

**ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО.  
МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ НКО  
И ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ**

## СОДЕРЖАНИЕ

Как зарегистрировать НКО? Инструкция для инициативных групп, планирующих регистрацию некоммерческой организации .....	4
Как социально ориентированным некоммерческим организациям стать поставщиком (исполнителем) общественно полезных услуг? .....	24
Как работать со СМИ? Методическое пособие по написанию информационного материала.....	32
Как продвигать НКО в социальных сетях? .....	64
Бесплатные сайты и волонтерская IT-помощь для некоммерческих организаций.....	80
Проект «Знакомьтесь, гражданское общество» .....	86

# Издание Общественной палаты Челябинской области

Сборник подготовлен при содействии:



Управления общественных связей  
Правительства Челябинской области

Министерства социальных  
отношений Челябинской области



ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ  
МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ  
ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ


Государственного бюджетного  
учреждения "Молодежный ресурсный  
центр" (Министерство образования  
и науки Челябинской области)



Челябинского областного  
общественного социально-правового  
движения «За возрождение Урала»



Общественного образовательного  
проекта «Теплица социальных  
технологий» (г. Москва)



**Как зарегистрировать НКО?  
Инструкция для инициативных групп,  
планирующих регистрацию  
некоммерческой организации**

---

## Что такое «некоммерческая организация» (НКО)?

**Некоммерческая организация (НКО)** – организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками. Некоммерческая организация считается созданной как юридическое лицо с момента ее государственной регистрации в установленном законом порядке (**Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»**).

### Для достижения каких целей создается НКО?

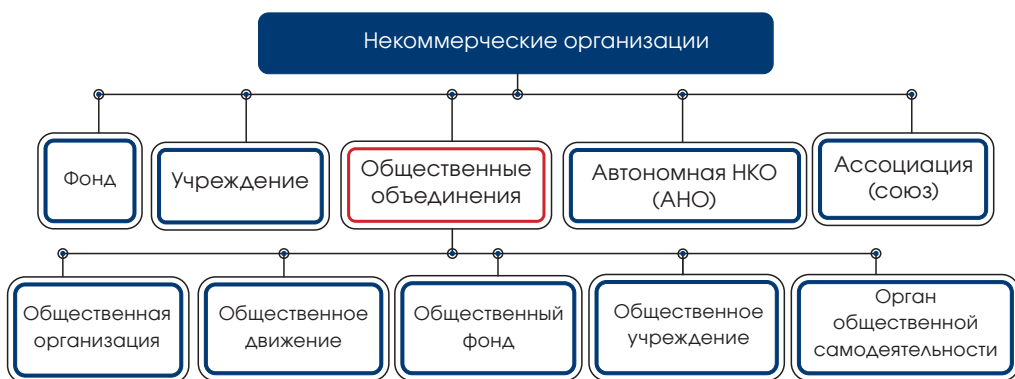
Некоммерческие организации могут создаваться для достижения целей, направленных на достижение общественных благ, в том числе:

- социальных
- благотворительных
- культурных
- образовательных
- научных и управленческих целей
- в целях охраны здоровья граждан
- развития физической культуры и спорта
- удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан
- защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи.

### Какие существуют формы НКО?

Согласно Федеральному закону от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» и ст. 50 Федерального Гражданского кодекса Российской Федерации существуют следующие формы некоммерческих организаций:

- **Общественные и религиозные организации (объединения)**
  - Общины коренных малочисленных народов Российской Федерации
  - Казачьи общества
- **Фонды**
  - Государственная корпорация
  - Государственная компания
- **Некоммерческие партнерства**
- **Частные учреждения**
  - Государственные, муниципальные учреждения
  - Бюджетное учреждение
- **Автономная некоммерческая организация**
- **Ассоциации (союзы).**



Особенности правового положения отдельных форм НКО, а также особенности их создания, реорганизации, ликвидации и управления определяются законодательством Российской Федерации. К выбору организационно-правовой формы НКО стоит подойти очень внимательно. Для правильного выбора формы НКО изначально необходимо четко определить цели и задачи её создания.

---

## Об отдельных организационно-правовых формах НКО

### 1. Автономная некоммерческая организация (АНО)

- Членства нет.
- Учреждается гражданами и/или юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов. (!) *Может быть только один учредитель.*
- АНО может осуществлять приносящую доход деятельность, если это предусмотрено её уставом, направленную на достижение целей, для которых она была создана, но прибыль между учредителями при этом не распределяется.
- Учредители АНО не сохраняют прав на имущество, переданное ими в собственность этой организации, не отвечают по обязательствам созданной ими автономной некоммерческой организации, а она, в свою очередь, не отвечает по обязательствам своих учредителей.
- Учредители автономной некоммерческой организации не имеют преимуществ по сравнению с участниками созданной АНО и могут пользоваться ее услугами только на равных с другими лицами условиях.
- Высший орган управления АНО должен быть коллегиальным. Учредители АНО самостоятельно определяют форму и порядок формирования коллегиального высшего органа управления.
- Коллегиальным высшим органом управления АНО является общее собрание учредителей либо другой коллегиальный орган (Правление, Совет и другие формы, в состав которых могут входить учредители, представители учредителей, директор АНО).

### 2. Фонд

- Членства нет.
- Фонд учреждается для определенных социальных, благотворительных, культурных, образовательных или других общественно-полезных целей путем объединения имущественных взносов.

- 
- Участники не обязаны принимать участие в деятельности фонда и лишены права участвовать в управлении его делами.
  - Фонд является полноправным собственником своего имущества, а его учредители (участники) не несут ответственности по его долгам.
  - В случае ликвидации фонда имущество, оставшееся после погашения долгов, распределяется между учредителями и участниками не подлежит.
  - Фонд вправе осуществлять только ту приносящую доход деятельность, которая соответствует целям его создания, прописанным в уставе. Для осуществления предпринимательской деятельности фонды вправе создавать хозяйственные общества или участвовать в них.
  - Учредителями, членами и участниками общественных фондов не могут быть органы государственной власти и органы местного самоуправления.
  - Имущественная деятельность фонда должна осуществляться публично, и для надзора за соответствием деятельности фонда прописанным в его уставе положениям создается попечительский совет и контрольно-ревизионный орган (ревизионная комиссия).
  - Попечительский совет фонда осуществляет надзор за деятельностью фонда, принятием другими органами фонда решений и обеспечением их исполнения, использованием средств фонда, соблюдением фондом законодательства. Решения, принятые попечительским советом, носят рекомендательный характер в отличие от решений руководящих и исполнительных органов.
  - Члены попечительского совета фонда исполняют свои обязанности в этом органе на общественных началах (в добровольном порядке) и не получают за эту деятельность вознаграждение. Порядок формирования и деятельности попечительского совета определяется уставом, утвержденным его учредителями.
  - Внесение изменений в устав фонда, как и его ликвидация, возможно только в судебном порядке.

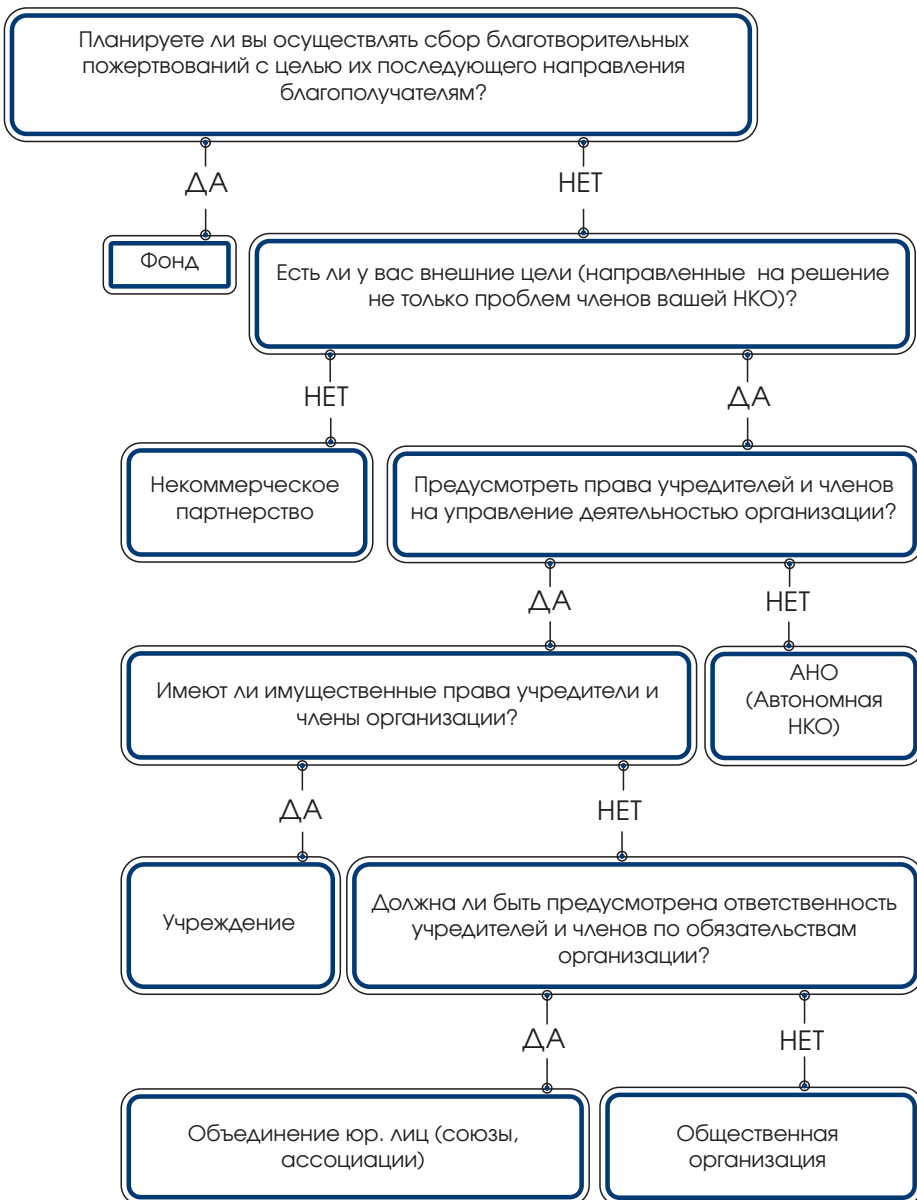


---

### 3. Общественное объединение

- Добровольная, самоуправляемая некоммерческая организация, создающаяся по инициативе группы граждан на основе общности интересов и для реализации общих целей.
- Общественные объединения могут быть созданы в виде:
  - общественной организации (объединение, основанное на членстве и созданное на основе совместной деятельности для защиты общих интересов и достижения уставных целей объединившихся граждан);
  - общественного движения (состоящее из участников и не имеющее членства массовое общественное объединение, преследующее политические, социальные и иные общественно-полезные цели);
  - общественного фонда (один из видов некоммерческих фондов, представляющий собой общественное объединение, не имеющее членства, цель которого заключается в формировании имущества на основе добровольных взносов (и иных, разрешенных законом поступлений) и использовании данного имущества в общественно-полезных целях);
  - общественного учреждения (не имеющее членства общественное объединение, созданное для оказания конкретного вида услуг, отвечающих интересам участников и соответствующих уставным целям данного объединения).
- По территориальному признаку общественные организации подразделяются на общероссийские, межрегиональные, региональные и местные.
- Общественное объединение может быть создано по инициативе не менее трех физических лиц. Также в состав учредителей, наряду с физическими лицами, могут входить юридические лица – общественные объединения.
- Общественные объединения могут осуществлять приносящую доход деятельность, если это предусмотрено их уставами, для достижения целей, ради которых они были созданы. Доходы между участниками объединений не распределяются и должны использоваться только для достижения уставных целей.

## Алгоритм выбора организационно-правовой формы



---

## Наименование НКО

Наименование НКО должно содержать указание на ее организационно-правовую форму и характер деятельности.

Пример: «Благотворительный фонд по поддержке и развитию институтов гражданского общества».

Название НКО указывается строго на русском языке.

Использование в наименовании НКО официального наименования «Российская Федерация»/«Россия», а также слов, производных от этого наименования, допускается по разрешению, выдаваемому в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, за рядом исключений (см. пункт 5 статьи 4 Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»).

Зарегистрировав наименование НКО, вы будете иметь исключительное право на его использование.

## Место нахождения НКО

НКО как юридическое лицо должно иметь адрес местонахождения, по которому осуществляется регистрация этого юридического лица и по которому всегда можно найти его исполнительный орган.

Согласно п. 2 ст. 54 Гражданского кодекса Российской Федерации место нахождения юридического лица определяется местом его государственной регистрации на территории Российской Федерации путем указания наименования населенного пункта (муниципального образования). Таким образом, в пункте Устава организации достаточно указать только город.

В заявлении о государственной регистрации при создании юридического лица, подаваемом в территориальный орган Минюста России, указывается адрес (место нахождения) постоянно действующего исполнительного органа юридического лица (в случае отсутствия постоянно действующего исполнительного органа юридического лица - иного органа или лица, имеющих право действовать от имени юридического лица без доверенности), по которому осуществляется связь с юридическим лицом.

## Кто может создать НКО?

Решение о создании НКО в результате ее учреждения принимается ее учредителями (учредителем). Число учредителей некоммерческой организации не ограничено. Некоммерческая организация может быть учреждена одним лицом, за исключением случаев учреждения некоммерческих партнерств, ассоциаций (союзов) и иных случаев, предусмотренных федеральным законодательством.

<b>Могут быть учредителем НКО</b>	<b>Не могут быть учредителем НКО</b>
Дееспособные и достигшие 18 лет граждане Российской Федерации	Иностранные граждане и лица без гражданства, в отношении которых принято решение о нежелательности их пребывания на территории Российской Федерации
Иностранные граждане и лица без гражданства, законно находящиеся на территории Российской Федерации (кроме случаев, установленных международными договорами и федеральным законодательством)	Лица и организации, включенные в перечень физических лиц и организаций, в отношении которых имеются сведения об их причастности к экстремистской деятельности или терроризму (в соответствии с пунктом 2 статьи 6 Федерального закона от 7 августа 2001 года № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) денежных средств, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»)

Юридические лица	Лица, в отношении которых вступившим в законную силу решением суда установлено, что в их действиях содержатся признаки экстремистской деятельности
	Общественные объединения или религиозные организации, деятельность которых приостановлена в соответствии со статьей 10 Федерального закона от 25 июля 2002 года № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности»
	Лица, которые не соответствуют предъявляемым к учредителям (участникам, членам) некоммерческой организации требованиям федеральных законов, определяющих правовое положение, порядок создания, деятельности, реорганизации и ликвидации некоммерческих организаций отдельных видов
<p>Не могут быть учредителями некоммерческой организации <b>в течение десяти лет со дня вступления в законную силу решения суда</b> лица, которые ранее являлись руководителями или входили в состав руководящего органа общественного или религиозного объединения либо иной организации и в отношении которых судом принято вступившее в законную силу решение о ликвидации или запрете деятельности (по основаниям, предусмотренным Федеральным законом от 25 июля 2002 года № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» либо Федеральным законом от 6 марта 2006 года № 35-ФЗ «О противодействии терроризму»)</p>	

---

## Учредительные документы НКО

НКО создается без ограничения срока деятельности, если иное не установлено в уставе организации – её основном учредительном документе.

Учредительные документы некоммерческой организации – главный источник информации о целях, структуре и условиях работы будущей организации.

Именно по ним контролирующие органы дадут первую оценку вашей заявке на регистрацию, а от этого во многом будет зависеть исход всей процедуры оформления НКО.

Основным учредительным документом НКО является устав, утвержденный учредителями (участниками, собственником имущества) для общественной организации (объединения), фонда, некоммерческого партнерства, автономной некоммерческой организации, частного или бюджетного учреждения.

В учредительных документах НКО должны содержаться:

- наименование организации с указанием характера деятельности и организационно-правовой формы
- адрес местонахождения
- предмет и цели деятельности
- порядок управления деятельностью
- права и обязанности участников
- сведения о филиалах и представительствах организации
- условия приема и порядок выхода участников из НКО
- порядок внесения изменений в учредительные документы
- источники формирования имущества и порядок его использования
- порядок ликвидации НКО.

Учредительные документы некоммерческой организации могут содержать и иные не противоречащие законодательству положения.

---

## Источники финансирования деятельности НКО

НКО создаются и функционируют из следующих источников финансирования:

- вступительные и членские взносы, уплата которых предусмотрена уставом;
- добровольные взносы и пожертвования;
- поступления от проводимых мероприятий;
- предпринимательская деятельность, соответствующая целям, для достижения которых создана указанная организация.

Уставный фонд/уставный капитал формируется некоммерческими организациями добровольно, поскольку законодательно не закреплены положения об обязательном формировании подобного источника финансирования деятельности хозяйствующих субъектов некоммерческой сферы.

Некоммерческая организация, уставом которой предусмотрено осуществление приносящей доход деятельности, за исключением казенного и частного учреждений, должна иметь достаточное для осуществления указанной деятельности имущество рыночной стоимостью не менее минимального размера уставного капитала, предусмотренного для обществ с ограниченной ответственностью (пункт 1 статьи 66.2 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ).

Минимальный объем уставного капитала не может быть ниже 10 тыс. рублей, а максимальная граница этого показателя в законодательстве не обозначена.

## Органы управления НКО

Порядок управления НКО определяется ее уставом. Высшими органами управления НКО в соответствии с их учредительными документами являются:

- коллегиальный высший орган управления для автономной некоммерческой организации;

- общее собрание членов для некоммерческого партнерства, ассоциации (союза).

Общее собрание членов НКО или заседание коллегиального высшего органа управления НКО правомочно, если на указанном собрании или заседании присутствует более половины его членов.

## Куда обращаться для регистрации НКО?

Вопросами государственной регистрации некоммерческих организаций, включая вопросы их создания, реорганизации или ликвидации, занимается Министерство юстиции Российской Федерации.

Соответственно, в Челябинской области данными вопросами занимается Управление Министерства юстиции Российской Федерации по Челябинской области.

**Отдел по делам некоммерческих организаций Управления Министерства юстиции Российской Федерации по Челябинской области.**



**Контактная информация:**

**Адрес: 454048, г. Челябинск, ул. Елькина, д. 85**

**Тел. специалистов отдела: 8(351)237-69-79**

Все изменения в учредительные документы НКО и включение конкретной организации в Единый государственный реестр юридических лиц также осуществляется Минюстом.

## Какие документы необходимы для регистрации НКО?

Пакет документов, обязательных для регистрации некоммерческой организации, включает в себя:

1. Заявление о государственной регистрации, подписанное заявителем, – 2 шт. (подлинность подписи заявителя на 1-м экземпляре заверяется нотариально, 2-й экземпляр – ксерокопия 1-го экземпляра). Заявление о государственной регистрации некоммерческой организации при ее создании заполняется по форме Р11001 (Приказ ФНС России от 25.01.2012 № ММВ-7-6/25@), форма Р11001 – шаблон заявления регистрации представлен на официальном информационном портале-сайте



---

Минюста). Заявление заполняется машинописным текстом заглавными буквами шрифтом Courier New, размер шрифта 18, либо от руки заглавными печатными буквами чернилами черного цвета.

