная конференция по проблемам медицинской помощи и социальных лифтов для детей-сирот с инвалидностью «Белое на черном. 10 лет спустя»;
- Благотворительный танцевальный марафон «Лучшие Друзья»;
- Фестиваль «Парки Москвы собирают друзей»;
- Выставка-форум социально значимых проектов «Семья и малыш»;
- Выставка-форум проектов в области охраны здоровья населения и окружающей среды;
- Конкурс «Меняющийся музей в меняющемся мире»;
- X ежегодная конференция «Благотворительность в России: основные векторы развития» и др.

Также мы регулярно рассказываем об итогах крупных форумов, конференций и дискуссий в наших публикациях.



## Продвижение идей корпоративной ответственности

Одним из важных направлений деятельности АСИ является содействие развитию в России корпоративной ответственности.

В 2012 году АСИ:

- содействовало налаживанию диалога между бизнесом и обществом;
- способствовало развитию экологической ответственности бизнеса;
- помогало распространению лучших международных норм и практик в области КСО в России;
- участвовало в продвижении идей КСО.

### СОДЕЙСТВУЕМ ДИАЛОГУ БИЗНЕСА И ОБЩЕСТВА

Конфликтные ситуации между бизнесом и обществом возникают постоянно. Можно прогнозировать, что по мере развития в России гражданского общества конфликтные ситуации будут возникать все чаще, поскольку люди будут более осознанно и целенаправленно отстаивать свои права. В связи с этим мы считаем помощь в налаживании диалога между бизнесом и обществом одной из наиболее актуальных задач в настоящее время.

В 2012 году этой теме был посвящен круглый стол **«Диалог как инструмент снижения социальных и экологических рисков и разрешения конфликтов между бизнесом и обществом»**, который мы провели на площадке Общественной палаты РФ совместно с Комиссией по социальной политике, трудовым отношениям и качеству жизни граждан.

На встрече обсуждались следующие вопросы:

- как грамотно организованный диалог с заинтересованными сторонами может помочь погасить конфликт на ранней стадии?
- чем опасно игнорирование мнения общественности?
- что может дать диалог с заинтересованными сторонами бизнесу?
- как сделать диалог эффективным, на каких принципах он должен строиться?

В работе круглого стола приняли участие представители компаний, некоммерческих организаций, эксперты.

### СОДЕЙСТВУЕМ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

В последнее время тема экологической ответственности бизнеса становится особенно острой. Это связано в первую очередь с постоянным ухудшением состояния окружающей среды. К сожалению, в настоящее время, согласно данным, опубликованным Всемирным фондом дикой природы, в списке 38 стран с наиболее комфортными условиями для развития бизнеса с применением экологически чистых технологий Россия оказалась на последнем месте.



Актуальность темы экологической ответственности бизнеса в нашей стране также выросла в связи со вступлением России в ВТО. В 2012 году этой теме были посвящены два круглых стола, проведенных нами в Общественной палате РФ: **«Нарушенные земли и загрязненные территории: что может сделать бизнес?»** и **«Может ли экология объединить бизнес?»**.

В рамках первого круглого стола компании обменивались опытом реализации программ в сфере рекультивации земель и обращения с отходами производства. Представители органов власти и экспертных организаций представили свое видение данного вопроса и ожидания от компаний.

Второй круглый стол был посвящен вопросам партнерства компаний в сфере экологических проектов. Компании – участники встречи обсудили инициативу «Бизнес для экологии» как модель возможного сотрудничества в этой области.

### СОДЕЙСТВУЕМ РАСПРОСТРАНЕНИЮ ЛУЧШИХ МЕЖДУНАРОДНЫХ НОРМ И ПРАКТИК В ОБЛАСТИ КСО В РОССИИ

В 2012 году мы помогли представителям организации Bettercoal организовать и провести в Москве встречу, посвященную презентации международного Кодекса ответственного поведения угольных компаний.

Bettercoal – это глобальная некоммерческая инициатива, основанная группой крупнейших европейских предприятий с целью продвижения непрерывного развития корпоративной ответственности в цепи международной поставки каменного угля. В 2012 году Bettercoal разработала проект Кодекса Bettercoal, который базируется на существующих угольных стандартах и определяет лучшие практики в отрасли. Проект кодекса Bettercoal устанавливает этические, социальные и экологические положения и принципы, которым должны соответствовать цепочки поставок угля членов Bettercoal (крупные покупатели угля), и служит основой для проведения регулярных оценок на местах независимыми экспертами. Эта информация должна обеспечить покупателей угля надежными данными, которыми они могут воспользоваться при принятии решений о покупке угля.

В ходе встречи, которая прошла в Москве в Общественной палате РФ, обсуждалась возможность применения кодекса в России, а также дополнения и изменения к этому документу. В мероприятии приняли участие представители бизнеса, некоммерческих организаций, бизнес-ассоциаций, профильных министерств и ведомств, деловых ассоциаций. Представители Bettercoal познакомили собравшихся с проектом нового кодекса, а заинтересованные стороны высказали свои предложения по его совершенствованию, а также мнения относительно его применимости в России.

### СОДЕЙСТВУЕМ ПРОДВИЖЕНИЮ ИДЕЙ КСО

В 2012 году Елена Тополева, директор АСИ, стала соведущей программы **«Этика бизнеса»** на канале «Про бизнес». В рамках этой программы проходит обсуждение корпоративной социальной ответственности компаний.

Телеканал «Рго бизнес» – первый и единственный в России телеканал, вещающий от лица реального бизнеса. Аудитория телеканала составляет 3 млн абонентов. В основном, это бизнесмены и руководители высшего и среднего звена с двумя-тремя высшими образованиями и доходами выше среднего, высокими и очень высокими.

По нашему приглашению в 2012 году в программе «Этика бизнеса» приняли участие следующие компании: Holcim (Rus), Ситибанк, Алкоа Россия, ООО «РК «Росводоканал», ЛУКОЙЛ, СИБУР, «Северсталь» и др.

В 2012 году мы также продолжали поддерживать деятельность сайта «Социальная ответственность бизнеса». На нем мы размещаем новости и материалы, адресованные всем, кто интересуется темой корпоративной ответственности и устойчивого развития.

