



Агентство социальной информации
информационная поддержка гражданских инициатив

Анализируем
Сопоставляем
Изменяемся

Отчет за 2004-2007 гг.

АСИ присоединилось к следующим российским и международным организациям и инициативам:



НКО-координаты



Социальная хартия
российского
бизнеса

Социальная хартия российского бизнеса



Глобальная инициатива по отчетности (Global Reporting Initiative)



Глобальный договор (Global Compact)

Обращение директора Агентства социальной информации	2
Раздел 1. Позиция АСИ в области устойчивого развития и нефинансовой отчетности	4
1.1. Контекст устойчивого развития	4
1.2. Цели и границы отчета, понимание и организация процесса отчетности	4
1.3. Используемые системы отчетности	5
Раздел 2. АСИ: визитная карточка организации	5
Раздел 3. Структура и система управления	7
3.1. АСИ в Москве	7
3.2. АСИ в регионах	8
Раздел 4. Членство в профессиональных и общественных организациях, участие в общественных инициативах	9
Раздел 5. Основные виды деятельности АСИ	10
5.1. Развитие гражданской активности	11
5.2. Повышение доверия между различными секторами общества	20
5.3. Формирование моделей ответственного поведения граждан	25
Раздел 6. Достижение устойчивости: организационные и экономические аспекты	33
6.1. Организационные аспекты	33
6.2. Экономические аспекты	33
6.3. Менеджмент качества	34
6.4. Деловая этика	36
Раздел 7. Сотрудники АСИ	37
7.1. Основные характеристики	37
7.2. Кадровые перестановки и карьерный рост	38
7.3. Повышение квалификации	38
7.4. Трудовой распорядок	38
7.5. Внутрикорпоративные коммуникации	38
7.6. Волонтерство и благотворительность	39
Раздел 8. Экологическая составляющая	39
Раздел 9. Консультации с заинтересованными сторонами	40
9.1. Основные заинтересованные стороны АСИ	40
9.2. Диалоги с заинтересованными сторонами в процессе отчетности	41
9.3. Позиция АСИ в отношении предложений, высказанных в ходе диалогов	43
10. Взгляд в будущее	44
11. Награды и благодарственные письма Агентству социальной информации	45
Приложения	47

Дорогие друзья!

Брошюра, которую вы держите в руках, – это отчет о деятельности Агентства социальной информации (АСИ) в 2004–2007 годах. Мы подготовили его для того, чтобы рассказать об очень важном периоде в жизни нашей организации, когда она претерпела значительные изменения и вышла на новые рубежи. В это время мы старались выполнять план стратегического развития, который в 2004 году сами для себя разработали на три года. Конечно, в течение этого довольно длительного периода происходили различные значимые события как во внешней среде, так и внутри организации. Многие из них невозможно было предвидеть, поэтому в план приходилось вносить коррективы. Не все поставленные задачи удалось выполнить, но появились и новые направления деятельности, и проекты, которые не были запланированы. И все же мы считаем, что за отчетный период смогли сделать значительный и впечатляющий рывок в нашем развитии. Главным ориентиром для нас была и остается наша миссия; все, что мы делаем, направлено на содействие диалогу и росту доверия между различными секторами общества, организациями и людьми, на информационную поддержку гражданских инициатив.

За 13 лет работы АСИ стало уникальным информационным ресурсом для СМИ, некоммерческих организаций, органов власти, бизнеса, вузов, исследователей и студентов. За последние четыре года значительно увеличилось количество получателей нашей информации, более чем в два раза выросла посещаемость основного информационного ресурса АСИ – сайта www.asi.org.ru. Мы осуществили его техническое перевооружение, он стал лучше и быстрее работать. Продолжали функционировать и были вновь созданы другие сайты Агентства: www.soc-otvet.ru, www.nkozakon.ru, www.nashi-deti.ru. Выходил журнал «Неком-



мерческое обозрение», различные электронные бюллетени, издавались книги и брошюры. Мы также смогли увеличить наш инструментарий по работе с общественным мнением. Помимо производства и распространения информационных продуктов, проведения мероприятий для СМИ, НКО и других целевых аудиторий, мы начали реализовывать полноценные социально-маркетинговые кампании, включающие производство роликов социальной рекламы и их размещение на различных носителях.

Благодаря возросшему авторитету, хорошей репутации, множеству деловых контактов в разных сферах нам нередко удавалось сокращать путь прохождения наиболее существенной информации и добиваться того, чтобы она скорейшим образом повлияла на принятие решений. Так, в 2006 году мы смогли внести значительный вклад в принятие смягченной версии поправок в законодательство об НКО.

Первые 9–10 лет АСИ в основном работало с некоммерческими организациями и средствами массовой информации, периодически взаимодействуя и с органами власти. За последние четыре года мы хорошо изучили специфику бизнес-сектора, построили доверительные отношения со многими компаниями и начали активно сотрудничать с ними. Это дало нам возможность влиять на то, чтобы компании активнее знакомились с понятиями и принципами корпоративного гражданства, ответственности, устойчивого развития и внедряли их в свою деятельность, чтобы коммуникации между ними и НКО были более эффективными и приводили к партнерству.

Мы провели большую работу по повышению прозрачности и подотчетности некоммерческих организаций. Инициировали широкую общественную дискуссию по этому поводу. Вместе с партнерскими

организациями добились того, чтобы эта дискуссия вышла на принципиально иной уровень.

За отчетный период наше Агентство смогло значительно повысить свою экономическую устойчивость. Сегодня мы имеем различные источники финансирования: частные фонды, бюджет РФ, международные организации, российские и международные компании. Финансирование поступает как в форме пожертвований и субсидий, так и в виде оплаты предоставляемых нами услуг.

Мы также считаем своим большим достижением формирование новой организационной структуры АСИ с ясной системой управления, создание политик и процедур, поддерживающих эту систему.

Главная предпосылка всех этих успехов и достижений – наши сотрудники, которые работают в АСИ прежде всего потому, что разделяют миссию Агентства и делают то, что им интересно, способствует росту их профессионального уровня и реализации личностного потенциала. Мы рады, что у АСИ есть заинтересованный Совет учредителей, принимающий активное участие в развитии организации. Мы растем благодаря поддержке наших доноров и замечательных партнеров из всех общественных секторов: НКО, власти, бизнеса, СМИ, академической среды.

Мы не ставили перед собой задачу детально рассказать в отчете о том, что мы делали эти четыре года. Если бы мы стали подробно описывать все программы, проекты и мероприятия, получилось бы несколько томов. Мы хотели передать наиболее важное, показать вектор нашего развития, основные достижения и трудности, с которыми мы сталкивались. Мы также постарались объяснить, в чем состоит уникальность нашей организации, чем она отличается от других. Определить эти глав-

ные моменты нам помогли наши стейкхолдеры, или заинтересованные стороны¹, с которыми мы провели встречи и интервью. Они рассказали нам, что считают наиболее существенным в нашей работе, что необходимо улучшить, а от чего можно отказаться. Правильно организовать работу с заинтересованными сторонами нам помог международный стандарт AA1000SES, разработанный Институтом социальной и этической отчетности (Institute of Social and Ethical Accountability).

Еще один важный аспект нашей работы и нашего отчета – это вклад, который вносит Агентство социальной информации в устойчивое развитие общества. Мы верим в то, что любая организация, даже совсем небольшая, может влиять на формирование более благоприятной окружающей среды, гармоничных отношений между людьми и социумами, способствовать сохранению природы. Мы попытались проанализировать работу АСИ с этой точки зрения, и в этом нам помогли международные рекомендации Глобальной инициативы по отчетности (Global Reporting Initiative, GRI), Глобальный договор ООН и Социальная хартия российского бизнеса. Эти документы предназначены в первую очередь для бизнеса, но мы смогли найти в них много полезного и для нашей организации.

Работа над отчетом помогла нам проанализировать нашу деятельность, увидеть достоинства и недостатки и наметить направления будущего развития. В 2008 году мы планируем создать новую стратегию развития на следующие три года.

Мы будем благодарны вам за внимание к нашему отчету и ваши отзывы, каждый из которых ценен для нас.

Елена Тополева,
директор Агентства
социальной информации

¹ Стейкхолдеры, или заинтересованные стороны, – это организации или люди, которые оказывают влияние на АСИ либо подвергаются влиянию с его стороны.

1. Позиция АСИ в области устойчивого развития и нефинансовой отчетности

1.1 Контекст устойчивого развития

В понимании АСИ устойчивое развитие общества – это ориентированный на долгосрочную перспективу процесс преобразования всех его составляющих: человеческого фактора, окружающей среды, экономики, гуманитарной сферы. При этом необходимым условием является гармоничное развитие всех компонентов, без доминирования одного из них над другими. Для достижения этой цели социальной и гражданской ответственностью современного поколения должно стать прогнозирование последствий своей деятельности, которые могут оказать негативное воздействие на качество жизни будущих поколений, и поиск путей минимизации возможных рисков.

АСИ стремится к тому, чтобы принципы устойчивого развития находили отражение как в деятельности организации, так и во внутренних процессах управления, включая развитие личностного потенциала сотрудников и добровольных помощников, повышение качества работы и продуктов Агентства, вклад в сохранение окружающей среды.

1.2. Цели и границы отчета, понимание и организация процесса отчетности

1.2.1. Процесс подготовки отчета

Для подготовки отчета была создана рабочая группа, в которую вошли руководящие сотрудники АСИ. Группа разработала концепцию отчета, определила его целевые аудитории, выбрала систему и границы отчетности, составила план работы, разграничила зоны ответственности каждого из членов группы. В обсуждении концепции отчета приняли участие все сотрудники ор-

ганизации. С этой целью на предварительном этапе подготовки отчета было организовано общее собрание сотрудников АСИ.

В процессе подготовки отчета была также проведена серия диалогов с представителями наиболее значимых для организации целевых групп. Результаты диалогов представлены в разделе «Консультации с заинтересованными сторонами» настоящего отчета.

1.2.2. Цель отчета

Целью первого отчета АСИ является информирование заинтересованных сторон о результатах работы Агентства за отчетный период. Отчет призван продемонстрировать соответствие деятельности организации ее миссии и принципам устойчивого развития, а также ожиданиям заинтересованных сторон.

1.2.3. Границы отчетности

В отчете представлена информация за период с 2004 по 2007 год, в течение которого организацией был реализован трехлетний план стратегического развития на 2005–2007 годы, разработанный в 2004 году. В отчете также упоминаются наиболее существенные события, которые произошли за установленными границами отчетности.

1.2.4. Основные принципы отбора информации для включения в отчет

Существенность

Под существенной информацией АСИ понимает темы и показатели, представляющие интерес для основных заинтересованных сторон. Процесс консультаций со стейкхолдерами подробно описан в одноименном разделе.

Отчет содержит описание основных направлений деятельности организации, результаты наиболее важных программ

1. Позиция АСИ в области устойчивого развития и нефинансовой отчетности

и проектов, а также структуру и систему управления. В отчет включены только те программы и проекты, которые затрагивают интересы большого количества людей, а результаты имеют широкое применение. Проекты локального характера в данном отчете не отражены.

Полнота

Степень внимания, уделяемого в отчете различным темам, пропорциональна их существенности. Критерии для определения существенности были сформулированы по результатам диалогов с заинтересованными сторонами, а также исходя из общих представлений о приоритетных направлениях деятельности некоммерческих организаций. В отчете представлена вся значимая информация, способная повлиять на мнения или решения заинтересованных сторон.

Охват заинтересованных сторон

Проведены диалоги со всеми основными группами стейкхолдеров. Результаты диалогов с заинтересованными сторонами приведены в разделе «Консультации с заинтересованными сторонами».

1.3. Используемые системы отчетности

Рабочая группа приняла решение о том, что первый отчет АСИ будет ориентирован на Руководство по отчетности в области устойчивого развития. В отчете используются принципы и элементы отчетности, предложенные версией GRI 3.0, а также некоторые применимые для некоммерческих организаций показатели².

Отчет подготовлен также с использованием AA1000SES (Stakeholder Engagement Standard) – стандарта взаимодействия с заинтересованными сторонами и AA1000 Framework (базовый стандарт серии AA1000), разработанных Институтом социальной и этической отчетности.

В отчете отражено стремление АСИ (насколько это возможно для некоммерческой организации) соответствовать принципам Глобального договора ООН и Социальной хартии российского бизнеса.

2. АСИ: визитная карточка организации

Агентство социальной информации (АСИ) – некоммерческая неправительственная организация, созданная как независимое агентство по продвижению гражданских инициатив и информационной поддержке третьего сектора.

АСИ сегодня – одна из немногих организаций, развивающих диалог между различными секторами общества: некоммерческими организациями, властью, СМИ

и социально ответственным бизнесом. Агентство распространяет информацию о гражданских инициативах и корпоративном гражданстве, организует и модерировать работу дискуссионных площадок, на которых представители различных секторов могут услышать и понять друг друга. АСИ стремится привлечь внимание к злободневным социальным проблемам, выводя их из тени и инициируя общественное обсуждение.

² В настоящее время Глобальная инициатива по отчетности (GRI) приступила к разработке специального приложения по отчетности для некоммерческих организаций. Использование же G3 представляет сложности в силу неприменимости ряда показателей к деятельности некоммерческих организаций.

2. АСИ: визитная карточка организации

История АСИ началась в 1994 году. Учредителями Агентства выступили частные лица: Елена и Андрей Тополевы – на тот момент сотрудники информационного агентства «Постфактум», Олег Зыков – президент Российского благотворительного фонда «Нет алкоголизму и наркомании», Игорь Доненко – президент благотворительного фонда «Душа человека», Андрей Вакуленко – президент педагогического объединения «Радуга» и другие.

АСИ является одной из лидирующих экспертных организаций в области гражданских инициатив, социальной ответственности бизнеса и построения взаимодействия с заинтересованными сторонами. АСИ инициирует и реализует широкий круг социальных проектов, проводит мероприятия для прессы, занимается издательской деятельностью. Агентство также организует общественные кампании, направленные на изменение отношения населения к социально значимым проблемам. АСИ содействует продвижению корпоративной социальной ответственности российского бизнеса, способствует устойчивому развитию компаний и укреплению их диалога с НКО.

Агентство социальной информации сегодня – это:

- коллектив единомышленников, в который входит 28 постоянных сотрудников с профессиональным опытом в области журналистики, PR, социального маркетинга и международных стандартов нефинансовой отчетности;
- организация с опытом успешной реализации более 70 крупных социально значимых проектов, поддержанных российскими и зарубежными фондами, коммерческими и некоммерческими организациями;
- информационное агентство, ежедневно распространяющее около 50 новостей о работе НКО и событиях в социальной сфере федерального и регионального уровней;
- сеть партнерских некоммерческих организаций более чем в 25 российских регионах;
- консалтинговое агентство, принявшее участие в подготовке 24 социальных отчетов и отчетов в области устойчивого развития российских и международных компаний.

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.

3. Структура и система управления

3.1. АСИ в Москве

Большая часть деятельности, описанной в данном отчете, выполнялась автономной некоммерческой организацией «Агентство социальной информации». В отчете также представлены наиболее значимые результаты работы «дочерних» структур АСИ, которые тесно связаны с Агентством:

- Региональной общественной организации содействия гражданскому просвещению «Актуальная социальная информация». Организация создана в 2004 году для реализации проектов, связанных с просветительской деятельностью и развитием сети АСИ;
- Общества с ограниченной ответственностью «АСИ-консалтинг». Организация создана в 2006 году с целью оказания услуг компаниям в сфере корпоративной ответственности, нефинансовой отчетности, построения системы взаимоотношений с заинтересованными сторонами.

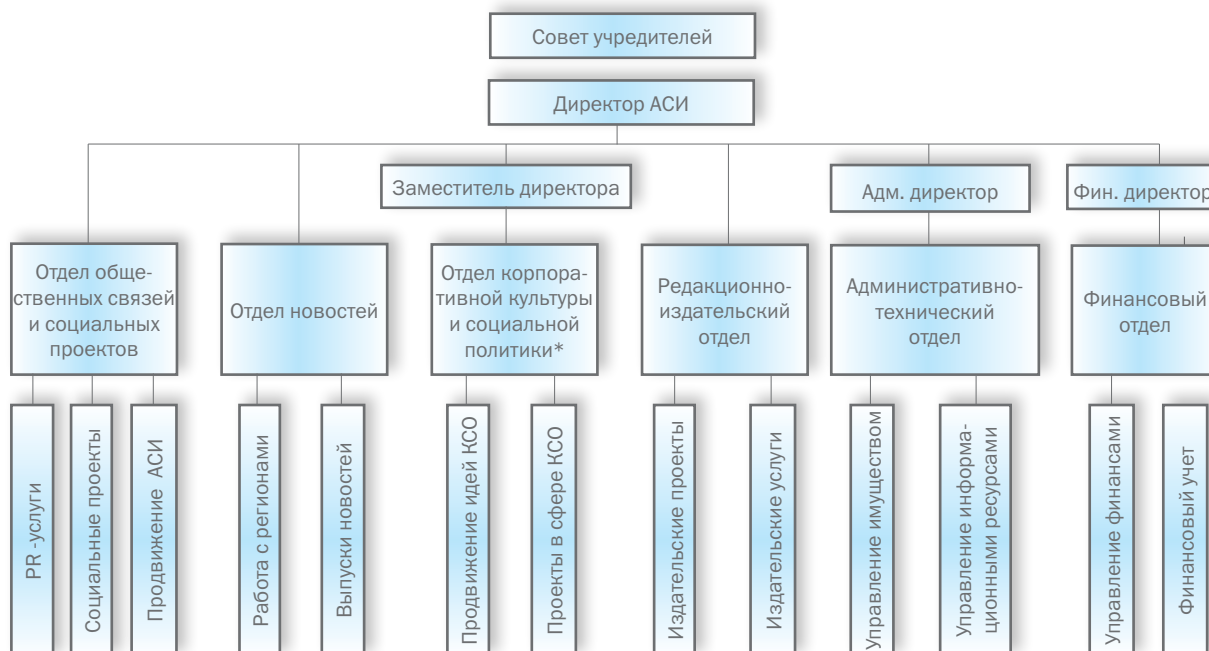
Стратегическое управление АСИ осуществляется Советом учредителей, в который входит шесть равноправных членов. Совет

учредителей собирается один раз в год, заслушивает отчет о деятельности организации, обсуждает результаты работы за отчетный период и стратегию развития Агентства на будущий год. Внеочередные консультации и встречи с членами Совета проходят по мере необходимости.

Оперативное управление АСИ осуществляет директор.