*(!) Наличие в заявлении исправлений, дописок (приписок) не допускается.*

2. Учредительные документы (Устав), прошитый оригинал, каждую страницу, кроме титульного листа, подписывает заявитель – 3 шт.
3. Решение о создании некоммерческой организации и об утверждении ее учредительных документов с указанием состава избранных / назначенных органов (Протокол) – 2 шт.
4. Сведения об учредителях (листы А, Б, В или Г заявления формы Р11001 заполняются на каждого учредителя) – 2 шт.
5. Документ об уплате государственной пошлины за государственную регистрацию – оригинал и копия.
6. Сведения об адресе (о местонахождении) постоянно действующего органа некоммерческой организации, по которому осуществляется связь с некоммерческой организацией (договор об аренде, свидетельство о праве собственности и др.). Указываются в соответствующей графе заявления.
7. При использовании в наименовании некоммерческой организации имени гражданина, символики, защищенной законодательством Российской Федерации об охране интеллектуальной собственности, а также полного наименования иного юридического лица как части собственного наименования – документы, подтверждающие правомочия на их использование.
8. Выписка из реестра иностранных юридических лиц соответствующей страны происхождения или иной равный по юридической силе документ, подтверждающий юридический статус учредителя – иностранного лица.
9. Копии учредительных документов, свидетельства о регистрации или иных правоустанавливающих документов иностранной неправительственной некоммерческой организации (отделения иностранной неправительственной некоммерческой организации).
10. Доверенность на подачу и получение документов (не требуется, если подает непосредственно заявитель лично). Если подавать не лично, то до подачи необходимо заявление заверить у нотариуса.

*(!) Проверить перечень документов, актуальный в данный момент, можно в Федеральном законе от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях».*

Листы всех экземпляров учредительных документов, представляемых на государственную регистрацию, должны быть пронумерованы.

Каждый документ, содержащий более одного листа, должен быть прошит, пронумерован и заверен подписью заявителя на обороте последнего листа на месте прошивки.

Документы представляются непосредственно заявителем либо направляются почтовым отправлением с объявленной ценностью при его пересылке и описью вложения. На конверте рекомендуется сделать пометку «РЕГИСТРАЦИЯ».

## **Оплата госпошлины на регистрацию НКО**

За регистрацию некоммерческой организации взимается государственная пошлина. В квитанции об оплате пошлины должны быть указаны данные того же человека, который подает документы на госрегистрацию НКО.

Предусмотрены следующий порядок и размер взимания госпошлины:

<b>Форма НКО и особенности взимания госпошлины</b>	<b>Размер госпошлины*, руб.</b>
За государственную регистрацию юридического лица	4 000
За государственную регистрацию общероссийских общественных организаций инвалидов и отделений, являющихся их структурными подразделениями	1 400
За внесение сведений о НКО в Единый государственный реестр саморегулируемых организаций	6 500

**\*указаны не все виды пошлин**

---

## Порядок регистрации НКО

### 1. Подача заявления в Минюст

Заявитель либо доверенное лицо заявителя (с соответствующей доверенностью от Заявителя) подает подготовленный пакет вышеуказанных документов, включая квитанцию об оплате госпошлины, в Минюст. Необходимо подать пакет документов не позднее 3 месяцев с момента принятия решения об открытии НКО.

Взамен нужно получить расписку, где указано: ФИО заявителя, количество полученных документов, контактная информация.

Подать документы можно через портал госуслуг, где есть все формы необходимых документов.

### 2. Получение необходимых документов

Через 30 календарных дней (для религиозных организаций установлен максимальный срок – 33 календарных дня) в случае положительного решения на основании расписки, выданной при подаче документов, Минюст выдает Свидетельство о регистрации НКО. Данный документ гарантирует то, что НКО успешно прошла регистрацию. В нем указывается наименование организации, ее юридический адрес и индивидуальный код – номер регистрации.

Также на основании расписки, выданной при подаче документов в Минюст, по доверенности получаем:

- Свидетельство о внесении записи в ЕГРЮЛ о создании организации (Свидетельство ОГРН);
- Свидетельство о постановке на налоговой учет (Свидетельство ИНН, выдается ИФНС по месту регистрации);
- Устав;
- Выписку из ЕГРЮЛ.

### Уведомление о присвоении кодов ОКВЭД (Росстат)

Регистрация в Росстате является формой статистического учета предприятий. По результатам внесения сведений в целях учета, Росстат выдает уведомление о присвоении кодов ОКВЭД (общероссийский классификатор видов экономической деятель-

---

ности). Ознакомиться с кодами можно на официальном сайте <http://кодыросстата.рф/>.

Сведения о видах экономической деятельности по ОКВЭД являются составной частью данных государственной регистрации и содержатся в выписке из ЕГРЮЛ в блоке «Сведения о видах экономической деятельности».

## **Изготовление печати**

Печать НКО необходима для того, чтобы руководитель организации мог принимать и оформлять надлежащим образом приказы и заключать договоры. Чтобы изготовить печать, можно обратиться в любую организацию, которая занимается данным видом деятельности.

На печати, как минимум, должны быть указаны следующие сведения: наименование организации (как правило, указывают полное наименование НКО) с указанием организационно-правовой формы, основной государственной регистрационный номер (ОГРН). Кроме указанных сведений можно указывать сокращенное наименование организации, ИНН/КПП, город или субъект, в котором зарегистрировано юридическое лицо.

## **Открытие расчетного счета**

Требования к документам, которые необходимы для открытия расчетного счета, различаются в зависимости от банка. Примерный перечень документов:

- Устав;
- Свидетельство ОГРН;
- Свидетельство ИНН;
- Выписка из ЕГРЮЛ;
- Решение о создании организации, заверенное руководящим органом;
- Приказ о назначении руководителя и главного бухгалтера, заверенный руководителем;

- 
- Документы на адрес местонахождения, подтверждающие право собственности и законность вашей регистрации по данному адресу.

Ранее после открытия расчетного счета в течение 7 календарных дней, было необходимо уведомить об этом налоговый орган по месту регистрации юридического лица, а также Пенсионный Фонд и Фонд Социального страхования, в противном случае необходимо было заплатить штраф. После вступления в силу Федерального Закона № 59-ФЗ от 02.04.2014 года «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового Кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации», указанная выше обязанность законодательно исключена.

## **Что делать в случае отказа в регистрации НКО**

Решение о государственной регистрации НКО или об отказе в такой госуслуге принимается Минюстом.

Самые распространенные причины, по которым может быть отказано в регистрации НКО:

1. Учредительные и иные представленные для государственной регистрации документы НКО противоречат Конституции Российской Федерации и законодательству Российской Федерации.
2. Наименование некоммерческой организации не содержит указания на характер деятельности.
3. Ранее зарегистрирована некоммерческая организация с таким же наименованием.
4. Наименование некоммерческой организации оскорбляет нравственность, национальные и религиозные чувства граждан.
5. Необходимые для государственной регистрации документы, предусмотренные настоящим федеральным законом, представлены не полностью либо представлены в ненадлежащий орган.

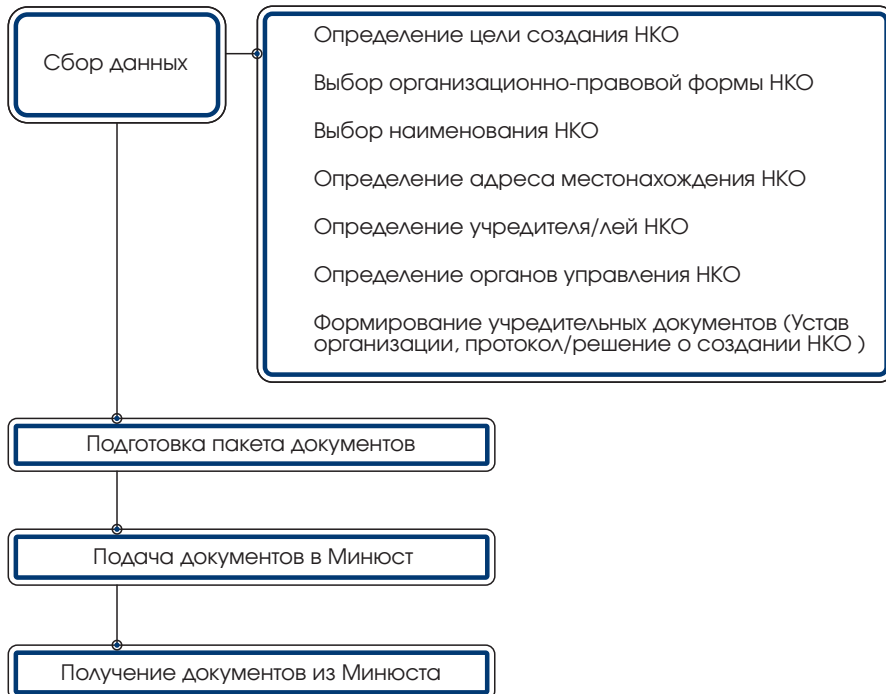
- 
6. Если выступившее в качестве учредителя некоммерческой организации лицо не может быть учредителем в соответствии с федеральным законом.
  7. В представленных для государственной регистрации документах содержатся недостоверные сведения.
  8. Несоблюдение установленных требований к заполнению единых форм документов для государственной регистрации юридических лиц всех организационно-правовых форм, утвержденных приказом Федеральной налоговой службы от 25.01.2012 № ММВ-7-6/25@ «Об утверждении форм и требований к оформлению документов, предоставляемых в регистрирующий орган при государственной регистрации юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств».

В случае если получен отказ в регистрации некоммерческой организации, у учредителя НКО есть выбор: согласиться с принятым решением или добиваться его изменения.

Отказ в государственной регистрации некоммерческой организации не запрещает повторно подавать документы для госрегистрации при условии, что устранены основания, вызвавшие отказ. Повторная подача заявления о государственной регистрации некоммерческой организации и вынесение по этому заявлению решения осуществляются в порядке, предусмотренном ФЗ «О некоммерческих организациях».

*Подготовлено Управлением общественных связей  
Правительства Челябинской области в соответствии  
с федеральным законодательством и материалами,  
представленными на официальном сайте  
Министерства юстиции Российской Федерации*

## Пошаговая инструкция по регистрации НКО



Структуры, с которыми НКО осуществляет обязательное взаимодействие после регистрации:


Управление Министерства юстиции Российской Федерации по Челябинской области

Челябинское региональное отделение Фонда социального страхования Российской Федерации

Отделение Пенсионного фонда Российской Федерации по Челябинской области

Управление Федеральной налоговой службы по Челябинской области

Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Челябинской области (Челябинскстат)



**Как социально ориентированным  
некоммерческим организациям стать  
поставщиком (исполнителем) общественно  
полезных услуг?**



---

## **Нормативно-правовые акты, регулирующие правоотношения в сфере признания социально ориентированной некоммерческой организации (далее – организация) исполнителем общественно полезных услуг:**

1. Указ Президента Российской Федерации от 8 августа 2016 года № 398 «Об утверждении приоритетных направлений деятельности в сфере оказания общественно полезных услуг».
2. Федеральный закон от 12 января 1996 года № 7–ФЗ «О некоммерческих организациях» (статья 31.4).
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 27 октября 2016 года № 1096 «Об утверждении перечня общественно полезных услуг и критериев оценки качества их оказания».
4. Постановление Правительства Российской Федерации от 26 января 2017 года № 89 «О реестре некоммерческих организаций – исполнителей общественно полезных услуг».

## **Какая организация может быть признана исполнителем общественно полезных услуг?**

1. Социально ориентированная некоммерческая организация, на протяжении одного года и более оказывающая общественно полезные услуги надлежащего качества.
2. Не включенная в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента.
3. Не имеющая задолженности по налогам и сборам, иным, предусмотренным законодательством Российской Федерации, обязательным платежам.
4. Лица, непосредственно задействованные организацией в исполнении общественно полезной услуги, обладают необходимой квалификацией.
5. Обязательное условие – отсутствие в течение двух лет, предшествующих выдаче заключения, жалоб на действия (бездействие) и (или) решения организации, связанных с оказанием ею общественно полезных услуг, признанных обоснованными.

---

ми судом, органами государственного контроля (надзора) и муниципального надзора, иными государственными органами в соответствии с их компетенцией.

6. Уровень открытости и доступности информации об организации должен соответствовать требованиям, установленным нормативно-правовыми актами Российской Федерации.

## **Что входит в перечень общественно полезных услуг?**

Перечень общественно полезных услуг утвержден постановлением Правительства Российской Федерации от 27 октября 2016 года № 1096. Он достаточно обширен. Например, это следующие услуги:

- предоставление социального обслуживания на дому;
- предоставление социального обслуживания в стационарной форме;
- предоставление социального обслуживания в полустационарной форме;
- реабилитация и социальная адаптация инвалидов, социальное сопровождение семей, воспитывающих детей с ограниченными возможностями здоровья;
- оказание социальной помощи детям, инвалидам, гражданам пожилого возраста, лицам, находящимся в трудной жизненной ситуации, в том числе пострадавшим в результате стихийных бедствий, экологических, техногенных или иных катастроф, социальных, национальных, религиозных конфликтов, беженцам и вынужденным переселенцам, а также услуги по их социальному сопровождению;
- профилактика социального сиротства, включая психолого-педагогическое и социальное сопровождение семей для предотвращения отказа от новорожденного ребенка, сокращения случаев лишения родительских прав в части консультативной, психологической, педагогической, юридической, социальной и иной помощи родителям детей и профилактики отказа родителей от воспитания своих детей, ограничения их в родительских правах, лишения их родительских прав, а также в целях обеспечения возможности восстановления

---

родителей в родительских правах или отмены ограничения родительских прав;

- социальная адаптация и семейное устройство детей, оставшихся без попечения родителей и др.

## **Кто принимает решение о признании организаций исполнителями общественно полезных услуг?**

Решение о признании организаций исполнителями общественно полезных услуг принимает Министерство юстиции Российской Федерации.

### **Документы, которые необходимо представить организации в Министерство юстиции Российской Федерации для признания исполнителем общественно полезных услуг:**

1. Заявление о признании организации исполнителем общественно полезных услуг.
2. Заключение о соответствии качества оказываемых организацией общественно полезных услуг установленным критериям (далее – заключение).

Документы могут быть представлены организацией непосредственно в Министерство юстиции Российской Федерации или в его территориальный орган по месту нахождения организации.

Заключение выдается организации федеральными органами исполнительной власти (их территориальными органами), осуществляющими оценку качества оказания общественно полезных услуг (далее – заинтересованные органы) на основании составленного в письменной форме заявления организации о выдаче заключения, в котором обосновывается соответствие оказываемых организацией услуг установленным критериям оценки качества оказания общественно полезных услуг. К указанному заявлению могут прилагаться документы, обосновывающие соответствие оказываемых организацией услуг установленным критериям оценки качества оказания общественно полезных услуг (справки, характеристики, экспертные заключения и другие), а также документы, подтвержда-

---

дающие отсутствие задолженностей по налогам и сборам, иным предусмотренным законодательством Российской Федерации обязательным платежам.

Если оценка качества оказания общественно полезных услуг осуществляется несколькими заинтересованными органами, заключение выдается заинтересованным органом, в который поступило заявление о выдаче заключения. Заинтересованный орган, в который поступило заявление о выдаче заключения, запрашивает у иных заинтересованных органов, а также других органов государственной власти необходимые сведения в порядке межведомственного информационного взаимодействия.

### **Каковы критерии оценки качества общественно полезных услуг?**

1. Соответствие общественно полезной услуги установленным нормативными правовыми актами Российской Федерации требованиям к ее содержанию (объем, сроки, качество предоставления).
2. Наличие у лиц, непосредственно задействованных в исполнении общественно полезной услуги (в том числе работников организации – исполнителя общественно полезных услуг и работников, привлеченных по договорам гражданско-правового характера) необходимой квалификации, в том числе профессионального образования, опыта работы в соответствующей сфере, а также достаточное количество таких лиц.
3. Удовлетворенность получателей общественно полезных услуг качеством их оказания. Она определяется отсутствием жалоб на действия (бездействие) и (или) решения организации, связанные с оказанием ею общественно полезных услуг, признанных обоснованными судом, органами государственного контроля (надзора) и муниципального надзора, иными государственными органами в соответствии с их компетенцией в течение двух лет, предшествующих подаче заявления о включении в формируемый реестр некоммерческих организаций.

- 
4. Открытость и доступность информации об организации.
  5. Отсутствие организации в реестре недобросовестных поставщиков по результатам оказания услуги в рамках исполнения контрактов, заключенных в соответствии с Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» в течение двух лет, предшествующих подаче заявления о включении в формируемый реестр некоммерческих организаций.

### **Основания для отказа в выдаче организации заключения:**

1. Несоответствие общественно полезной услуги установленным нормативно-правовыми актами Российской Федерации требованиям к ее содержанию (объем, сроки, качество предоставления).
2. Отсутствие у лиц, непосредственно задействованных в исполнении общественно полезной услуги (в том числе работников организации и работников, привлеченных по договорам гражданско-правового характера), необходимой квалификации, в том числе профессионального образования, опыта работы в соответствующей сфере, а также недостаточное количество лиц, у которых есть необходимая квалификация.
3. Наличие в течение двух лет, предшествующих выдаче заключения, жалоб на действия (бездействие) и (или) решения организации, связанных с оказанием ею общественно полезных услуг, признанных обоснованными судом, органами государственного контроля (надзора) и муниципального надзора, иными государственными органами в соответствии с их компетенцией.
4. Несоответствие уровня открытости и доступности информации об организации установленным нормативно-правовыми актами Российской Федерации требованиям (при их наличии).

- 
5. Наличие в течение двух лет, предшествующих выдаче заключения, информации об организации в реестре недобросовестных поставщиков по результатам оказания услуги в рамках исполнения контрактов, заключенных в соответствии с Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».
  6. Наличие задолженностей по налогам и сборам, иным предусмотренным законодательством Российской Федерации обязательным платежам.

### **Какие сроки установлены для выдачи заключения либо об отказе?**

Решение о выдаче заключения либо об отказе в выдаче заключения принимается заинтересованным органом в течение 30 дней со дня поступления в заинтересованный орган заявления организации. Указанный срок может быть продлен, но не более чем на 60 дней, в случае направления заинтересованным органом запросов в иные заинтересованные органы. О продлении срока принятия указанного решения заинтересованный орган информирует организацию в течение 30 дней со дня поступления в заинтересованный орган заявления организации о выдаче заключения.

Заключение либо мотивированное уведомление об отказе в выдаче заключения направляется организации в течение трех рабочих дней со дня принятия заинтересованным органом соответствующего решения.

### **Основания для отказа в признании организации исполнителем общественно полезных услуг:**

1. Непредставление (несвоевременное представление) необходимых документов.
2. Включение организации в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента.

---

## **Какие сроки установлены для принятия решения о признании СО НКО исполнителем общественно полезных услуг либо об отказе?**

Решение принимается Министерством юстиции Российской Федерации в течение пяти рабочих дней со дня поступления в указанное Министерство вышеперечисленных документов.