## АСИшники: волонтеры и благотворители

Каждый год сотрудники АСИ становятся участниками волонтерских и благотворительных акций. В феврале 2012 года мы собрали 60 книг для заключенных, находящихся в ФКУ исправительной колонии № 25 (Республика Коми, г. Сыктывкар, п. Верхний Чов). Это учреждение строгого режима для содержания лиц, впервые осужденных к лишению свободы.

Также сотрудники АСИ собрали рекордное количество макулатуры – 600 кг, что на 260 кг больше, чем в предыдущем году.

## Благодарности и дипломы

**Благодарность Агентству социальной информации за информационную поддержку Всероссийской конференции по развитию добровольчества «Доброкон-2012» «Инновационные технологии и создание среды для роста волонтерской активности»**

Мифодовский В.П., генеральный директор Частного учреждения культуры «Клаудвочер»

*Москва, 2012 год*

**Диплом партнера X ежегодной конференции «Благотворительность в России: основные векторы развития» Агентству социальной информации за информационную поддержку конференции**

Каминарская Н.Г., Форум Доноров

*Москва, 25–26 октября 2012 года, бизнес-отель «Аэростар»*

**Благодарственное письмо за возможность поучаствовать в пикнике «Афиши» 21 июля 2012 года**

Альшанская Е.Л., президент БФ «Волонтеры в помощь детям-сиротам»

*Москва, август 2012 года*

**Памятный диплом проекту «Так просто!», Агентству социальной информации, за активное участие в организации фестиваля «Парки Москвы собирают друзей»**

Данилина Н.Р., директор ЭкоЦентра «Заповедники», член Общественной палаты РФ

*Москва, май 2012 года*

**Благодарственное письмо эксперту Совета при Президенте РФ по развитию гражданского общества и правам человека Е.А. Тополевой-Солдуновой за активное участие в работе Совета в 2009–2012 гг.**

Федотов М.А., советник Президента РФ, председатель Совета при Президенте РФ по развитию гражданского общества и правам человека

*Москва, 17 мая 2012 года, № А60-9-670*

**Благодарность Агентству социальной информации за информационную поддержку конкурса «Мисс Независимость 2012» (среди девушек, пользующихся инвалидными колясками)**

Присецкая Н.И., президент Региональной общественной организации «Общество поддержки родителей с инвалидностью и членов их семей «КАТЮША»  
*Москва, 24 апреля 2012 года*

**Благодарности Агентству социальной информации и проекту «Так просто!» за неоценимую помощь в поддержке Первого благотворительного марафона «Лучшие Друзья»**

*Москва, апрель 2012 года*

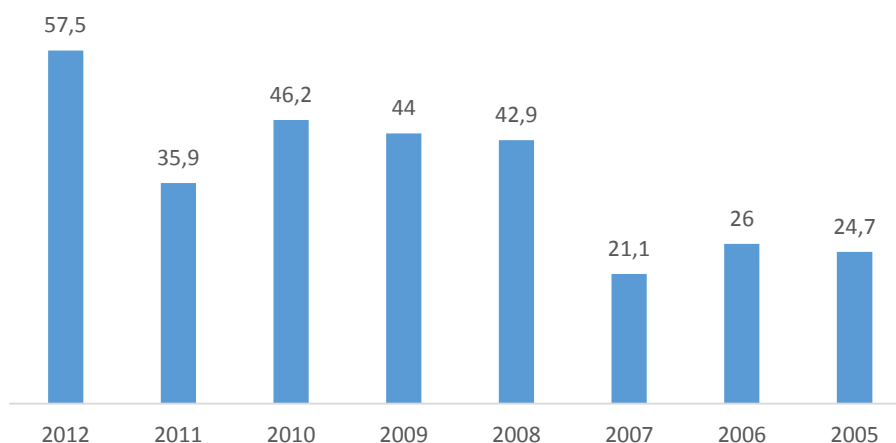
## Финансовый отчет

В структуре доходов АСИ в 2012 году преобладали средства, поступившие от благотворительных и некоммерческих организаций: они составили около 82% доходов АСИ, что почти на 20% больше, чем в 2011 году.

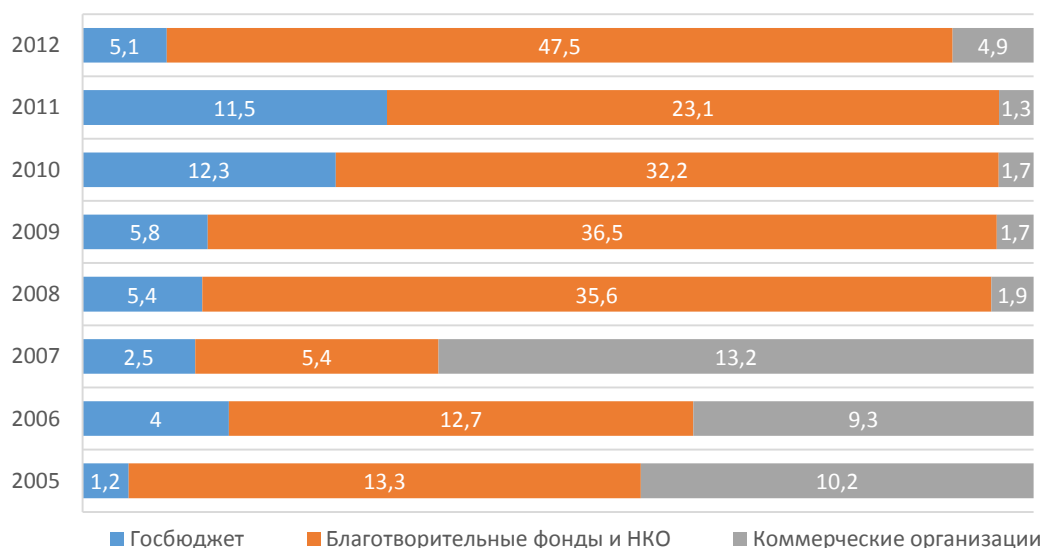
Нашими донорами в 2012 году стали Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям; Министерство экономического развития РФ (средства поступили в 2011 году); РОО «Институт проблем гражданского общества»; Агентство США по международному развитию (USAID); «Интерньюс»; Институт «Открытое общество» – Фонд содействия.