В период с 2005 по 2007 год деятельность АСИ реализовывалась в соответствии с трехлетним планом развития, который был разработан в рамках стратегического планирования в 2004 году. В планировании принимали участие руководители отделов и ряд сотрудников АСИ, с проектом стратегического плана были ознакомлены все сотрудники – им была предоставлена возможность высказать свои замечания и реакцию на объявленные цели и задачи организации. Кроме того, по итогам планирования была утверждена новая организационная и функциональная структура Агентства, а также разработан ряд новых управленческих документов, приняты решения по реформированию системы оплаты труда. Для каждого отдела были утверждены собственные планы развития.

Структура управления АСИ



* В 2006 г. реформирован в ООО «АСИ-консалтинг»

3. Структура и система управления

В Агентстве существуют политики и процедуры, регулирующие различные сферы деятельности и процессы:

- положение об оплате труда;
- политика по учету рабочего времени сотрудников;
- политика по выделению целевого финансирования, субпожертвований и субгрантов;
- правила командирования сотрудников;
- правила осуществления закупок продукции и услуг;
- порядок распределения общих расходов;
- процедура найма на работу.

Отдел новостей занимается сбором, обработкой и распространением информации о гражданских инициативах, деятельности некоммерческих организаций в России, социальной ответственности бизнеса и событиях социальной сферы, которые оказывают влияние на гражданское общество. Отдел тесно взаимодействует с региональной сетью АСИ (см. раздел «АСИ в регионах»).

Отдел общественных связей и социальных проектов разрабатывает и выполняет проекты по гражданской проблематике, в основном связанные с улучшением имиджа некоммерческого сектора и продвижением социально значимых инициатив.

Отдел корпоративной культуры и социальной политики нацелен на продвижение концепции корпоративной ответственности в России и оказание поддержки компаниям в области корпоративной ответственности и нефинансовой отчетности. В связи со специфичностью решаемых задач в 2006 году отдел был выделен в отдельную организацию – ООО «АСИ-консалтинг».

Редакционно-издательский отдел готовит к выпуску электронные и печатные издания АСИ, а также издания по социальной тематике других организаций, которые обращаются в Агентство за такого рода услугой.

Финансовый отдел отвечает за обеспечение финансового менеджмента и планирования в организации, ведение бухгалтерского учета, сдачу финансовых отчетов контролирующим органам и донорам.

Административно-технический отдел обеспечивает бесперебойную работу офиса, сайтов и оборудования, хранение информации.

3.2. АСИ в регионах

Сеть АСИ объединяет региональные некоммерческие организации, хорошо разбирающиеся в специфике некоммерческого сектора своего региона, имеющие прочные контакты с местными СМИ и органами власти, а также профессиональный опыт в области журналистики и связей с общественностью. Сеть действует по принципу добровольности объединения. Все входящие в нее организации являются независимыми и управляются самостоятельно.

Количество членов сети может меняться в связи с присоединением одних и снижением активности либо прекращением деятельности других. Однако костяк остается неизменным практически с момента создания сети в 1995 году. Список членов региональной сети АСИ см. в Приложении 2.

Основной целью сети является подготовка региональных новостей для сайта АСИ и распространение их в своем регионе. За более чем 13 лет деятельности Агентство стало известным и популярным информационным ресурсом для НКО и об НКО, поэтому сами некоммерческие организации также присылают новости в АСИ, и поток «самотека» растет год от года. Это позволяет говорить об АСИ как об уникальном информационном ресурсе, отражающем последние события из жизни некоммерческого сектора в федеральном масштабе.

3. Структура и система управления

Члены региональной сети также являются партнерами Агентства по реализации ряда социальных проектов (см. раздел «Основные виды деятельности АСИ»).

Для поддержания постоянных контактов между членами сети организована работа специального листа рассылки. Кроме того,

ежегодно члены сети общаются лично на традиционных осенних встречах АСИ, приуроченных к 24 октября – дню рождения организации. На встречах обсуждаются актуальные проблемы и перспективы развития некоммерческого сектора, а также организационные вопросы и возможности дальнейшего развития сети.

Участие членов и партнеров сети АСИ в реализации межрегиональных проектов*



* С 2004 по 2007 год реализовано 14 таких проектов в 30 городах РФ.

4. Членство в профессиональных и общественных организациях, участие в общественных инициативах

С 2004 года Агентство социальной информации является организационным членом Глобальной инициативы по отчетности – организации, разработавшей Руководство по отчетности в области устойчивого развития,

которое применяют сотни организаций в разных странах мира, в том числе и в России.

В 2006 году АСИ присоединилось к Социальной хартии российского бизнеса –

4. Членство в профессиональных и общественных организациях, участие в общественных инициативах

своду основополагающих принципов социально ответственной деловой практики, которые применимы в повседневной деятельности любой организации, вне зависимости от профиля деятельности и формы собственности. Документ разработан Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП).

Агентство социальной информации одним из первых подписало «НКО-координаты» – основные принципы деятельности некоммерческих организаций в РФ. Документ определяет параметры ответственной деятельности, открытости и прозрачности некоммерческих организаций. АСИ являлось модератором процесса его создания (см. раздел «Создание основных принципов

деятельности НКО»). Документ был открыт к подписанию 15 февраля 2008 года.

1 мая 2008 года АСИ присоединилось к Глобальному договору ООН – одному из основных международных документов, определяющих принципы корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития. Принципы договора охватывают четыре области: права человека, трудовые отношения, охрану окружающей среды и противодействие коррупции. Поддерживая эту инициативу, АСИ демонстрирует свою приверженность идеям социальной ответственности и твердое намерение реализовывать их в рамках своей деятельности.

5. Основные виды деятельности АСИ

Агентство социальной информации является некоммерческой организацией и не ставит своей целью получение прибыли. Деятельность Агентства направлена на решение общественно значимых проблем. Выбор конкретных областей работы зависит от актуальности проблемы и имеющихся у организации опыта и ресурсов. Основные направления деятельности на период с 2005 по 2007 год были определены по результатам стратегического планирования в 2004 году. Деятельность Агентства за отчетный период была нацелена на решение следующих задач.

Развитие гражданской активности

АСИ считает, что основным элементом гражданского общества являются некоммерческие организации. Поэтому данное направление деятельности прежде всего нацелено на укрепление позиций некоммерческого сектора, под эгидой которого

происходит объединение граждан для решения широкого спектра социальных проблем, развития гражданской активности и общественного контроля.

Повышение доверия между различными секторами общества

АСИ убеждено, что существенный прогресс в общественном развитии может быть достигнут только благодаря консолидированным усилиям всех секторов общества. Для этого Агентство развивает диалог между ними, содействуя росту взаимопонимания и доверия.

Формирование моделей ответственного поведения граждан

АСИ осознает, что одним из неперенных условий устойчивого развития общества является формирование моделей ответственного поведения его граждан, в основе

5. Основные виды деятельности АСИ

Направления деятельности АСИ



которых лежит чувство личной ответственности каждого за благополучие своего и будущих поколений. АСИ стремится повысить уровень вовлеченности граждан в решение социально значимых проблем, в том числе через волонтерскую деятельность.

5.1. Развитие гражданской активности

5.1.1. Информирование общественности о деятельности НКО

Почему мы это делаем

Специфика российского некоммерческого сектора связана с тем, что он возник относительно недавно и поэтому еще недостаточно укоренился в жизни общества. В последнее десятилетие в России появилось много некоммерческих организаций,

однако деятельность большинства из них мало известна. АСИ стало первым информационным агентством, рассказывающим о деятельности некоммерческого сектора в России, продолжает делать это и сегодня. Для АСИ крайне важно донести до людей информацию о том, как работа некоммерческих организаций в Москве и регионах помогает решать различные социальные проблемы и улучшать жизнь общества. Это не только укрепляет имидж сектора, но и привлекает единомышленников – людей, готовых тратить свое время и силы на то, чтобы помочь другим.

Как мы это делаем

Новости Агентства социальной информации (www.asi.org.ru)

АСИ – это уникальное информационное агентство с более чем 13-летней историей. Агентство специализируется на освещении деятельности некоммерческих организаций. Особенность новостей АСИ – их

5. Основные виды деятельности АСИ

Содержание рубрик сайта АСИ

Благотворительность и добровольчество – информация о благотворительных и добровольческих акциях донорских и некоммерческих организаций, а также о социальных программах бизнеса.

Граждане – материалы, посвященные вопросам семьи и детства, гендерным аспектам и женскому движению, молодежным инициативам; информация о мероприятиях, направленных на решение проблем детей-сирот, пожилых людей, молодежи, женщин.

Здоровье – новости, посвященные вопросам здравоохранения, решению проблем инвалидов, в том числе детей-инвалидов, онкобольных, больных гемофилией, а также информация о мероприятиях, направленных на борьбу с социальными болезнями общества, такими как наркомания, туберкулез, ВИЧ/СПИД и др.

Образование – материалы, посвященные вопросам науки и образования, образовательным проектам и программам, форумам, семинарам, курсам, фестивалям, новым технологиям и т.д.

Организации – информация об НКО и для НКО: о различных конкурсах, новых проектах и начинаниях НКО, коалициях, о вакансиях в сфере некоммерческого сектора, новых изданиях, форумах, конференциях, обучающих мероприятиях и т.д.

Права и право – материалы, посвященные вопросам соблюдения прав человека, толерантности, законотворчеству, а также деятельности правозащитных организаций.

Среда – информация о городских проблемах, вопросах ЖКХ, самоуправления, событиях жизни крупных мегаполисов, а также о вопросах экологии и охраны окружающей среды, о проблемах особо охраняемых природных территорий, экологических акциях и инициативах.

позитивная окрашенность, поскольку преобладающая часть информации посвящена успешному опыту решения социальных проблем и гражданским инициативам.

Сводки новостей федерального выпуска включают информацию из более чем 60 российских регионов, в свыше 20 из них сообщения готовят собственные корреспонденты Агентства. Подготовка новостей АСИ

осуществляется при участии региональных организаций – членов сети АСИ (см. раздел «АСИ в регионах»). Благодаря их вкладу информационная лента ежедневно пополняется новостями, что повышает ее ценность как источника уникальной информации о некоммерческом секторе.

Новости АСИ в первую очередь адресованы журналистам и редакциям, освещаю-



Я работаю редактором отдела новостей АСИ со дня основания Агентства. Наши ежедневные новости, анонсы и объявления информируют о событиях, происходящих в третьем секторе. Мы рассказываем о гражданских инициативах, о деятельности различных НКО, о том, какие проблемы их волнуют, и об их успехах. Я всегда радуюсь, когда нам удастся привлечь внимание и СМИ, и органов власти, и общественности к какому-либо важному событию или инициативе, исходящей непосредственно от НКО. И когда из этой «искорки» разгорается пламя и начинается движение в обществе, я испытываю гордость за свою работу. В такие моменты особенно ясно осознаешь всю значимость того, что делает АСИ.

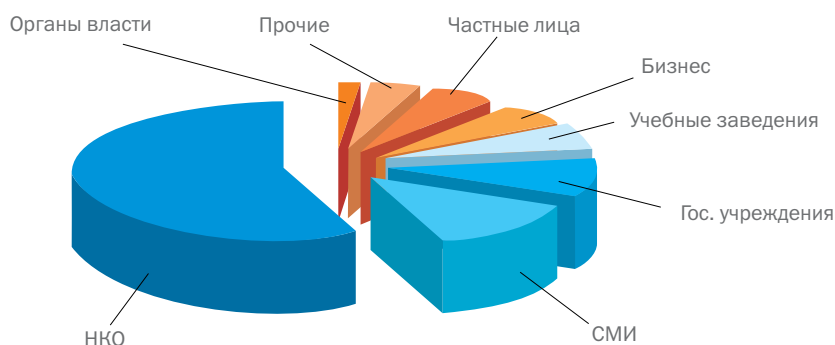
*Елена Крючкова,
редактор отдела новостей*

5. Основные виды деятельности АСИ

Новости АСИ являются востребованным продуктом. Об этом свидетельствуют результаты опроса подписчиков, проведенного в 2007 году в рамках подготовки данного отчета. Подавляющее большинство респондентов (88%) отметили, что они используют получаемую информацию в профессиональных целях, 12% – для осуществления волонтерской деятельности, 10% – для повышения своей информированности о жизни гражданского общества.

Новости АСИ удовлетворяют потребностям целевых аудиторий. Абсолютное большинство респондентов (73%) подтвердили, что они получают из новостей АСИ необходимую им информацию, 81% опрошенных отметили, что благодаря новостям АСИ им доступна уникальная информация, которую невозможно найти в других источниках. Оперативностью предоставления информации удовлетворено около половины респондентов.

Распространение информации АСИ по категориям подписчиков



щим социальную тематику. Они призваны удовлетворять профессиональным потребностям работников СМИ в информации социального характера, которую они могут использовать для подготовки собственных материалов. Подписчиками новостей также являются НКО, представители органов власти различных уровней, научных учреждений, международных организаций, менеджеры компаний, специалисты и эксперты, студенты и преподаватели. Новости АСИ распространяются бесплатно.

Информационно-аналитические материалы

АСИ выпускает электронные и печатные издания, посвященные различным социальным темам. Среди информационных продуктов АСИ преобладают периодические издания, адресованные конкретным целевым аудиториям: органам власти, СМИ, НКО и др.

В 2005–2006 годах АСИ подготовило 12 выпусков ежемесячного электронного бюллетеня «Социальный календарь», адресованного журналистам. Каждый выпуск представлял собой подборку информации об официальных праздниках, исторических датах и событиях предстоящего месяца, связанных с социальной проблематикой. В бюллетене также публиковались комментарии экспертов и справочная информация о НКО, специализирующихся на решении поднятых в выпуске проблем. Формат календаря был выбран с учетом того, что в прессе часто размещаются материалы, приуроченные к определенным памятным датам и праздникам. Эффективность такой формы подтвердили сами журналисты, отметившие, что «Социальный календарь» помог им найти новые темы для публикаций и свежие источники информации. В конце 2006 года по выпускам бюллетеня была издана печатная версия справочника для журналистов «Социальный кален-

5. Основные виды деятельности АСИ

Работа в Агентстве социальной информации дает мне возможность достойно жить, делая то, что я люблю и, как мне кажется, умею. Я горжусь тем, что наши книги, брошюры, буклеты и даже открытки помогают людям в решении тех многочисленных проблем, с которыми они сталкиваются.

**Елена Дубченко,
руководитель редакционно-издательского отдела**

дарь. 12 месяцев из жизни гражданского общества».

С 2005 года АСИ издает ежеквартальный журнал «Некоммерческое обозрение», адресованный представителям органов власти. Журнал рассказывает о работе НКО и положительном опыте сотрудничества организаций с органами власти и бизнесом. Задача журнала – повысить информированность чиновников о деятельности некоммерческих организаций и способствовать развитию партнерства. Журнал рассылается бесплатно представителям исполнительной и законодательной власти в Москве и регионах.

АСИ также выпускает тематические печатные издания по социальным вопросам: брошюры, информационно-аналитические бюллетени, учебные пособия по журналистике и PR в социальной сфере, сборники материалов конференций, справочники, исследования и другие материалы. Эти издания адресованы в первую очередь журналистам, представителям органов власти, а также НКО. Список изданий АСИ см. в Приложении 3.

Результаты

Каждый день на сайте АСИ размещается около 50 новостей. Подписчики имеют возможность получать либо ежедневную рассылку, либо еженедельный выпуск, который включает от 100 до 220 актуальных сообщений. Кроме того, члены региональной сети АСИ выпускают собственные сводки новостей, распространяемые в своих регионах.

Получателями новостей АСИ на конец 2007 года являлись более 700 федеральных, региональных и районных СМИ, около 2700 НКО, свыше 300 представителей органов власти различных уровней, более 200 менеджеров компаний.

Всего в 2004–2007 годах АСИ было издано 15 информационно-аналитических бюллетеней и 29 печатных изданий, десять номеров журнала «Некоммерческое обозрение», четыре выпуска информационного бюллетеня «Законодательство об НКО» и 12 выпусков электронного бюллетеня «Социальный календарь».

5.1.2. Социальная журналистика

Почему мы это делаем

АСИ видит одну из своих задач в повышении профессиональной компетентности журналистов, пишущих на социальные темы, и увеличении количества качественных, сбалансированных публикаций.



5. Основные виды деятельности АСИ

Развитие направления «социальная журналистика» также помогает АСИ решить одну из наиболее острых внутренних проблем организации в области кадрового менеджмента: Агентство постоянно испытывает дефицит корреспондентов, грамотно пишущих на социальные темы. Обучающий курс по социальной журналистике включает практику в АСИ, и впоследствии некоторые из слушателей курсов приходят в Агентство на постоянную работу.

Как мы это делаем

Агентство социальной информации разработало и активно внедряет в российских вузах ряд образовательных программ для начинающих журналистов. Среди них наибольшей популярностью пользуется курс по социальной журналистике, который был запущен в 2002 году совместно с кафедрой периодической печати факультета журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова (МГУ). Занятия проходят в форме спецкурса, творческой студии-семинара, мастер-классов. Студенты не только слушают лекции, но и посещают авторитетные некоммерческие организации, встречаются с экспертами, известными журналистами. Слушателями курса на протяжении шести лет являются студенты второго–четвертого курсов дневного отделения факультета, обучающиеся по специальности «периодическая печать», в творческую студию АСИ также могут записаться студенты других специализаций (радио, ТВ, информационно-издательского дела, рекламы и PR) и вечернего отделения. О большом потенциале курса сви-

детельствует интерес к нему со стороны студентов, поддержка преподавателей и руководства вуза, а также представителей СМИ, НКО и органов власти.

За последние шесть лет курс по социальной журналистике с помощью партнеров АСИ в регионах был введен либо в число основных дисциплин, либо в дисциплинарный план в рамках специальных дисциплин в ряде российских вузов, в частности в Мурманском гуманитарном институте, Алтайской академии экономики и права, Нижегородском государственном университете им. Н.И. Лобачевского, Институте государственной службы и управления Пензенского государственного университета, Пермском государственном университете. Курс также преподавался как факультатив в Ульяновском государственном университете, Ульяновском государственном техническом университете и Ульяновском государственном педагогическом университете.

АСИ видит свою дальнейшую задачу в увеличении числа профильных вузов, включающих в свои программы предмет «социальная журналистика». Для оптимизации процесса обучения в 2006 году Агентство запустило дистанционный курс по социальной журналистике на базе Центра дистанционного образования МГУ, который пользуется огромной популярностью среди студентов, журналистов, преподавателей и научных сотрудников.