Уведомление о признании организации исполнителем общественно полезных услуг либо об отказе в признании организации исполнителем общественно полезных услуг направляется организации в течение трех рабочих дней со дня принятия Минюстом РФ соответствующего решения.


## **На какой срок организация признается исполнителем общественно полезных услуг?**

Организация признается Министерством юстиции Российской Федерации исполнителем общественно полезных услуг и включается в реестр некоммерческих организаций – исполнителей общественно полезных услуг – сроком на два года.

По истечении двух лет со дня получения такого статуса организация исключается из реестра некоммерческих организаций – исполнителей общественно полезных услуг.

Для повторного признания организации исполнителем общественно полезных услуг в упрощенном порядке по истечении двух лет со дня внесения организации в реестр, организация представляет в Министерство юстиции Российской Федерации заявление о признании ее исполнителем общественно полезных услуг. Указанное заявление представляется в течение 30 дней со дня истечения двухлетнего срока признания организации исполнителем общественно полезных услуг и внесения организации в реестр.

*Подготовлено  
Министерством социальных отношений  
Челябинской области*



**Как работать со СМИ?  
Методическое пособие по написанию  
информационного материала**



---

Система связей со средствами массовой информации – это особая область знаний, овладев тонкостями которой возможно достаточно эффективно выстроить продуктивные отношения с журналистами и грамотно организовать любые PR-процессы. Сегодня много говорят о важности имиджа как отдельного человека, мероприятия, так и всей организации или учреждения. В связи с этим существенно возросла роль публичности (публичности, гласности), которая обеспечивается совместными усилиями сотрудников пресс-служб и журналистов СМИ.

**Важным элементом коммуникативного взаимодействия является пресс-релиз**, помогающий пресс-секретарям обмениваться материалами о событиях с журналистами, тем самым распространять информацию и формировать имидж и репутацию необходимого объекта (личности, компании, проекта и т. д.).

Используется пресс-релиз как инструмент PR-деятельности и располагается в одном ряду с такими рекламными и маркетинговыми мероприятиями как прямая реклама и тематические статьи, но имеет существенные отличия. Особенность пресс-релиза состоит в том, что **это краткое сообщение, содержащее в себе ту или иную новость без субъективного мнения.**

Первый пресс-релиз в истории был выпущен 30 октября 1906 года американским журналистом Айви Ли и связан с трагичным происшествием на железной дороге Пенсильвании. После аварии Ли не только убедил железную дорогу распространить оперативно подготовленное публичное обращение, но и уговорил предоставить специальный поезд для доставки репортеров на место происшествия. Газета New York Times была под таким впечатлением от инновационного подхода к корпоративным коммуникациям, что напечатала первый пресс-релиз дословно как «Заявление железной дороги». В течение следующих недель газеты и официальные власти хвалили железные дороги Пенсильвании за их открытость и честность.

**Пресс-релиз – специальный бюллетень для журналистов с существенной информацией о значимых событиях, мероприятиях или об иных поводах, являющийся одним из важнейших документов в коммуникации «организация – масс-медиа».** Он не должен содержать прямой рекламы и оценочных данных.

---

От того, каким будет пресс-релиз, зависит отношение к организации со стороны журналистов, а следовательно, и общественности. Неграмотные, слишком краткие, неинформативные тексты могут показать читающему, что автору самому не интересно заниматься тем, о чем идет речь в материале. Действительно значимое событие всегда стоит того, чтобы о нем хорошо и правдиво рассказали, и начинать нужно с качественного пресс-релиза.

Человек, прочитавший релиз, должен четко понять, в чем суть грядущего события. Самое важное в написании – рассказать, что должно произойти (или произошло), когда и где. Какой информацией поделиться сверх этого – личное дело пресс-службы, но нужно помнить, что **главная задача – заинтересовать журналистов**. Информация пресс-релиза должна понравиться работнику масс-медиа, чтобы он захотел отправиться на это мероприятие или опубликовать данный материал.

В настоящем пособии изложены общие требования к подготовке и написанию пресс-релиза, рассказано о его структуре, верном оформлении, грамотной подборке фотографий, распространенных ошибках, правилах рассылки по СМИ, раскрывается понятие информационного повода, приводятся примеры удачных материалов.

## ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ. СТРУКТУРА ПРЕСС-РЕЛИЗА

**Пресс-релиз** – информационный оперативно-новостной документ, который содержит предназначенное для СМИ сообщение об актуальных фактах и событиях. Чтобы привлечь внимание журналистов, пресс-релиз должен быть информативным (факты без эмоций), актуальным, достоверным, конкретным (привязанным к определенному информационному поводу), кратким, адресным, интересным для аудитории, пригодным для создания журналистских материалов.

Пресс-релиз пишут по принципу **«перевернутой пирамиды»**: от главного к второстепенному. В лиде раскрывается основное его содержание, а остальные абзацы посвящаются дополнительным деталям. Снижение важности информации от абзаца к абзацу обусловлено и особенностями подготовки журналистского материала: если по каким-то причинам на полосе не осталось свободного пространства, то релиз будет гораздо проще сократить, убрав последние абзацы.

---

Прежде чем начать писать пресс-релиз, следует встать на позицию читателя и ответить себе на несколько вопросов: кому эта новость будет интересна и почему? Изменит ли моя новость жизнь людей и как? Расскажу ли я эту новость своим знакомым? Опубликую ли я эту новость на сайте моей организации и почему? **Определение целевой аудитории и читательского адреса** поможет вам сформировать текст качественнее.

## Пресс-релиз имеет три разновидности

1. **Анонс.** Речь в нем идет о событии, которому еще предстоит случиться и внимание масс-медиа к которому обеспечит присутствие журналистов на анонсируемом мероприятии. Анонс может, например, приглашать журналистов на пресс-конференцию или извещать о каком-либо торжестве. Обо всем в таком документе говорится в будущем времени. Приветствуются краткая предыстория события, информация о регалиях представителя организации или гостя-звезды.
2. **Новость.** Доносит до адресата фактическую информацию, то есть рассказывает о прошедшем событии.
3. **Информационный (новостной) лист.** Рассказывает о «продолжающемся» событии, например, спортивном соревновании или судебном процессе. При этом предполагается, что адресату известны подробности и суть дела в целом, поэтому ему достаточно лишь краткого, делового отчета о новых аспектах происходящего.

**Основная задача** любого пресс-релиза – это информирование заинтересованных лиц о событиях, которые уже произошли или которые планируются в будущем, представляют ценность для целевой аудитории. В основе классического пресс-релиза лежит актуальная информация о самом событии, о новой возможности или оказываемых услугах для личностного развития. **В тексте автор должен ответить на вопросы:**

- Что произошло? (название мероприятия, цель, его краткое описание).
- Где это произошло (место происшествия)?
- Когда (дата и время происшествия)?
- Почему и зачем (актуальность, необходимость для общества)?

- 
- Для кого (целевая аудитория, участники)?
  - Как (описание процесса события, выполненной деятельности и ее результатов)?
  - Что случилось до или случится после (информация о предшествующих событиях или запланированных на будущее)?

Прежде чем написать правильный пресс-релиз, следует хорошо изучить **информационный повод** (об этом мы подробнее поговорим в следующем разделе), чтобы исключить рекламную составляющую и преподнести информацию в официальном стиле: строгом, деловом и лаконичном. Не нужно выпускать «сырой материал» без настоящего инфоповода, лучше дождаться подходящей новости и сделать качественный технический материал.

Грамотный автор, озадаченный вопросом – как написать (составить) пресс-релиз мероприятия, думает об интересах целевой аудитории и средств массовой информации. Хорошая новость быстро становится достоянием интернет-общественности. Более того, на основе содержания пресс-релиза создаются авторские статьи, способные полностью раскрыть затронутые события и темы.

1. Чтобы создать действенный и эффективный пресс-релиз, следует соблюдать **структуру написания** грамотного и понятного информационного материала.

**Заголовок.** Главная функция – привлечь внимание читателя. **Заголовок сравнивают с витриной магазина** (обещание, что внутри можно найти подходящий товар). Не дезориентируйте читателя, написав то, чего на самом деле в материале нет. Обман вызывает раздражение и недоверие к пресс-секретарю. Для пресс-релиза составляется **предикативный заголовок**, обязательно содержащий **глагол** и не выходящий за пределы 90 символов (с пробелами). Здесь могут быть ответы на вопросы: **Что произошло?** и / или **Кто и что сделал?** Для более гармоничного изложения желательно не использовать в начале предложения предлог или цифру.

Проверить успешность заголовка можно с помощью **ТАКТ-текста** (от англ.): taste – вкус,

---

## Примеры заголовков

- Команда молодых профессионалов из Троицка посетила авиационно-космический салон «МАКС»
- Челябинск вошел в десятку самых комфортных для жизни городов России
- Стали известны имена финалистов главного молодежного проекта Челябинской области «Академия лидерства»
- В главной библиотеке региона пройдут загадочные события
- Библиотека имени Пушкина предлагает читателям почувствовать себя настоящим Шерлоком Холмсом
- Южноуральцы стали победителями VIII Всероссийского конкурса творческих работ «Моя малая Родина»
- Челябинск погрузился в эпоху исторических балов
- Педагогический отряд Челябинска представит регион на Всероссийском конкурсе
- Ремесленники со всей страны собрались в Златоусте
- Звезды российской эстрады поздравят южноуральцев с Днем металлурга.

2. **Лид-абзац (лидер текста).** Главная функция – заинтересовать читателя и коротко рассказать, чему посвящен текст (основная суть (идея) новости). **Сравнивают с прилавком магазина,** задача которого завлечь читателя, побудить его обратить внимание на материал. Для написания новостей используют **прямые лиды,** их преимущество – возможность сразу же изложить суть инфоповода. Даже если читатель ограничится прочтением лида и не станет углубляться в текст, он все равно окажется информированным о событии. Прямые лиды подразделяются на обобщающие, модифицированные, оберточные и расколотые.

**Оптимальный размер лида** – 30-40 слов или 250-350 знаков. Лиды объемом свыше 500 знаков являются перегруженными и нуждающимися в сокращении. Сокращают лид, перенося часть изложенной в нем информации в основной текст. Кроме того, уменьшить вводку можно за счет вычеркивания наречий и прилагательных.

- 
- 2.1 Обобщающий лид.** Содержит ответы на основные вопросы новости: Кто? Что? Где? Когда? Почему? Каким образом?, тем самым, сразу вводя читателя в курс дела. Недостаток его – перегруженность информацией, когда в несколько предложений втиснуты все сведения о событии. В результате такой лид оказывается сложным для восприятия, поэтому к использованию таких первых абзацев нужно подходить осторожно и использовать их в эксклюзивных новостях.
- 2.2 Модифицированный лид.** Внимание сосредоточено на 2-3 аспектах новости. Обычно это ответ на вопрос «Что?», к которому добавляются ответы на вопросы «Кто?», «Где?» или «Когда?», если они являются важными для данного повода.
- 2.3 Оберточный лид.** Подходит к многопредметной новости, когда в одной статье сообщается сразу о нескольких событиях.
- 2.4 Расколотый лид.** Посвящен только одному из произошедших в одно время событий, а все они затем вводятся в материале со своими собственными лидами. Первый лид рассказывает об одном из поднятых вопросов, а последующие начинаются со слов «тогда же», «в тот же день». При этом они могут как представлять собой отдельные абзацы, так и быть сжатыми до одного предложения, в котором излагается суть данного события.

## Примеры грамотных лидов

- *28 июля на пешеходной улице им. Кирова состоится фестиваль «#Включайся», где молодые музыканты, певцы и композиторы исполняют знакомые хиты, легендарные произведения и представят авторский репертуар, впитавший лучшее из рока, блюза, соула и рок-н-ролла.*
- *На этой неделе стартовал съемочный процесс фильма «Что было до...». Молодые режиссеры, сценаристы, продюсеры и актеры реализуют творческую идею о ситуациях из жизни обычных горожан. Съёмки проходят с 7 до 16 часов. 21 июля организаторы приглашают всех желающих понаблюдать за работой по созданию фильма на пешеходную улицу им. Кирова.*

- 
- 16-17 июля в отеле «Видгоф» состоится молодежный фестиваль фотографии «АртПРОстранство». К участию приглашаются фотографы, видеографы и блогеры.

Данные тексты призваны рассказать о мероприятии и замотивировать на участие, а также приглашают СМИ осветить эти события. Рассказывают, когда, где и что именно произойдет. Читатели (журналисты), заинтересованные такой тематикой, точно прочитают материал полностью и по возможности придут в назначенное время.

- 20 июля в Челябинской области прошел финал регионального этапа Всероссийского конкурса «Молодой предприниматель России – 2017». Начинающие бизнесмены представили проекты перед опытным жюри и получили экспертную оценку и полезные советы по улучшению своей коммерческой деятельности. Самые успешные презентации были объявлены призерами по четырем номинациям.
- 28 июня на форуме молодых профессионалов Уральского федерального округа «УТРО» состоялась встреча руководителя Федерального агентства по делам молодежи Александра Бугаева с участниками площадки. Гость поделился с молодыми людьми планами агентства, а также обсудил с ними вопросы совершенствования государственной молодежной политики.
- В Челябинской областной научной библиотеке 22 июля состоялся приключенческий квест «Тайна книгочея», его участникам открылись секреты и тайны книжных хранилищ. Посетителям предстояло пробежать по разным этажам, обойти восемь залов с испытаниями, в каждом из которых были спрятаны шифры и ребусы – части одной большой загадки. Получить заряд адреналина пришли около 100 человек.

Здесь авторы рассказывают о пройденных мероприятиях. Тексты отражают, когда событие состоялось, где и что именно на нем происходило.

- 2 июня в Челябинске состоится торжественное открытие летнего трудового семестра студенческих отрядов региона. Около трех тысяч молодых специалистов соберутся на Театральной площади, чтобы получить путевку на работу.

- 
- 1 июня в Картахе состоится старт экологической акции «Вторая жизнь», разработанной на втором этапе главного молодежного проекта Челябинской области «Академия лидерства». Организаторы расскажут о планах реализации, обоснуют актуальность идеи и призовут жителей города к участию.
  - С 9 сентября по 5 ноября в музее изобразительных искусств разместится экспозиция «Жизнь вещей. Русский натюрморт XIX-XX вв. из собрания Государственной Третьяковской галереи». Здесь представят 30 произведений отечественных художников.

Лид-абзацы приглашают СМИ посетить мероприятия и написать авторскую статью или снять видеосюжет. Они рассказывают также, когда, где и что состоится, дают краткую информацию о картинке, которую могут запечатлеть журналисты.

**3. Тело пресс-релиза.** Это собственно сам текст. В свою очередь, он подразделяется на три части.

**3.1 Контекст-абзац с цитатой ньюсмейкера.** Он подкрепляет лид и содержит яркую цитату, допускает косвенный пересказ в сложных темах. Ньюсмейкером (человеком, деятельность которого предполагает публичность и вызывает устойчивый интерес СМИ) может стать участник события, организатор, спикер, официальный представитель. **Главное, чтобы речь героя была интересна, уникальна и раскрывала содержание темы.**

## Примеры цитат и их оформления

*«По итогам двух дней можно сказать следующее: данный форум способен вывести организации на новый уровень. Опыт, полученный нами и мной в том числе, бесценен. Встреча, проведённая во второй день форума, повлечёт за собой создание новой избирательной комиссии в Уральском Федеральном округе», – рассказывает **Алексей Песков**, председатель молодежной избирательной комиссии Челябинской области.*



---

«На мой взгляд, I этап является очень важным, так как на встречах участники узнают о возможностях и перспективах своих инициатив. У них появляется понимание того, что идеи могут быть поддержаны на уровне государства, ломается стеклянный занавес, который сдерживал их. Ребята с разной мотивацией приходят в проект, но каждый, узнав подробнее об "Академии", находит новые цели, начинает развитие, меняет свой привычный темп жизни», – делится администратор по работе с лекторским корпусом проекта «Академия лидерства» **Илья Смольянинов**.

**Вадим Бобровский**, заместитель министра образования и науки Челябинской области, рассказывает: «Более 2 тыс. человек отдохнут на берегу прекрасного озера Тургояк. Участники посетят патриотические мероприятия, лидерские мастер-классы и тренинги, спортивные соревнования, смоделируют самолеты, корабли, роботов и повысят свои знания и навыки в туристической сфере».

**3.2 Контекст.** Содержит ответы на все вопросы, которые не были уточнены в предыдущих абзацах. Добавляет второстепенные детали, цифры, обстоятельства. Представляется в виде не более 4 абзацев, не более 2 предложений в них.

**4. Бэкграунд** (с англ.: фон, задний план). Добавляет справочные детали и предысторию вопроса, содержит основные данные о событии или ньюсмейкере.

Предложения текста в пресс-релизе должны быть, по возможности, односоставными – без придаточных оборотов и сложных эпитетов. Максимум, к которому нужно стремиться, – **не более 10 слов в предложении**. В лиде – не более 7 слов. Длинное предложение при этом лучше разбить на два коротких. **Тема новости должна быть раскрыта полностью** и содержать информацию о событии.

Новость должна быть подготовлена не позднее чем через 30 минут после события, которое является информационным поводом. **Факты, изложенные в новости, должны быть абсолютно достоверными**: перед предоставлением новости в СМИ необходимо перепроверить цифры, цитаты, наименования должностей, имён и фамилий, терминов и т.д. **Высказывание собственного мнения в информационном сообщении не допускается**. При подготовке пресс-релиза используются **простые и понятные слова**, следует

---

избегать специальных терминов, канцеляризмов, сленга. Тавтология исключается. Главным является соблюдение правил грамматики, пунктуации и орфографии, автор должен также придерживаться единых стилевых решений.

Важно в конце текста пресс-релиза поместить конкретную информацию для СМИ с уточнением даты и времени, места (с адресом) и названием события. Можно выделить какое-то особое мероприятие (инфоповод), на которое вы бы хотели пригласить СМИ, указав точно время и дав краткое описание. А также фамилию, имя, отчество (при необходимости), номер телефона и должность лица, ответственного за мероприятие. Для удобства работы с пресс-релизом автор вставляет гиперссылки на необходимые сайты и сообщества социальных сетей, чтобы журналист смог подробно ознакомиться с тематикой.

## ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОВОД

**Информационный повод** – это новость, способная заинтересовать представителей целевой аудитории – прежде всего, журналистов из печатных и электронных СМИ. **Чтобы понравиться журналистам**, инфоповод должен содержать бесспорные факты и конкретные цифры, излагаться лаконично и обладать структурированной формой, учитывать интересы аудитории данного СМИ (в которое направляется пресс-релиз).

Перед написанием материала задайте себе главный вопрос: «Кому и почему будет интересен ваш первый новостной пресс-релиз?» Поставьте себя мысленно на место потенциальных потребителей информации, чтобы понять, а что же они ожидают и что хотят узнать.

**Цель информационного повода** – внесение в информационную среду новости, мнения экспертов, которые должны сформировать общественное мнение, повлиять на него, раскрыть возможности, побудить к какой-либо деятельности.