В 2012 году АСИ реализовало коммерческие проекты для «БИ-ПИ Эксплорейшен», АНО «Учебный центр менеджмента», ООО «Майкрософт Рус», Фонда «Поддержка памятников», ООО «Топ-Контент», АНО «Творческие индустрии», ООО «Прогресс-регион», Фонда «Петропавловск», ООО «Консалт Менеджмент», АНО «Новый пенсионер», ООО «МаксСервис», ООО «Эксперт».

Доходы АНО "АСИ" в 2012 году, млн руб.

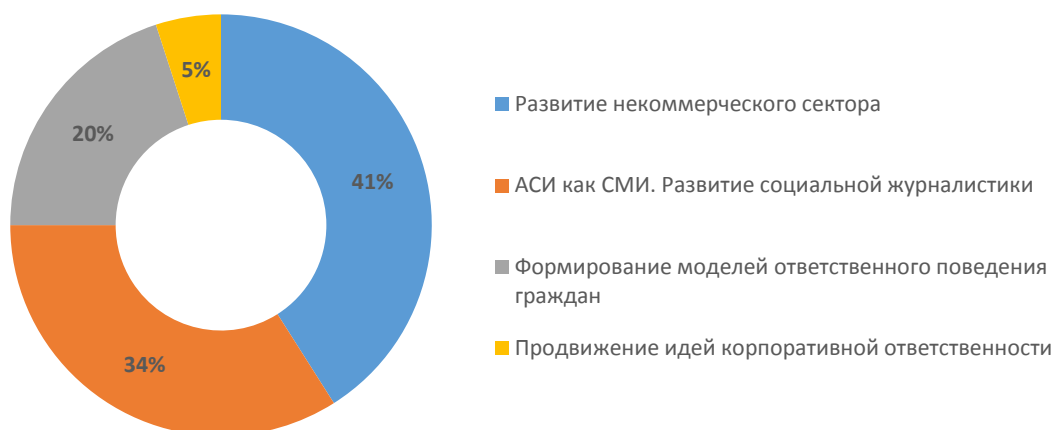


Доходы по источникам поступления, млн руб.





**Расходы АНО "АСИ" в 2012 году по направлениям деятельности, %**



## Приложения

### РЕГИОНАЛЬНАЯ СЕТЬ АСИ

#### Приволжский федеральный округ

АСИ-Нижний Новгород – на базе Нижегородской ассоциации неправительственных некоммерческих организаций «Служение»

АСИ-Пенза – на базе Пензенского регионального общественного благотворительного фонда «Гражданский союз»

АСИ-Пермь – на базе Пермской городской общественной благотворительной организации «Центр поддержки демократических молодежных инициатив»

АСИ-Самара – на базе Регионального благотворительного фонда «Самарская губерния»

АСИ-Саранск – на базе Саранской городской молодежной общественной организации «Молодежное информационное агентство»

АСИ-Ульяновск – на базе некоммерческой организации «Региональный информационно-ресурсный фонд»

#### Северо-Западный федеральный округ

АСИ-Архангельск – на базе Региональной благотворительной общественной организации «Архангельский центр социальных технологий «Гарант»

АСИ-Калининград – на базе Регионального некоммерческого благотворительного фонда местного сообщества «Калининград»

АСИ-Мурманск – на базе Мурманской ассоциации журналисток

АСИ-Санкт-Петербург – на базе Санкт-Петербургской благотворительной общественной организации «Центр развития некоммерческих организаций»

#### Сибирский федеральный округ

АСИ-Алтай – на базе Алтайской краевой общественной организации «Молодые журналисты Алтая»

АСИ-Иркутск – на базе Иркутской городской общественной организации «Гражданская информационная инициатива»

АСИ-Кемерово – на базе Кемеровской региональной общественной организации «Кузбасский центр "Инициатива"»

АСИ-Красноярск – на базе Красноярской региональной общественной организации «Агентство общественных инициатив»

АСИ-Новосибирск – на базе Межрегионального общественного фонда «Сибирский центр поддержки общественных инициатив»

АСИ-Улан-Удэ – на базе Республиканской общественной организации «Клуб "Фирн"»

#### Уральский федеральный округ

АСИ-Екатеринбург – на базе Некоммерческого партнерства «АСИ-Урал»

АСИ-Челябинск – на базе Челябинской городской общественной организации «Есть мнение»

#### Центральный федеральный округ

АСИ-Калуга – на базе Калужской областной молодежной благотворительной общественной организации «Здоровое завтра»

#### Южный федеральный округ

АСИ-Краснодар – на базе Автономной некоммерческой организации «Центр развития социально-культурных проектов «Своя траектория»



ТАБЛИЦА ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ GRI

Агентство социальной информации оценивает соответствие отчета требованиям и принципам Руководства по отчетности в области устойчивого развития GRI на уровне В.

Элементы отчетности / Показатели и GRI	Формулировка показателя	Расположение информации в отчете	Соответствующий элемент СДП Глобального договора ООН
	Заявление лица, принимающего решения	Стр. 1.	
2.1	Название организации	Автономная некоммерческая организация «Агентство социальной информации» (АНО «АСИ»).	
2.2	Основные виды деятельности	<p>Сбор и распространение оперативной информации и менеджмент социальных проектов. См. также раздел «Агентство социальной информации в 2012 году», стр. 3.</p> <p>Web-ресурсы:</p> <p>Основной сайт организации – <a href="http://www.asi.org.ru">www.asi.org.ru</a></p> <p>«Так просто!» (сайт о добрых делах и возможностях их делать) – <a href="http://www.tak-prosto.org">www.tak-prosto.org</a></p> <p>«Наши дети» (профилактика социального сиротства, продвижение семейных форм устройства детей-сирот) – <a href="http://www.nashi-deti.ru">www.nashi-deti.ru</a></p> <p>«НКО: законы развития» (все для эффективной работы НКО) – <a href="http://www.nkozakon.ru">www.nkozakon.ru</a></p> <p>«Социальная ответственность бизнеса» – <a href="http://www.soc-otvet.ru">www.soc-otvet.ru</a></p> <p>«Теплица социальных технологий» (партнерский проект) – <a href="http://www.te-st.ru">www.te-st.ru</a>.</p>	