Помимо курса по социальной журналистике, АСИ разработало и проводит тре-



Мы иногда в шутку зовем АСИ «кузницей кадров». К нам часто приходят молодые журналисты, которые поначалу мало что знают и умеют. Они учатся, набираются опыта и... нередко уходят, исчерпав возможности для роста, которые может предоставить наша не очень большая организация. Но мы не обижаемся: везде, где бы они ни работали, слова «гражданское общество» и «социальная журналистика» не будут для них пустым звуком. А это значит, что круг наших единомышленников стал еще шире.

**Андрей Тополев,
административный директор АСИ**

5. Основные виды деятельности АСИ

нинги («Создание новостей», «Издание информационного бюллетеня»), а также другие программы для журналистов по социальной проблематике. В ходе тренингов начинающие журналисты учатся объективно освещать такие темы, как социальное сиротство, благотворительная деятельность бизнеса, корпоративная социальная ответственность, проблема ВИЧ/СПИДа, исполнение наказаний и многое другое.

В 2005 году Агентство провело двухдневную межрегиональную конференцию по социальной журналистике с участием преподавателей и лучших студентов. В рамках конференции прошли мастер-классы, лекции, семинары для преподавателей, экскурсии для студентов в редакции СМИ и НКО.

Результаты

Обучение по программам социальной журналистики, разработанным АСИ совместно с кафедрой периодической печати МГУ им. М.В. Ломоносова, в год проходят в среднем 40 студентов главного университета страны.

Преподавание социальной журналистики по методике, разработанной АСИ совместно с кафедрой периодической печати МГУ им. М.В. Ломоносова, было включено в программу пяти российских вузов.

Более 50 студентов прошли практику в Агентстве социальной информации, семь из них работали в качестве корреспондентов АСИ.

Дистанционный курс по социальной журналистике закончили 498 слушателей.

Выпущено и распространено три пособия по социальной журналистике: «Сокращая дистанцию» (Опыт проведения дистанционных курсов по гражданской тематике, 2007 г., 600 экз.); «Социальная журналистика: профессия и позиция», 2005 г., 1000 экз.; «Светлая полоса. Спецкурс по социальной журналистике», 2004 г., 1000 экз.

5.1.3. Развитие некоммерческого сектора

Почему мы это делаем

2006 год стал для некоммерческих организаций очень сложным в первую очередь из-за принятия Федерального закона «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации», усложнившего механизмы правового регулирования деятельности НКО. Ужесточения коснулись процедур создания некоммерческих организаций и общественных объединений, их отчетности и проверок, а также расширения перечня оснований для ликвидации. Одновременно с этим НКО подверглись целой серии обвинений, в том числе со страниц СМИ, в недостаточной прозрачности своей деятельности и даже шпионаже на деньги западных грантодателей.

Необходимость соответствовать положениям нового закона потребовала от НКО более профессионального подхода к своей финансово-хозяйственной деятельности. Однако, как показала практика, у многих организаций не оказалось достаточных ресурсов для оплаты услуг профессиональных юристов и бухгалтеров. Это создало угрозу закрытия некоторых, в особенности небольших, организаций. Для того чтобы предотвратить возможные негативные последствия, с инициативами по адаптации НКО к новым правовым условиям выступил ряд ведущих некоммерческих организаций. Большинство этих инициатив касалось предоставления бесплатных юридических консультаций для НКО, а также мониторинга применения нового законодательства и подготовки предложений по его изменению. Одним из наиболее активных участников этого процесса, включившихся в него в числе первых, стало Агентство социальной информации.

Кроме того, АСИ не могло не отреагировать на обвинения в недостаточной прозрачно-

сти, выдвинутые в адрес некоммерческого сектора. В 2006 году Агентство провело дискуссии по этой теме в 20 регионах России и в ответ на прозвучавшие предложения стало инициатором и организатором разработки свода базовых принципов прозрачности и подотчетности НКО. Однако в ходе их обсуждения возникло предложение о создании более общего документа, отражающего основные принципы деятельности НКО. Появление такого документа одновременно создавало бы предпосылки для решения еще одной проблемы некоммерческого сектора – его разобщенности. По мнению многих экспертов, одной из причин недостаточной консолидированности НКО является отсутствие неких общих принципов, следование которым позволило бы организациям воспринимать друг друга как членов единого сообщества.

Еще одна серьезная проблема некоммерческого сектора, помочь решить которую пытается АСИ, – это недостаток доверия к НКО со стороны граждан. Без улучшения информированности населения о деятельности некоммерческих организаций и осознанной работы организаций по выстраиванию отношений со своими заинтересованными сторонами изменить ситуацию невозможно. При этом нельзя забывать, что PR некоммерческого сектора имеет свою специфику. Сама «социальность» деятельности НКО предоставляет им особые возможности и инструменты выстраивания взаимоотношений с общественностью. Одновременно с этим законы политического или коммерческого PR не всегда работают на некоммерческом поле. Агентство социальной информации является экспертной организацией, в совершенстве владеющей PR-технологиями НКО и применяющей их в своей практике более десяти лет. Для повышения организационного потенциала некоммерческого сообщества АСИ стремится передавать свои знания и опыт другим организациям.

Как мы это делаем

Совершенствование правового поля

Агентство социальной информации вошло в число организаций, которые в ноябре 2005 года первыми отреагировали на инициативу Государственной Думы по изменению законодательства о НКО. Экспертиза законопроекта привела к выводу о его негативном воздействии на развитие гражданского общества. Тогда консорциум «Объединение гражданского сообщества для реформирования законодательства о некоммерческих организациях», в состав которого входило Агентство, организовал общественную кампанию в защиту интересов НКО. Были проведены две пресс-конференции в Москве, а также ряд мероприятий в регионах, организован сбор подписей, инициирована серия публикаций в СМИ. Консолидированные действия НКО привлекли внимание общественности. Во многом благодаря этому законопроект был смягчен и наиболее неблагоприятные для НКО положения были удалены из его окончательной редакции³.

После того как закон вступил в силу, АСИ старается помогать НКО работать в новых правовых условиях: информирует о возможности бесплатных консультаций через региональную сеть некоммерческого партнерства «Юристы за гражданское общество», сообщает о том, как новое законодательство применяется на практике. Региональные представительства АСИ в шести городах ежемесячно на протяжении 2007 года присылали статьи, посвященные этой теме. Члены консорциума надеются подготовить убедительные для власти аргументы о необходимости смягчения законодательства, регулирующего деятельность НКО.

С 2007 года АСИ выпускает ежеквартальный информационно-аналитический бюллетень «Законодательство о НКО», по-

³ Принятие в 2006 году нового закона о НКО переориентировало деятельность консорциума на более актуальные проблемы правового регулирования деятельности НКО. Теперь в консорциум «Законодательство о НКО: правовая помощь, мониторинг, общественные действия» помимо АСИ входят Центр развития демократии и прав человека, Международный центр некоммерческого права, Некоммерческое партнерство «Юристы за гражданское общество».

5. Основные виды деятельности АСИ

священный правовым аспектам деятельности некоммерческого сектора. Бюллетень издается совместно с Центром развития демократии и прав человека. Он адресован некоммерческим организациям и рассказывает о наиболее серьезных изменениях в законодательстве, произошедших за последнее время. Регулярная рубрика бюллетеня содержит практические рекомендации руководителям НКО по выполнению нормативных требований. Бюллетень распространяется среди более чем 3 тыс. некоммерческих организаций в Москве и регионах.

Вопросам законодательного регулирования деятельности НКО посвящен сайт «Закон и НКО» (www.nkozakon.ru), работу которого АСИ поддерживает с 2006 года. На сайте собраны сообщения о событиях в области правового регулирования деятельности НКО, результаты мониторинга практики применения закона, тематические публикации СМИ, комментарии юристов и т.д. По состоянию на конец 2007 года сайт ежемесячно посещают около 1,5 тыс. пользователей.

Создание основных принципов деятельности НКО

В 2006 году Агентство социальной информации при поддержке Программы развития гражданского общества «Диалог» разработало свод базовых принципов прозрачности и отчетности некоммерческих организаций. Документ обсуждался представителями НКО в 20 российских регионах. Итоговые общественные слушания на федеральном уровне прошли при участии Админи-

Закон и НКО



страции Президента РФ, поддержке Совета при Президенте РФ по содействию развитию институтов гражданского общества и правам человека, Обще-

ственной палаты РФ и Государственного университета – Высшей школы экономики. В ходе обсуждения участники выдвинули предложение о создании более общего документа, отражающего не только вопросы прозрачности и открытости НКО, но и другие принципы их деятельности.

Разработка документа была поручена АСИ и осуществлялась рабочей группой, в которую вошли ведущие эксперты некоммерческого сектора. Созданный документ обсудили в НКО-сообществе на федеральном и региональном уровнях. Итоговый документ, в котором были учтены все высказанные предложения и замечания, получил название «НКО-координаты» (размещен на сайте «Закон и НКО» в рубрике «Прозрачность», www.nkozakon.ru/transparency/ и презентован на пресс-конференции в Москве). «НКО координаты» – это шаг к саморегулированию некоммерческого сектора в России. Предлагаемые в нем принципы являются добровольными, их выполнение должно стать стимулом к повышению ответственности, прозрачности и подотчетности НКО, а также усилению их консолидации. В ближайшей перспективе АСИ видит свою задачу в продвижении разработанных принципов с целью присоединения к ним максимального числа организаций, готовых их придерживаться.

PR-технологии для НКО

Обучение

В целях усиления некоммерческого сектора АСИ стремится передать свои знания и наработки в области PR менее опытным некоммерческим организациям. Для этого разработана серия обучающих тренингов:

- «PR для начинающих»;
- «PR для общественных организаций»;
- «Белый PR».

5. Основные виды деятельности АСИ

Мероприятия по адаптации НКО к новым правовым условиям

АСИ являлось соорганизатором серии мероприятий для руководителей, бухгалтеров и юристов некоммерческого сектора. Они проводились в целях разъяснения положений нового законодательства и обсуждения возможностей его изменения.

- В феврале 2006 года, в преддверии вступления закона в силу, была организована публичная лекция ведущего юриста некоммерческого сектора А.К. Толмасовой.

- В октябре 2006 года, за несколько дней до завершения срока обязательной перерегистрации всех иностранных НКО, действующих на территории РФ, состоялась встреча заместителя начальника Управления по делам политических партий, общественных, религиозных и иных организаций Федеральной регистрационной службы РФ А.В. Панченко с руководителями иностранных НКО.

- В ноябре 2006 года на межрегиональной конференции «Правовые аспекты деятельности НКО: новые инициативы» были подведены первые итоги применения нового закона о НКО и обсуждены возможности его реформирования.

Консультирование

АСИ консультирует НКО и другие организации, работающие в социальной сфере, по следующим вопросам:

- планирование PR-мероприятий и PR-кампаний;
- взаимодействие с различными целевыми аудиториями и налаживание партнерских отношений;
- стратегии продвижения организаций в местном сообществе;
- оценка эффективности PR-деятельности.

Специалисты АСИ в области PR регулярно участвуют в различных тематических мероприятиях в качестве экспертов и выступающих.

Разработка и реализация PR-стратегий для НКО

Агентство социальной информации имеет большой практический опыт продвижения деятельности НКО. Так, в 2004 году осуществлен проект «Укрепление общественной поддержки НКО: разработка эффективных PR-стратегий», в ходе которого в двух районах Москвы (Академическом и Лефортово) были организованы PR-кампании по улучшению имиджа НКО, работающих на территории этих районов. В результате о работе НКО узнали жители, организации получили поддержку местных властей и СМИ. В Академическом районе был создан информационный ресурсный центр для НКО Юго-Западного округа Москвы и Совет общественных организаций при главе муниципалитета, проведена первая выставка-ярмарка общественных орга-



Вот уже более десяти лет в АСИ я занимаюсь работой по связям с общественностью. За это время я столкнулась с множеством замечательных и удивительных людей, представляющих третий сектор. Приятно, что работа позволяет мне не только помогать этим уникальным и самоотверженным людям, вкладывающим всю душу и силы в то, чтобы жизнь в нашем обществе улучшилась, а социальных проблем стало меньше, но и быть сопричастной к их подвигам.

**Мария Проппер,
руководитель отдела общественных связей и социальных проектов**

5. Основные виды деятельности АСИ

низаций округа, ставшая впоследствии традиционной.

Информационная поддержка

Репутация АСИ как одного из признанных лидеров в области некоммерческого PR подтверждается тем, что в Агентство регулярно обращаются НКО с просьбой об информационной поддержке их мероприятий. Это может быть как безвозмездная помощь в написании и размещении развернутых материалов в рубрике «актуальная тема», размещение баннеров на сайте АСИ, организация интервью и статей, так и платные услуги, включающие разработку и проведение PR-мероприятий.

Результаты

АСИ постоянно информирует НКО-сообщество о последних событиях в области правового регулирования через сайт «Закон и НКО» и ежеквартальный бюллетень «Законодательство об НКО», а также в рамках специальных мероприятий для НКО.

АСИ подготовило Свод базовых принципов прозрачности и отчетности некоммерческих организаций.

В феврале 2008 года была завершена работа над Основными принципами деятельности некоммерческих организаций в РФ «НКО-координаты». В обсуждении документа приняли участие 660 НКО (770 человек) из 21 региона РФ. Разработанный документ был представлен общественности и открыт для подписания по адресу: www.nkozakon.ru/nko_transparency/coords/text/. В настоящее время к нему присоединились около 2 тыс. НКО из 35 регионов РФ. Среди лиц, публично поддержавших документ, – Уполномоченный по правам человека в РФ Владимир Лукин, председатель Совета при Президенте РФ по содействию развитию институтов гражданского общества и правам человека Элла Памфилова, председатель Московской Хельсинкской группы Людмила Алексеева, директор департамента по корпоративной социальной политике

Российского союза промышленников и предпринимателей Елена Феоктистова и другие.

За период с 2004 по 2007 год Агентство провело более 75 мероприятий с участием СМИ: презентации, пресс-конференции, круглые столы, дискуссии, конференции, общественные слушания, конкурс для СМИ и др. В них приняли участие свыше 1 тыс. журналистов. Появилось более 1,5 тыс. публикаций.

АСИ оказало услуги по проведению мероприятий более чем 25 организациям, что повысило информированность о деятельности НКО среди общественности, СМИ и других целевых групп.

5.2. Повышение доверия между различными секторами общества

5.2.1. НКО и другие секторы общества

Почему мы это делаем

Агентство социальной информации считает своей важной задачей развитие диалога между НКО и другими секторами общества. События последних лет привели к некоторому охлаждению в отношениях между государством и определенными группами НКО. Но несмотря на существующие негативные тенденции, АСИ придерживается мнения о необходимости отказа от бессмысленной конфронтации, предпочитая развивать диалог, тем более что предпосылки для этого есть. Государство все более активно использует экспертный потенциал НКО для разработки законопроектов и других стратегических документов. Возрастают государственные инвестиции в развитие гражданского общества.

АСИ также уделяет большое внимание сотрудничеству между НКО и бизнесом. Сегодня у большинства российских ком-

5. Основные виды деятельности АСИ

паний и НКО сформировалось довольно одностороннее восприятие возможностей взаимодействия, исчерпывающееся либо поддержкой НКО со стороны бизнеса, либо оказанием услуг бизнесу со стороны НКО. Однако на самом деле их отношения не ограничиваются консалтингом и филантропией. Существует достаточно много моделей взаимодействия, где НКО и бизнес являются равноправными партнерами. Агентство считает своей задачей продвижение именно таких моделей, ориентированных на взаимовыгодное сотрудничество.

АСИ считает важным развивать сотрудничество с высшими учебными заведениями. Особое внимание уделяется обучению молодых журналистов. Работа с ними позволяет подготовить грамотных специалистов, понимающих социальную тематику и аспекты деятельности НКО. Кроме того, большую роль АСИ отводит распространению наработанных методик среди преподавателей.

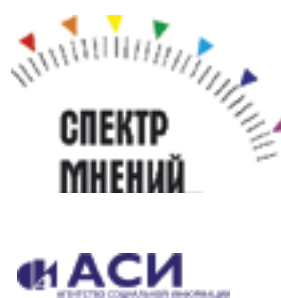
Как мы это делаем

АСИ регулярно проводит мероприятия, в ходе которых представители власти и НКО могут обсудить позиции по актуальным проблемам и выработать единую точку зрения на перспективы их решения. Такими мероприятиями стали: встреча представителей НКО и органов власти по обсуждению проекта Стратегии государственной молодежной политики в РФ на 2006–2016 годы, а также сбор региональных предложений по доработке Стратегии, круглый стол «Опыт взаимодействия общественных организаций Академического района г. Москвы с органами местного самоуправления и территориальными органами власти», круглый стол «Возможности диалога гражданского общества и государства в современных условиях» в Государственном университете – Высшей школе экономики (ГУ-ВШЭ)⁴ и др.

Не менее важным АСИ считает и развитие диалога между бизнесом и общественными

организациями. Есть много аспектов, в которых стороны могут быть полезными друг другу. В 2006 году АСИ организовало международную конференцию «Бизнес и НКО: взаимовыгодное сотрудничество в управлении рисками». Концепцию мероприятия разработал организационный комитет в составе ведущих экспертов в области межсекторного взаимодействия. Участники конференции обсудили потенциальные варианты сотрудничества в области экологии, соблюдения прав человека, повышения эффективности расходования благотворительных средств, реализации волонтерских программ для сотрудников компаний и т.д. Конференция была проведена совместно с Российским партнерством по развитию ответственного бизнеса.

Одним из наиболее ярких проектов АСИ в области развития межсекторного диалога стал инициированный в 2006 году дискуссионный клуб «Спектр мнений». Он был задуман как площадка для обсуждения различных точек зрения представителей общественных секторов и профессиональных сообществ на актуальные темы. Всего состоялось семь заседаний.



- «Зачем молодежи политика?»
- «Как молодежи отстоять свои права?»
- «До каких пор инклюзивное образование останется эксклюзивным?»
- «Благотворительность – публичная или анонимная?»

⁴ Встреча была организована совместно с Программой поддержки гражданского общества «Диалог» при участии Общественной палаты РФ и ГУ-ВШЭ.

5. Основные виды деятельности АСИ

- «Общественные советы при власти: для продуктивного диалога или «для галочки?»»
- «Зачем работают женские НКО в России?»
- «Эффективность информационных потоков в гражданском обществе»

На свои мероприятия Агентство регулярно приглашает в качестве экспертов представителей научного сообщества (социологов, психологов, политологов, экономистов, медиков и др.).