В основе информационного повода лежит четко понимаемая, однозначно интерпретируемая выгода (чаще всего не материаль-

---

ная). Например, анонсирование интересной для целевой аудитории информации о каком-либо значимом событии должно привлечь представителей средств массовой информации и целевую аудиторию, а значит, должно способствовать цели популяризации, продвижения объекта информационного повода.

Важно понимать, что инфоповод – это не текст пресс-релиза, а тема, которая должна заставить этот пресс-релиз прочитать. **Инфоповод – красная нить пресс-релиза.** Хороший повод сформулирован лаконично, в его основе лежат факты, которые кратко изложены и отражают суть события.

Практическое значение и информационная выгода у инфоповода зависит от некоторых характеристик.

1. **Масштабность инфоповода.** К событию имеют причастность или событие интересно большому количеству представителей целевой аудитории. Чем больше масштаб информационного повода – тем больше событие интересно СМИ.
2. **Яркость события (значимость).** Чем больше информационный повод будет выбиваться из череды обычных событий, тем больше внимания ему будут уделять СМИ и целевая аудитория.
3. **Однозначность оценок (интерпретация).** Открытость и понятность содержания: мало кто будет тратить время на поиск «скрытого» смысла в сообщении.
4. **Выраженная позитивность события.** Положительность эмоциональной окраски. Позитивные события убеждают в необходимости продолжения привычного образа жизни, дальнейшего развития той ситуации, в которой целевая аудитория приспособилась существовать. Негативные события убеждают в необходимости изменения ситуации, смены привычного для аудитории порядка вещей и отношения к происходящему.
5. **Актуальность повода.** Для успешной публикации события в СМИ необходимо, чтобы оно не выпадало из текущей повестки дня и было интересно (полезно) для целевой аудитории.

---

Хорошим информационным поводом может оказаться сообщение целевой аудитории о том, что какой-либо объект или событие имеет отношение к информационным поводам современного актуального сообщества и способствует качественному изменению текущей ситуации в нем.

Часто бывает, что в организации не происходит интересных событий, тогда пресс-секретарю нужно искусственно создавать инфоповоды, чтобы не потерять подписчиков и внимание аудитории.

- Напишите историю успеха представителя организации (участника, руководителя, гостя).
- Примите участие в каком-либо мероприятии.
- Расскажите о росте вашей организации. Принцип социального доказательства гласит: «Мы считаем свое поведение в данной ситуации правильным, если часто видим других людей, ведущих себя подобным образом» (Р. Чалдини, «Психология влияния»). Таким образом, прочитав, что вашей деятельностью увлечены уже много молодых людей, человек, скорее всего, подумает: «Почему же я до сих пор не в теме?»
- Устройте встречу с оргкомитетом, где спланируют будущую деятельность. Расскажите об этом, чтобы читатели с интересом ждали грядущих событий.
- Объедините усилия с другой организацией в работе над общим проектом. Совместные проекты с известными компаниями – события, на которые СМИ реагируют очень позитивно.
- Проведите опрос общественного мнения. Общественности всегда интересно знать, о чем думает она сама.
- Выпустите отчет об анализе вашей деятельности или подведенных итогах за какой-либо промежуток времени. Эксклюзивные факты, базирующиеся на реальных исследованиях, всегда котируются СМИ очень высоко.
- Выпустите подборку уникальных советов от опытных участников или экспертов. Отличный вариант с почти 100%-ной вероятностью попадания в ленту новостей.
- Учредите награду. Этот способ замотивирует и участников вашей организации работать качественнее, чтобы достичь отличного результата и признания коллег.

- 
- Проведите конкурс. Люди любят соревнования; только убедитесь, что призы за победу подобраны достойные.

## РАССЫЛКА ПО СМИ

СМИ при создании и последующем размещении готовых материалов придерживаются общепринятых норм и технических стандартов, поэтому важно, чтобы при написании пресс-релиза соблюдались необходимые правила и структура. В противном случае журналист не прочитает ваш текст и, следовательно, не отрабатает инфоповод.

Однозначно не допускается публикация материалов, содержащих ненормативную лексику, ссылки на запрещенные интернет-ресурсы, призывы к насилию, оскорбление частных лиц и другие противоправные действия.

Релизы с рекламными сообщениями, статьи общего характера не допускаются к публикациям. Не забывайте, что пресс-релиз предназначен для информирования широкой общественности о новостях организаций.

Готовый пресс-релиз не является точкой зрения конкретного человека (копирайтера, журналиста, редактора, пресс-секретаря). Если это необходимо, то мнение отдельного лица приводится в виде точной цитаты.

Официальное лицо, разместившее пресс-релиз на онлайн-ресурсах, несет ответственность за достоверность данных и разглашение информации.

Рассылается пресс-релиз всем СМИ (информационные агентства, телевидение, радиостанции, печатные и электронные издания), которые могут быть заинтересованы в данной теме, чья целевая аудитория совпадает с участниками инфоповода. Следует позвонить в СМИ после отправки документа по почте, чтобы убедиться в его получении.

**Текст письма** должен состоять из приветствия, изложения цели отправления материала и подписи автора пресс-релиза, его должности и номера телефона. Также необходимо вынести в письмо заголовок и лид-абзац, чтобы журналист смог познакомиться с новостью, не открывая вложенные файлы. К письму нужно прикре-

---

пить документ Word в расширении .doc и качественную фотографию в расширении .jpg. Для удобства восприятия текста пресс-релиза будет полезен шрифт Times New Roman (12-14 размер шрифта). Выделение отдельных частей текста (полужирным) поможет акцентировать внимание читателей на смысле ключевых цитат и важнейших тезисов.

Пресс-релиз может быть непосредственно опубликован, а также на его основе может быть подготовлен развернутый редакционный материал.

Журналист должен получить пресс-релиз **в день проведения мероприятия или на следующее утро**. В случае с анонсируемыми новостями документ нужно направлять **за три дня до события**.

## ВИЗУАЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

**К каждому пресс-релизу должна в обязательном порядке быть прикреплена фотография.** В некоторых СМИ без фотоприложения материалы не рассматриваются. Фотографий можно прикрепить несколько (более 5 штук), чтобы представитель СМИ получил общую картинку о мероприятии и имел необходимые ресурсы для публикации. Используйте интересные изображения, выполненные качественно, чтобы привлечь внимание к тексту. Помните, что визуальные форматы помогают проще рассказать историю и проиллюстрировать тему письма.

Если у пресс-секретаря имеется видео, то необходимо вставить ссылку на него в текст письма. Прикрепленные видео требуют зачастую долгого скачивания, что замедляет работу специалиста.

Необходимо соответствие фотографии следующим характеристикам:

**Качество.** Количество мегапикселей – не менее 20.

**Освещение.** Фотография не должна быть засвечена или сильно затемнена. Все фигуры должны легко просматриваться и восприниматься глазом без напряжения.

**Кадрирование.** Горизонтальное расположение фотографии, желательный размер – 16 см (в ширину) и 9 см (в высоту).

**Композиция.** Изображение должно быть лаконично, не иметь

лишних или искаженно обрезанных объектов. Главное: простота и естественность, информация из кадра легко считывается любым зрителем.

**Отношение к тематике.** Фотография дополняет пресс-релиз, показывает картинку происходящего. Снимки должны отвечать на вопросы: Когда? Где? Что? происходит в кадре.

Герои фотографии по возможности должны смотреть в кадр, чтобы создать впечатление общения с читателем. Если информационный повод имеет отношение к какой-либо организации, то желательно запечатлеть логотип или фирменные знаки для брендирования фотографии. Важно всегда обращать внимание на края кадра, чтобы не было видно не нужных и лишних деталей (софиты, люстры, колонны, обширное пространство потолка и т. д.).

### **Разберем несколько фотографий**

*Образовательные площадки форума «УТРО» стали общедоступными*



*За ключевыми событиями форума «УТРО-2017» теперь можно следить в режиме онлайн. Крупнейший областной телеканал транслирует лекции самых известных гостей мероприятия, также «ВКонтакте» ведется прямое включение с выступлений участников грантового конкурса.*

Что происходит на фотографии? Идет образовательная встреча с гостями (об этом нам говорят большая аудитория молодежи и три человека в центре зала с микрофонами; телефоны, планшеты и блокноты в руках у слушателей рассказывают о полезности информации, которую участники себе фиксируют).

Где происходит событие? На форуме «УТРО» в шатре «Южный Урал» (мы видим оформленный центр сцены и баннеры).

Когда происходит? Точных дат фотография не имеет, но мы можем предположить, что это лето, исходя из одежды участников и вида за окнами.

Данная фотография показывает, что мероприятие важное и нужно людям, что тема вызывает интерес у молодежи.

*Стали известны имена лучших молодых предпринимателей Южного Урала*

*20 июля прошел финал регионального этапа Всероссийского конкурса «Молодой предприниматель России – 2017». Начинающие бизнесмены представили свои проекты перед опытным жюри и получили экспертную оценку и полезные советы по улучшению своей коммерческой деятельности. Самые успешные презентации были объявлены призерами по четырем номинациям.*





---

Что происходит на фотографии? Девушка проводит презентацию, представленную на экране, нескольким людям. Имея перед глазами заголовок и лид новости, можно понять, что это конкурсантка, защищающая свой проект перед экспертами.

Где происходит? Очевидно, что это конференц-зал какой-либо организации. Бейдж, статуэтки, листовка в руках имеют брендирование конкурса «Молодой предприниматель России» и проекта «Ты – предприниматель».

Когда происходит? Однозначно по картинке ответить на вопрос нет возможности, однако предполагается, что новость опубликована оперативно и совпадает с датой публикации.

*Стало известно имя лучшего ученика Челябинской области*

*Сегодня, 6 апреля, подведены итоги областного конкурса «Ученик года». Победу одержал Андрей Чернышев, представитель Чебаркульского городского округа, который достойно показал себя во всех испытаниях, набрав наибольшее количество баллов. Теперь лучший ученик нашего региона будет номинирован на премию Президента Российской Федерации.*



---

Что происходит? Церемония награждения конкурса «Ученик года» (об этом говорят герои фотографии на переднем и заднем плане с грамотами в руках, наименование конкурса легко читается с грамоты победителя).

Где происходит? На сцене актового зала, где проходил конкурс «Ученик года». Также можно увидеть элемент бренда Южного Урала и отнести конкурс к Челябинской области.

Когда происходит? На фотографии не видна дата мероприятия, но, зная время проведения конкурса, можно с точностью отнести изображение к определенному периоду.

**Любая фотография – это история.** Она может рассказать о событии или ввести в заблуждение, привлечь внимание к информационному поводу или провести негативные ассоциации. Важно ответственно подходить к фотоподборке и быть внимательным к различным деталям на изображении.

Если ваш повод не был сопровожден фотографией или случилось непредвиденное с техникой, можно воспользоваться сайтами фотостоков или популярными поисковыми системами. Подбирать изображение нужно внимательно, исходя из вышеизложенных рекомендаций.

## Несколько советов

Из всего вышеизложенного делаем вывод, что **пресс-релиз** – это небольшой, предназначенный для прессы бюллетень, содержащий актуальное сообщение для срочной публикации. Под прессой имеются в виду все масс-медиа – от радио до интернет-изданий.

Пресс-релиз призван **организовать внимание масс-медиа** (а значит, и общественности) к информационному поводу, принять участие в освещении данного события. Если информация, содержащаяся в пресс-релизе, покажется для представителей СМИ актуальной – значительную часть своего коммуникационного задания пресс-релиз уже выполнил.

---

### **Подводя итоги, можно дать несколько советов:**

1. Новость должна состоять из фактических данных, но может содержать мнения и эмоции в виде цитаты какого-либо ньюсмейкера. Самому автору пресс-релиза запрещено явно выражать свое отношение к действующим лицам и событиям, а также переосмысливать имеющиеся данные, придавать им определенную окраску. Эмоциональные новости в большинстве случаев читаются хуже, чем бесстрастные.
2. Гиперссылки на источники дают возможность читателю проверить источники, что формирует доверие к новости и делает ее более востребованной.
3. Избавляйтесь от длинных предложений в новостном тексте. Поставляйте читателю информацию легко осмысливаемыми фрагментами. Подумайте, нельзя ли заменить запятые на точки. В хорошо скомпонованной новости минимум вводных слов и оборотов.
4. Старайтесь писать в действительном залоге и личными предложениями. Страдательный залог и безличные предложения ослабляют текст.
5. Важно соблюдать правила русского языка и не делать ошибок, которые создают впечатление о безграмотности не только пресс-секретаря, но и всей организации.
6. В пресс-релизе основной акцент должен быть сделан на цифры и факты, а также на актуальность темы для самых широких масс.
7. Пресс-релиз не содержит имени его автора, но должен иметь адресность, чтобы заинтересованный представитель СМИ мог обратиться за дополнительной информацией или с вопросом.
8. Пресс-релиз пишут по принципу «перевернутой пирамиды»: от главного к второстепенному. Главную роль выполняют заголовки и лид-абзац.
9. Пресс-релиз должен содержать цитату какого-либо известного или близкого к аудитории лица, чтобы вызвать интерес и доверие у читателя.
10. Основной задачей пресс-релиза является мотивация к действию: прийти, посмотреть, поучаствовать, сообщить, перейти по ссылке и заполнить заявку или позвонить.

---

Пресс-релиз представляет собой уникальную возможность для организаций заявить о себе, рассказать о своей деятельности и создать репутацию у потребителей информации. А общественные движения могут в минимальный промежуток времени обзавестись достаточно обширной целевой аудиторией.

Пресс-релиз может сыграть решающую роль в начале карьеры деятелей искусства, культуры или спорта, также это короткий путь обрадовать поклонников известием о получении новой награды. Благодаря продуманному формату этот относительно новый инструмент PR быстро получил широкое распространение и является вполне достойной альтернативой цифровым медиа.

Умение пользоваться таким инструментом важно и полезно как пресс-секретарю, журналисту, так и любому человеку, работающему с информационными материалами

---

## ПРИЛОЖЕНИЕ

### Примеры пресс-релизов

#### Стали известны имена лучших молодых предпринимателей Южного Урала

20 июля прошел финал регионального этапа Всероссийского конкурса «Молодой предприниматель России – 2017». Начинающие бизнесмены представили свои проекты перед опытным жюри и получили экспертную оценку и полезные советы по улучшению своей коммерческой деятельности. Самые успешные презентации были объявлены призерами по четырем номинациям.

На победу в номинации «Открытие года» претендовали владельцы компаний, которые только в этом году вышли на рынок, но уже имеют определенные достижения. Среди финалистов, презентовавших свой проект в номинации «Производство года», – руководство организаций, развивающих различные сферы производства в Челябинской области. Немалое число предпринимателей пришло за званием «Социальный бизнес года», участники представляли центр раннего развития «Умница», студию йоги Yoginn, сервис DiaMeter для людей, столкнувшихся с сахарным диабетом.

*«Задача конкурса – поддержать тех молодых предпринимателей, кто не побоялся создать и предложить рынку что-то новое, взять ответственность не только за себя, но и за своих сотрудников. Амбициозные, смелые, обладающие живым умом и твердым характером, понимающие, как зарабатывать честно и красиво, – пожалуй, таков портрет участников конкурса «Молодой предприниматель России», – рассказал заместитель министра образования и науки Челябинской области **Вадим Бобровский**.*

Решением экспертного совета после долгого совещания стало наградить следующих авторов за реализацию их коммерческих проектов:

- «Открытие года»: **Иван Векшин** и его павильон с шавермой ShauRoom.
- «Работодатель года»: **Денис Потепалин** и New Time Technology.
- «Производство года»: **Анастасия Симонова** и натуральная косметика «Фабрика Трав».
- «Социальный бизнес года»: **Иван Волков** и мобильное приложение DiaMeter.
- «Личный вклад»: **Глеб Белич** (директор ООО «Промкаскад») и его желание помогать начинающим предпринимателям.

---

Победители получили не только грамоты и памятные статуэтки, но и полезные подарки от множества партнеров, среди которых Группа компаний «Авуар», Альфа-Банк, отель SMOLINOPARK, мужская одежда «ПЕПЛОС», Фитнес-клуб SokolFit и ресторан английской кухни The Rules. Так, лучшие молодые специалисты смогут отдохнуть в апартаментах класса люкс, 3 месяца заниматься спортом в одном из лучших фитнес-центров города, обновить деловой гардероб и стать клиентом лучшей компании в области консалтинга и аудита.

**Добавим,** что предприниматели получили возможность поехать на финальный этап в столицу и бесплатно стать участником и крупнейших экономических форумов России (Сочинский, Петербургский, Красноярский), где стоимость участия – от 150 тыс. рублей. О компаниях-победителях всероссийского этапа каждый год рассказывают самые крупные бизнес-издания страны.

**Напомним,** конкурс «Молодой предприниматель России» – проект федерального масштаба, реализуемый с целью развития малого бизнеса и популяризации предпринимательства в молодежной среде, направлен на выявление и поощрение молодых талантливых людей, ведущих предпринимательскую деятельность.

## **Конкурс «Лидер XXI века» в самом разгаре**

**С 31 июля по 4 августа на берегу озера Тургояк проходит областной лагерь лидеров и руководителей детских и молодежных общественных объединений «Лидер XXI века». Участники соревнуются в творческих испытаниях, проявляют лидерские качества и демонстрируют навыки работы с коллективом. В последний день смены экспертный совет определит трех победителей в разных номинациях, которые в учебном году отправятся защищать честь региона на всероссийском конкурсе.**

Вчера в лагере прошли первые конкурсные испытания: творческая презентация «Я меняю этот мир...» и публичное рассуждение «Великие лидеры великой страны». Так, активисты рассказывали о своих достижениях в школе и в рамках дополнительного образования, раскрывали секреты воплощения мечты и навыки актерского и ораторского мастерства.

*«Ребята очень интересные, увидел много креативных выступлений. Мне запомнилась визитка, в которой было представлено создание коктейля из различных качеств. Также понравилась «Матрешка»*

---

– это достаточно оригинальная идея, как мы растем из небольшого человечка в такую яркую и сильную личность», – поделился впечатлениями член жюри, руководитель «Ассоциации волонтеров Южного Урала» **Александр Носков**.

В течение дня участники рассуждали, как лично они могут изменить мир в лучшую сторону, и на публичном выступлении предлагали различные решения мировых проблем общества. Всего активистам предстоит выступить на пяти площадках: показать мастерство импровизации, защитить проект своего общественного объединения и провести социально-полезную акцию.

Помимо конкурсных испытаний для школьников организована образовательная программа. Лидеры обсуждают истоки самоуправления и варианты продуктивного взаимодействия детского ученического совета с администрацией, способы написания и разработки творческой смены для детей разного возраста и качества идеального волонтера, готового всегда прийти на помощь.

Уникальным мероприятием стал брифинг «Активная молодежь Челябинской области», где активисты задавали интересующие их вопросы директорам крупных компаний, руководителям общественных организаций и представителям ведущих проектов области.