2.3	<p>Функциональная структура организации, включая национальные офисы, отделения, филиалы, удаленные офисы, основные подразделения, операционные компании, дочерние компании и совместные предприятия</p>	<div>Совет учредителей</div> <div>Директор</div> <div> <div>Редакция</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Сбор, обработка и распространение информации для сайта <a href="http://www.asi.org.ru">www.asi.org.ru</a></li> </ul> </div> <div> <div>Отдел общественных связей и социальных проектов</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Разработка и реализация проектов по гражданской проблематике, в основном связанных с улучшением имиджа некоммерческого сектора и продвижением социально значимых инициатив.</li> </ul> </div> <div> <div>Редакционно-издательский отдел</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Подготовка к выпуску электронных и печатных изданий АСИ, а также в рамках оказания издательских услуг другим организациям</li> </ul> </div> <div> <div>Финансовый отдел</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Финансовый менеджмент и планирование, ведение бухгалтерского учета.</li> </ul> </div> <div> <div>Административно-технический отдел</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Обеспечение работы офиса, сайтов и оборудования, хранение информации</li> </ul> </div>	
2.4	Расположение штаб-квартиры	г. Москва.	
2.5	Число стран, в которых организация осуществляет свою деятельность	Россия.	
2.6	<p>Характер собственности и организационно-правовая форма.</p> <p>Информация об организационно-правовой форме и данных о регистрации НКО в качестве юридического лица</p>	<p>Автономная некоммерческая организация.</p> <p>Как юридическое лицо Агентство социальной информации было зарегистрировано 24 октября 1994 г., в декабре 1999 г. состоялась его перерегистрация.</p>	

## Таблица показателей результативности GRI

2.7	Целевая аудитория и стейкхолдеры, подвергающиеся влиянию организации	<ul style="list-style-type: none"> <li>СМИ;</li> <li>некоммерческие организации;</li> <li>подписчики новостей АСИ;</li> <li>российские компании.</li> </ul>	•
2.8	Масштаб организации:		
	количество членов и/или поддерживающих организаций и частных лиц;	АСИ не является членской организацией.	
	количество добровольцев (расчетные числа по категориям добровольцев)	АСИ привлекает от пяти до десяти (в зависимости от потребности) волонтеров только на отдельные акции и мероприятия.	
	Общий доход	57 538 053 руб.	
2.9	Существенные изменения масштабов, структуры или собственности	Существенных изменений не было.	
2.10	Награды, полученные за отчетный период	«Благодарности и дипломы», стр. 29.	
3.1	Отчетный период	2012 г.	
3.2	Дата публикации последнего из предшествующих отчетов	2011 г.	
3.3	Цикл отчетности	В организации принято решение о том, что АСИ готовит отчет о вкладе в устойчивое развитие один раз в три года. Выпускается ежегодный отчет о деятельности АСИ в электронном виде, который размещается на сайте <a href="http://www.asi.org.ru">www.asi.org.ru</a> . Таблица GRI прилагается к годовому отчету.	
3.4	Контактная информация	Почтовый адрес: 127006, г. Москва, а/я 58, АСИ. Тел./факс: (495) 799-55-63. По общим вопросам: <a href="mailto:secretar@asi.org.ru">secretar@asi.org.ru</a> Одел общественных связей: <a href="mailto:pr@asi.org.ru">pr@asi.org.ru</a> . Редакция: <a href="mailto:news@asi.org.ru">news@asi.org.ru</a>	

3.5	Процесс определения содержания отчета	<p>В 2012 г. в Агентстве социальной информации была сформирована рабочая группа по подготовке данного отчета, в которую вошли руководители отделов и директор организации.</p> <p>Рабочая группа в процессе очных совещаний и электронной переписки определила существенные темы отчета. При этом были приняты во внимание результаты сессий стратегического планирования, которые были проведены с участием ведущих менеджеров и сотрудников организации в 2012 году.</p> <p>При подготовке отчета было использовано Руководство по отчетности в области устойчивого развития GRI и Приложение для НКО-сектора.</p>	
3.6	Границы отчета	АНО «АСИ».	
3.7	Ограничения области охвата или границ отчетности	В отчет не включена информация о деятельности дочерней организации ООО «АСИ консалтинг» и деятельности партнерских организаций, на базе которых работает сеть АСИ.	
3.11	Существенные изменения относительно предыдущих периодов отчетности	Существенных изменений не произошло.	
3.13	Политика и применяемые практические подходы в отношении внешнего подтверждения отчета	Внешнее подтверждение отчета не проводится.	
4.1	Структура управления организации, включая основные комитеты в составе совета директоров	Стратегическое управление АСИ осуществляет Совет учредителей, в который входит шесть равноправных членов. В составе Совета не предусмотрено формирование каких-либо комитетов. Все вопросы рассматриваются всеми членами Совета в ходе регулярных (один раз в год), встреч. Внеочередные консультации и встречи с членами Совета происходят по мере необходимости.	

		Оперативное управление АСИ осуществляет директор.	
4.2	<p>Является ли председатель высшего руководящего органа одновременно исполнительным менеджером</p> <p>Укажите информацию о разделении полномочий между высшим руководящим органом и высшим менеджментом и/или исполнительным органом</p>	<p>Высшим руководящим органом АНО «АСИ» является Совет учредителей. Председатель высшего руководящего органа не является главным исполнительным менеджером АСИ.</p> <p>Члены Совета учредителей выполняют свои обязанности на добровольной основе.</p> <p>Совет учредителей регулярно заслушивает отчет о деятельности и финансовый отчет организации, обсуждает результаты работы за отчетный период и стратегию развития Агентства на будущий год. К компетенции Совета учредителей относится решение следующих вопросов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• внесение изменений в устав Агентства;</li> <li>• определение приоритетных направлений деятельности Агентства;</li> <li>• образование исполнительных и ревизионных органов и досрочное прекращение их полномочий;</li> <li>• утверждение годового отчета и годового бухгалтерского баланса;</li> <li>• назначение директора Агентства и досрочное прекращение его полномочий;</li> <li>• о создании коммерческих и некоммерческих организаций, об участии в таких организациях, открытии филиалов и представительств;</li> <li>• о реорганизации и ликвидации Агентства.</li> </ul> <p>Директор Агентства осуществляет текущее руководство деятельностью Агентства и подотчетен Совету учредителей.</p>	