Наиболее тесное взаимодействие сложилось с вузами, осуществляющими подготовку молодых журналистов. АСИ проводит занятия, организует экскурсии в некоммерческие организации и др.⁵ Кроме того, начиная с 2004 года АСИ регулярно проводит круглый стол в рамках ежегодной научно-практической конференции (совместно с кафедрой периодической печати факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова). В этом мероприятии принимают участие преподаватели кафедр журналистики и связей с общественностью, руководители факультетов журналистики со всей России. Агентство знакомит их с наиболее важными социальными темами и проблемами грамотного их освещения в СМИ, распространяет методики работы в области социальной журналистики. АСИ сотрудничает с Государственным университетом – Высшей школой экономики. На базе ГУ-ВШЭ АСИ неоднократно проводило мероприятия, например, общественные слушания «Прозрачность деятельности некоммерческих организаций в современных условиях», обсуждения текста «НКО-координат» и др. Директор АСИ Елена Тополева не раз выступала перед студентами вуза. АСИ регулярно публикует в своих выпусках информацию о социальных акциях и программах различных вузов, таких как Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Государственный университет

– Высшая школа экономики, Российский государственный социальный университет, Российский государственный гуманитарный университет, Российская академия государственной службы и др. Агентство также помогает вузам в подборе экспертов из некоммерческого сектора для их мероприятий.

Результаты

Осуществляя взаимодействие с органами власти, Агентство социальной информации зарекомендовало себя как надежный и профессиональный партнер. Представители различных ведомств привлекают АСИ для организации их мероприятий, подбора экспертов от НКО, оказания информационной поддержки, экспертизы документов, консультаций по деятельности НКО, проведения диалогов с заинтересованными сторонами.

В международной конференции «Бизнес и НКО: взаимовыгодное сотрудничество в управлении рисками» приняли участие более 200 представителей НКО и бизнеса, а также зарубежные эксперты.

В заседаниях клуба «Спектр мнений» приняли участие 225 представителей некоммерческих организаций, молодежных политических и общественных объединений, социологи, юристы, преподаватели вузов, студенты, журналисты, представители органов власти.

В период 2004–2007 годов АСИ совместно с кафедрой периодической печати МГУ им. М.В. Ломоносова провело четыре круглых стола: «Социальные инициативы российских СМИ», «Социальная ответственность бизнеса, благотворительность и российские СМИ», «Новые социальные проекты и выбор информационной стратегии», «Социальная журналистика: модели профессионального обучения». В них приняли участие более 150 человек, треть из них – преподаватели вузов, треть – журналисты-практики, остальные – представители НКО, студенты и др.

⁵ Подробнее см. п. 5.1.2. Социальная журналистика.

5.2.2. Бизнес и общество: корпоративная ответственность и устойчивое развитие

Почему мы это делаем

АСИ считает, что бизнес является одним из главных факторов социального и экономического прогресса, источником инновационных решений и новых путей развития. Российские компании уже достигли больших успехов в разных отраслях. Теперь необходимо, чтобы экономические успехи сопровождались решением социальных и экологических задач.

АСИ стремится гармонизировать отношения между бизнесом и обществом. Концепция корпоративной ответственности и устойчивого развития, предполагающая добровольный вклад бизнеса, сверх определенного законом минимума, в развитие социальной, экономической и экологической составляющих жизни общества, является, на наш взгляд, наиболее действенным инструментом для достижения этой цели.

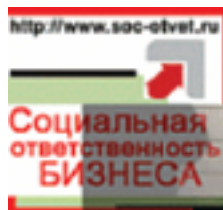
Результаты исследований показывают, что сегодня около 90% европейских, 50% американских, 70% японских, азиатских, австралийских, южноафриканских компаний имеют стратегию корпоративной ответственности или устойчивого развития, целевые программы, а также регулярно составляют нефинансовые (социальные) отчеты, в которых сообщают о своих действиях и намерениях.

АСИ продвигает идеи корпоративной ответственности, устойчивого развития и нефинансовой отчетности, стремясь к тому, чтобы как можно больше российских компаний ознакомились с ними и применяли на практике приемлемые для них подходы.

Как мы это делаем

Сайт «Социальная ответственность бизнеса» (www.soc-otvet.ru)

Для продвижения идей корпоративной ответственности (КО) и устойчивого развития



в России в 2004 году АСИ был создан сайт «Социальная ответственность бизнеса». Он адресован всем, кто интересуется корпоративной социальной ответственностью в профессиональных целях. Материа-

лы сайта отражают основные события и тенденции в области КО в России и в мире: подходы к подготовке нефинансовых отчетов, методы разработки и реализации эффективной социальной политики, технологии социальных и благотворительных программ и др. На сайте размещаются лучшие практики из опыта компаний, статьи, ссылки на тематические интернет-ресурсы и свежие новости.

Деловой клуб по развитию нефинансовой отчетности

В 2004 году Агентство совместно с Фондом «Институт экономики города» при поддержке Российского союза промышленников и предпринимателей и Глобальной инициативы по отчетности организовало Деловой клуб по развитию нефинансовой отчетности в России. Его миссия – содействие повышению роли российского бизнеса в социально-экономическом развитии страны посредством развития добровольной нефинансовой отчетности на основе международных стандартов и рекомендаций. Клуб объединил авангард российского бизнеса. Его постоянными членами стали представители около 40 компаний. Члены клуба регулярно встречаются для обсуждения актуальных вопросов КО, в том числе подготовки нефинансовых отчетов, системы управления корпоративной ответственностью, взаимодействия со стейкхолдерами.

Публичные мероприятия

АСИ регулярно проводит различные мероприятия по продвижению корпоративной социальной ответственности для представителей российских компаний. В 2004–2007 годах Агентство совместно с рядом

5. Основные виды деятельности АСИ

партнерских организаций и компаний организовало более 15 таких мероприятий.

Обсуждение третьей версии Руководства по отчетности в области устойчивого развития (G3)

В 2006 году Глобальная инициатива по отчетности (GRI) выпустила третью версию Руководства по отчетности в области устойчивого развития (G3). Работа над новой версией строилась на основе открытого обсуждения с заинтересованными сторонами и проходила во многих странах мира. Россия приняла участие в этом процессе впервые. Инициатором публичного обсуждения G3 в России выступило АСИ, сформировав консорциум экспертных организаций, которые совместно спланировали и осуществили дискуссионный процесс.

Его кульминацией стало публичное обсуждение G3 23 марта 2006 года в Москве. На встречу с представителями руководства Глобальной инициативы по отчетности пришли более 70 участников – представители компаний, государственных организаций, экспертного сообщества и НКО. Включившись в обсуждение новой версии руководства, российские компании получили возможность не только выступить в роли пользователей международного стандарта нефинан-

совой отчетности, но и внести свой вклад в его формирование. Итогом работы стала обобщенная версия комментариев к G3, подготовленных представителями российских компаний и экспертного сообщества, которая в конце марта 2006 года была передана в Секретариат GRI.

Обучение и консультирование в области корпоративной ответственности, устойчивого развития и нефинансовой отчетности

АСИ является одним из лидеров на рынке консалтинговых услуг в области КО. Агентство оказывает помощь в разработке концепций нефинансовых отчетов и организации процесса их подготовки. АСИ также консультирует компании по вопросам стратегии и тактики взаимодействия с заинтересованными сторонами, проведения оценки эффективности внешних социальных программ, разработки системы управления корпоративной ответственностью. К началу 2008 года было реализовано 55 проектов в области КО и устойчивого развития для таких компаний, как ЛУКОЙЛ, ВР, «БАТ Россия», РУСАЛ, СУАЛ, СУЭК, Северсталь, РАО «ЕЭС России», «Вимм-Билль-Данн», Союз российских пивоваров, ОАО «Аэрофлот – российские авиалинии» и др. Со многими компаниями АСИ сотрудничает уже на протяжении нескольких лет.

Наиболее крупные мероприятия по КО, проведенные за отчетный период

2004 год

Международная конференция «Социальная ответственность компаний. Эффективные технологии управления социальными инвестициями»
Конференция «Форум бизнеса Сибири» в Новосибирске

2005 год

Региональная конференция «Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие компаний Северо-Западного региона» в Санкт-Петербурге

2006 год

Международная конференция «Бизнес и некоммерческие организации: взаимовыгодное сотрудничество в управлении нефинансовыми рисками»
Международный семинар «Корпоративная ответственность и нефинансовая отчетность с позиции инвестора»

2007 год

Международная конференция «Управление корпоративной ответственностью как реальность: от теории к практике»

5. Основные виды деятельности АСИ

По запросам компаний и других организаций, стремящихся к продвижению международных норм корпоративной социальной ответственности и нефинансовой отчетности, АСИ проводит обучающие мероприятия. У Агентства есть авторские разработки семинаров и тренингов по аспектам КО, которые могут быть адаптированы для каждого заказчика.

Бизнес и права человека

АСИ уделяет внимание информированию российского бизнеса о такой глобальной повестке бизнес-сообщества, как соблюдение прав человека, вовлекая в эту дискуссию и экспертные правозащитные организации. В 2005 году была проведена информационная встреча «Интеграция прав человека в деятельность компаний» и подготовлена одноименная брошюра. В 2006 году правозащитной тематике была посвящена отдельная рабочая группа в рамках конференции «Бизнес и некоммерческие организации: взаимовыгодное сотрудничество в управлении нефинансовыми рисками». Права человека вынесены в качестве отдельной рубрики сайта «Социальная ответственность бизнеса». Развитие данного направления входит в ближайшие планы Агентства.

Результаты

АСИ организовало 18 заседаний Делового клуба по развитию нефинансовой отчетности, в которых приняли участие 70 компаний и организаций.

АСИ провело 15 мероприятий по продвижению КО среди российского бизнеса.

АСИ участвовало в подготовке 24 нефинансовых отчетов российских компаний.

АСИ постоянно информирует российское бизнес-сообщество о последних тенденциях в области КО через сайт «Социальная ответственность бизнеса».

5.3. Формирование моделей ответственного поведения граждан

Почему мы это делаем

Патерналистская политика государства в советские годы, а также последовавшая за этим череда экономических и социальных потрясений привели к тому, что большая часть россиян заняла откровенно потребительскую позицию. Однако эффективное решение социальных проблем невозможно без активного участия в этом процессе самих граждан.

Агентство видит свою задачу в том, чтобы донести до людей идею их личной ответственности за то, что происходит с ними, их семьями и с обществом в целом. АСИ стремится привлечь внимание граждан к следующим значимым проблемам.



Я пришла в АСИ в момент активного развития в организации совершенно нового для нашей страны направления – корпоративной социальной ответственности. Я считаю деятельность, к которой призывает эта концепция, действительно важной, но эффективной она будет лишь в том случае, если не исказится по пути к главным действующим лицам. То, что АСИ начало храбро заниматься просветительскими и практическими проектами в этой области, стало для меня решающим фактором. Вся история АСИ доказывает, что люди, работающие в этой организации, честно и добросовестно относятся к своему делу. Работать в таком коллективе приятно.

**Любовь Аленичева,
заместитель директора**

5. Основные виды деятельности АСИ

Профилактика социального сиротства

По мнению АСИ, наиболее перспективный способ справиться с проблемами детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, которые воспитываются в интернатных учреждениях, – это развитие семейных форм их устройства. При этом Агентство считает, что решение взять ребенка в семью должно быть взвешенным и продуманным, а значит основанным на достоверной и полной информации.

Профилактика ВИЧ/СПИДа

Распространение ВИЧ-инфекции – острая для России проблема. Она оказывает негативное влияние не только на здоровье граждан, но и на демографическую ситуацию в стране и – потенциально – даже на ее экономику. Поэтому АСИ считает важным содействовать повышению осведомленности граждан в вопросах профилактики ВИЧ/СПИДа, пропаганды здорового образа жизни, а также формирования толерантного отношения к инфицированным и больным людям.

Противодействие ксенофобии и языку вражды

АСИ глубоко убеждено, что в основе большинства межэтнических конфликтов лежит незнание культурных традиций и религиозных взглядов других национальностей. Отсутствие информации порождает мифы, а те, в свою очередь, формируют образ врага. В связи с этим АСИ считает особенно важным создать дружественное информационное пространство, исключающее пропаганду ксенофобии и других форм дискриминации по национальному признаку, особенно в СМИ.

Как мы это делаем

Профилактика социального сиротства



Одним из основных инструментов информирования потенциальных родителей о

возможности семейного устройства детей-сирот является сайт «Наши дети» (www.nashi-deti.ru), созданный в 2001 году.

На нем размещаются тематические новости, статьи экспертов, справочная информация, успешные примеры семейного устройства детей, а также база профильных общественных организаций, занимающихся устройством детей в семьи и помощью интернатным учреждениям. Посетители сайта могут получить консультацию специалиста (психолога, юриста, эксперта в области защиты прав детей).

Кроме этого, АСИ проводит информационные встречи, круглые столы, выставки и др., направленные на привлечение внимания журналистов и широкой общественности к проблеме сиротства, в первую очередь, социального. Их цель – показать все многообразие форм помощи детям-сиротам и неблагополучным семьям, а также продвижение инновационных методов работы в этой области.

Информационно-просветительская кампания «Наши дети»

Информационно-просветительская кампания «Наши дети», которую АСИ в партнерстве с АНО «Студио-Диалог» при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям запустило в августе 2005 года, стала качественно новым этапом деятельности по содействию решению проблемы сиротства. Усилия АСИ по повышению осведомленности граждан о различных формах семейного устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, носили комплексный характер, для трансляции идеи кампании использовались несколько информационных каналов. Целью кампании было повышение информированности граждан о существующих формах семейного устройства (усыновление, опека, приемная семья, патронат) и мотивирование их к активному участию в судьбах детей-сирот. В ее рамках были проведены вторичное и первичное качественное исследование, публичные мероприятия

5. Основные виды деятельности АСИ

В период с 2004 по 2007 год Агентство социальной информации организовало серию мероприятий, посвященных проблеме сиротства.

2004 год

**Экспертный круглый стол на Радио России «Предоставление жилья для детей-сирот»
Круглый стол «Добровольческая помощь детям-сиротам в г. Москве»**

2005 год

Круглый стол «Реформа сиротских учреждений в России»

2006 год

Информационная встреча «Социальные программы бизнеса в решении проблемы сиротства. Традиционные подходы и новые возможности»

Брифинг в рамках Всероссийской конференции «Пути решения проблемы сиротства в России»

2007 год

Круглый стол «Выпускники интернатных учреждений: проблемы и перспективы»

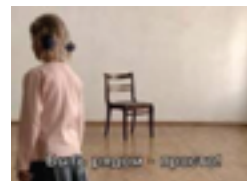
Круглый стол «Помощь бизнеса детям-сиротам: дань моде, PR или вклад в безопасное будущее»

Информационная встреча «Семья и дети» под эгидой Года семьи

(круглые столы и презентации), выпущены видео- и аудиоролики, печатные материалы (книги, информационные бюллетени, статьи), специально под цели и задачи кампании обновлен сайт «Наши дети».

В рамках кампании в 2006 году разработаны логотип и слоганы кампании «Быть рядом просто!» и «Сделайте первый шаг», выпущены три видеоролика социальной рекламы («Прятки», «Почемучки» («Дети»), «Светофор»), мотивирующей зрителей задуматься о возможности принять участие в судьбах детей. Видеоролики переадресовывали на сайт «Наши дети», где была размещена более детальная информация о возможностях семейного устройства. Кроме того, в роликах указывался телефон автоматизированной информационной службы федерального и московского банка данных о детях-сиротах и детях, оставшихся без попечения родителей. В разработке логотипа и создании видеороликов принимала участие креативная группа рекламного агентства «Муви» компании «Видео Интернешнл» (режиссер – Михаил Агранович, закадровый текст – народный артист России Виктор Раков). Ролики были размещены на цен-

тральных и региональных каналах телевидения и в маршрутных такси.



Кадры из ролика «Почемучки» («Дети»)



Кадры из ролика «Прятки»

В рамках кампании были изготовлены и размещены в эфире Радио России аудиоролики. Дважды в месяц в прямом эфире радиостанции «Маяк» выходила тематическая программа «Адреса милосердия».

Кроме того, сотрудники Агентства принимали участие в разработке концепции и подготовке сборника для журналистов по проблемам сиротства «Найди меня, мама!»⁶ и проводили его презентации в ряде городов.

⁶ Издан АНО «Студио-Диалог» при участии АСИ.

5. Основные виды деятельности АСИ



«Исправить человечество нельзя, исправить себя – просто. Накормить ребенка, провести через улицу старика, уступить место в трамвае, хорошо работать, быть вежливым и обходительным... и т.д. и т.п. – все это просто для человека, но невероятно трудно для всех сразу. Вот почему нужно начинать с себя», – пишет Дм.С. Лихачев. Наверное, поэтому на протяжении 10 лет я и «храню верность» теме детей с трудной судьбой.

**Любовь Грибанова,
руководитель отдела новостей,
редактор сайта «Наши дети»**

На очередном этапе кампании в 2007 году АСИ и «Студио-Диалог» при участии рекламного агентства «Муви» и поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям создали новый цикл видео- и аудиороликов («Каток» и «Детский дом»), сделав акцент на ценности семьи для детей и взрослых и их потребности друг в друге. Такая направленность была обусловлена проведенными исследованиями (фокус-группы, глубинные интервью с экспертами).



Кадры из ролика «Каток»



Кадры из ролика «Детский дом»

В конце декабря 2007 года АСИ совместно с АНО «Студио-Диалог» и РИА «Новости» провело информационную встречу «Семья и дети», приуроченную к Году семьи. В рамках встречи состоялась презентация нового цикла видеороликов.

Также Агентство социальной информации вошло в рабочую группу по информацион-

ному сопровождению мероприятий по проведению Года семьи в России и получило право на использование в своих видеороликах его логотипа.