**Напомним**, конкурс направлен на выявление и поощрение активных молодых россиян, формирование и популяризацию позитивного образа молодого гражданина РФ, развитие институтов гражданского общества, межкультурный диалог, а также поддержку и презентацию достижений общероссийских и международных молодежных и детских общественных объединений. Организаторами выступает Областной центр дополнительного образования детей и министерство образования и науки Челябинской области.

## **В Челябинске начались съемки художественного фильма «Что было до...»**

На этой неделе стартовал съемочный процесс фильма «Что было до...». Молодые режиссеры, сценаристы, продюсеры и актеры реализуют творческую идею о ситуациях из жизни обычных горожан. Съемки проходят с 7 до 16 часов. 21 июля организаторы приглашают всех желающих понаблюдать за работой по созданию фильма на пешеходную улицу Кирова.

---

*«Всегда радуют новые проекты нашей молодежи. Уверен, что в будущем, достигнув совершеннолетия, юные специалисты станут участниками региональных и федеральных форумов, где продемонстрируют свои работы на всю страну и выиграют гранты на реализацию новых идей. А мы всегда готовы такие инициативы поддерживать»,* – комментирует **Вадим Бобровский**, заместитель министра образования и науки Челябинской области.

*«Что было до...»* – рассказ, касающийся любого из нас. Ежедневно мы встречаем большое количество людей: кто-то торопится на работу, кто-то туманно погружен в свои мысли, а кто-то улыбается прохожим и сияет от счастья. У всех есть своя история, и, наверное, каждый из нас задумывался и фантазировал о жизни совсем незнакомого человека, исходя из мимики, деталей одежды или телефонного разговора. Данный фильм покажет 5 таких необычных событий совсем разных людей, едущих в одном автобусе. Выдумает их главный герой картины – обычный мальчик, которого сыграет уроженец Еманжелинска, ученик 9 класса, **Артем Острейко**.

*«Съемки всегда вызывают волнение и страх, но когда они начинаются, будто тебя выбрасывают в воду и ты плывешь. Вся работа проходит в позитивном ключе: смех, улыбки, естественно, у режиссера и оператора – нервы. Но работать с такими людьми в одной команде – одно удовольствие»,* – рассказывает режиссер кинокартины **Александр Поршин**.

Задумка проект появилась в этом году и начала реализовываться уже в конце апреля. Всего два месяца рождался сценарий, продумывались образы персонажей, рисовались раскадровки. Особым событием стало написание официального саундтрека. При подготовке также прошел кастинг на главные роли фильма. Молодой режиссер лично отсматривал актеров, искал подходящее воплощение необходимых обликов и манер. В итоге лидирующие позиции в актерском составе заняли журналист новостного портала 74.ru **Сергей Смирнов**, ведущий и шоумен **Николай Веселых** и школьники **Виктор Сорокин**, **Ксения Черноштанова** и **Арина Халилова**. Уникальным актером стал **Арсен Карапетян**, участник проектов на ТНТ Comedy Баттл «Без границ» и «Суперсезон», съемок 148-й серии молодежного ситкома «Универ. Новая общага», победитель шоу на ОТВ «Горячие танцы». В новом проекте Арсен сыграет наемного агента, занимающегося загадочными делами.



---

**Отметим**, автором идеи «Что было до...» является **Александр Поршин**, ученик челябинской гимназии № 10, в фильме он выполняет роли режиссера, сценариста и композитора. За плечами у юного творца съемки музыкального клипа «Марсианин», который уже набрал 89 000 просмотров на канале в YouTube. Оператором, монтажером и звукорежиссером выступает **Семен Головач**. Продюсеры – **Николай Константинов** и **Антон Анисинкин**.

По словам организаторов, съемки продолжатся до 25 июля, а готовый фильм выйдет не раньше сентября. Посмотреть его можно будет в официальном сообществе социальной сети «ВКонтакте».

**Добавим**, актерский состав фильма «Что было до...» уже утвержден, но принять участие можно в качестве второстепенных героев массовых сцен 21, 24 и 25 июля. По вопросам сотрудничества писать в личные сообщения группы или режиссеру проекта.

## **В Челябинской области пройдет SMM-форум «СуперМeM»**

**27 мая в Златоусте состоится уникальный форум, где участники обсудят актуальность социальных сетей и научатся правилам продвижения информационных сообществ. 30 молодых сммщиков посетят мастер-классы от профессиональных дизайнеров, журналистов, фотографов и видеографов.**

Образовательное мероприятие позволит сформировать у молодежи культуру поведения в интернете, создаст условия для развития навыков работы с аудиторией «ВКонтакте». В процессе обучения участники получают ситуационные кейсы, чтобы закрепить лекционный материал на практике.

*«Социальные сети на сегодняшний день – наиболее эффективный способ мгновенного распространения новостей. А такие мероприятия помогают научиться грамотно использовать этот ресурс, получив опыт ведения информационных сообществ»*, – комментирует **Вадим Бобровский**, заместитель министра образования и науки Челябинской области.

Специальным гостем форума станет пресс-секретарь министерства образования и науки Челябинской области – **Алиса Пашенко**.

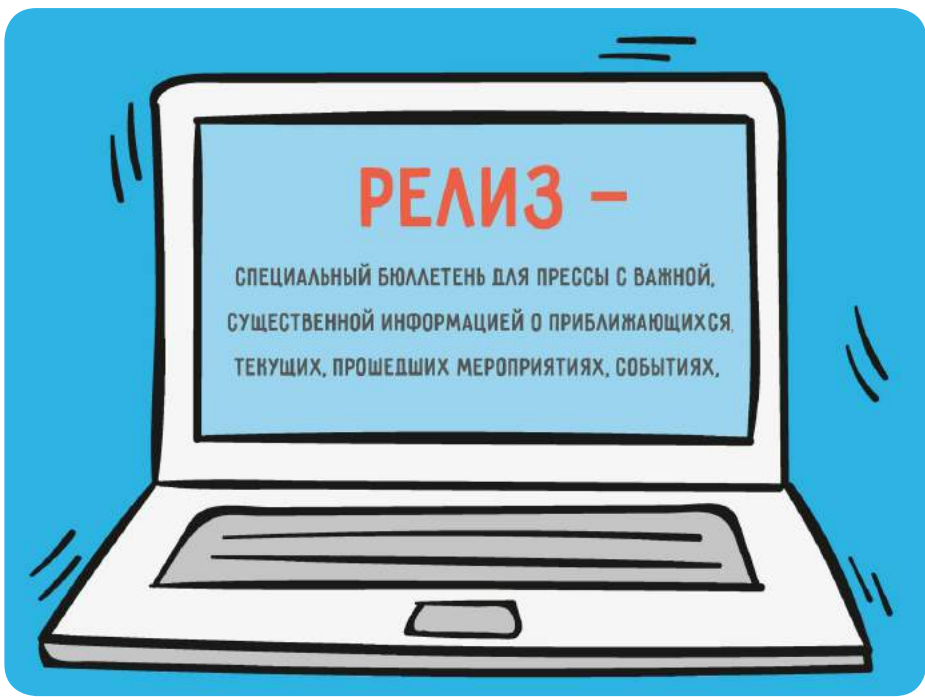
По результатам работы эксперты наградят лучшую команду, качественно выполнившую все творческие задания, а самые активные

---

молодые специалисты получают приглашение в пресс-службу Управления молодежной политики Златоуста.

Отметим, данный проект является инициативой участника II этапа «Академии лидерства» Сергея Шпарика, который занял первое место в грантовом конкурсе семинара «Южный» и получил финансовую поддержку на реализацию идеи.

*Пособие подготовлено Н.Балаевой,  
выпущено при поддержке  
ГБУ «Молодежный ресурсный центр»,  
ГБУ ДО «Областной центр  
дополнительного образования детей»,  
АНО «Центр поддержки предпринимательства»*



## ДОСТОВЕРНОСТЬ И ПОЛНОТА ИЗЛОЖЕНИЯ

ТОЧНО ПРОВЕРЕНО

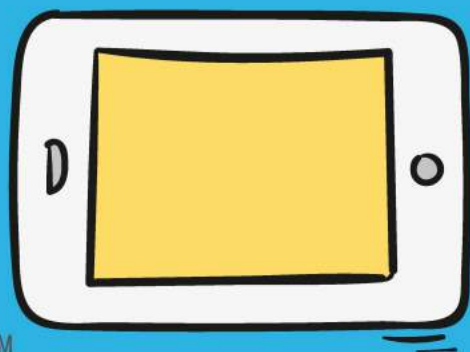


ТЕМА РАСКРЫТА ПОЛНОСТЬЮ

НЕТ СУБЪЕКТИВНОГО МНЕНИЯ

## ВЫДЕРЖКА В ИНФОРМАЦИОННОМ КЛЮЧЕ

НОВОСТЬ ДОЛЖНА БЫТЬ ВАЖНОЙ, ЗНАЧИМОЙ, ИНТЕРЕСНОЙ,  
СОДЕРЖАТЬ ЯРКИЙ (КЛЮЧЕВОЙ) ФАКТ, СРАВНЕНИЕ.



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ  
СЛОВ, ПОНЯТНЫХ ВСЕМ

МЕНЬШЕ СЛОЖНЫХ  
ПРЕДЛОЖЕНИЙ

БЕЗ ТАВТОЛОГИИ

## ЗАГОЛОВОК

ФОКУС НОВОСТИ

ПРАВДА

ТОЧКА В КОНЦЕ НЕ СТАВИТСЯ



ПРЕДИКАТИВНОСТЬ

ЯСНОСТЬ

ГЛАГОЛ

ВИТРИНА МАГАЗИНА

ЧТО ПРОИЗОШЛО?  
КТО И ЧТО СДЕЛАЛ?

# ЛИД

ПРИЛAVOK МАГАЗИНА

ЧТО ПРОИЗОШЛО?  
ГДЕ? КОГДА?



СУТЬ НОВОСТИ

НЕ БОЛЕЕ 3-Х ПРЕДЛОЖЕНИЙ

ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ ЧИТАТЕЛЯ,  
РАСКРЫТЬ ИНФОРМАЦИЮ

# КОНТЕКСТ-АБЗАЦ С ЦИТАТОЙ НЬЮСМЕЙКЕРА

УЧАСТНИК

ОРГАНИЗАТОР

СПИКЕР

ЯРКАЯ, ИНТЕРЕСНАЯ ЦИТАТА



ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ

НЬЮСМЕЙКЕР – ЧЕЛОВЕК,  
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОТОРОГО ПРЕДПОЛАГАЕТ  
ПУБЛИЧНОСТЬ И ВЫЗЫВАЕТ  
УСТОЙЧИВЫЙ ИНТЕРЕС СМИ.

# КОНТЕКСТ

КТО УЧАСТВУЕТ,  
С КАКОЙ ЦЕЛЬЮ

АБЗАЦЫ



ЦИФРЫ

ОБЪЯСНЕНИЕ СМЫСЛА

ДЕТАЛИ

ОБСТОЯТЕЛЬСТВА

ОПИСАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

КАК ПРОХОДИТ ПРОЦЕСС

# БЭКГРАУНД



СПРАВОЧНЫЕ

ДЕТАЛИ

ПРОШЛЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ,  
ОСОБЕННОСТИ

ПРЕДЫСТОРИЯ ВОПРОСА

# ОШИБКИ

ОТСУТСТВИЕ КОНТАКТОВ

НЕПОДХОДЯЩАЯ ФОТОГРАФИЯ

ОРФОГРАФИЯ

ПУНКТУАЦИЯ

МАЛЕНЬКИЙ ОБЪЕМ  
(НЕИНФОРМАТИВНОСТЬ)

ОТСУТСТВИЕ ГИПЕРССЫЛОК

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРИЕМОВ

## ОФОРМЛЕНИЕ

ДОКУМЕНТ WORD

ШРИФТ TIMES NEW ROMAN

ОРИЕНТАЦИЯ ПО ШИРИНЕ

ЛЕВОЕ ПОЛЕ - 3 СМ, ПРАВОЕ - 1 СМ,  
ВЕРХНЕЕ - 2 СМ, НИЖНЕЕ - 2 СМ

ИНТЕРВАЛ ОДИНАРНЫЙ, ОТСТУП ПОСЛЕ АБЗАЦА - 6

КРАСНАЯ СТРОКА - 1,25



## **Как продвигать НКО в социальных сетях?**



---

**Современный мир – мир информационного общества**, сейчас практически каждая организация имеет свой сайт или страницы в соцсетях. **И развитие любой НКО во многом зависит от грамотной интересной работы в информационном пространстве.** Зачастую действует неписаный закон: «Если вы что-то сделали или организовали, но никому не рассказали – это равносильно тому, что вы ничего не сделали».

Информационно-рекламная деятельность – это набор действий для информирования, убеждения, стимулирования потребностей и продвижения услуги или организации с целью достижения целей организации. В классическом понимании это афиши, листовки, ивент-мероприятия, статьи в газетах, специальные сюжеты на телевидении, рассылка релизов в СМИ и т. д.

Технологическое развитие расширяет границы информационного поля, а значит, появляются новые каналы и способы распространения информационных и рекламных сообщений. Сегодня самым эффективным, быстрым и дешевым способом донести информацию до своей целевой аудитории являются социальные сети.

Что такое «социальная сеть»? Изначально это онлайн-сервис, объединяющий людей в интернете по какому-либо признаку, чаще всего по интересам. Сегодня социальные сети – уже не просто онлайн-сервис или веб-сайт для общения в интернете, но и новый канал для информационно-рекламной деятельности. Только в России 68,5 млн. человек (48% от всех жителей РФ) являются активными пользователями социальных сетей. Самый простой способ порекомендовать что-либо своим друзьям – поделиться ссылкой или отзывом. Исследования ряда агентств доказали, что 65% пользователей прислушиваются к рекомендациям своих друзей и блогеров.

### **Преимущества социальных сетей, которые необходимо использовать в профессиональных целях:**

1. Высокий уровень доверия – выше, чем к официальным источникам информации.
2. Быстрые коммуникации, возможность получить информацию и ответы на любые вопросы «из первых рук».

- 
3. Возможность использовать любые формы коммуникаций (текст, видео, аудио, фото).

Именно в соцсетях проще всего найти ответы на вопросы: какова ваша целевая аудитория? Какие у нее интересы? Какой люди хотят видеть вашу организацию?

Еще в 2005 году специалисты по маркетингу и связям с общественностью стали использовать для своей работы социальные сети, а уже в 2009 году появился такой инструмент, как Social Media Marketing (SMM) – процесс привлечения трафика или внимания к бренду через социальные платформы.

**SMM** – это спланированные и осуществляемые в течение длительного времени действия, направленные на установление и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью, с использованием социальных платформ и медиа в качестве канала для продвижения организации. Эффективная информационно-рекламная деятельность – это продуманная работа организации, основанная на ее целях и задачах, с обязательным использованием методов и инструментов SMM. Она может быть направлена на создание и поддержание имиджа организации, увеличение лояльности целевых групп. Использование SMM в комплексе различных инструментов может дать хорошие результаты:

- увеличивается число людей, вступивших в ряды организации;
- происходит укрепление отношений с властью и защищаются интересы организации;
- устанавливаются долгосрочные отношения со СМИ и обеспечивается постоянное присутствие в информационном поле;
- создаются привлекательные условия труда для привлечения высококвалифицированных специалистов.

---

## Минимальные требования к информационно-рекламной деятельности некоммерческих организаций в социальных сетях:

- наличие паблика (публичной, открытой страницы) организации в социальных сетях;
- регулярное наполнение его актуальным контентом (содержанием: текстами, фото и видео), не менее двух постов в день;
- использование хэштегов, гиперссылок для перехода на другие сайты, новости;
- работа с подписчиками (активизация, обратная связь);
- оценка эффективности работы в соцсетях.

## Социальные сети: виды и особенности

Для того, чтобы приступить к информационно-рекламной деятельности в социальных сетях, необходимо точно знать устройство социальных сетей, их виды, инструменты и особенности.

В первую очередь, социальные сети — это сайт как некая автоматизированная социальная среда, позволяющая общаться пользователям, объединяя их общими интересами. Зачастую такой сайт интерактивен и предназначен для неограниченного числа пользователей, что позволяет им не только общаться, но и взаимодействовать интерактивно, а также создавать контент.

На такой веб-платформе принято указывать информацию о себе (от даты рождения и места работы до увлечений и любимой музыки), по этой информации аккаунт пользователя смогут найти другие пользователи.

Данная информация также определяет разнообразие видов социальных сетей:

- **Социальные сети общего формата** – сайты, созданные для коммуникации, то есть для общения с коллегами, друзьями, семьей и т. д. Примеры популярных в России бренд-платформ:

---

«ВКонтакте», «Одноклассники», Instagram, Facebook, YouTube и другие. Основной контент создают сами пользователи – это личные фотографии, видео с праздников, музыка, собственное мнение и т. д.

Есть возможность создавать отдельные группы как для общения, так и для распространения информации – сообщества, диалоги, каналы, и т. д., однако и в этом случае контент создается пользователями.

- **Профессиональные социальные сети** – веб-платформа, которая объединяет коллег, сотрудников компании, работодателя и его возможного сотрудника или же представителей одной профессии. Этот сайт также позволяет пользователям коммуницировать, но уже на определенную тему, которую задает концепция бренд-платформы: Bitrix24 – социальная сеть для рабочих процессов (есть возможность общаться с сотрудниками определенной компании, а также ставить и получать задачи для выполнения своей работы). Другие примеры: RB.ru, LinkedIn, Behance и т. д.
- **Социальные сети по интересам** – площадка, которая объединяет пользователей по их увлечениям и общей любви к чему-либо. Примерами служат такие бренд-платформы, как «Ласт.фм» – для меломанов, MySpace, Goodreads – для книголюбов.

Некоторые SMM-специалисты выделяют также следующие виды социальных сетей: **мессенджеры** (Telegram, Viber, WhatsApp и т.д.); **сервисы социальных закладок** (StumbleUpon, Pinterest, Flipboard); **социальные сети для отзывов и обзоров** (Airbnb, Uber, Yelp, Urbanspoon) и т. д.

Выбирая площадки, на которых вы планируете заниматься продвижением своей организации, следует помнить, что не нужно «заходить» сразу во все существующие медиа. Необходимо проанализировать, каким из них отдает предпочтение ваша целевая аудитория, и вести свои страницы именно там.

---

## Методы SMM: стратегия продвижения

Большое количество различных видов социальных платформ обуславливает разнообразие методов работы SMM: создание сообщества организации (создание аккаунта/группы-сообщества от лица компании), взаимодействие с блогерами, личный брендинг и нестандартное SMM-продвижение.

- **Создание сообщества организации** – это создание групп, аккаунтов и каналов, посвященных определенному бренду или организации. Пользователи могут найти всю интересующую их информацию об организации, а также обсудить ее достоинства и даже решить свои вопросы.
- **Взаимодействие через блогеров и блоги** – специалисты часто сравнивают эти каналы со средствами массовой информации. И действительно, степень влияния данного вида коммуникации сравнима, а порой и более эффективна, чем реклама через СМИ. Основан этот метод на сущности блогов, которая заключается в том, что блоги и блогеры пользуются доверием у своих подписчиков. Часто блоги имеют определенную тематику, что определяет их сегмент целевой аудитории. Также блогеров можно использовать для управления предпочтениями целевой аудитории и их информирования, для поддержания и формирования интереса к организации.
- **Персональный брендинг** – информационно-рекламная деятельность в социальных сетях, направленная на создание положительной репутации и известности определенной личности.
- **Репутационный менеджмент** – трансляция и сбор, анализ и управление отзывами на платформе различных социальных сетей, которые являются одними из формирующих репутацию организации факторов.