		<p>Директор Агентства, в частности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• представляет интересы Агентства в государственных органах, а также в отношениях с российскими и иностранными юридическими и физическими лицами;</li> <li>• распоряжается имуществом Агентства;</li> <li>• заключает от имени Агентства договоры и иные сделки, выдает доверенности;</li> <li>• решает вопросы финансирования текущей деятельности;</li> <li>• утверждает штатное расписание, структуру и условия оплаты труда работников Агентства;</li> <li>• заключает трудовые договоры (контракты), принимает меры поощрения работников и налагает взыскания на них и др.</li> </ul>	
4.3	Количество независимых членов высшего руководящего органа	По состоянию на конец 2012 г. четверо из шести членов Совета учредителей не являлись сотрудниками организации.	
4.4	Механизмы, при помощи которых внутренние стейкхолдеры (например, члены организации), акционеры или сотрудники организации могут направлять деятельность высшего руководящего органа или давать ему рекомендации.	<p>В Агентстве социальной информации регулярно проводятся общие собрания коллектива, один раз в неделю проводятся рабочие совещания. Каждый сотрудник коллектива может напрямую обратиться к руководству организации лично или по e-mail.</p> <p>В 2012 г. сотрудники АНО «АСИ» принимали участие в стратегическом планировании и имели возможность свободно высказать свои предложения руководству.</p>	
4.5	Связь между выплатами членам высшего руководства и результатами деятельности организации	Члены Совета учредителей не получают вознаграждение за свою работу. Оплата труда директора организации осуществляется в соответствии со штатным расписанием.	



4.8	<p>Разработанные внутри организации заявления о миссии или ценностях, кодексы корпоративного поведения и др.</p>	<p>Миссия Агентства социальной информации – вносить вклад в устойчивое развитие общества, гармонизацию общественных отношений, содействуя росту доверия между различными секторами, организациями и людьми. АСИ создает благоприятную среду для ведения общественного диалога, развития гражданской активности и взаимной ответственности. Агентство стремится к тому, чтобы коммуникации между НКО, СМИ, органами власти и бизнесом носили конструктивный характер и приводили к согласию и взаимопониманию, которые необходимы для совместного решения социальных проблем.</p> <p>В 2011 году были разработаны и приняты <u>Этический кодекс сети Агентства социальной информации и Принципы формирования и деятельности сети Агентства социальной информации</u>, а также <u>Основы редакционной политики АСИ</u>.</p>	
4.9	<p>Процедуры, используемые высшим руководящим органом для надзора за тем, как организация оценивает свою экономическую, социальную и экологическую деятельность.</p> <p>Также укажите информацию о процедурах контроля эффективности программ</p>	<p>Регулярные отчеты директора организации членам Совета учредителей, а также отчетность в области устойчивого развития.</p> <p>Для контроля за эффективностью программ используются в разных случаях различные инструменты: анкетирование (on-line и off-line), интервьюирование, фокус-группы, тестирование продуктов. С 2008 г. в АСИ ежегодно проводится финансовый аудит целевого использования средств. Результаты аудита свидетельствуют в целом об эффективности систем внутреннего контроля, общего и финансового менеджмента, бухгалтерского и управленческого учета организации. Руководство АСИ учитывает результаты анализа эффективности программ и рекомендации аудиторов для совершенствования работы организации.</p>	

4.10	<p>Процессы оценки собственной результативности высшим руководящим органом</p> <p>Также опишите процессы назначения и освобождения от должности и укажите срок пребывания в официальной должности в высшем руководящем органе</p>	<p>В отчетный период такая оценка не проводилась.</p> <p>С момента регистрации АНО «АСИ» высшим исполнительным должностным лицом организации является директор – Елена Андреевна Тополева-Солдунова. Директор Агентства избирается и снимается с должности по решению Совета учредителей.</p>	
4.11	Применяет ли организация принцип предосторожности	Принцип предосторожности в организации не применяется в связи с тем, что деятельность организации не несет угрозу или вероятность нанесения ущерба здоровью человека или окружающей среде.	
4.12	Разработанные внешними сторонами хартии, принципы и т.д., в которых участвует организация	Стр. 3.	
4.13	Членство в ассоциациях и/или международных или национальных организациях	Агентство социальной информации является организационным стейкхолдером <u>Глобальной инициативы по отчетности (GRI)</u> и членом <u>Российской Сети Глобального договора ООН</u> .	
4.14	Перечень заинтересованных сторон	<p>Наши заинтересованные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• СМИ;</li> <li>• некоммерческие организации;</li> <li>• органы власти и местного самоуправления;</li> <li>• бизнес, придерживающийся принципов корпоративной ответственности;</li> <li>• ученые, преподаватели, студенты, профессионально интересующиеся вопросами развития гражданского общества;</li> <li>• уполномоченные по правам человека и правам ребенка;</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• социально активные граждане.</li> </ul>	
4.15	Основания для выявления и выбора заинтересованных сторон с целью дальнейшего взаимодействия	<p>Выявление заинтересованных сторон проведено в рамках стратегического планирования деятельности АСИ.</p> <p>Выбор заинтересованных сторон проведен с учетом результатов диалогов и основных общественно значимых проектов. С прошлого отчетного периода карта стейкхолдеров организации не пересматривалась.</p>	
4.16	Подходы к взаимодействию с заинтересованными сторонами	<p>Основными принципами взаимодействия с заинтересованными сторонами в организации являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• открытость;</li> <li>• подотчетность;</li> <li>• учет интересов заинтересованных сторон.</li> </ul> <p>Взаимодействие с заинтересованными сторонами строится в соответствии со стандартом AA1000SES.</p>	
4.17	Ключевые темы, поднятые или выявленные в процессе взаимодействия с заинтересованными сторонами	<p>В рамках стратегического планирования деятельности АСИ обсуждались такие темы как:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Имеющиеся и возможные источники финансирования;</li> <li>• Определение приоритетов в деятельности;</li> <li>• Возможные услуги, предоставляемые коммерческой основе;</li> <li>• Кадровые ресурсы: оптимальная численность персонала и распределение нагрузки;</li> <li>• Совершенствование системы управления.</li> </ul> <p>Кроме этого, проводились опросы целевых аудиторий в связи с проведением вебинаров и производством роликов социальной рекламы.</p>	