Профилактика ВИЧ/СПИДа

Работа Агентства социальной информации в этой области началась еще в 1997 году с организации конкурса «Журналисты против СПИДа» и серии мероприятий в рамках конкурса. Целью первого конкурса было привлечение внимания российских журналистов к проблемам распространения среди молодежи ВИЧ/СПИДа и заболеваний, передающихся при сексуальных контактах, и существенное повышение качества освещения этих проблем в российской прессе. Позднее, в 1998 и 2000 годах, были проведены еще два конкурса, но уже всероссийских, совместно с Министерством здравоохранения РФ. Один был направлен на привлечение внимания общественности и государственных структур к проблеме эпидемии ВИЧ-инфекции и СПИДа в РФ, распространение информации о передовых и эффективных способах лечения, снижение риска заболевания, а также на повышение уровня правовых знаний и социальной защиты ВИЧ-инфицированных и больных СПИДом. Другой конкурс проводился с целью снижения темпов распространения в России эпидемии ВИЧ/СПИДа и заболеваний, передающихся половым путем, а также продвижения здорового образа жизни как альтернативы саморазрушительному поведению. Позднее было

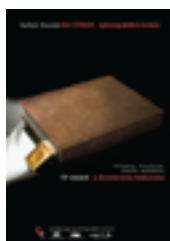
5. Основные виды деятельности АСИ

проведено еще два всероссийских конкурса совместно с Министерством здравоохранения РФ и серия PR-мероприятий.



В 2004–2005 годах АСИ оказывало информационную поддержку проекту «Профилактика и борьба с ВИЧ/СПИДом». В двух особенно пострадавших от эпидемии регионах (Ульяновской области и Республике Бурятия) был реализован комплекс мер по привлечению внимания местной политической элиты и широкой общественности к проблеме ВИЧ/СПИДа. Реализация проекта также содействовала внедрению на предприятиях региона профилактических программ.

АСИ разработало и провело информационную кампанию «Выбери будущее без СПИДа – предохраняйся всегда», задачи которой – информировать целевые группы о ВИЧ-инфекции и убедить молодых людей в том, что безопасное сексуальное поведение необходимо для сохранения здоровья. Послание кампании гласило: «Каждый человек сам несет ответственность за свои решения. Сегодня риск заразиться ВИЧ половым путем – реальность. Важно сделать свой выбор – использовать презервативы при каждом половом контакте». Была подготовлена информационная продукция о путях передачи ВИЧ и мерах профилактики заражения: плакаты, листовки, открытки, майки, которые распространялись в высших учебных заведениях, школах, медицинских учреждениях, на дискотеках, в барах и на улицах в двух регионах России – Ульяновской области и Республике Бурятия.



В рамках кампании в пилотных городах проводились конкурсы и акции «Информационная палатка», которые позволили уточнить имеющиеся и собрать дополнительные сведения об уровне знаний молодежи о проблемах, связанных с ВИЧ/СПИДом. Людям, живущим с ВИЧ/СПИДом, предоставлялась информация о существующих в городе СПИД-сервисных организациях и их услугах. Эти акции были популярны среди молодежи еще и потому, что в них участвовали известные диджеи и местные музыкальные группы. На одной из таких акций в Улан-Удэ были разыграны путевки на церемонию вручения наград MTV Russian Music Awards – 2005, проходившую в Москве. Молодые волонтеры работали в летних лагерях, проводили тренинги, участвовали в туристических слетах и многочисленных информационных акциях.

Сотрудники АСИ совместно с экспертами проекта провели тренинги для журналистов, пишущих на тему ВИЧ/СПИДа. В ходе обсуждения вопроса журналистской этики при освещении данной темы особое внимание уделялось необходимости следить за терминами, употребляемыми в материалах по теме ВИЧ/СПИДа, а также избегать сложившихся отрицательных стереотипов.

Кроме того, АСИ координировало проведение в Бурятии и Ульяновске серии мероприятий в рамках проекта, а также конкурсов для журналистов «Будущее без СПИДа». Их цель – повышение качества информированности населения о проблеме ВИЧ/СПИДа и способах безопасного поведения. В конкурсах участвовали штатные журналисты и независимые авторы зарегистрированных печатных и электронных СМИ. Организаторы конкурсов выделили ряд приоритетных тем: актуальность проблемы ВИЧ/СПИДа для молодежи; пути передачи ВИЧ; безопасное поведение; освещение акций, кампаний, услуг НКО и государственных организаций, направленных на борьбу со СПИДом.

5. Основные виды деятельности АСИ

Итоги проекта были представлены на пресс-конференции в Москве, организованной АСИ.

Агентство также участвовало в организации презентации первой в России информационной кампании по солидарности с людьми, живущими с ВИЧ/СПИДом, и информационной кампании по безопасному сексу для молодежи «Жизнь прекрасна, когда защищена!», цель которой – продвижение безопасных моделей сексуального поведения среди молодежи⁷.

Кроме того, по заказу Субрегионального бюро Международной организации труда для стран Восточной Европы и Центральной Азии Агентство провело семинар «ВИЧ/СПИД и сфера труда» для журналистов профсоюзных изданий Федерации независимых профсоюзов России.

Противодействие ксенофобии и языку вражды



В 2004–2005 годах Агентство социальной информации совместно с Центром развития демократии и прав человека реализовывало проект «Противодействие языку вражды: гражданская позиция российских НПО и СМИ».

Проект преследовал три основные цели:

- подъем уровня публичного дискурса по проблеме языка вражды по этническому и религиозному признаку в российских СМИ; содействие созданию атмосферы публичного неприятия и порицания по отношению к языку вражды;
- разработка и апробация эффективных методов и технологий организации и проведения публичных акций, противодействующих языку вражды, выявление, описание и распространение лучшей практики и моделей подобных акций среди организаций российского гражданского общества;

- привлечение внимания журналистского сообщества к проблеме распространения языка вражды, разъяснение важности противодействия языку вражды и помощь в выработке этических стандартов и профессионализма в освещении этнической тематики.

Одним из компонентов проекта стал всероссийский конкурс «Журналисты против этнической и религиозной нетерпимости». На конкурс принимались публикации по этнической и религиозной проблематике, противодействующие проявлениям ксенофобии. Работы оценивало компетентное жюри, в состав которого вошли журналисты-практики, представители Союза журналистов России, правозащитных организаций и НКО, занимающихся вопросами толерантности. Победителям были вручены призы и дипломы конкурса.

В рамках проекта в шести российских городах (Москве, Санкт-Петербурге, Рязани, Перми, Иркутске и Краснодаре) были проведены различные мероприятия: уличные акции и уличные дискуссии (Санкт-Петербург, Рязань, Краснодар, Пермь); гражданские дискуссии (Пермь); телевизионные ток-шоу (Краснодар); фестивали (Пермь, Иркутск); пресс-конференции, встречи, круглые столы для журналистов (все регионы-участники). Лучшие акции и воспроизводимые модели были описаны в практическом пособии «Уличные акции и противодействие языку вражды».

Важной составляющей медиакампании стали регулярные передачи о языке вражды на Радио России, в которых участвовали эксперты правозащитных НКО, исследователи языка вражды. В передачах также освещались акции правозащитных НКО, проводившиеся в городах – участниках проекта.

На факультете журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова был апробирован спецкурс «Освещение этнического многообразия. Язык вражды и СМИ». Спецкурс зна-

⁷ Кампании реализовывал Фонд социального развития и охраны здоровья «ФОКУС-МЕДИА».

комил студентов с теоретическими и практическими основами освещения этнической и религиозной тематики с позиций прав человека и недискриминационности. Нарботанный опыт лег в основу пособия «Освещение этнического многообразия», предназначенного для факультетов журналистики.

Результаты

Профилактика социального сиротства

Видеоролики в рамках информационно-просветительской кампании «Наши дети» («Прятки», «Почемучки» («Дети»), «Светофор») транслировались с января 2007 года по январь 2008 года на каналах НТВ, ТВЦ, ТВ Столица, ТНТ, ДТВ, НТВ-плюс, НТВ-плюс Премьера, НТВ-плюс Киноклуб, на спортивном и футбольном каналах НТВ-плюс, а также на региональных телеканалах. Одновременно с этим они были размещены почти в тысяче московских маршрутных такси, следующих по более чем 180 направлениям.

Видеоролики привлекли внимание экспертного сообщества и зрителей. В январе 2007 года ролик «Прятки» набрал самый высокий балл симпатий посетителей сайта narod.yandex.ru. Этому же ролику профессиональное жюри сайта www.advote.ru присудило первое место.

С февраля 2007 года по январь 2008 года аудиоролики звучали на Радио России от двух до пяти раз в день (аудитория – 60 млн человек).

Ролики получили высокую оценку пресс-службы Администрации Президента РФ, специалистов Министерства образования и науки РФ, Министерства здравоохранения и социального развития РФ, первого заместителя мэра Москвы в Правительстве Москвы, руководителя Комплекса социальной сферы города Москвы Л. Швецовой, Уполномоченного по правам ребенка в городе Москве А. Голованя.

В октябре 2007 года информационно-просветительская кампания «Наши дети»

заняла I место на Всероссийском конкурсе лучших инновационных моделей семейных форм устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей (номинация «Информационная кампания по пропаганде семейного устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей»). Конкурс организовали Министерство образования и науки РФ, Федеральное агентство по образованию и Национальный фонд защиты детей от жестокого обращения.

За время проведения кампании посещаемость сайта «Наши дети» повысилась в пять раз.

Агентство провело презентации и обсуждения сборника для журналистов «Найди меня, мама!» в 12 регионах России (Барнаул, Воронеже, Калининграде, Калуге, Кемерове, Краснодаре, Мурманске, Нижнем Новгороде, Пензе, Саранске, Улан-Удэ, Ульяновске).

3 тыс. экземпляров сборника «Найди меня, мама!» были распространены среди СМИ в Москве и регионах.

Профилактика ВИЧ/СПИДа

В Ульяновске и Улан-Удэ в рамках проекта были созданы 33 молодежные волонтерские группы, которые объединились в движение «Равный – равному».

В двух регионах проведено шесть тренингов для подростков-волонтеров по вопросам профилактики и борьбы с ВИЧ среди сверстников.

В рамках кампании проведено более 20 мероприятий с участием молодежи.

Выпущена серия из 26 сюжетов и публикаций на тему ВИЧ.

На региональных каналах размещены лучшие видео- и аудиоролики, созданные ведущими российскими и международными организациями: Population Services International (PSI), «СПИД Фондом Восток-

5. Основные виды деятельности АСИ

Запад» (AFEW), Фондом социального развития и охраны здоровья «ФОКУС-МЕДИА».

В эфире регионального телевидения организована трансляция документального фильма «Окончательный диагноз» об отношении в обществе к ВИЧ-положительным людям, а также телевизионные сюжеты о женщинах и ВИЧ.

В эфире региональных радиокompаний прошли три дискуссии о необходимости введения в школьную программу курса профилактики ВИЧ.

Выпущено девять видов различной PR-продукции тиражом более 70 тыс. экземпляров.

На основных магистралях пилотных городов размещены плакаты социальной рекламы о путях передачи ВИЧ и мерах профилактики заражения. Всего разработано пять видов плакатов для различных целевых аудиторий. В высших учебных заведениях, школах, медицинских учреждениях, на дискотеках, в барах и на улицах, а также на городском транспорте распространялись листовки, стикеры, майки и брелоки.

В конкурсах для журналистов «Будущее без СПИДа» приняли участие 43 штатных журналиста и независимых автора.

В результате проведения информационной кампании:

- 90,6% молодежи увидели плакаты и стикеры;
- 40,6% молодых людей слышали ролики о ВИЧ/СПИДе по радио;
- 68,5% молодежи получили печатные материалы;
- на 15% повысилось постоянное использование презервативов молодежью (теперь постоянно пользуются презервативами 43,5%, до проведения кампании – 27,9%).

Противодействие ксенофобии и языку вражды

28 участников конкурса «Журналисты против этнической и религиозной нетерпимости» – журналисты федеральных и региональных печатных СМИ – представили на конкурс 115 публикаций.

В рамках проекта в шести российских городах (Москве, Санкт-Петербурге, Рязани, Перми, Иркутске и Краснодаре) было проведено около 40 мероприятий, в том числе 18 – рассчитанных на медиасообщество. В мероприятиях приняли непосредственное участие 2110 человек (не считая зрителей акций), а также 359 журналистов, представлявших как региональные, так и федеральные издания.

В Санкт-Петербурге преодолели «Межнациональный барьер» более 350 человек, в Рязани под письмами-обращениями к главным редакторам местных газет подписалось более 500 горожан, в Перми в уличной акции «Чистый город» участвовало более 150 человек. Удачной следует признать практику включения проектной акции в сценарий более крупного регионального мероприятия, поскольку это существенно расширяет аудиторию влияния (так, пермская акция «Создай полотно мира», в которой участвовало более 200 человек, проходила в рамках фестиваля этнокультур «Праздник Земли», собравшего более 3 тыс. зрителей; начало иркутской «Ленты дружбы» было положено на традиционном фестивале национальных культур, в котором участвовало более 1 тыс. человек, в том числе представители 15 национально-культурных центров области, непосредственно вовлечено в акцию было 120 человек).

На Радио России (аудитория 60 млн человек) были организованы 24 радиопередачи, выходявшие в цикле «Гражданский практикум» два раза в месяц.

Спецкурс «Освещение этнического многообразия. Язык вражды и СМИ» постоянно

5. Основные виды деятельности АСИ

посещало 11 человек. За семестр состоялось 12 занятий (13-е – зачетное).

В рамках проекта были выпущены четыре издания общим тиражом 1700 экземпляров: два информационно-аналитических бюллетеня («Язык вражды и студенчество» и «Как защитить общество от языка вражды»), пособие для факультетов журналистики «Освещение этнического многообразия» и брошюра «Уличные акции и противодействие языку вражды».

В ходе проведенной медиакампании вышло 355 публикаций, в том числе: на ленте АСИ опубликовано 60 сообщений о ходе реализации проекта, в Интернете – 187 публикаций, в печатных СМИ – 38 публикаций, вышло 22 телесюжета, 24 передачи на Радио России и 23 радиопередачи на других каналах, информация о проекте вошла в фильм «Третий фестиваль этнокультур «Праздник Земли». Помимо основных публикаций по проекту было организовано более 50 объявлений о конкурсе.

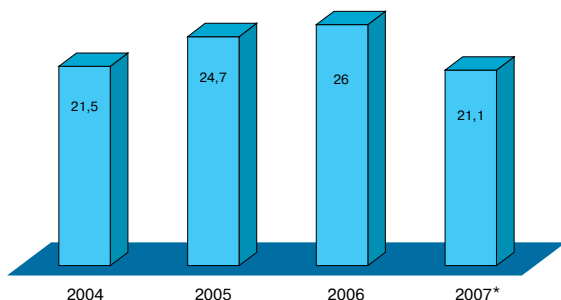
6. Достижение устойчивости: организационные и экономические аспекты

6.1. Организационные аспекты

АСИ придерживается принципов устойчивого и ответственного развития, закрепленных в «НКО-координатах» и различных международных документах соответствующего профиля, таких как Глобальный договор ООН.

6.2. Экономические аспекты

Доходы за отчетный период, млн руб.



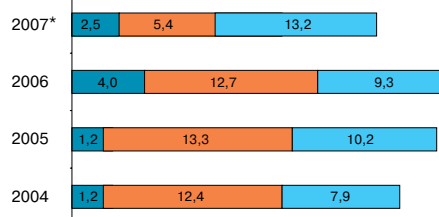
Для НКО, как и для любой организации, важнейшим критерием устойчивости является экономическая составляющая, которая включает следующие компоненты.

* Не представлены данные по ООО «АСИ-консалтинг».

Диверсификация источников финансирования

Одним из главных показателей финансовой стабильности АСИ является диверсифицированная система источников финансирования, которую удается сохранять на протяжении нескольких последних лет. Структура доходов АСИ складывается из целевых поступлений от российских и зарубежных фондов, а также государственных источников и выручки, полученной за оказание услуг.

Доходы по источникам поступления, млн руб.



- Госбюджет
- Благотворительные фонды и другие некоммерческие организации
- Российские и международные коммерческие организации

6. Достижение устойчивости: организационные и экономические аспекты

Соотношение выручки за услуги и целевых средств за 2004–2007 гг., руб.

	2004 год	2005 год	2006 год	2007 год*
Выручка за услуги	6 400 443	8 771 690	12 291 748	5 927 665
Целевые средства	15 120 657	15 946 359	13 726 038	15 184 422

* Не представлены данные по ООО «АСИ-консалтинг».

Наличие постоянных и долгосрочных источников финансирования

Агентству удалось сформировать широкий круг организаций, которые поддерживают его деятельность на протяжении длительного периода времени, превышающего три года. Среди них: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (прежнее название – Министерство Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций), Комитет общественных связей города Москвы, Фонд Дмитрия Зимины «Династия», американские частные фонды Чарльза Стюарта Мотта и Генри

Распределение расходов по направлениям в отчетный период, млн руб.



М. Джексона, Национальный фонд в поддержку демократии, Институт «Открытое общество».

Эффективное расходование средств

В Агентстве организована многоступенчатая система контроля расходования средств, которая включает в себя поэтапный процесс мониторинга их целевого использования со стороны руководителей проектов, руководителей отделов, финансового директора и директора АСИ.

При заключении договоров с привлеченными сотрудниками или юридическими лицами стоимость работ и услуг всегда сопоставляется с рыночной, окончательный выбор делается по результатам рассмотрения нескольких предложений.

6.3. Менеджмент качества

АСИ стремится реализовывать все проекты на высоком профессиональном уровне, используя в своей работе следующие подходы.



Я работаю в Агентстве социальной информации более десяти лет. Сначала нас поддерживали только три фонда, сейчас их уже около десяти. Кроме того, мы получаем пожертвования и целевые средства из государственного бюджета и от российских и международных компаний. По моему мнению, в таком поступательном развитии организации заложена основа ее финансовой стабильности.