---

## Инструменты SMM

Эти методы могут быть реализованы при помощи инструментов SMM. Перечислим некоторые из тех, которые рекомендует специалист по маркетингу и SMM Дамир Халилов.

**При построении сообщества** эксперты рекомендуют создавать группы встречи или мероприятия, выкуп имеющихся или создание собственных фановых сообществ, медиа-продвижение в существующих группах, работу с тематическими и профильными сообществами.

Отдельно в данном методе стоит рассматривать **работу в нишевой социальной сети**: создание закрытых сообществ в социальных сетях, работу с продвижением контента на тематических социальных платформах; информирование и продвижение на сервисах новостей; образование собственной соцсети; работу с геометками и геосервисами.

При построении сообщества стоит обратить внимание на **инструменты создания и развития его информационных площадок**: работу с блогом, в том числе создание собственного видеоблога организации; интегрирование социальных сетей с сайтом организации; фирменную айдентику сообществ и блогов; работу с близкими по тематике блогами (создание общего контента и т.д.; использование линкбейтинга (обратные ссылки на сайт); RSS-маркетинг; создание сообществ и аккаунтов на бренд-платформе, которую использует ваша целевая аудитория; создание и продвижение хэштега в социальных сетях; проведение конкурсов и промо-мероприятий в социальных сетях.

**Для продвижения контента** эксперт рекомендует использовать следующие инструменты: написание статей для журналов и интернет-энциклопедий; продвижение фото, аудио, видео-контента и презентаций на специализированных интернет-площадках; создание и распространение релизов в интернете и СМИ; оффлайн-продвижение – публикация ссылок на контент в книгах, листовках, журналах, афишах и т.д.; отметки людей в постах, на фото, видео и другом контенте.

---

**Инструменты для проведения промо-мероприятий:** интернет-флеш-мобы, интернет-эстафеты; конкурсы и игры в социальных сетях; опросы; организация вебинаров; стимулирование и поддержание создания пользователями контента об организации.

Эксперты SMM имеют в своем арсенале **инструменты для работы с лидерами общественного мнения:** оффлайн-мероприятия с блогерами; создание «утечки» информации в интернете; промо-посты от блогеров; контент со знаменитостью в вашем сообществе; интернет-трансляции.

**Для продвижения сообщества и распространения информации** специалисты зачастую используют вирусный маркетинг: создают интернет-мемы; распространяют и инициируют вирусные инфоповоды, контент и сайты.

**Для «персонального брендинга»** следует использовать такие инструменты как личный аккаунт или сообщество, создание и его продвижение; развитие блога руководителя организации или его сотрудников; использование профессиональных социальных сетей; работа через общение с подписчиками.

Также существуют **универсальные инструменты для любой стратегии и метода SMM:** таргетированная или медийная реклама в социальных сетях, а также распространение информации через объявления в соцсетях; отложенный постинг посредством специализированных сервисов; статистический анализ эффективности SMM (охват пользователей, их активность и т.д.); построение контент-плана сообщества; использование конструктора контента (темы и виды); коммуникативная активность – комментарии, сообщения, вопросы-ответы, обсуждения и т.д.

Помимо этого у SMM есть **еще такие возможности:** увеличение узнаваемости бренда; эффективное и своевременное информирование целевой группы; работа с лояльностью аудитории; прямое взаимодействие с подписчиками, которое помогает быстро реагировать на их запросы; контроль и работа с отзывами; дешевизна технологии.

---

## Рекомендации

Итак, **первым шагом** при построении SMM-стратегии является **определение целей и задач организации**: для достижения глобальных и локальных целей организации необходимо проводить соответствующую коммуникационную политику, которая будет способствовать формированию благоприятного имиджа организации, привлечет новых участников, позволит вести открытый диалог между организацией и целевой аудиторией, а также создаст благоприятный климат в самой организации.

**Следующий шаг – определение целевой аудитории** и основной социальной медиа площадки. Региональная особенность нашей области – популярность таких социальных сетей, как «ВКонтакте», «Instagram» и «Одноклассники». Если в задачах НКО нет выхода на международный уровень, достаточно ограничиться этими социальными платформами.

**Определяем возраст и предпочтения нашей целевой аудитории, создаем на наиболее подходящей платформе сообщество, оформляем его в стиле организации** (речь идет об айдентике – визуальном оформлении сообщества: аватар, обложка, плашки для постов, меню и т.д.) Это важный аспект для формирования имиджа НКО и качества контента.

Эффективный SMM любой организации не возможен без **грамотного планирования**. Так, следует построить контент-план сообщества (при необходимости расширить его до медиа плана) – прописанный с учетом динамики и логичной последовательности содержания по времени, дате и конкретному наполнению план публикации постов в группе.

При его написании стоит воспользоваться способом конструирования контента – это метод создания и наполнения поста путем объединения темы (задач организации или видов ее деятельности) и вида контента (рубрик: опросы, интервью, заметки, интересные факты и т.д.). Анализ практик некоммерческих организаций говорит о том, что необходимо обращать внимание на уникальность контента сообщества, а также стоит активно использовать интерактивные возможности бренд-платформы.



---

Так, «ВКонтакте» можно пользоваться следующими возможностями:

- **Отложенный постинг** – автоматическая публикация заранее подготовленных новостей. Эта функция помогает обеспечить регулярное размещение в сообществе заранее подготовленного контента.
- **Гиперссылки в тексте публикации** обеспечивают наибольшую информативность новости, а также являются возможностью отметить пользователя активной ссылкой и уведомить его об этой записи.
- **Закрепленный пост** – публикация, которая в новостной ленте всегда будет первой. Хронологическое упорядочение в этом случае действовать не будет. Это хороший способ не терять важные новости.
- **Меню и вики-страницы** – возможность создавать отдельные вкладки внутри поста, поможет упорядочить информацию и сделать ее удобочитаемой.
- **Хэштеги и рубрикаторы** – нужный и полезный инструмент для продвижения организации в социальных сетях. Понимая, как правильно ставить хэштег, можно охватить большую аудиторию и легко упорядочить информацию в группах. Хэштеги упрощают поиск нужной информации среди бесконечного потока постов и помогают привлечь внимание к организации.

### **Программа улучшения информационной деятельности в социальных сетях на примере Челябинского областного студенческого отряда**

Первое, **определим проблему**: осуществление неэффективной информационно-рекламной деятельности ЧОСО в социальных сетях, не использование данного канала как инструмента формирования положительного имиджа организации.

Итак, **целью нашей SMM-стратегии** является продвижение студенческих отрядов в социальных сетях путем формирования положи-

---

тельного имиджа, привлечения новых бойцов, информирования о деятельности организации.

**Целевая аудитория – юноши и девушки** от 18 до 23 лет, обучающиеся на очной форме в образовательных учреждениях среднего профессионального и высшего профессионального образования.

**Ожидаемые результаты:** повышение уровня узнаваемости организации, увеличение количества новых членов, высокая активность аудитории в социальных сетях, информированность членов и общественности о деятельности организации, ее истории, традициях и культуре, транслирование ее ценностей.

**Желаемое позиционирование:** «Студенческие отряды – это молодежь, которая знает, что #ТрудКрут!». Исходя из сказанного, основным методом SMM-продвижения организации стоит выбрать «продвижение бренд-сообщества», также частично использовать «персональный брендинг» и «репутационный менеджмент».

За основу SMM-продвижения в соответствии с методом и предпочтениями целевой аудитории предлагаем использовать группу на платформе «ВКонтакте», содержание контента группы следует формировать в соответствии с позиционированием и основными ценностями и возможностями студенческих отрядов.

Основные образы, рекомендуемые к использованию в информационно-рекламных сообщениях:

- ЧОСО – это команда единомышленников, способная решать множество задач как трудового воспитания, так и гражданско-патриотического, а также способствовать полноценному развитию личности.
- Член организации – студент, боец студотряда, который любит труд, имеет активную гражданскую позицию, умен, талантлив и имеет возможность для самореализации, саморазвития и получения опыта работы с достойной заработной платой.
- Уникальные предложения и возможности – друзья по всей России, вклад в развитие своей страны, участие во всероссийских проектах, профессиональный рост, возможность быть частью большого движения с богатой историей.

---

**Идеи для инфоповодов:** «по всей России студенческие отряды встречают свой государственный праздник», «объявлен набор в студенческие отряды области». Текст информационного сообщения: «Вступай в студенческий отряд! Работай летом. Получай производственные навыки. Зарекомендуй себя перед работодателем. Получай достойную зарплату. Чтобы попасть в отряд, приходи в штаб своего вуза. Подробности по телефону...»

**Визуальные образы:** фотографии бойцов на трудовых объектах – студент на работе в форме (зависит от направления), значки, логотип организации.

**Ключевые послылы и темы для контента:**

- Строительство крупных, значимых для страны объектов – БАМа, олимпийских сооружений в Сочи, космодрома Восточный.
- Известные личности, истории успеха.
- Значимость для страны других направлений – воспитываем детей, будущее России; приходим на помощь РЖД летом во время повышения пассажиропотока, реализуем социально значимые проекты «Ты не один», «День ударного труда».
- Значимость/мотивация для молодежи: студенческие отряды – это возможность получить опыт работы, заработать деньги, найти единомышленников или свою «вторую половинку», самореализоваться, побывать в другом уголке страны.

На основе этого начинаем формировать контент-план методом конструирования контента: определяем темы рубрик (трудимся на благо страны, своё место, я=РСО, профессионализм, уважение, гордость формой, традиции, история РСО, сопричастность, благотворительность, возможность (саморазвитие, история успеха), дружба, семья, партнеры и крупные проекты, масштабность организации).

Далее подбираем к списку рубрик различные инструменты: видео дня, мем, цитата дня, лайфхак, аудио-иллюстрации, дайджест дня или недели, участник дня, блиц-интервью, репортажные посты, фотоподборка, цифра дня, интересный факт, топы и рейтинги, инфографика, приложения сообществ (афиша, тест) и т.д.

---

Получаем такие **идеи**:

- фотоколлаж «тогда и сейчас», сравнение традиций студенческих отрядов путем сравнения архивных фотографий с нынешними;
- рубрика «фотоподборка», направленная на создание уникального контента, посвященного форме бойца;
- конкурс, интернет-флешмоб «Носи целинку – будь ярким» (задача: выведение в топы хэштегов #явцелинке #рсо);
- создание брендированных рамок для подписчиков группы к 17 февраля;
- вики-страница с дайджестом новостей, интересных целевой аудитории;
- запуск рубрики «мемы» – смешной уникальный контент, который направлен на привлечение новых подписчиков путем распространения его участниками группы;
- #ЧОСОВСловах – рубрика, которая познакомит с понятиями студенческих отрядов (форма уникального тематического контента);
- создание видеоконтента «Топ-5 фактов об отрядах»;
- рубрика #цитатадня – фразы известных личностей, которые прошли школу студенческих отрядов;
- рубрика #счастливчикдня – конкурсная механика, направленная на активизацию пользователей и их активное взаимодействие с информацией сообщества;
- запуск приложения сообщества «Афиша»;
- запуск рубрики #семьиРСО – интервью с бойцами, которые нашли свою вторую половинку в студенческих отрядах;
- рубрика #песниРСО – песни студенческих отрядов.

## Формируем

### Контент - план сообщества:

#### Понедельник:

1. Информация о деятельности отрядов
2. Рубрика #ЧОСовСловах в 12:00
3. Рубрика #интересныйфакт в 16:00
4. Запуск конкурса

#### Вторник:

1. Информация о деятельности отрядов
2. Рубрика #ЧОСовСловах в 12:00
3. Рубрика #песниРСО в 16:00
4. Рубрика #дайджестсобытий 20:00

#### Среда:

1. Информация о деятельности отрядов
2. Поздравление с праздником
3. Рубрика #ЧОСовСловах в 12:00
4. Рубрика #МемыЧОСО в 16:00
5. Рубрика #СемьиРСО в 18:00

#### Четверг:

1. Информация о деятельности отрядов
2. Рубрика #ЧОСовСловах в 12:00
3. Рубрика #тогда/сейчас 18:00
4. Рубрика #цитатадня 20:00

#### Пятница:

1. Информация о деятельности отрядов
2. Рубрика #ЧОСовСловах в 12:00
3. Рубрика #топ5 18:00
4. Рубрика #цитатадня 20:00

#### 5. Рубрика #ЧОСовчислах

#### Суббота:

1. Информация о деятельности отрядов
2. Рубрика #ЧОСовСловах в 12:00
3. Рубрика #ПесниРСО 16:00

Для эффективности данного контент-плана, на основе требований к написанию и оформлению интернет-статей, а также исходя из технических особенностей платформы «ВКонтакте», разработаны следующие рекомендации для совершенствования информационно-рекламной деятельности ЧРО МОО «РСО» в соцсетях:

- текст должен быть написан в соответствии с жанром, используемым в той или иной рубрике;
- текст должен быть уникальным (не заимствованным);
- должен иметь блочную систему (разделен на абзацы) для наиболее удобного оформления поста в группе;
- желательно краткое лаконичное изложение (не более 3 абзацев);
- не допускается наличие грамматических ошибок;

- 
- приветствуются гиперссылки;
  - рекомендуется использование хэштегов;
  - допускается использование «эмоджи» и смайлов.

Для эффективной реализации информационно-рекламной деятельности необходимо также разработать фирменный стиль для группы «ВКонтакте». За основу стоит взять вышеупомянутые визуальные и эмоциональные образы, для полного обеспечения идентичности сообщества необходимо разработать: обложку сообщества, плашки для рубрик, рамки для фотографий.

Функция брендинга элементов группы – это не только имиджевая составляющая информационно-рекламной деятельности, но и навигационная: таким образом подписчику легко увидеть новости отрядов в ленте.

На этом информационная деятельность ЧОСО в социальных сетях окончена не будет. Руководителям рекомендовано изучить метод «персонального брендинга», внедрить его в работу путем привлечения первых лиц организации и создания на их аккаунтах событийного и тематического контента на площадках «Instagram» и «ВКонтакте». В связи со сложной многоуровневой структурой организации рекомендовано создать сеть бренд-сообществ для каждой структуры (вузовский штаб, линейный отряд) и осуществлять деятельность в таких группах, основываясь на едином контент-плане.

Итак, резюмируем. Для первых шагов организации в социальных сетях рекомендуется:

Исходя из общей стратегии организации, определить цели и задачи ее присутствия в соцсетях.

Сформировать команду, которая будет этим заниматься.


В соответствии с показателями концентрации целевой аудитории, зарегистрировать официальные профили и аккаунты там, где наиболее целесообразно вести продвижение. Помним, что для личного общения наибольшей популярностью пользуется социальная сеть «ВКонтакте», а для профессионального – «Фейсбук».

---

Официальный профиль сотрудника – это аккаунт, создаваемый специально для работы в социальных медиа, а не личный профиль человека в этих же социальных медиа.

Найти сообщества с вашей целевой аудиторией, используя поисковую систему самой социальной сети. Расширять свою активность на этих площадках от пассивного наблюдения до участия в дискуссиях, становясь генератором контента.

*Пособие подготовлено А. Никулиной,  
выпущено при поддержке  
ГБУ «Молодежный ресурсный центр»,  
ГБУ ДО «Областной центр дополнительного  
образования детей»,  
АНО «Центр поддержки предпринимательства»*



**Бесплатные сайты  
и волонтерская IT-помощь для некоммерческих  
организаций**



---

«Теплица социальных технологий» (Москва) – общественный образовательный проект, направленный на развитие сотрудничества между некоммерческим сектором и IT-специалистами, а также культуры создания гражданских онлайн-приложений, призванный связывать гражданских активистов и IT-специалистов.

Задача «Теплицы» — помочь сделать так, чтобы работа в интернете некоммерческой организации, социального проекта или волонтерского объединения была более эффективной и профессиональной.

Авторы описывают идею так: «Одним мы рассказываем о том, как создавать онлайн-приложения. Вторым – объясняем, какие общественные проблемы можно решить с помощью информационных технологий. Мы считаем, что и технари, и общественники могут помочь друг другу, просто не знают как. Наша задача – их познакомить».

На сайте «Теплицы» [te-st.ru](http://te-st.ru) постоянно публикуются новые статьи, интервью, анонсы мероприятий и другие материалы об IT-технологиях для общественных организаций. Ежемесячно на него заходят более 200 000 уникальных посетителей.

## **Бесплатные услуги для НКО**

Индивидуальное консультирование по вопросам использования IT технологий в деятельности НКО. Консультации осуществляются по следующим направлениям:

- Digital-стратегия НКО;
- Использование инструментов, созданных разработчиками «Теплицы»;
- Эффективность работы сайта, лучшие практики решения основных задач на сайте НКО;
- Продвижение в социальных сетях;

- 
- Эффективность использования онлайн-приложений в деятельности организации;
  - Аудит предлагаемых решений по реализации веб-проектов на любой стадии работ.

Запрос консультации необходимо отправить на адрес: [support@te-st.ru](mailto:support@te-st.ru) или воспользоваться формой на сайте. Служба поддержки ответит в течение 7 рабочих дней. Консультации оказываются только российским некоммерческим организациям.

### **Проекты «Теплицы социальных технологий»**

- Платформа «IT-волонтёр» – платформа волонтерской IT помощи некоммерческим организациям.

Сайт платформы:

<https://itv.te-st.ru/>

- Программа «Пасека» – сообщество веб-студий, агентств, IT-компаний и независимых профессионалов, заинтересованных в работе с некоммерческими организациями и социальными проектами.

Сайт программы:

<https://paseka.te-st.ru/>

- Онлайн-курс «Как создать сайт» – 1,5-часовой онлайн-курс, объясняющий процесс создания сайта.

Ссылка на курс:

<https://kurs.te-st.ru>

---

## Программное обеспечение «Теплицы социальных технологий»

- Проект «Кандинский» – бесплатный конструктор сайтов для НКО на базе WordPress.

Сайт проекта:

<https://knd.te-st.ru/>

- Плагин для сбора пожертвований «Онлайн-Лейка» – плагин для WordPress, упрощающий сбор, управление и отчётность по онлайн-пожертвованиям.

Сайт плагина:

<https://leyka.te-st.ru/>

- Yandex News Feed by Teplitsa – плагин для WordPress, позволяющий организовать трансляцию материалов сайта для сервиса Яндекс.Новости.

Ссылка на плагин:

<https://ru.wordpress.org/plugins/yandexnews-feed-by-teplitsa/>

- TeploBot – плагин для создания чат-ботов.