ЕС3	Обеспечение обязательств организации, связанных с пенсионным планом с установленными льготами	В организации нет собственной пенсионной программы и применяется государственная система трудовых пенсий.	
ЕС4	Значительная финансовая помощь от государства	Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям – 5 064 900 руб.	
ЕС5	Диапазон соотношения стандартной заработной платы начального уровня и установленной минимальной заработной платы в существенных регионах деятельности	Минимальная ставка в АНО «АСИ» в основном регионе деятельности – Москве – в 2,5 раза превышает установленный для данного региона уровень МРОТ.	Принцип 1.
ЕС7	Процедуры найма местного населения	В организации существует единая для всех категорий соискателей процедура найма на работу, при которой учитываются объективные критерии соответствия кандидата имеющейся вакансии, и в первую очередь, профессионально важные деловые и личные качества.	Принцип 6.
ЕН7	Инициативы по снижению косвенного энергопотребления и достигнутое снижение	За отчетный период таких инициатив в организации реализовано не было.	
ЕН26	Инициативы по смягчению воздействия продукции и услуг на окружающую среду	<p>Деятельность Агентства социальной информации носит непроеизводственный характер, поэтому наши воздействия на окружающую среду незначительны.</p> <p>Однако АСИ разделяет принципы устойчивого развития и старается вести свою деятельность так, чтобы минимизировать негативное воздействие на окружающую среду.</p> <p>В 2009 г. мы присоединились к <u>инициативе Гринпис «Зеленый офис».</u></p>	<p>Принцип 7.</p> <p>Принцип 8.</p> <p>Принцип 9.</p>

		<p>В рамках этой инициативы мы:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• используем бумагу для печати, сертифицированную Лесным попечительским советом (FSC);</li><li>• используем печать на оборотной стороне бумаги и двустороннюю печать;</li><li>• ведем экологическое просвещение сотрудников;</li><li>• собираем макулатуру.</li></ul> <p>В 2012 г. мы собрали 600 килограммов макулатуры, что на 260 килограммов больше, чем в 2011 году.</p>				
EN27	Доля проданной продукции и ее упаковочных материалов, возвращаемой для переработки производителю	Показатель нерелевантен для деятельности организации.				
EN28	Денежное значение значительных штрафов ... за несоблюдение экологического законодательства	За отчетный период штрафов на организацию не налагалось.	Принцип 8.			
LA1	Общая численность рабочей силы с разбивкой по типу занятости, договору о найме и региону	Численность сотрудников, чел.				
			Постоянных, в т.ч.		Временных	
			всего	мужчин	женщин	
		2008	36	4	32	17
		2009	36	3	32	20
		2010	33	3	30	20
		2011	33	3	30	
		2012	35	4	31	20
		Возраст сотрудников в 2012 г., чел.				
		< 30 лет	10			
От 30 до 50	16					
> 50 лет	9					

LA2	Общее количество сотрудников и текучесть кадров в разбивке по возрастной группе, полу и региону	<div>Количество сотрудников, покинувших организацию, чел.</div> <table><tr><td>Возраст</td><td>2012 г.</td></tr><tr><td>&lt; 30 лет</td><td>3</td></tr><tr><td>От 30 до 50</td><td>2</td></tr><tr><td>&gt; 50 лет</td><td>0</td></tr></table> <div>Все сотрудники, покинувшие организацию, были уволены по собственному желанию</div>	Возраст	2012 г.	< 30 лет	3	От 30 до 50	2	> 50 лет	0	Принцип 6.
Возраст	2012 г.										
< 30 лет	3										
От 30 до 50	2										
> 50 лет	0										
LA3	Выплаты и льготы, предоставляемые сотрудникам на условиях полной занятости, которые не предоставляются сотрудникам на условиях временной или неполной занятости	Социальные выплаты и льготы в организации отсутствуют. В исключительных случаях сотрудникам оказывается материальная помощь.									
LA4	Доля сотрудников, охваченных коллективными договорами	В организации нет коллективного договора.									
LA5	Минимальный период уведомления в отношении значительных изменений в деятельности организации	Согласно законодательству РФ.	Принцип 3.								
LA6	Доля персонала, представленного в совместных комитетах по здоровью и безопасности	Условия работы не являются вредными или опасными для здоровья сотрудников, поэтому таких комитетов не создано.	Принцип 1.								
LA7	Уровень производственного травматизма и т.д.	За отчетный период ни один из сотрудников не получил травм, не произошло ни одного смертельного случая.	Принцип 1.								
LA9	Отражение вопросов здоровья и безопасности в официальных	В организации не действует профсоюзная организация, так как численность персонала АСИ позволяет оперативно									



## Таблица показателей результативности GRI

	соглашениях с профсоюзами	решать все возникающие вопросы непосредственно при участии руководства организации, и не требует специальных процедур.	
LA10	Среднее количество часов обучения на одного сотрудника в год	22	
LA11	Программы развития навыков и образования	<p>Повышение квалификации корреспондентов осуществляется главным редактором в постоянном режиме. Для обучения вновь принятых на работу корреспондентов используется система наставничества</p> <p>Используются также возможности, предоставляемые внешними поставщиками услуг по запросам сотрудников и с одобрения руководителей отделов.</p> <p>В 2012 году сотрудники АСИ обучались на следующих семинарах:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• «Управление проектами в области социального предпринимательства»;</li> <li>• «Использование СПС «КонсультантПлюс»</li> <li>• «Вопросы поддержки деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций».</li> </ul>	
LA12	Доля сотрудников, для которых проводятся периодические оценки результативности	Оценка результативности для сотрудников не проводится.	
LA13	Состав руководящих органов с разбивкой по полу и возрастной группе с указанием представительства меньшинств и другого разнообразия	<p>На конец 2012 г. в состав Совета учредителей входили 6 человек. Из них 1 женщина и 5 мужчин.</p> <p>В составе членов Совета в возрасте до 50 лет – 1 чел., старше 50 лет – 5 чел.</p>	
LA14	Отношение базового оклада мужчин и женщин в разбивке по категории	Система оплаты труда строится в соответствии со штатным расписанием и не предусматривает выделения	