**Елена Федорова,
финансовый директор АСИ**

6. Достижение устойчивости: организационные и экономические аспекты

- Деятельность по проекту, методы и сроки его реализации должны соответствовать зафиксированным в проектной заявке или техническом задании.
- Если в процессе осуществления проекта произошли существенные изменения, влияющие на его реализацию или ожидаемые результаты, АСИ корректирует стратегию и тактику реализации проекта, согласовывает это с донором или заказчиком и продолжает реализацию проекта по вновь утвержденному плану.
- Реализация проекта осуществляется с учетом интересов различных заинтересованных сторон, с которыми поддерживается постоянный диалог.
- Правильность и результативность проектных действий подтверждаются результатами исследований, которые в идеале должны проводиться до начала проекта, после его завершения, а в случае необходимости – и в процессе реализации.
- По возможности донор или заказчик информируется о ходе выполнения проекта, возникающих проблемах и достижениях не только после завершения проекта, но и в процессе его реализации.
- Результаты проектов, имеющих общественную значимость, распространяются среди максимально широкого круга заинтересованных сторон, в особенности, если они представляют для них новую и существенную информацию.
- Отчет о результатах проекта должен быть своевременно подготовлен и отвечать критериям качества, предъявляемым ко всем информационным материалам АСИ, изложенным ниже.
- *Существенность.* В новостях, статьях, отчетах, бюллетенях, журналах, книгах, издаваемых Агентством, должны подниматься проблемы и темы, существенные для тех целевых аудиторий, которым эти материалы адресованы. Значимая с точки зрения АСИ информация, связанная с некоммерческим сектором или социальной ответственностью бизнеса, должна в обязательном порядке отражаться в публикациях Агентства.
- *Точность.* Фактическая информация, представленная в информационных материалах, должна быть точной, содержать ссылки на источники.
- *Надежность.* Используемая АСИ информация должна, по возможности, исходить из проверенных источников.
- *Сбалансированность подходов.* Сообщения, статьи и другие материалы, описывающие конфликтные ситуации, должны отражать позиции всех сторон.
- *Ясность изложения.* Язык информационных материалов Агентства должен быть понятным читателю, специальные термины должны разъясняться.
- *Своевременность.* Новости АСИ должны публиковаться в максимально короткие сроки после событий, которым они посвящены, чтобы заинтересованные стороны могли своевременно воспользоваться этой информацией.
- *Учет интересов заинтересованных сторон.* Информационные материалы должны охватывать сферу деятельности и круг интересов различных заинтересованных сторон.

При проведении публичных мероприятий для СМИ, НКО, бизнеса, органов власти и других целевых аудиторий Агентство стремится использовать следующие подходы.

- Участники должны быть своевременно проинформированы о готовящемся мероприятии.

Большинство видов деятельности АСИ связаны с подготовкой и распространением информационных продуктов. АСИ придерживается следующих критериев качества при работе с информацией.

6. Достижение устойчивости: организационные и экономические аспекты

- Участникам должны быть предоставлены раздаточные материалы, разъясняющие поставленную проблему и позиции заинтересованных сторон. Раздаточные материалы должны быть удобными в использовании и соответствовать критериям качества информационных продуктов АСИ, изложенным выше.
- Место проведения мероприятия должно быть удобно расположено и соответствовать его тематике.
- Участников необходимо вежливо встретить и по возможности ответить на все возникающие у них вопросы.
- Участники и выступающие должны быть обеспечены посадочными местами, если необходимо – микрофонами и другим оборудованием.
- Участники должны иметь возможность познакомиться друг с другом с помощью бэджей или табличек, либо списка участников, входящего в раздаточные материалы.
- Все участники должны иметь равные возможности высказаться. Ведущий встречи должен следить за тем, чтобы выступающие не отклонялись от темы и регламента, а также препятствовать оказанию давления на спикеров.

Контроль соблюдения стандартов качества продуктов и услуг АСИ осуществляется руководителями проектов, обязанности и полномочия которых регламентируются специальными инструкциями. Руководители проектов отчитываются о качестве их выполнения перед руководителями своих отделов. Общий контроль качества реализации проектов осуществляет директор Агентства.

АСИ стремится обеспечить должное качество работ, которые выполняются сторонними организациями, задействованными в проектах Агентства в качестве субподрядчиков или получателей целевых средств. В первую очередь речь идет о региональных членах сети АСИ. Систе-

ма менеджмента качества АСИ включает определенные механизмы контроля предоставляемых ими продуктов и услуг. Качество сообщений, поступающих на информационную ленту АСИ из регионов, регламентируют общие правила и стандарты АСИ в области работы с информацией, соблюдение которых контролирует руководитель отдела новостей. Критерии качества других работ, выполняемых региональными членами сети АСИ в рамках совместных проектов, фиксируются дополнительными стандартами и специальными разрабатываемыми документами.

6.4. Деловая этика

6.4.1. Внешние аспекты

В своей деятельности, результаты которой оказывают воздействие на внешних стейкхолдеров, АСИ придерживается ряда принципов, отвечающих миссии Агентства, его ценностям и способствующих достижению наибольшей эффективности.

- Деятельность АСИ принципиально не имеет отношения к политике: Агентство не публикует информацию о политически окрашенных событиях, не предоставляет трибуну для высказываний политических взглядов, не выступает с политическими заявлениями и не имеет официальной политической позиции.
- АСИ не занимается PR политических и религиозных проектов, продвижением политических партий и религиозных объединений.
- АСИ не навязывает свою точку зрения журналистам и другим заинтересованным сторонам, а старается воздействовать на них через информирование, просвещение и представление различных точек зрения.

6. Достижение устойчивости: организационные и экономические аспекты

- АСИ не оплачивает публикации в СМИ. Агентство может оплачивать труд журналиста, привлеченного в качестве сотрудника по проекту, за деятельность в рамках этого проекта, но не за подготовку и размещение материала в СМИ.
- АСИ выстраивает деловые отношения на основе честности, порядочности и надежности и стремится к созданию эффективного партнерства, базирующегося на взаимном доверии.
- АСИ отвечает за свою деятельность репутацией. Агентство принимает все необходимые меры для исправления допущенных в деловых отношениях ошибок независимо от делового статуса партнера и сроков давности ошибки.
- Понимая, что конечной целью их трудовой деятельности является реализация миссии Агентства, сотрудники должны выполнять свою работу на высоком профессиональном уровне и заботиться о постоянном повышении своей квалификации.
- Все важные решения, в том числе связанные с возникновением чрезвычайных ситуаций, должны приниматься коллегиально.
- Более опытные сотрудники должны оказывать помощь менее опытным коллегам.
- Сотрудникам, оказавшимся в сложной рабочей или жизненной ситуации, должна быть оказана помощь.
- Отношения внутри коллектива должны выстраиваться на основе взаимного уважения, в духе демократизма и креативности.
- Права сотрудников на секретность их персональных дел и личных данных должны неукоснительно соблюдаться.

6.4.2. Внутренние аспекты

Отношения внутри трудового коллектива АСИ и организация рабочего процесса строятся на соблюдении следующих принципов.

7. Сотрудники АСИ

7.1. Основные характеристики

Коллектив АСИ – это сплоченная профессиональная команда единомышленников, трудолюбивых и творческих людей, приверженных тем ценностям и идеям, которые продвигает организация.

В период с 2004 по 2007 год организация активно развивалась, в связи с чем количество штатных сотрудников увеличилось на шесть человек. В настоящее время в Агентстве работают 28 штатных сотрудников. В основном это женщины

с высшим гуманитарным образованием.

Более 60 человек сотрудничают с АСИ на условиях совместительства или по договорам подряда. Это прежде всего региональные корреспонденты, а также журналисты, эксперты, переводчики и т.д.

Сотрудников Агентства отличает инициативность и творческий подход к работе. Многие проекты и даже целые направления деятельности АСИ возникли и продолжают развиваться благодаря инициативе сотрудников Агентства.

7. Сотрудники АСИ

7.2. Кадровые перестановки и карьерный рост

Шесть сотрудников АСИ работают в Агентстве уже более десяти лет. Большинство из них занимают сегодня руководящие позиции, что соответствует стремлению Агентства обеспечивать карьерный рост своих сотрудников и формировать управленческий аппарат из собственных кадров.

Наиболее активные кадровые перестановки происходят в отделе новостей. За период с 2004 по 2007 год состав московских корреспондентов АСИ сменился полностью. Корреспонденты – это в основном студенты факультетов журналистики, которые только начинают свою трудовую карьеру и находятся в процессе профессионального поиска. АСИ стремится оказывать содействие их профессиональному развитию, в том числе открывая новые перспективы внутри организации. Так, по мере приобретения опыта корреспондент может претендовать на позицию ассистента менеджера проекта, редактора или обозревателя. Многие из них, тем не менее, со временем покидают Агентство и переходят на работу в различные ведущие средства массовой информации: информационные агентства, газеты и журналы, на телевидение и радио. Начав свой трудовой путь в АСИ и пройдя таким образом хорошую школу профессионального мастерства, они продолжают расти уже в других СМИ. Но где бы в дальнейшем они ни работали, с ними всегда останутся опыт в сфере социальной журналистики и знание некоммерческого сектора.

7.3. Повышение квалификации

Постоянное повышение квалификации – неременное условие работы в АСИ. Это связано в том числе и с тем фактом, что Агентство часто занимается совершенно новыми областями деятельности, по которым еще не сформировано академических школ.

За отчетный период сотрудники АСИ приняли участие в более чем 20 тренингах и семинарах. Особенно часто на курсы повышения квалификации направлялись работники финансового отдела. Кроме того, в программу ежегодных встреч АСИ входили занятия по повышению профессиональной компетентности для корреспондентов и менеджеров партнерских организаций – региональных членов сети АСИ. Тем не менее, анкетирование сотрудников Агентства выявило их недостаточную удовлетворенность предоставляемыми в организации возможностями дополнительного образования. Большинство опрошенных отметили, что они хотели бы более активно повышать свое профессиональное мастерство и улучшать организационные и управленческие навыки. В дальнейшем АСИ планирует уделять больше внимания этому вопросу.

7.4. Трудовой распорядок

В 2006 году в АСИ был утвержден новый трудовой распорядок, который позволяет сотрудникам гибко подходить к организации своего рабочего времени. АСИ стремится поддерживать талантливых сотрудников, поощряя их и предлагая удобные условия труда. В связи с тем, что большинство сотрудников Агентства – женщины, в организации предусмотрен специальный режим работы для молодых мам. Они могут выполнять те виды работ, которые соответствуют их возможностям и не требуют постоянного присутствия в офисе.

7.5. Внутрикорпоративные коммуникации

АСИ поддерживает атмосферу конструктивного взаимодействия внутри коллектива и поощряет тесные рабочие контакты между сотрудниками. Текущие вопросы решаются на собраниях отделов, общих собраниях Агентства и в рабочем по-

рядке. В случае возникновения спорных ситуаций они обсуждаются в открытом диалоге с руководителями отделов или директором АСИ.

В Агентстве существует два внутренних листа рассылки: один – для московских сотрудников и другой – для всей сети АСИ. Оба листа активно используются для обмена внутренними новостями и обсуждения различных рабочих вопросов.

Сотрудники общаются друг с другом и в неформальной обстановке. Не реже двух-трех раз в год все собираются вместе и отмечают очередной день рождения АСИ, Новый год, Восьмое марта. Каждый праздник проходит в разном стиле и в игровой форме. У всех появляется возможность не просто повеселиться и получить подарки, но и творчески проявить себя и лучше узнать своих коллег. Дни рождения сотрудников, создание семей,

рождение детей – это тоже праздники для всего коллектива.

7.6 . Волонтерство и благотворительность

Ежегодно сотрудники АСИ принимают участие в новогодней акции по сбору средств на приобретение подарков для воспитанников интернатных учреждений, в том числе города Гагарина (Смоленская область)⁸. Кроме того, многие сотрудники Агентства занимаются благотворительностью и участвуют в волонтерской деятельности в индивидуальном порядке: оказывают разовую финансовую помощь больным детям и инвалидам, помогают приютам для бездомных животных, организационно поддерживают туристические и досуговые мероприятия детских клубов, участвуют в экологических акциях.

8. Экологическая составляющая

Деятельность Агентства социальной информации носит непрямой характер, поэтому наше воздействие на окружающую среду незначительно.

Однако позиция АСИ состоит в том, что все организации, приверженные принципам устойчивого развития (а не только крупные компании), должны осознавать необходимость постоянного вклада в улучшение окружающей среды, оценивать и стремиться минимизировать свое негативное влияние. АСИ соблюдает принципы ответственного экологического поведения:

- стремится оптимизировать использование тепловой и электрической энергии в организации;
- бережно относится к использованию воды, не допуская нерационального ее расходования;
- экономно расходует офисные материалы, не допуская нерационального использования бумаги, канцелярских принадлежностей, офисной техники;
- оказывает помощь экологическим организациям в защите окружающей среды.

⁸ Акцию организует АНО «Студио-Диалог».

8. Экологическая составляющая

На практике сотрудники АСИ реализуют данные принципы через экономное расходование бумаги (двусторонняя печать документов, использование черновиков для печати рабочих версий документов); многоразовое использование картриджей для принтеров и копиров; герметизацию оконных рам для сохранения тепла в зимний период; использование люминесцентных ламп для освещения офиса вместо ламп накаливания. Работники Агентства участвуют в экологических акциях НКО, АСИ осуществляет их информационную поддержку.

Сотрудники АСИ признают существенность воздействия на окружающую среду транспортных систем (от глобального потепления до смога и шума в городах), поэтому в деловых поездках, если время пути занимает менее суток, по возможности пользуются железнодорожным, а не авиационным транспортом. Сотрудники АСИ в среднем совершают примерно 70 деловых поездок в год, около четверти из них составляют поездки железнодорожным транспортом.

9. Консультации с заинтересованными сторонами

9.1. Основные заинтересованные стороны АСИ

Деятельность АСИ затрагивает интересы широкого круга стейкхолдеров. Разные направления деятельности Агентства оказывают влияние на разные группы заинтересованных сторон, поэтому каждый из трех отделов АСИ имеет своих стейкхолдеров. При этом сотрудники и учредители являются важными группами стейкхолдеров для всех отделов АСИ.

Стейкхолдеры отдела новостей

Основными группами стейкхолдеров отдела новостей являются сотрудники, региональные партнеры АСИ, СМИ, НКО и доноры.

Кроме того, в последние годы дополнительными группами стейкхолдеров отдела новостей становятся органы власти и компании. Они не только все чаще являются объектами информационных сообщений,

но и все более активно подписываются на рассылки Агентства. При оценке и планировании работы отдела новостей Агентство не рассматривает эти две группы стейкхолдеров как первостепенные, но старается учитывать их интересы.

Стейкхолдеры отдела общественных связей и социальных проектов

Для этого отдела главными заинтересованными сторонами, помимо реализующих социальные проекты сотрудников в Москве и регионах, являются в первую очередь российские некоммерческие организации, а также организации-партнеры, доноры, СМИ и органы власти. Тематика проектов определяет степень приоритетности целевых аудиторий и групп влияния.

Стейкхолдеры отдела корпоративной культуры и социальной политики (ООО «АСИ-консалтинг»)

Основным стейкхолдером отдела корпоративной культуры и социальной политики (в настоящее время – ООО «АСИ-консалтинг»)

9. Консультации с заинтересованными сторонами



являются компании. Заинтересованными сторонами также являются бизнес-ассоциации, международные организации, работающие в сфере корпоративной ответственности и устойчивого развития, российские экспертные организации.

9.2. Диалоги с заинтересованными сторонами в процессе отчетности

В процессе работы над отчетом АСИ определило порядок и характер взаимодействия с заинтересованными сторонами. Консультации были проведены со следующими группами стейкхолдеров.

Новости АСИ

Подавляющее большинство стейкхолдеров, представляющих разные целевые группы, отметили необходимость продолжения выпуска новостей АСИ, посвященных деятельности НКО, гражданским инициативам и социальной тематике.

Учредители АСИ, а также многие участники встреч за круглым столом предложили дополнять новости Агентства аналитической информацией, чаще размещать экспертные мнения представителей различных НКО по актуальным вопросам, что будет способствовать повышению авторитета экспертов НКО как лидеров общественного мнения.

Ряд участников диалогов – руководители и сотрудники нескольких московских и общефедеральных НКО – выразили мнение о том, что АСИ стоит подумать о прекращении подготовки новостей и полном переходе на экспертно-аналитическую информацию. Такая позиция была аргументирована тем, что в настоящее время существует множество источников информации по различным направлениям деятельности некоммерческого сектора, и новости АСИ, которые рассказывают сразу обо всех его аспектах, не так востребованы, как это было в эпоху информационного дефицита. Однако подавляющее большинство других участников встреч, в первую очередь журналисты, с этим мнением не согласились. Более того, анкетирование получателей новостей АСИ показало, что наиболее востребованным

9. Консультации с заинтересованными сторонами

информационным продуктом АСИ являются новости и анонсы, в то время как аналитические статьи интересуют респондентов в меньшей степени.

Неоднократно отмечалось, что одна из выигрышных сторон новостей АСИ – это наличие контактной информации организаций, о которых говорится в сообщениях. Было предложено снабжать такой информацией большинство новостей и анонсов. Это особенно важно для журналистов, которые таким образом получают возможность лично связаться с заинтересовавшей их организацией и подготовить развернутый материал.

Участники диалогов высказали пожелание о техническом усовершенствовании основ-

ного сайта АСИ (www.asi.org.ru), в особенности ускорения его работы, улучшения навигации и поиска, усовершенствования системы рубрикации.

Межсекторное взаимодействие

Представители различных групп стейкхолдеров отметили важность роли АСИ в содействии построению межсекторного взаимодействия. По их мнению, АСИ должно стать мостиком между НКО, бизнесом и властью и модерировать их диалог. С этой целью Агентству нужно продолжать инициировать и проводить общественные дискуссии и другие мероприятия, способствующие сближению позиций разных общественных групп.

Группа стейкхолдеров и форма взаимодействия	Цели консультаций
Анкетирование сотрудников	<ul style="list-style-type: none"> • Определение формата и содержательного наполнения отчета АСИ • Определение путей более эффективной реализации миссии Агентства и осуществления его текущей деятельности
Встреча учредителей	<ul style="list-style-type: none"> • Определение формата и содержательного наполнения отчета АСИ • Определение путей более эффективной реализации миссии Агентства и осуществления его текущей деятельности
Анкетирование получателей новостей	<ul style="list-style-type: none"> • Определение ожиданий и предложений по улучшению новостей и сайта АСИ
Встречи за круглым столом с журналистами – получателями новостей и участниками мероприятий АСИ	<ul style="list-style-type: none"> • Определение путей более эффективной реализации миссии Агентства и осуществления его текущей деятельности
Встречи за круглым столом с московскими и общероссийскими НКО (экспертные организации по правам человека, экологии, детям и молодежи, правам женщин, развитию третьего сектора и др.)	<ul style="list-style-type: none"> • Определение путей более эффективной реализации миссии Агентства и осуществления его текущей деятельности
Встречи за круглым столом с представителями компаний и благотворительных фондов	<ul style="list-style-type: none"> • Определение путей более эффективной реализации миссии Агентства и осуществления его текущей деятельности

Е. Лория, редактор отдела гуманитарных проблем газеты «Известия»: «Сайт Агентства является важным информационным ресурсом в социальной сфере. Благодаря ему журналисты могут узнать о деятельности российских НКО, решающих острые социальные проблемы».