Ссылка на плагин:

<https://ru.wordpress.org/plugins/green-wp-telegram-bot-by-teplitsa/>

---

## **Бесплатные образовательные мероприятия, семинары, встречи «Теплицы социальных технологий»**

1. Интерактивные творческие лаборатории (хакатоны) – двухдневные проекты, в рамках которых можно разработать свой проект и получить право на его доработку в размере 70 тыс. рублей.
2. Встречи (митапы) в Москве (2 раза в месяц) – знакомство с сообществом профессионалов IT - и некоммерческого секторов.
3. Встречи (митапы) в 8 регионах России (раз в месяц) позволят обсудить актуальные инновационные темы у себя в регионе.

Следить за анонсами можно в сообществах на «Фейсбуке» или «ВКонтакте». Полный список мероприятий:

<https://te-st.ru/section/events/>

### **Победители хакатонов «Теплицы социальных технологий»**

- Проект «DonorSearch» – социальная сеть доноров крови, которая использует современные IT подходы для системного решения задач и оптимизации всех процессов в донорском движении, начиная от популяризации, мотивации к первой кроводаче и далее – приобщения к регулярному донорству.

Сайт проекта:

<https://donorsearch.org/>

- 
- Медиапроект «Red Balloons» создан на основе личной истории для родителей, воспитывающих мальчиков с мышечной дистрофией Дюшенна. Цель проекта – рассказать о важности ранней диагностики редкого неизлечимого заболевания и поддерживающей терапии, применение которой поможет улучшить качество и продолжительность жизни детей.

Сайт проекта:

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

- Проект «Мама Работает» создан, чтобы повысить уровень жизни молодых мам, предоставить им возможность для самореализации, профессионального развития и получения дохода без отрыва от воспитания детей.

Сайт проекта:

<https://mamaw.ru/>

И другие проекты по ссылке:

<https://te-st.ru/portfolio/>

## **Видеоуроки «Теплицы социальных технологий»**

Небольшие видео, цель которых – показать, как пользоваться тем или иным онлайн-сервисом или программой для повышения эффективности работы организации.

Полный список видео:

<https://www.youtube.com/user/teplitsast>

**Проект  
«Знакомьтесь, гражданское общество»**



Управление общественных связей Правительства Челябинской области совместно с движением «За возрождение Урала» и Общественной палатой Челябинской области в 2017 году представили новый долгосрочный проект «Знакомьтесь, гражданское общество».

Его цель – рассказать о представителях наиболее значимых и интересных общественных объединений региона: их стремлениях, надеждах, делах, об их вкладе в развитие и укрепление гражданского общества в Челябинской области.

Интервьюером выступил известный челябинский журналист Айвар Валеев.

---

## Олег Дубровин: «Мы не должны создавать у власти иллюзию её непогрешимости»



*Прошло чуть больше года с момента избрания Олега Дубровина новым председателем Общественной палаты Челябинской области. Поначалу многим казалось неожиданным, что ученый-правовед согласился возглавить главную общественную трибуну региона. Однако уже скоро стало очевидно: изменения пошли на пользу. Как сместились акценты в работе*

*Общественной палаты? Что удалось сделать? В чем палата заодно с властью, а в чем не сойдется с чиновниками никогда?*

### Найти компромиссы

**– Олег Владимирович, почему вы решили заняться общественной деятельностью?**

– Действительно, достаточно большой кусок жизни я посвятил юриспруденции. Поначалу, как и многие, стремился повысить уровень личной компетенции: изучал право, применял его на практике, старался профессионально расти. И в какой-то момент, когда уже наработал багаж знаний и навыков, почувствовал: могу использовать результат своего труда не только для себя лично, но и для общества, своих земляков. Да, звучит немного высокопарно, но постараюсь объяснить...

Сейчас сложилась уникальная ситуация. Раньше власть и население разделял барьер, через который люди не могли проникнуть, чтобы высказать свою точку зрения, а чиновники за этим барьером чувствовали себя защищенными от мнения людей и абсолютно не обязаны были что-то кому-то объяснять: какое решение мы приняли, с тем вы и живите. Сегодня любое решение властей проходит проверку



---

на прочность мнением общества. Если люди чем-то недовольны, они выражают это либо открытым протестом, либо заявлениями в надзорные органы, либо постами в интернете и обращениями в СМИ. А власть реагирует, объясняет, исправляет свои ошибки либо начинает заниматься тем, до чего пока не доходили руки.

Так вот, стало по-настоящему интересно сделать из Общественной палаты Челябинской области такого «медиатора». У меня есть опыт урегулирования юридических, хозяйственных споров, представляю, какие методы могут помочь найти компромиссы, выходы из противостояния сторон. И вот этот опыт хочется экстраполировать на взаимодействие институтов гражданского общества с властью. Именно в общественной деятельности я вижу эффективный инструмент для решения острых вопросов, и задача Общественной палаты – доносить проблемы людей до руководителей разного уровня, способных изменить ситуацию. И в этом нам большое содействие оказывает губернатор Челябинской области Б.А. Дубровский, который всегда открыт для диалога.

**– Можно ли измерить степень эффективности работы Общественной палаты региона? Каковы критерии?**

– Хороший вопрос, я сам себе его постоянно задаю. Мы не завод, чтобы посчитать продукцию, не магазин, чтобы прикинуть выручку, не печатное издание, чтобы посмотреть тираж... Считать количество проведенных мероприятий, встреч, выездов, запросов? Можно, но это не даст полной картины.

Думается, для Общественной палаты есть две категории критериев. Первая – то, что трудно ощутить непосредственно, как говорится, «потрогать руками». Речь идет об изменении настроения в обществе, большей открытости власти. Это постепенные изменения в психологии людей: можно сидеть на диване и разговаривать с телевизором, можно возмущаться в трамвае, можно писать анонимные гневные посты в интернете, а можно сформулировать свое видение решения проблемы в том, в чем ты компетентен, и прийти к нам с гражданской инициативой. Также меняется психология чиновников: мы не встречаем игнорирования наших приглашений на круглые столы с общественниками и активистами. Представители министерств и ведомств

---

отдают себе отчет, что пренебрегать мнением людей нельзя. Тем более мы зовем их не для того, чтобы вывалить кучу претензий и обвинений, а чтобы вместе выйти на конструктив.

Считаю, что работа Общественной палаты Челябинской области невозможна без взаимодействия с муниципальными общественными палатами и общественными советами при органах исполнительной власти. Ведь именно они работают на местах и выявляют проблемы, которые мы систематизируем, обсуждаем и решаем совместно с властью на региональном уровне. В связи с этим одним из основных приоритетов для нас является более тесное сотрудничество с общественниками в территориях.

Так, была активизирована работа по формированию общественных палат. Сейчас в регионе действуют палаты в 50 муниципальных образованиях.

Вторая категория – это те конкретные инициативы, которые были превращены в жизнь, разрешение спорных или конфликтных ситуаций, требовавших немедленного вмешательства. Вот лишь некоторые, для примера.

Благодаря усилиям экспертов Общественной палаты Челябинской области жителям Челябинска удалось отстоять от вырубки под строительство торгового центра сквер на улице Захаренко. Уничтожение деревьев прекращено, а спорный участок переведен в статус, при котором застройка невозможна. Вмешательство членов ОП ЧО избавило жителей поселка Садовый под Кременкулем от несанкционированной свалки. А владельца расположенного рядом мусороперерабатывающего предприятия, работавшего с нарушением санитарных и экологических норм, заставило изменить подход к своей работе.

Эксперты Палаты инициируют настоящие расследования. Так, с помощью анализа состава выбросов и их концентрации в Челябинске, в одной из промзон, было обнаружено подпольное предприятие, которое перерабатывает отходы металлургического производства без очистных сооружений и разрешительных документов. Сейчас данные расследования переданы в Росприроднадзор и прокуратуру.

---

После многочисленных обращений граждан члены и эксперты Общественной палаты Челябинской области занялись изучением квитанций: почему резко выросли суммы в графе «Общедомовые нужды»? После привлечения к разговору представителей управляющих компаний, Министерства тарифного регулирования, прокуратуры удалось добиться перерасчета, а повышение признано необоснованным.

Перед началом нового учебного года к нам стали обращаться родители с жалобами на совсем не «добровольные» взносы в фонды школ и классов. Мы решили понять, каков масштаб проблемы, на что и как собирают деньги. По итогам работы горячей линии мы собрали огромное количество информации о том, как в области происходит родительское софинансирование системы образования. Теперь мы совместно с Минобром анализируем полученные данные, чтобы выявить болевые точки и сделать системные выводы. А прокуратура области обратилась к нам с предложением о проведении совместных проверок по фактам, озвученным возмущенными родителями.

Новая для Общественной палаты региона тема – улучшение инвестиционного климата и взаимодействие с предпринимательским сообществом. Чтобы начали реализовываться новые проекты, появлялись новые рабочие места, пополнялся бюджет, бизнесу нужно помогать. Так, идея строительства первого в области Центра прототипирования для выпуска полноразмерных макетов для промышленности, строительства и архитектуры появилась у руководителя одной из рекламных компаний Челябинска еще несколько лет назад. Однако ее реализация столкнулась с проблемой пресловутых административных барьеров. В этом случае, кроме обычных экспертных обсуждений, Общественная палата помогала их устранять.

Я могу перечислять еще и еще, но тогда интервью получится необъятным. Главное, что за каждым таким конкретным достижением будут идти другие, потому что люди видят: если захотят, они могут что-то изменить в жизни, и это дает им стимул обращаться к нам. А нам дает стимул откликаться на запросы общества.

**– В чем вы с властями заодно, а в каких вопросах смыкаться не должны?**

---

В чем у нас есть точка соприкосновения, так это в том, что важно не создавать условий для роста социальной напряженности. Если власть не будет общаться с людьми и как-то обосновывать свои решения, образовавшиеся информационные лакуны быстро заполнятся слухами, преувеличениями, искренними заблуждениями, а то и спекуляциями. Иногда обсуждаешь с людьми какую-то острую ситуацию и видишь: из обрывков фактов и мнений они уже выстроили себе четкую позицию неприятия, и даже то позитивное, что есть, например, в каком-то новшестве, они не видят. Как говорится, «с водой выплескивают ребенка». Здесь наши цели совпадают – сделать так, чтобы у людей не было почвы для крайних проявлений возмущения, чтобы среди эмоций всегда можно было найти рациональное зерно.

При этом мы видим, что чиновники, и их можно по-человечески понять, не склонны активно обсуждать допущенные ими ошибки. Всем хочется, чтобы им отдавали должное, отмечали только заслуги. Поэтому нередко, когда мы начинаем добиваться изменений, то вступаем в противоречие. Это неизбежно, но соглашательство – тупиковый путь. Мы не должны создавать у власти иллюзию её непогрешимости, а наоборот, добавлять, если так можно выразиться, соли и перца в любой пресный разговор.

## **Власть должна быть чуткой**

**– Как вы оцениваете состояние гражданского общества в нашей области?**

– Красноречивая деталь – традиционно на открытый конкурс социальных программ и проектов «12 гражданских инициатив Уральского Федерального округа» больше всего заявок приходит именно из Челябинской области.

На сегодняшний день в Челябинской области более трех с половиной тысяч НКО, в каждую организацию входит не один десяток человек. Это говорит о том, что в регионе большое количество людей, готовых тратить свое личное время на общественную работу. И если раньше на слуху были в большинстве ветеранские организации или объединения патриотического воспитания, то сейчас НКО

---

открывают молодые, активные, работающие люди. Они занимаются благотворительностью и собирают деньги на лечение тяжелобольным людям, прорабатывают темы реабилитации и адаптации детей с ограниченными возможностями здоровья, увлеченно пропагандируют спорт, продвигают осознанное родительство, приходят как волонтеры в детские дома и интернаты, дома престарелых.

Трудно не отметить и выросшую экологическую сознательность людей: все больше активистов сегодня готовы заниматься экомониторингом, сигнализировать о нарушениях законодательства в надзорные органы, а также выходить на акции по типу субботников, ликвидировать стихийные свалки. Еще одно новое направление, свидетельствующее о развитии гражданского общества в регионе, – это появление института общественных жилищных инспекторов. Недавно первые из них получили официальные удостоверения от Госжилинспекции и теперь, после шестимесячного обучения, готовы грамотно, профессионально защищать законные права южноуральцев при получении качественных жилищно-коммунальных услуг, а также вести просветительскую работу. И это еще один пример поддержки инициатив общественников для эффективного решения злободневных вопросов.

### **– Есть ли проблемы, которые мешают его развитию?**

– Главное, что стоит отметить, – недостаток информации о том, как получить финансирование на свои проекты. Многие сегодня считают, что выиграть грант на реализацию идеи – крайне сложная, невыполнимая задача. Им кажется, что есть только один путь найти материальную поддержку – пойти попросить денег у бизнесменов или промышленников. Но это не так.

Сегодня у НКО есть отличная возможность продвигать свои проекты за счет региональных и президентских грантов. Общественная палата Челябинской области совместно с Управлением общественных связей Правительства региона проводит семинары для НКО. На последнем о порядке подготовки и подачи заявок на участие в конкурсе, а также о критериях оценки проектов и основных ошибках претендентов рассказал генеральный директор Фонда президентских грантов Илья Чукалин. Он отметил, что зачастую из регионов поступает много хороших проектов, но одержать победу в конкурсе

---

им мешают неполное описание, плохая калькуляция и неправильно оформленные заявки. Одна из наших задач – сделать так, чтобы как можно больше людей получили возможность воплотить свои замыслы.

**– Что может сделать государство для того, чтобы энергия общества не пропадала, а шла на созидание?**

– Общественная палата Челябинской области ставит перед собой стратегическую цель: стать площадкой для обсуждения властью и обществом системных проблем, выработки механизма их решений.

Знаете, двери в моем рабочем кабинете практически не закрываются: к нам приходят люди с самыми разными предложениями. Утром могу беседовать с мамой, которая пришла на встречу с ребенком в слинге и продвигает идеи поддержки молодых семей. Днем – с активистами, которые проверяют качество укладки асфальта и соответствие нормативам работ подрядчика по госконтракту. А вечером – с зоозащитниками. Общественная палата готова содействовать диалогу представителей государственной власти и активной общественности, мы готовы транслировать предложения, и давать возможность их авторам высказываться и реализовывать их.

Власть же, в свою очередь, должна развить в себе большую чуткость для того, чтобы слышать сигналы, которые посылает ей общество. Да, с определенной идеей может прийти всего один человек, но он выражает мнение тысяч людей, и с этим необходимо считаться. Власть может сделать главное: более внимательно прислушиваться к рекомендациям активистов, а также членов и экспертов Общественной палаты. Тогда энергия, которую аккумулирует в себе гражданское общество, пойдет на созидание.

**– Каковы потенциальные возможности гражданского общества в нашей области?**

– Если дело касается упомянутых созидательных проектов, направленных на улучшение жизни южноуральцев, решение наиболее острых проблем, то возможности гражданского общества безграничны. И это не преувеличение.

---

Пример? Общественная палата Челябинской области подписала Соглашение о взаимодействии и сотрудничестве с «ГорЭкоЦентром». Долгие годы зоозащитники и предприятие никак не могли договориться о том, как должен производиться отлов безнадзорных животных, в каких условиях их нужно содержать. Но стоило объединиться, сформулировать свои идеи, и результат не заставил себя ждать. Теперь при Общественной палате Челябинской области официально действует Наблюдательный совет, члены которого имеют беспрепятственный допуск на территорию и в помещения «ГорЭкоЦентра», могут участвовать в независимых проверках условий содержания отловленных безнадзорных животных, информировать Управление экологии и природопользования Администрации города Челябинска о выявленных нарушениях, запрашивать необходимые документы и составлять мониторинг эффективности работы. И «ГорЭкоЦентр» принял эти условия. К слову, эксперты федерального Агентства стратегических инициатив (АСИ) отобрали данный проект на конкурс лучших практик для возможного тиражирования на территории всей России.

Не нравится качество ремонта дорог или благоустройство города? В Общественной палате Челябинской области есть комиссия по общественному контролю. А в рамках Соглашения с региональным Управлением Федеральной службы по надзору в сфере природопользования сейчас будут готовить общественных экологических инспекторов. Как видите, возможностей много, появляются и закрепляются полномочия. Было бы искреннее желание и ответственное отношение к общественной работе.

## **Чтобы люди не стремились уезжать**

**– Челябинская область – одна из самых индустриально развитых территорий. В чем еще мы могли бы преуспеть?**

– Сейчас Общественная палата Челябинской области как раз активно подключилась к разработке региональной Стратегии-2035. Мы собираем и систематизируем предложения от участников круглых столов, затем передадим их в Правительство региона. Огромное внимание в них уделено демографии и воспитанию новых поколений социально и экономически активных южноуральцев, буквально с детского сада и до последнего курса университета. Главное,

---

чтобы молодежь видела для себя перспективы профессионального и личностного развития именно в Челябинской области и не стремилась уезжать.

Будущее Южного Урала – в развитии научных центров. Также нам важно найти другие точки экономического роста, кроме тяжелой промышленности, например, разработку и внедрение инноваций, развитие наукоемких производств. Еще одно направление, в котором, уверен, Южный Урал может преуспеть, – это развитие внутреннего туризма. Мы имеем потрясающие озера, реки, горы, пещеры. Эта отрасль вполне способна стать экономическим драйвером.

Для того чтобы развивался бизнес, создавались новые рабочие места, необходимо создавать благоприятный инвестиционный климат. И сейчас Правительство области этим системно занимается. Члены и эксперты Общественной палаты также активно вовлечены в процесс. Для себя лично эту тему могу назвать одной из приоритетных в работе.

#### **– Каким видите Южный Урал в 2035 году?**

– У меня есть мечта, не важно, будет ли это к 2035 году... Чтобы каждый южноуралец гордился родным краем, чувствовал себя в своем городе, селе настоящим внимательным хозяином, чтобы не проходил равнодушно мимо проблем и недостатков нашей жизни. Я не идеалист. Год работы в качестве председателя Общественной палаты Челябинской области убедил меня, что эта мечта – совсем не несбыточна.

**Олег Владимирович Дубровин** родился в 1974 году в Челябинске. В 1996 году окончил инженерно-строительный факультет ЧГУ (ЮУрГУ), а в 2001-м здесь же получил диплом по специальности «Юриспруденция». В 2012 году защитил кандидатскую диссертацию по специальности «Конституционное право».

Юридическую практику начал в 1997 году, работая юристом, заместителем директора по правовым вопросам в ряде челябинских компаний. С 2010-го по 2014 год – помощник члена Совета Федерации. С 2012 года по ноябрь 2017-го доцент кафедры теории государства и права, конституционного и административного права ЮУрГУ.



С декабря 2017-го – проректор по взаимодействию с органами власти, молодежной политике и работе юридического института ЮУрГУ.

В 2011 году вошел в состав Общественной палаты Челябинской области, с 2015-го по 2016 год – заместитель председателя ОПЧО. С сентября 2016 года – председатель Общественной палаты Челябинской области.

В настоящее время является членом экспертно-консультационного совета Комитета по конституционному законодательству, правовым и судебным вопросам, развитию гражданского общества Совета Федерации; заместителем руководителя экспертной группы мониторинга внедрения Стандарта деятельности органов исполнительной власти субъекта РФ по обеспечению благоприятного инвестиционного климата АНО «Агентство стратегических инициатив»; членом комиссии по инвестициям при губернаторе Челябинской области.