## Таблица показателей результативности GRI

	работников	постоянной и переменной частей. При определении ставок оплаты труда гендерный принцип не применяется.	
HR2	Доля существенных поставщиков и подрядчиков, прошедших оценку с точки зрения прав человека	Проведение такой оценки, с учетом характера закупок, осуществляемых АСИ, считаем нецелесообразным.	
HR3	Число часов обучения сотрудников политикам и процедурам, связанным с аспектами прав человека	Такое обучение в организации не проводится.	
HR4	Общее число случаев дискриминации и предпринятые действия	За отчетный период таких случаев не выявлено.	Принцип 1. Принцип 2. Принцип 6.
HR5	Деятельность, в рамках которой право на использование свободы ассоциации и ведение коллективных переговоров может быть подвержено существенным рискам ...	Руководство организации уважает право сотрудников на свободу ассоциации и не препятствует такого рода инициативам.	Принцип 1. Принцип 2. Принцип 3.
HR6	Деятельность, в рамках которой имеется значительный риск случаев использования детского труда	Учитывая высокий уровень требований, предъявляемых к сотрудникам для выполнения их профессиональных обязанностей, использование детского труда в рамках организации практически исключено.	Принцип 1. Принцип 2. Принцип 5.
SO1	Характер, сфера охвата и результативность любых программ и практических подходов, оценивающих воздействие организации на сообщества	«Формирование моделей ответственного поведения» (стр. 12), «Развитие некоммерческого сектора» (стр. 19).  Помимо тестирования роликов социальной рекламы был проведен опрос участников вебинаров. Всего было опрошено 52 человека. Большинство участвовали в нескольких мероприятиях, информация была воспринята и имела практическое применение: больше половины респондентов ответили, что	

		уже используют знания, приобретенные в ходе вебинаров. Позитивную оценку получил также справочник «Как повысить известность своей НКО», представленный на последнем вебинаре.	
S06	Общее денежное выражение финансовых и натуральных пожертвований политическим партиям	АСИ не освещает деятельность политических партий и не осуществляет пожертвований на деятельность партий, или связанных с ними организаций.	Принцип 10.
S07	Общее число случаев правовых действий в отношении организации в связи с противодействием конкуренции	Не зафиксировано.	
S08	Денежное выражение существенных штрафов и число нефинансовых санкций, наложенных за несоблюдение законодательства и нормативных требований	Таких штрафов не налагалось.	
PR2	Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам	Не зафиксировано.	Принцип 1.
PR3	Маркировка: Виды информации о свойствах продукции и услуг ... в отношении которых действуют требования к информации	В соответствии с требованиями Закона о СМИ сайт Агентства социальной информации <a href="http://www.asi.org.ru">www.asi.org.ru</a> , зарегистрированный как СМИ, в своих выходных данных содержит название зарегистрировавшего его органа и регистрационный номер, а также контактную информацию редакции.	
PR4	Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам.	Не зафиксировано.	

Таблица показателей результативности GRI

	касающимся информации и маркировки о свойствах продукции		
PR5	Практики, относящиеся к удовлетворению потребителей, включая результаты исследований по оценке степени удовлетворенности потребителя	АСИ регулярно проводит опрос своих клиентов с целью выявления их степени удовлетворенности услугами организации: по итогам обучающих семинаров, конференций, круглых столов и других мероприятий; анкетирование подписчиков новостей; фокус-группы с участниками программ.	
PR6	Программы по обеспечению соответствия законодательству, стандартам и добровольным кодексам в сфере маркетинговых коммуникаций, включая рекламу, продвижение продукции и спонсорство	При изготовлении и размещении социальной рекламы в СМИ АСИ руководствуется нормами законодательства РФ и, в частности, Федеральным законом «О рекламе» от 13.03.2006 и Федеральным законом «О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе"» от 03.06.2011.	
PR7	Общее количество случаев несоответствия законодательству, стандартам и добровольным кодексам в сфере маркетинговых коммуникаций, включая рекламу, продвижение продукции и спонсорство	Не зафиксировано.	
PR8	Общее количество обоснованных жалоб, касающихся нарушения неприкосновенности частной жизни потребителя и утери данных о потребителе	Не зафиксировано.	Принцип 1.
PR9	Денежное выражение существенных штрафов, наложенных за несоблюдение законодательства и нормативных	За отчетный период штрафов не налагалось.	

	требований, касающихся предоставления и использования продукции и услуг		
ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОГРАММ ДЛЯ НКО СЕКТОРА			
NG01	Процессы вовлечения групп стейкхолдеров, подвергающихся влиянию организации, в разработку, выполнение, мониторинг и оценку политик и программ	<p>АСИ активно взаимодействует с заинтересованными сторонами при разработке, выполнении, мониторинге и оценке своих политик, проектов и программ.</p> <p>Взаимодействие осуществляется через анкетирование, диалоги, рабочие встречи и другие формы.</p> <p>«Формирование моделей ответственного поведения» (стр. 12), «Развитие некоммерческого сектора» (стр. 19).</p>	Принцип 1.
NG02	Механизмы обратной связи, работы с жалобами в отношении программ/политик и определения ответных действий по фактам нарушения политик	<p>Организация проводит регулярный опрос своих заинтересованных лиц: анкетирование клиентов, опрос подписчиков новостей. На сайтах АСИ для обратной связи с заинтересованными сторонами дается контактная информация: телефон, e-mail, почтовый адрес организации.</p> <p>Ответы на жалобы дают сотрудники организации в индивидуальном порядке.</p>	Принцип 1.
NG03	Система мониторинга, оценки и извлечения уроков из программ (в том числе, измерение эффективности и влияния программ), надлежащие корректировки программ и то, как распространяется соответствующая информация	<p>По итогам проектов проводятся рабочие встречи руководителей и исполнителей проектов с целью подведения итогов, обсуждения достижений и неудач, извлечения уроков на будущее. Такие обсуждения проходят как внутри коллектива АСИ, так и с привлечением партнеров.</p> <p>См. также показатель 4.9.</p>	
NG04	Меры по интеграции гендерных вопросов и вопросов разнообразия в	Такие меры в отчетный период не принимались.	