Г. Ельцов, главный редактор газеты «Ульяновская правда»: «Сайт АСИ – это всегда качественная и проверенная информация, которую действительно можно использовать в работе. Контент сайта уникален, а подробную информацию о социальных новостях практически всей страны можно найти только на данном ресурсе. Информация полезна и для СМИ, и для органов власти, и для самих некоммерческих организаций. Сайт АСИ – это именно тот портал, где всегда можно найти свежую информацию по главным социальным проблемам».

С. Баткибеков, директор Департамента стратегии социально-экономических реформ Министерства экономического развития и торговли: «Интернет-сайт Агентства является важным информационным ресурсом в социальной сфере, информирующим о деятельности российских некоммерческих организаций, решающих острые социальные проблемы. Дальнейшее развитие проекта АСИ будет способствовать объективному освещению деятельности российских НКО в средствах массовой информации и внесет значимый вклад в формирование инфраструктуры содействия развитию институтов гражданского общества».

С. Дикарев, начальник Главного управления Алтайского края по социальной защите населения и преодолению последствий ядерных испытаний на Семипалатинском полигоне администрации Алтайского края: «Сотрудники Главного управления, учреждений социальной защиты Алтайского края постоянно используют в своей работе информацию Агентства, черпая из нее новые идеи и контакты. Интернет-ресурс АСИ отличает разнообразие представляемой информации, ее широкий диапазон. Здесь можно найти как справочную, так и аналитическую информацию. Сайт АСИ способствует развитию и укреплению российских НКО и установлению социального партнерства между ними и органами государственной власти».

А. Бабушкин, член Общественного совета при ГУВД г. Москвы, председатель Комитета за гражданские права: «В течение 10 лет Комитет за гражданские права получает неоценимую информационную поддержку от Агентства социальной информации – наиболее влиятельной, оперативной и достоверной системы информирования общественных организаций и учреждений социальной сферы. Без поддержки АСИ наша организация, как и многие другие организации правозащитной и благотворительной направленности, не могла бы эффективно и качественно работать. Профессионализм, ответственность, актуальность, масштабность – таков неполный круг достоинств информационных ресурсов, которые предоставляет нам АСИ».

9.3. Позиция АСИ в отношении предложений, высказанных в ходе диалогов

Результаты диалогов со стейкхолдерами были обобщены и проанализированы. Они станут основой для разработки нового стратегического плана развития Агентства на 2008–2011 годы. В то же время руковод-

ство АСИ приняло решение незамедлительно отреагировать на ряд предложений, высказанных многими участниками диалогов.

- В 2007 году было проведено техническое перевооружение сайта АСИ.
- Новости АСИ продолжали выходить в обычном формате, однако постепенно они будут приобретать более аналитический характер. Для этого будет увеличено

9. Консультации с заинтересованными сторонами

количество публикуемых комментариев и экспертных мнений представителей некоммерческого сообщества.

- Принято решение приступить к разработке PR-стратегии для продвижения имиджа АСИ в некоммерческом сообществе. Это связано с тем, что в ходе диалогов с представителями НКО выяснилось, что некоторые из них не точно понимают миссию, роль и особенности деятельности Агентства.

В 2008 году АСИ продолжит интегрировать в свою деятельность наиболее существенные пожелания, следование которым реалистично для Агентства и не идет в разрез с его миссией и стратегическими направлениями развития.

В следующем отчете будет подробно рассказано о том, как Агентство отреагировало на ожидания заинтересованных сторон и что это изменило в деятельности организации.

10. Взгляд в будущее

АСИ считает выпуск публичных отчетов одним из важных факторов повышения прозрачности организации и увеличения доверия к ней со стороны общества. Процесс отчетности, построенный на диалоге с заинтересованными сторонами, помогает проанализировать деятельность организации и принять решение о мерах повышения эффективности ее работы.

В дальнейшем АСИ планирует ежегодно выпускать свой отчет в электронном виде и раз в три года – в печатном. Отчеты будут показывать, как организация развивается в соответствии со своей миссией. Каждый последующий отчет будет демонстрировать произошедшие за отчетный период изменения, достижения и трудности, с которыми столкнулась организация, а также развитие ее отношений с заинтересованными сторонами. Агентство продолжит диалог со своими стейкхолдерами, в особенности с некоммерческими организациями. Диалоги будут проходить не реже одного раза в три года.

Для поддержания экономической устойчивости АСИ продолжит следовать принципам диверсификации источников доходов

и укрепления отношений с постоянными партнерами. Приоритетом в области привлечения ресурсов будет увеличение числа российских организаций.

АСИ будет стремиться к повышению своей *экологической ответственности*. С этой целью в 2008 году Агентство планирует разработать собственную экологическую политику, механизмы ее реализации и показатели, а также создать и распространить среди сотрудников памятку по ресурсосбережению на рабочем месте.

АСИ продолжит совершенствовать *работу с кадрами*. Ее основными направлениями будут привлечение новых перспективных специалистов и создание условий для профессионального обучения сотрудников.

В 2008 году АСИ проведет очередной раунд стратегического планирования, по итогам которого будет утвержден план работы на 2008–2011 годы. Однако уже сейчас можно сказать, что *основные направления деятельности Агентства* меняться не будут, при этом используемые инструменты и форматы работы будут усовершенствованы.

11. Награды и благодарственные письма Агентству социальной информации

Диплом победителю Всероссийского конкурса лучших инновационных моделей семейного устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, за I место в номинации «Информационная кампания по пропаганде семейного устройства»

Е.Я. Бутко,
Заместитель руководителя Рособразования
Москва, 2007 год

Диплом Первого Всероссийского конкурса СМИ «Чужих детей не бывает» Агентству социальной информации

В. Богданов,
Председатель Союза журналистов России
К. Чаба,
Руководитель программы технического сотрудничества Посольства Канады в РФ
Москва, 2007 год

Благодарственное письмо Агентству социальной информации за большой вклад в организацию и проведение II Всероссийской конференции «Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества. Опыт регионов и муниципалитетов»

С.Б. Баткибеков,
Директор Департамента стратегии социально-экономических реформ Минэкономразвития России
Москва, 27 декабря 2007 года,
письмо № Д04-5255

Благодарственное письмо Агентству социальной информации за вклад в подготовку Делового форума «Деловая репутация: ответственность, прозрачность, устойчивость», который состоялся в рамках Международного конгресса «Деловая репутация и будущее России»

А. Шохин,
Президент Российского союза промышленников и предпринимателей
Москва, 5 октября 2007 года,
письмо № 1252/16

Благодарность Агентству социальной информации за активное участие в деятельности Комиссии по вопросам раз-

вития благотворительности, милосердия и волонтерства в 2006–2007 гг.

В.О. Потанин,
Председатель Комиссии
Общественной палаты РФ
Москва, 2007 год

Почетный диплом грантового конкурса «Новый день» Автономной некоммерческой организации «Агентство социальной информации» за значительный вклад в возрождение традиций благотворительности и высокое стремление помогать детям

Карел Де Рой,
Представитель в России и Белоруссии
Детского Фонда ООН – UNICEF
А. Попов,
Председатель Правления ОАО АКБ «РОСБАНК»
М. Черток,
Директор САФ Россия
Москва, 2007 год

Благодарственное письмо за высокий профессионализм и содействие развитию школьной прессы по итогам Пятого открытого конкурса школьных изданий «Больше изданий хороших и разных»

Л.П. Кезина,
Руководитель Департамента образования города Москвы
Москва, апрель 2006

Диплом Агентству социальной информации, лауреату Всероссийского фестиваля добрых дел/конкурс «Благотворительность и СМИ»

В.Г. Расницын,
Председатель Оргкомитета
Национальной инициативы
«2006 – Год благотворительности в России»
Москва, 2006 год

Благодарность Агентству социальной информации за организацию и проведение специального курса «Социальная журналистика гражданского общества» для студентов, обучающихся по специальности «Журналистика»

Л.И. Ручина,
Декан филологического факультета,
доцент Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского

11. Награды и благодарственные письма Агентству социальной информации

О.Н. Савинова,
Заведующая кафедрой журналистики,
профессор Нижегородского
государственного университета
им. Н.И. Лобачевского
2006 год

Благодарность Агентству социальной информации за возможность, предоставленную студентам специальности «Связи с общественностью», обучаться по спецкурсу «Социальная журналистика гражданского общества»

М.П. Волков,
Декан гуманитарного факультета
Ульяновского государственного
технического университета
В.Н. Шаповалов,
Заведующий кафедрой социологии
и связей с общественностью
Ульяновского государственного
технического университета
2006 год

Благодарность Агентству социальной информации за возможность, предоставленную студентам специальности «Журналистика», обучаться по спецкурсу «Социальная журналистика гражданского общества»

Т.Е. Никитина,
Декан факультета культуры
и искусства Ульяновского
государственного университета
О.Р. Самарцев,
Заведующий кафедрой журналистики
Ульяновского государственного
университета
2006 год

Свидетельство, удостоверяющее присоединение Агентства социальной информации к Социальной хартии российского бизнеса, регистрационный номер 106.77.72.40

А.И. Вольский,
Президент РСПП
Москва, 2005 год

Благодарственное письмо Е.А. Топовой за оказанную поддержку в проведении Всероссийской конференции «Качество трудового потенциала и экономический рост в России»

А.И. Вольский,
Почетный президент Российского
союза промышленников
и предпринимателей (работодателей)
Москва, 20 октября 2005 года,
письмо № 927/16

Диплом победителю конкурса общественно значимых программ общественных и иных некоммерческих негосударственных организаций 2005 года, проект «Сектор доверия»

Т.А. Васильева,
Председатель Комитета общественных
связей города Москвы
Правительства Москвы
Москва, 2005 год

Благодарность сайту социальной информации «Агентство социальной информации» за большой вклад в придание российскому Интернету социальной направленности

М. Сеславинский,
Руководитель Федерального агентства по
печати и массовым коммуникациям
Приказ от 26 ноября 2004 г. № 15-п

Диплом АСИ-Калуга за активное участие в организации и проведении общедобровольческих действий 2004 года и в связи с Международным днем добровольца

Г.П. Бодренкова,
Президент Российского центра
развития добровольчества
(ЦД/МДМ), национальный
представитель Международной
ассоциации добровольческих
усилий в России (IAVE)
Е.А. Захарова,
Исполнительный директор Фонда
«Созидание», член Международной
ассоциации национальной
молодежной службы (IANYS)
Москва, 5 декабря 2004 года

Использование стандартных элементов отчетности и показателей результативности GRI в отчете



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

Таблица соответствия Руководству по отчетности в области устойчивого развития GRI

Элемент отчетности G3 – характеристика	Использованы элементы отчетности: 1.1; 1.2; 2.1–2.10; 3.1–3.13; 4.1–4.5; 4.8; 4.9; 4.11–4.17
Сведения о подходах в области менеджмента G3	Сведения о подходах в области менеджмента представлены на следующих страницах: экологическая деятельность – стр. 39 социальная деятельность – стр. 37
Показатели результативности G3	Использованы показатели: EC3–EC7 EN7, EN11, EN12, EN26, EN28 LA1, LA2 – частично, LA3–LA7, LA9, LA11, LA13, LA14 HR1–HR4 SO6–SO8 PR1, PR2, PR5–PR9 Нерелевантны показатели: EN10, EN23–EN25, EN27, EN30, LA8, HR5, HR6, HR8, HR9, PR3, PR4

Элементы отчетности/ Показатели GRI	Формулировка показателя	Расположение информации в отчете
1.1.	Заявление лица, принимающего решения	Стр. 2
2.1.	Название организации	Стр. 5
2.2.	Главные бренды или виды продукции	Раздел 5. Основные виды деятельности АСИ
2.3.	Функциональная структура организации, включая основные подразделения	Раздел 3. Структура и система управления

2.4.	Расположение штаб-квартиры	Москва, Миусская площадь, д. 6, корп. 3
2.5.	Число стран, в которых организация осуществляет свою деятельность	Россия
2.6.	Характер собственности и организационно-правовая форма	Раздел 2. АСИ: визитная карточка организации
2.7.	Рынки, на которых работает организация	Россия Комментарий – трактовка элемента отчетности: АСИ не работает на рынках в традиционном смысле этого слова, то есть не вступает в экономические отношения с потребителями в связи с продажей своих товаров или услуг на постоянной основе. Тем не менее, некоторые черты рыночных отношений присущи и некоммерческой сфере деятельности, например, деятельность, осуществляемая в некоммерческих целях, может трактоваться как услуга (даже в том случае, если на нее не поступало запроса со стороны потенциальной целевой аудитории, например, просветительская деятельность); эта деятельность должна быть востребована целевой аудиторией или должна ее формировать; должна характеризоваться определенным уровнем качества и т.д. С учетом этой трактовки дан ответ на показатель 2.7
2.8.	Масштаб организации	Подраздел 3.2. АСИ в регионах Раздел 5. Основные виды деятельности АСИ Раздел 7. Сотрудники АСИ
2.9.	Существенные изменения масштабов, структуры или собственности	Подраздел 3.1. АСИ в Москве
2.10.	Награды, полученные за отчетный период	Раздел 11. Награды и благодарственные письма Агентству социальной информации
3.1.	Отчетный период	Подраздел 1.2. Цели и границы отчета, понимание и организация процесса отчетности
3.2.	Дата публикации последнего из предшествующих отчетов	Нерелевантно – это первый отчет организации, ориентированный на GRI
3.3.	Цикл отчетности	Рабочей группой по отчетности принято решение о выпуске печатной версии отчета о деятельности один раз в три года. Ежегодно будет выпускаться короткий отчет о деятельности в электронном виде, который будет помещаться на сайте организации

3.4.	Контактная информация	Вопросы и предложения в связи с содержанием отчета можно направлять по адресу: asi@asi.org.ru
3.5.	Процесс определения содержания отчета	Подраздел 1.2. Цели и границы отчета, понимание и организация процесса отчетности Раздел 9. Консультации с заинтересованными сторонами
3.6.	Границы отчета	Подраздел 1.2. Цели и границы отчета, понимание и организация процесса отчетности
3.7.	Ограничения области охвата или границ отчетности	Подраздел 1.2. Цели и границы отчета, понимание и организация процесса отчетности
3.8.	Основания для включения в отчет данных по совместным предприятиям, дочерним компаниям и пр.	В отчете представлены наиболее значимые содержательные результаты работы «дочерних» организаций: ООО «Актуальная социальная информация»; ООО «АСИ-консалтинг»
3.9.	Методы измерения данных и расчетов (в случае отклонения от протоколов GRI)	Не применялись
3.10.	Основания значения переформулировок	См. элемент отчетности 2.7
3.11.	Существенные изменения относительно предыдущих периодов отчетности	Нерелевантен, так как это первый отчет организации, ориентированный на GRI
3.12.	Таблица, указывающая расположение стандартных элементов отчетности	Стр. 47
3.13.	Политика и применяемые практические подходы в отношении внешнего подтверждения отчета	Рабочей группой по отчетности принято решение не проводить внешнее подтверждение отчета в связи с отсутствием общепризнанной методики проведения аудита нефинансовой отчетности некоммерческой организации
4.1.	Структура управления организации, включая основные комитеты в составе совета директоров	Раздел 3. Структура и система управления В составе Совета учредителей не сформированы комитеты, так как все вопросы рассматриваются всеми членами Совета в ходе регулярных встреч
4.2.	Является ли председатель высшего руководящего органа одновременно исполнительным менеджером	Нет
4.3.	Количество независимых членов высшего руководящего органа	По состоянию на конец 2007 года четыре члена Совета учредителей не являлись сотрудниками организации

4.4.	Механизмы, с помощью которых акционеры или сотрудники могут направлять деятельность руководства	Раздел 3. Структура и система управления
4.5.	Связь между выплатами членам высшего руководства и результатами деятельности организации	Результаты деятельности организации не влияют на оплату труда руководящих сотрудников, так как АСИ является некоммерческой организацией – получаемая прибыль направляется на уставную деятельность, а не распределяется на вознаграждение руководства
4.8.	Разработанные внутри организации заявления о миссии или ценностях, кодексы корпоративного поведения и др.	Раздел 2. АСИ: визитная карточка организации, подраздел 3.1. АСИ в Москве, подраздел 6.4. Деловая этика
4.9.	Процедуры, используемые высшим руководящим органом для надзора за тем, как организация оценивает свою экономическую, социальную и экологическую деятельность	Специальных процедур по этому поводу в организации не имеется. Подготовка первого отчета в области устойчивого развития стала первым опытом для работников организации в осмыслении концепции устойчивого развития в применении к деятельности организации
4.11.	Применяет ли организация принцип предосторожности	АСИ не применяет этот принцип на постоянной основе в силу минимального негативного воздействия своей деятельности на окружающую среду
4.12.	Разработанные внешними сторонами хартии, принципы и т.д., в которых участвует организация	Раздел 4. Членство в профессиональных и общественных организациях, участие в общественных инициативах
4.13.	Членство в ассоциациях и/или международных или национальных организациях	Раздел 4. Членство в профессиональных и общественных организациях, участие в общественных инициативах
4.14.	Перечень заинтересованных сторон	Подраздел 9.1. Основные заинтересованные стороны АСИ
4.15.	Основания для выявления и выбора заинтересованных сторон с целью дальнейшего взаимодействия	Выявление заинтересованных сторон проведено в рамках анализа основных направлений деятельности АСИ. Выбор заинтересованных сторон проведен с учетом результатов диалогов и основных общественно значимых проектов
4.16.	Подходы к взаимодействию с заинтересованными сторонами	Подраздел 9.2. Диалоги с заинтересованными сторонами в процессе отчетности
4.17.	Ключевые темы, поднятые или выявленные в процессе взаимодействия с заинтересованными сторонами	Подраздел 9.2. Диалоги с заинтересованными сторонами в процессе отчетности

ЕС3	Обеспечение обязательств организации, связанных с пенсионным планом с установленными льготами	В организации нет пенсионной программы
ЕС4	Значительная финансовая помощь от государства	От государства организацией получено шесть субсидий на общую сумму 8 млн 500 тыс. руб.
ЕС5	Диапазон соотношения стандартной заработной платы начального уровня и установленной минимальной заработной платы в существенных регионах деятельности	<p>Данный показатель применим только к московскому офису АСИ.</p> <p>В 2007 году минимальная зарплата в Москве составляла 6100 руб. (данные Московской федерации профсоюзов)</p> <p>Стандартная заработная плата начального уровня в организации превышает минимальную зарплату в г. Москве (по итогам 2007 года) в 2,5 раза</p>
ЕС7	Процедуры найма местного населения	В организации существует единая процедура найма работников, независимо от их места регистрации или проживания
EN7	Инициативы по снижению косвенного энергопотребления и достигнутое снижение	<p>Раздел 8. Экологическая составляющая</p> <p>Подраздел 7.6. Волонтерство и благотворительность</p>
EN10	Доля и общий объем многократно и повторно используемой воды	Показатель нерелевантен для деятельности организации
EN11	Местоположение и площадь земель, находящихся в собственности...	Организация не имеет в собственности земель
EN12	Описание существенных воздействий деятельности, продуктов и услуг на биоразнообразии	Деятельность и услуги АСИ не влияют на биоразнообразии
EN23	Общее количество существенных разливов	Показатель нерелевантен для деятельности организации
EN24	Масса перевезенных ... отходов, являющихся опасными	Показатель нерелевантен для деятельности организации
EN25	Водные объекты, на которые оказывают существенное влияние сбросы организации и поверхностный сток	Показатель нерелевантен для деятельности организации
EN26	Инициативы по смягчению воздействия продукции и услуг на окружающую среду	Услуги организации не оказывают вредного воздействия на окружающую среду

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
EN30	Общие расходы и инвестиции на ООС	Показатель нерелевантен для деятельности организации
LA1	Общая численность рабочей силы с разбивкой по типу занятости, договору о найме и региону	Раздел 7. Сотрудники АСИ Показатель «Общая численность рабочей силы с разбивкой по региону» нерелевантен для организации, так как все штатные сотрудники работают только в Москве
LA2	Общее количество сотрудников и текучесть кадров в разбивке по возрастной группе, полу и региону	Подраздел 7.2. Кадровые перестановки и карьерный рост (показатель отражен частично)
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 (см. подраздел 6.4. Деловая этика)
LA4	Доля сотрудников, охваченных коллективными договорами	В организации не принят коллективный договор
LA5	Минимальный период уведомления в отношении значительных изменений в деятельности организации	Согласно Законодательству РФ
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
LA7	Уровень производственного травматизма и т.д.	За отчетный период ни один из сотрудников не получил травм, не произошло ни одного смертельного случая
LA8	Программы образования, обучения, консультирования для помощи сотрудникам, членам их семей и населению в отношении тяжелых заболеваний	Показатель нерелевантен для деятельности организации
LA9	Отражение вопросов здоровья и безопасности в официальных соглашениях с профсоюзами	В организации не действует профсоюзная организация, так как численность АСИ позволяет все возникающие вопросы решать оперативно, с участием руководства организации, и не требует специальных процедур

LA11	Программы развития навыков и образования	В организации таких программ не разработано, используются возможности, предоставляемые внешними поставщиками услуг по запросам сотрудников и с одобрения руководителей отделов
LA12	Доля сотрудников, для которых проводятся периодические оценки результативности	Создание поэтапной системы оценки результативности работников – в планах организации (на следующий период стратегического планирования 2008–2011)
LA13	Состав руководящих органов с разбивкой по полу и возрастной группе с указанием представительств меньшинств и другого разнообразия	Руководящий состав – семь человек, из них: мужчин – один, женщин – шесть в возрасте от 30 до 50 лет
LA14	Отношение базового оклада мужчин и женщин в разбивке по категории работников	1:1 (категории в организации отсутствуют)
HR1	Процент и общее число существенных инвестиционных соглашений, включающих положения об обеспечении прав человека	Организация не заключает инвестиционных соглашений
HR2	Доля существенных поставщиков и подрядчиков, прошедших оценку с точки зрения прав человека	Проведение такой оценки, с учетом характера закупок, осуществляемых АСИ (в основном – канцелярские товары), считаем нецелесообразным
HR3	Число часов обучения сотрудников политикам и процедурам, связанным с аспектами прав человека	Сотрудники АСИ являются специалистами в том числе и по правам человека, поэтому хорошо знакомы с темой. Дополнительного обучения на данный момент не требуется
HR4	Общее число случаев дискриминации и предпринятые действия	За отчетный период таких случаев не выявлено
HR5	Деятельность, в рамках которой право на использование свободы ассоциации и ведение коллективных переговоров может быть подвергнуто существенным рискам...	Показатель нерелевантен для организации
HR6	Деятельность, в рамках которой имеется значительный риск случаев использования детского труда	Показатель нерелевантен для организации
HR8	Доля сотрудников службы безопасности, прошедших обучение политикам и процедурам в отношении аспектов прав человека	Показатель нерелевантен, так как в организации отсутствует служба безопасности

HR9	Общее число случаев нарушения, затрагивающих права коренных и малочисленных народов	Показатель нерелевантен для организации, так как АСИ не ведет деятельности на территориях проживания коренных и малочисленных народов
S01	Характер, сфера охвата и результативность любых программ и практических подходов, оценивающих воздействие организации на сообщества	Данный отчет является первой попыткой оценить воздействие организации на общество, однако мы отдаем себе отчет в том, что такая оценка должна быть проведена на гораздо более глубоком и методологически убедительном уровне. В будущих отчетах мы постараемся двигаться в направлении этой цели
S06	Общее денежное выражение финансовых и натуральных пожертвований политическим партиям	Подраздел 6.4. Деловая этика
S07	Общее число случаев правовых действий в отношении организации в связи с противодействием конкуренции	Таких действий не проводилось
S08	Денежное выражение существенных штрафов и число нефинансовых санкций, наложенных за несоблюдение законодательства и нормативных требований	Таких штрафов не налагалось
PR1	Стадии жизненного цикла, на которых воздействие на здоровье и безопасность продукции и услуг	Подраздел 6.3. Менеджмент качества
	оценивается для выявления возможностей улучшения	
PR2	Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам	Таковых не выявлено
PR3	Маркировка: Виды информации о свойствах продукции и услуг ... в отношении которых действуют требования к информации	Показатель нерелевантен для организации, так как организация не продает товары и не оказывает услуги, которые потенциально могут оказывать негативное влияние на окружающую среду или общество
PR4	Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам, касающимся информации и маркировки о свойствах продукции	Показатель нерелевантен для организации
PR5	Практики, относящиеся к удовлетворению потребителей, включая результаты исследований по оценке степени удовлетворенности потребителя	Подраздел 9.2. Диалоги с заинтересованными сторонами в процессе отчетности

PR6	Программы по обеспечению соответствия законодательству, стандартам и добровольным кодексам в сфере маркетинговых коммуникаций, включая рекламу, продвижение продукции и спонсорство	Организация недавно приступила к выполнению программ в области социальной рекламы и социального маркетинга, к которым потенциально применим показатель PR6 (общая информация о программах приведена в подразделе 5.3). Внутренних кодексов в связи с этим видом деятельности пока не разработано. Все возникающие вопросы решаются во взаимодействии с заинтересованными сторонами в оперативном порядке. Например, при подготовке роликов социальной рекламы «Найди меня, мама!» вопросы неприкосновенности частной жизни детей-сирот, которые участвовали в съемках, и соблюдения их прав обсуждались с Уполномоченным по правам человека г. Москвы, а также руководством школ-интернатов
PR7	Общее количество случаев несоответствия законодательству, стандартам и добровольным кодексам в сфере маркетинговых коммуникаций, включая рекламу, продвижение продукции и спонсорство	Таковых не выявлено
PR8	Общее количество обоснованных жалоб, касающихся нарушения неприкосновенности частной жизни потребителя и утери данных о потребителе	Таких жалоб не поступало
PR9	Денежное выражение существенных штрафов, наложенных за несоблюдение законодательства и нормативных требований, касающихся предоставления и использования продукции и услуг	За отчетный период штрафов не налагалось

Приложение 2

Члены региональной сети Агентства социальной информации (по данным на конец 2007 года)

Приволжский федеральный округ

АСИ-Киров – на базе Кировского центра поддержки некоммерческих организаций
АСИ-Нижний Новгород – на базе Нижегородской ассоциации неправительственных некоммерческих организаций (НАН-НО) «Служение»

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

АСИ-Пермь – на базе Межрегиональной общественной организации «Уральский центр поддержки негосударственных организаций», с 2008 года – на базе Пермской городской общественной благотворительной организации «Центр поддержки демократических молодежных инициатив»

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 Региональной общественной организации «Мурманская ассоциация журналистов»

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» (с января 2008 года)

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

АСИ-Омск – на базе Областной общественной молодежной организации «Гражданский долг»

АСИ-Томск – на базе Некоммерческого партнерства «Сибирская ассоциация медиаобразования»

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

Уральский федеральный округ

АСИ-Екатеринбург, АСИ-Первоуральск – с ноября 2007 года на базе Некоммерческого партнерства «АСИ-Урал», до этого на базе Свердловской областной общественной организации «Добрая воля»

АСИ-Серов – на базе Добровольческого центра «Надеждинск»

АСИ-Челябинск – на базе муниципального учреждения «Центр общественных объединений», с мая 2008 года – на базе Челябинской городской общественной организации «Есть мнение»

Центральный федеральный округ

АСИ-Владимир – на базе Владимирской областной общественной организации «Добровольная ассоциация некоммерческих организаций»

АСИ-Воронеж – на базе Автономной некоммерческой организации «Центр развития гражданских инициатив»

АСИ-Калуга – с октября 2007 на базе Калужской областной молодежной благотворительной общественной организации «Здоровое завтра», до этого – на базе Фонда развития деловой культуры, поддержки инноваций и культурных инициатив «Стратегия»

АСИ-Ярославль – на базе Ярославской региональной общественной организации «Центр социального партнерства»

Южный федеральный округ
АСИ-Краснодар – на базе Краснодарской краевой общественной организации выпускников российских вузов

Приложение 3

Список изданий Агентства социальной информации (2004–2007 годы)

2007	<p><i>Брошюры:</i> «Сокращая дистанцию» (Опыт проведения дистанционных курсов по гражданской тематике) Сборник «Российский бизнес и Глобальный договор ООН. Практика социальной ответственности» (подготовлено АСИ по заказу Программы развития ООН в России) «Устанавливая связь» (издание на русском языке рекомендаций Глобальной инициативы по отчетности (GRI) и Бюро Глобального договора ООН по подготовке нефинансовой отчетности)</p> <p><i>Информационно-аналитические бюллетени:</i> «Выпускники сиротских учреждений: проблемы и перспективы» «Помощь бизнеса детям-сиротам»</p>
2006	<p><i>Брошюры:</i> «Есть ли альтернатива гастарбайтерам?» «Есть ли будущее у кадетских корпусов в России?» Буклет «Профилактика и борьба с ВИЧ/СПИДом, Фаза I, Российская Федерация. Результаты проекта»</p> <p><i>Информационно-аналитические бюллетени:</i> «Общественные советы при органах власти» «Национальные проекты и информационные стратегии» «НКО в новых правовых условиях» «Информационные потоки третьего сектора»</p> <p><i>Книги:</i> «Социальный календарь. 12 месяцев из жизни гражданского общества» «Бизнес и некоммерческие организации: взаимовыгодное сотрудничество в управлении рисками. Материалы международной конференции»</p>

<p>2005</p>	<p><i>Брошюры:</i> «Руководство по разработке программ по профилактике ВИЧ/СПИДа на предприятии» «Интеграция прав человека в деятельность компаний» <i>Информационно-аналитические бюллетени:</i> «Благотворительность и СМИ»</p>
	<p>«Монетизация льгот: цена вопроса» «Молодежная политика: проблемы и перспективы» «Реформа сиротских учреждений. Деинституционализация сиротских учреждений: за и против» «Нужна ли гражданскому обществу консолидация?»</p> <p><i>Книги:</i> «Социальная ответственность компаний. Эффективные технологии управления социальными инвестициями» «Социальная журналистика: профессия и позиция»</p> <p><i>Учебные пособия:</i> «Освещение этнического многообразия» (издано совместно с Центром развития демократии и прав человека)</p>
<p>2004</p>	<p><i>Брошюры:</i> «Язык вражды и студенчество» «Новая жилищная политика» «Как защитить общество от языка вражды»</p> <p><i>Информационно-аналитические бюллетени:</i> «Добровольная помощь детям-сиротам в г. Москве» «Социальные инициативы российских СМИ» «Гражданская активность российской молодежи» «Налоги & НКО»</p> <p><i>Сборники:</i> «Проблема здорового питания школьников»</p> <p><i>Учебные пособия:</i> «Светлая полоса. Спецкурс по социальной журналистике»</p> <p><i>Справочники:</i> Справочник общественных организаций Академического района г. Москвы</p>

Дорогие друзья!

Вы познакомились с отчетом Агентства социальной информации о деятельности в 2004–2007 годах. Это первый отчет АСИ, ориентированный на GRI.

Мы вложили в этот документ много труда и надеемся, что он дал вам возможность больше узнать о нас: наших проектах, философии, планах и надеждах.

Для нас очень важно ваше мнение по поводу подготовленного документа – это поможет сделать наши следующие отчеты более информативными.

Мы будем рады, если вы поделитесь с нами мнением о том:

- насколько представленная в отчете информация была интересна и полезна для вас;
- легко ли вам было его читать, или что-то осталось непонятным;
- понравилось ли вам оформление отчета;
- какие темы, оставшиеся за пределами отчета, по вашему мнению, необходимо включить в следующие?

Ваши пожелания и замечания вы можете присылать по адресу: pr@asi.org.ru

Большое спасибо
и до новых встреч!

Основные принципы деятельности некоммерческих организаций в РФ

Основываясь на том, что реализация общественных интересов находится в поле общей заботы и ответственности органов власти, бизнеса и объединений граждан;

Считая некоммерческие организации важнейшим механизмом участия граждан в решении общественно значимых проблем, осуществлении общественного контроля и эффективного взаимодействия граждан с властью и бизнесом;

Учитывая, что внимание к деятельности некоммерческих организаций растет, при этом понимание принципов их деятельности явно не достаточно;

Отвечая растущей потребности в самоопределении, самоорганизации и консолидации некоммерческого сектора, повышении прозрачности некоммерческих организаций,

мы заявляем о приверженности следующим основным принципам деятельности.

Принцип общественной пользы

Миссия некоммерческой организации заключается в реализации общественных интересов, в том числе интересов участников (членов) организации, привлечении внимания органов власти, средств массовой информации и граждан к проблемам и обстоятельствам, имеющим общественное значение.

Принцип свободы деятельности

Деятельность некоммерческой организации основывается на самоуправлении. Некоммерческая организация свободна в выборе содержательных направлений деятельности и методов их реализации, может открыто выражать собственную точку зрения на любую общественную проблему и отстаивать свою позицию.

Многообразие некоммерческих организаций обусловлено многообразием общественных интересов.

Принцип сотрудничества

Некоммерческая организация открыта к диалогу и взаимодействию с заинтересованными сторонами, развивает сотрудничество и партнерские отношения в целях реализации общественных интересов. Проявляя солидарность с другими НКО, некоммерческая организация в случае необходимости готова оказать им поддержку вне зависимости от сферы их деятельности.

Принцип верховенства права

Деятельность некоммерческой организации не противоречит ее уставу. Некоммерческая организация предпринимает необходимые меры, чтобы выполнять требования законодательства, и, в соответствии со своими возможностями, содействует его совершенствованию.

Принцип демократического управления

Руководство и управление некоммерческой организацией осуществляются на основе демократических процедур и взаимного уважения. Сотрудники, участники (члены) и другие лица, вовлеченные в деятель-

ность некоммерческой организации, информированы о миссии, задачах, правовых условиях деятельности организации, источниках финансирования, своих правах и обязанностях, имеют возможность открыто обсуждать в организации вопросы ее деятельности.

Принцип самоконтроля

Некоммерческая организация обеспечивает внутренний контроль за своей деятельностью и регулярную оценку ее эффективности и качества.

Некоммерческая организация ответственно подходит к выбору источников финансирования своей деятельности.

Некоммерческая организация старается не допускать ситуации, при которой принятие решений обусловлено личной выгодой лиц, принимающих решения.

Принцип открытости

Некоммерческая организация принимает меры к тому, чтобы все заинтересованные стороны: знали о ее деятельности и имели ее контактную информацию; могли получить по запросу краткую актуальную информацию о ее миссии, целях, задачах, структуре расходов и доходов и основной деятельности; имели возможность ознакомиться с ее регулярным (годовым) отчетом.

Некоммерческая организация вправе ограничивать доступ к информации, разглашение которой может привести к негативным последствиям либо расценено как вторжение в личную жизнь, если такое ограничение прямо не запрещено законом.

Принцип ответственности

Некоммерческая организация ответственна, прежде всего, перед обществом и своей целевой аудиторией. Некоммерческая организация учитывает возможные последствия своей деятельности для граждан, организаций, общества в целом и окружающей среды.

Некоммерческая организация стремится к тому, чтобы ее действия или бездействие не приводили к негативным последствиям для партнерских организаций, информирует своих партнеров о возможных рисках совместной деятельности.

Принцип равноправия

Некоммерческая организация не использует свои преимущества с целью дискриминации других НКО, не выступает от их имени без соответствующих полномочий. Некоммерческая организация самостоятельно представляет свою точку зрения или добровольно делегирует это право.

Будучи результатом коллективного обсуждения, документ открыт для присоединения организаций.



http://www.nkozakon.ru/nko_transparency/

**АСИ выражает благодарность организациям,
поддержавшим деятельность Агентства в 2004–2007 годах:**

- Министерство РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций/
Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям
 - Комитет общественных связей города Москвы
 - Комиссия Европейских сообществ • Фонд Alcoa • CAF Россия
 - Международная организация труда (ILO)
 - Агентство США по международному развитию (USAID)
 - Американский совет по международным исследованиям и обменов (IREX)
 - Фонд Генри М. Джексона
 - Посольство Королевства Нидерландов, Программа Матра • Фонд «Евразия»
- Международный центр некоммерческого права (ICNL) • Институт «Открытое общество»
- Национальный фонд в поддержку демократии (NED) • Фонд «Институт экономики города»
 - Посольство Канады, Канадский фонд «Гражданское общество»
 - Фонд некоммерческих программ «Династия»/Фонд Дмитрия Зимина «Династия»
 - ЗАО «УЛЬТРА Электроник АГ Рус» • Фонд Чарльза Стюарта Мотта
 - Фонд «Московская программа общественного развития»
 - Швейцарское Координационное бюро по вопросам международного сотрудничества и гуманитарной помощи при Посольстве Швейцарии в Российской Федерации

the fact that the *in vitro* and *in vivo* results are in good agreement, it is likely that the *in vitro* results are representative of the *in vivo* situation.

It is interesting to note that the *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.

The *in vitro* results are in good agreement with the *in vivo* results, despite the fact that the *in vitro* results were obtained from a single donor.