	процессы разработки и выполнения программ, а также в цикл мониторинга и оценки и извлечения уроков		
NG07	Распределение ресурсов	<p>Учет в АНО «АСИ» ведется с использованием компьютерной техники и бухгалтерской программы 1С: Бухгалтерия в соответствии с Учетной политикой организации, утвержденной директором. Расходы по целевым средствам формируются отдельно по каждому проекту. Доходы и затраты по коммерческим договорам также учитываются на отдельных счетах отдельно по каждому коммерческому договору.</p> <p>Программные расходы определяются в соответствии с бюджетами проектов, утвержденных финансирующими организациями и в соответствии с заключенными договорами. Распределение общехозяйственных расходов осуществляется в соответствии с Политикой АНО «АСИ» по распределению таких расходов, утвержденной директором.</p> <p>Учет в АНО «АСИ» ведется бухгалтерией организации во главе с главным бухгалтером. Все расходы утверждаются руководителем. Отчеты по договорам пожертвования предоставляются каждому донору в соответствии с его требованиями. Бухгалтерский и налоговый учет ведется в полном соответствии законодательством РФ. Кроме того, в организации разработан ряд собственных документов, в том числе, «Учетная политика организации для бухгалтерского и налогового учета», «Правила внутреннего трудового распорядка», «Политика по учету рабочего времени сотрудников», «Политика по распределению общих расходов организации», «Политика по обоснованию</p>	



		<p>выбора поставщика», «Политика по субгрантам».</p> <p>По окончании года Совет учредителей утверждает расходование средств за год в соответствии с бюджетом организации. По требованию некоторых доноров проводится аудит программ.</p> <p>По заключениям аудиторов, АНО «АСИ» эффективно расходует средства. При осуществлении разного рода закупок, привлечении субконтракторов используются различные конкурсные механизмы.</p> <p>В частности, применяются обоснования выбора поставщика из, как минимум, трех возможных вариантов, в соответствии с разными критериями; проводятся тендеры при закупках на суммы свыше 150 тысяч руб. Создаваемые при этом конкурсные комиссии состоят из специалистов разных отделов. При закупках оргтехники одним из критериев выбора поставщика является экономия расходных материалов, электроэнергии и бумаги.</p>																																		
NG08	<p>Источники финансирования по категориям;</p> <p>пять наиболее крупных доноров и денежное выражение их вклада</p>	<table><tr><th colspan="3">Источники финансирования</th></tr><tr><td>1</td><td>Субсидии федерального бюджета</td><td>5 064 900 руб.</td></tr><tr><td>2</td><td>Пожертвования, гранты</td><td>46 323 237 руб.</td></tr><tr><td>3</td><td>Коммерческие услуги, прибыль от которых распределяется на уставную деятельность организации</td><td>5 433 634 руб.</td></tr><tr><td>4</td><td>Прочие поступления (доходы от курсовых разниц, проценты банка, др. внереализационный доход)</td><td>716 282 руб.</td></tr><tr><td colspan="2">Итого полученных средств</td><td>57 538 053 руб</td></tr><tr><th colspan="3">Наиболее крупные доноры:</th></tr><tr><td colspan="2">USAID</td><td>22 715 281 руб.</td></tr><tr><td colspan="2">Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям</td><td>5 064 900 руб.</td></tr><tr><td colspan="2">«Интерньюс»</td><td>21 864 836 руб.</td></tr><tr><td colspan="2">Институт «Открытое общество - Фонд содействия»</td><td>10 566 619 руб.</td></tr></table>	Источники финансирования			1	Субсидии федерального бюджета	5 064 900 руб.	2	Пожертвования, гранты	46 323 237 руб.	3	Коммерческие услуги, прибыль от которых распределяется на уставную деятельность организации	5 433 634 руб.	4	Прочие поступления (доходы от курсовых разниц, проценты банка, др. внереализационный доход)	716 282 руб.	Итого полученных средств		57 538 053 руб	Наиболее крупные доноры:			USAID		22 715 281 руб.	Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям		5 064 900 руб.	«Интерньюс»		21 864 836 руб.	Институт «Открытое общество - Фонд содействия»		10 566 619 руб.	
Источники финансирования																																				
1	Субсидии федерального бюджета	5 064 900 руб.																																		
2	Пожертвования, гранты	46 323 237 руб.																																		
3	Коммерческие услуги, прибыль от которых распределяется на уставную деятельность организации	5 433 634 руб.																																		
4	Прочие поступления (доходы от курсовых разниц, проценты банка, др. внереализационный доход)	716 282 руб.																																		
Итого полученных средств		57 538 053 руб																																		
Наиболее крупные доноры:																																				
USAID		22 715 281 руб.																																		
Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям		5 064 900 руб.																																		
«Интерньюс»		21 864 836 руб.																																		
Институт «Открытое общество - Фонд содействия»		10 566 619 руб.																																		

NGO9	Механизмы, обеспечивающие обратную связь с сотрудниками, возможность обращения сотрудников с жалобами и решение возникших вопросов	<p>Такими механизмами являются общее собрание коллектива, электронная почта, анкетирование сотрудников.</p> <p>См. также п. 4.4. настоящей таблицы.</p>	
------	--	---	--

### ПРИНЦИПЫ ГЛОБАЛЬНОГО ДОГОВОРА ООН

#### **Права человека**

Принцип 1: Деловые круги должны поддерживать и уважать защиту провозглашенных на международном уровне прав человека;

Принцип 2: Деловые круги не должны быть причастны к нарушениям прав человека.

#### **Трудовые отношения**

Принцип 3: Деловые круги должны поддерживать свободу объединения и реальное признание права на заключение коллективных договоров.

Принцип 4: Деловые круги должны выступать за ликвидацию всех форм принудительного и обязательного труда.

Принцип 5: Деловые круги должны выступать за полное искоренение детского труда.

Принцип 6: Деловые круги должны выступать за ликвидацию дискриминации в сфере труда и занятости.

#### **Окружающая среда**

Принцип 7: Деловые круги должны поддерживать подход к экологическим вопросам, основанный на принципе предосторожности.

Принцип 8: Деловые круги должны предпринимать инициативы, направленные на повышение ответственности за состояние окружающей среды.

Принцип 9: Деловые круги должны содействовать развитию и распространению экологически безопасных технологий.

#### **Противодействие коррупции**

Принцип 10: Деловые круги должны противостоять всем формам коррупции, включая вымогательство и взяточничество.