## **Владимир Литвинов: «Основа ЗВУ – жизнеспособная идея»**

*Движение «За возрождение Урала» существует 23 года. По меркам*



*новой истории – это целая эпоха. Более того, возможно, что это уникальный случай для России, когда региональная общественная организация все эти годы продолжает играть значимую роль в жизни региона. Те идеи, на которых ЗВУ формировалось, по сию пору сильны и актуальны. Об идеях и принципах, способных влиять на нашу*

*жизнь, мы говорим с первым заместителем областного совета движения Владимиром Литвиновым.*

---

## Жизнеспособная идея

**– Владимир Георгиевич, ЗВУ - одна из старейших, самых массовых и авторитетных общественных организаций региона. Каковы, на ваш взгляд, причины, обеспечивающие прочность позиций движения?**

– Я много размышлял на эту тему, общался с учредителями ЗВУ, чтобы понять этот феномен. Ведь похожее движение было создано даже чуть ранее в Свердловской области Эдуардом Росселем. Но как только он победил на выборах, движение стало клониться к закату и прекратило свое существование. Следовательно, оно изначально было лишь инструментом. У нас случилось иначе. Наверное, это был очень качественный результат работы коллективного разума. А ведь в то время сторонники Петра Ивановича Сумина находились в оппозиции к тогдашнему губернатору Вадиму Павловичу Соловьеву. И вот в этот суровый и ответственный момент, обсуждая и споря, наши предшественники сформулировали очень жизнеспособную идею, которая и стала названием движения. Идея возрождения – здоровая и очень энергичная. В каком-то смысле можно провести параллель с эпохой Ренессанса в европейской истории и культуре. Отсыл к прошлому, поиски там гармонии, идеала, между тем, подталкивали людей в будущее, к развитию и прогрессу. Движение «За возрождение Урала» живет и будет жить. Нам повезло, поскольку нынешний лидер, Борис Александрович Дубровский, во многом близок по мировоззрению Петру Ивановичу Сумину. Наша программа практически не претерпела изменений, а устав поменялся только потому, что изменилось законодательство – движение не может быть политическим, политика – это прерогатива партий.

**– И все же от политики ЗВУ не отворачивается...**

– Да, мы в том или ином виде все равно в политике. Хотя бы потому, что практически любой вопрос, затрагивающий значительные группы людей, почти автоматически становится политическим. Далее, мы участвуем в выборах. Потому что это важный институт, формирующий общественную повестку. ЗВУ активно поддерживает своих кандидатов на выборах любого уровня. И эта поддержка результативна. В Госдуме нового созыва работают два наших человека, два члена областного совета движения – Анатолий Литовченко и Дмитрий Вяткин. У нас два человека стали сначала депутатами, а потом пред-

---

седателями муниципальных собраний депутатов. Член областного совета Игорь Михайлов в Еткуле и руководитель местного отделения Сергей Старостин в Чебаркуле.

### **– Политика и общественная деятельность – как здесь искать золотую середину?**

– Еще одна идея, заложенная предшественниками и лично Петром Суминым, оказалась верной. ЗВУ было открыто для сотрудничества практически со всеми политическими партиями и общественными организациями. Мы и сейчас придерживаемся этого принципа. Хотя не со всеми партиями получается работать так, как, например, с «Единой Россией», с которой у нас договор о сотрудничестве. Кстати, это не мешает нам активно сотрудничать с представителями других партий в рамках общих полезных дел.

А вот что касается общественных организаций, то здесь все намного лучше. Многие из них вошли в наше движение как коллективные участники – ветеранские, женские, военно-патриотические. Мы помогаем им чем можем. Рассказываем об их деятельности со страниц нашей газеты. Это ведь тоже сегодня проблема – пробиться в СМИ, чтобы рассказать о себе. Мы проводим вместе мероприятия. Скажем, «Крымская весна» – это уже традиционно наша тема. ЗВУ является организатором этих митингов. И мы легко собираем народ, потому что у нас много единомышленников. Или акция «Бессмертный полк» – мы тут такие же участники, как и все остальные. Это блестящая идея сама по себе, а еще она хороша тем, что никто, как говорится, не тянет одеяло на себя. Есть вещи, которые людей объединяют. Я за то, чтобы это продолжалось.

### **– Какая проблематика является наиболее актуальной для ЗВУ сегодня?**

– Идея возрождения, о которой я сказал ранее, предполагает соединение опыта старшего поколения и энергии молодости. Кстати, я не стесняюсь признаться, что иногда советуюсь с учредителями. Их опыт гораздо больше, чем мой. Предмет нашей гордости – мы смогли возродить молодежное крыло ЗВУ. Наша молодежь большое внимание в своей деятельности уделяет политическому аспекту. Ребята проводят деловые игры, учатся организовывать выборы и участвовать в них. Это очень хорошо: сегодня они играют, а завтра станут депутатами.

---

## Внутренний стержень

**– Какие проблемы и какие потенциальные возможности гражданского общества в России и в нашей области вы видите сегодня?**

– Людей с активной гражданской позицией в любом обществе не так уж много, тем более у нас. Большая часть населения инертна. Таких хватает максимум на то, чтобы, хлебнув пива, ругнуть власть в интернете. На выборы им идти лень.

Другая крайность – экстремизм и агрессивность. Даже благое дело можно этим испортить. Человек считает себя активным, а несет в общество агрессию и раздражение.

Еще одна не лучшая черта, которая нередко присутствует у нынешних общественников, – своего рода меркантилизм. Почему-то молодому поколению внушили идею социального лифта или того больше – трамплина, как некоего приза за то, что всегда в нашем обществе делалось по зову сердца. В ЗВУ такие люди не приживаются.

В нашем движении сохранился дух в хорошем смысле консервативности. Есть у наших людей какой-то внутренний стержень. Наверное, это можно назвать данью традиции и морали. Представителей ЗВУ всегда отличала искренняя любовь к своему делу, к малой родине, какое-то товарищеское отношение к людям. Они живут своим призванием. Мне отраднo замечать это же у молодежи ЗВУ. К примеру, когда мы набирали волонтеров на Ильменку, очень многие ребята захотели бескорыстно помочь. На 40 мест претендовали 150 человек. Это была работа не из легких, но все справились замечательно.

### Во всех смыслах «Уральская Швейцария»

**– Наш традиционный вопрос. Каким вы видите (или хотели бы видеть) Южный Урал в 2035 году?**

– Мне сразу на ум приходит образ «Уральской Швейцарии», которую привязывают к Златоусту, Сатке, моим родным Каслям. У нас есть красивейшие озера, густые леса, живописные горы. То, что природа нам дала, – это роскошный подарок. А вот что будет рядом с этим богатством и в каком состоянии – уже зависит от нас. И жи-

---

тели Южного Урала обязаны соответствовать этой красоте, славной истории своей малой родины. Нужно создавать туристическую инфраструктуру, строить красивые, добротные дома и ровные дороги. На смену старым коптящим заводам должны прийти современные инновационные предприятия. Многие уже получается. В последнее время городам области все чаще ставят в пример Сатку. И небезосновательно. Конечно, город во многом развивается благодаря комбинату «Магнезит». В Сатке тоже есть проблемы с экологией. Но там чувствуется движение, люди стараются жить интересно.

**– Какие у региона существуют возможности развития, кроме традиционной тяжелой промышленности?**

– Возможности есть, и они уже реализуются. У нас существуют высокотехнологичные и конкурентоспособные производства, что, в общем, неудивительно, поскольку традиции остались. Но есть и совсем необычные примеры. Если бы мне раньше сказали, что Златоуст станет одним из центров по производству семечек в России, я бы посмеялся. Однако сегодня там развернуто предприятие, которое обрабатывает, фасует и продает семечки. Сырье, конечно, привозят из южных регионов страны. Но, оказывается, в Златоусте идеальные условия для хранения продукта. Двигать экономику региона будут мощные профессионалы, обладающие глубокими знаниями в каких-то узких, возможно, нетрадиционных для нас областях. У нас много выдающихся, талантливых, изобретательных людей. Наша задача – создать нормальную, неагрессивную, открытую, комфортную среду, где такие люди находили бы удовлетворение в самореализации. Таким я вижу Южный Урал в обозримом будущем.

**Владимир Георгиевич Литвинов** родился в 1955 году. Окончил факультет журналистики Уральского госуниверситета и Краснознаменный институт КГБ СССР имени Ю. В. Андропова (ныне – Академия внешней разведки).

Трудовую деятельность начал в 1974 году на Каслинском машиностроительном заводе токарем. После службы в армии работал в газете «Красное знамя», затем в Каслинском горкоме КПСС.

С 1988-го по 2000 год служил в органах КГБ – ФСБ: начальником подразделения по борьбе с терроризмом, руководителем группы общественных связей, начальником Инспекции УФСБ. С 2000 года возглавлял общественную приемную полномочного представителя Президента РФ в УрФО. Позднее работал в службах безопасности крупных челябинских предприятий.

В августе 2015 года назначен помощником председателя областного совета, и. о. руководителя аппарата движения «За возрождение Урала». 20 ноября 2015 года на XXIII областной отчетно-выборной конференции ЗВУ избран первым заместителем председателя областного совета – руководителем аппарата движения.

## **Анатолий Сурков: «Хочу, чтобы в 2035 году мы остались промышленным сердцем»**



*Совет ветеранов Челябинской области – одна из самых авторитетных общественных организаций на Южном Урале. Но не только. Благодаря её неукротимому руководителю Анатолию Суркову инициативы челябинских ветеранов не раз воплощались в решения федеральных органов власти. Огромный профессиональный и человеческий опыт Анатолия Петровича, умение слышать*

*снискали ему уважение и доверие самых разных людей. Генерал-лейтенант Сурков умеет быть дипломатичным и деликатным, но своими принципами не поступится никогда.*

---

## «За этих людей надо сражаться»

### **– Анатолий Петрович, почему вы решили заняться общественной деятельностью?**

– Я начал работать ещё мальчишкой – пастухом в колхозе. Потом был конюхом, плугочистом, трактористом. Помню, когда поступал в техникум, то помогал другим ребятам готовиться к экзаменам, так как был силен в математике и других предметах. И вот вывесили списки зачисленных – а меня там нет. Я расплакался, а мне говорит приятель: «Что ты плачешь – жмоты твои родители. Вот мои привезли поросянку и гуся». А я-то сирота... Моё бедное детство и последующая работа сформировали во мне потребность в справедливости. Пять лет я работал секретарём горкома по социальным вопросам в Троицке. Люди со всеми бедами шли ко мне. Потом в органах госбезопасности приходилось заниматься, в сущности, тем же. От низкого качества жизни у людей появлялось неуважение к власти. Будучи руководителем управления налоговой полиции, я видел, как одни жируют и не платят налоги, другие бедствуют, в том числе потому, что первые не платят. В администрации губернатора разбирался с обращениями граждан и не просто знал, а чувствовал все болевые точки общества.

Когда достиг предельного возраста на госслужбе, встал выбор. С одной стороны, у меня были интересные и денежные предложения. Пётр Иванович Сумин сказал тогда: «Но ты же государственный. По складу характера, биографии. Прошу: возглавь областную ветеранскую организацию. У нас в области каждый четвёртый – ветеран. А столько там проблем!» И я дал добро, о чём ни минуты не жалел.

### **– Когда вы могли бы себе сказать, что работа сделана и можно идти на заслуженный отдых?**

– До такой точки пока ещё далеко. Мне обидно за державу. Самая богатая ископаемыми страна, самые талантливые люди, у нас энергичный народ, который совершил революцию, поднял целину и первым запустил человека в космос. Мы обречены жить хорошо, но в области 70 тысяч ветеранов получает пенсии ниже прожиточного минимума. На селе ветеран войны не имеет доступа к благам

---

к цивилизации. Мы говорим: «Газпром – достояние страны», а у нас газифицировано лишь 20 процентов деревень. Или взять тружеников тыла. Да, одни погибли на войне, но и в тылу тоже – от голода и холода, от непосильной работы. А у них никаких льгот. За этих людей надо сражаться. Можно ли тут уходить на пенсию?

## ...И семь критических замечаний

### – Чем вы лично гордитесь как председатель совета ветеранов?

– Помню, однажды пришла пожилая женщина. У неё целая сумка значков «Ударник соцтруда» и «Победитель соцсоревнования», открываю трудовую книжку – там «Война и мир». А звание «Ветеран труда» получить не может. Она отмантулила 50 лет на производстве, но чтобы стать «Ветераном труда», надо получить хотя бы грамоту, но из Москвы. Обязательно, таково положение. Я обратил внимание Петра Ивановича Сумина на эту несправедливость. И он принял решение: ввести звание «Ветеран труда Челябинской области». Причём все льготы, предусмотренные званием «Ветеран труда России», были предусмотрены и у нас.

Или вот другой случай. Человек отслужил в армии, заработал воинскую пенсию, а потом ещё работал на гражданке. Но ему государство говорит: выбирай, получаешь воинскую или гражданскую. Но почему или - или? Он же заработал! Я выступал с этим вопросом в Госдуме, и она в итоге приняла решение, что бывший военный получает две пенсии. У меня много интересных случаев, но ограничусь ещё одним. Жена офицера пришла ко мне. Мужа бросают с гарнизона на гарнизон. А она не может заработать стаж и соответственно пенсию. Потому что где-то на дальней заставе нет для неё работы. И снова я выступил с трибуны Госдумы. Сказал, что не только военный служащий, а вся его семья живёт по приказу Родины. И справедливое решение было принято...

Все эти заслуги не только мои. Это признание авторитета Челябинского областного совета ветеранов. Подтверждение тому – факт: на недавнее заседание комиссии при Президенте РФ по делам ветеранов из 85 субъектов Федерации пригласили руководителей только



---

двух советов – ленинградского и челябинского. К слову, я внёс четыре предложения и семь критических замечаний в адрес Госдумы, правительства и президента.

### **– И что критиковали?**

– Ну, например, обратил внимание на особенности финансирования госпрограммы по патриотическому воспитанию. Кому выделены деньги? Рослесу, Росрыболовству. А ветеранскому движению – ни копейки! 80 процентов целевых грантов получают Москва и Санкт-Петербург. Так и сказал: «Похоже, тут есть коррупционная составляющая».

## **«Я вас услышал»**

### **– Вы – человек в области авторитетный, все двери перед вами открыты. А всегда ли вас слышат?**

– Один раз меня не услышали. В начале зимы в Тракторозаводском районе отключили отопление и свет в Доме ветеранов. Обратились в районную администрацию. Никакой помощи. Я позвонил главе района Евгению Крехтунову. Он мне говорит: «Анатолий Петрович, я вас услышал». И ничего не меняется. Звоню замглавы города по соцвопросам Игорю Лопаткину. И снова никаких изменений. Наконец телеграфирую главе города: «Евгений Николаевич, вы способны прекратить этот бардак?» Прошло часа четыре, Тефтелев звонит: тепло включено. Позже была встреча губернатора с ветеранским активом. Я встал и попросил Бориса Александровича оценить вот это: «Я вас услышал». Через две недели Крехтунова сняли с должности...

Мне иногда пеняют главы районов и муниципалитетов, мол, чего ты к нам так суров. А я что, для красоты тут сижу?

### **– Основа существования общественной организации – это инициатива. Есть ли нужда в мотивации со стороны государства?**

– С мотивацией у нас всё в порядке. Если слышишь людей, всегда инициатива появится: как правило, люди глупостей не говорят.

---

А если вы о поддержке со стороны государства, то у меня есть формула: ветеранское движение – не та кошка, которая гуляет сама по себе. Любая структура тогда устойчива, когда имеет как минимум три точки опоры. И у нас так же. Это партии, власть, общественные организации. Наш совет – единственный в стране, который подписал соглашение о сотрудничестве с «Единой Россией». Мне говорят: «Ты что, прогнулся под них?» Нет, ни перед кем я не прогибался! У меня остеохондроз, мне нельзя! Но использовать партийный потенциал можно и нужно.

## **То, что даёт статус**

**– Анатолий Петрович, каким вы видите наш регион в ближайшей перспективе? Скажем, в 2035 году, уж коли о нём говорил Борис Дубровский в своём послании.**

– В своё время поэт написал: «Урал – опорный край державы». А Путин назвал Урал промышленным сердцем России. Хочу, чтобы в 2035 году мы остались промышленным сердцем и опорным краем. Сохранили свой статус и авторитет. А это многое значит. Вот экология – всей страны касается. Однако президент поручил делать доклад на эту тему на Госсовете губернатору именно Челябинской области. Не Свердловской, не Красноярской, не Кемеровской. У них проблем меньше? Вряд ли. Почему российско-казахстанский форум в следующем году президент решает провести в Челябинске? У нас же не одна область граничит с этой страной! А саммит ШОС-БРИКС?..

**– Промышленное сердце – это хорошо. Но какие возможности у нас ещё существуют?**

– Челябинск становится местом проведения крупных международных спортивных соревнований. Эту нишу мы открыли недавно, но уверенно её отвоевали. Хотелось бы такого прогресса в культуре и образовании. У нас есть потенциал и в медицине – сколько уникальных операций сделано в последние годы челябинскими врачами! Хотелось, чтобы у нас хватало мужества и амбиций на серьёзные мероприятия. Нам нужны метро и скоростная железнодорожная магистраль. То, что даёт имя области, формирует её статус, говорит о её возможностях.

**Анатолий Петрович Сурков** родился в 1939 году. Трудовую деятельность начинал колхозником. Окончил Омский институт инженеров железнодорожного транспорта, курсы ВКШ КГБ СССР в Москве. Работал на Южно-Уральской железной дороге. С 1970-го по 1975 год – секретарь Троицкого горкома КПСС. Служил в органах государственной безопасности. С 1986-го по 1993 год был заместителем начальника Управления КГБ-МБ по Челябинской области. С 1993 по 2001 год возглавлял Управление Федеральной службы налоговой полиции по Челябинской области. С 2001-го по 2004 год — заместитель руководителя администрации губернатора Челябинской области.

С 2005 года — председатель совета ветеранов войны, труда, вооружённых сил и правоохранительных органов Челябинской области. Почётный сотрудник органов госбезопасности РФ. Почётный сотрудник налоговой полиции РФ. Почётный гражданин Челябинской области и города Троицка. Награждён орденами и медалями СССР и Российской Федерации, в том числе медалью ордена «За заслуги перед Отечеством» II степени. Генерал-лейтенант налоговой полиции. Член областного совета движения «За возрождение Урала».

## **Анатолий Начаров: «Нам всем нужно общее дело»**

*Пять лет Анатолий Начаров руководит Челябинской областной организацией «Память сердца». В 2016 году был принят региональный закон, сделавший «детей войны» ещё одной категорией льготников. Это колоссальное достижение, которого «Память сердца» добивалась много лет. Но есть у организации вневременная задача. «Я помню своего отца, который ушёл на фронт в день рождения, 18 августа*



*18 августа 1941 года, а ровно через год, 18 августа 1942 года, погиб подо Ржевом. Никто, кроме меня, не расскажет моим внукам, каким он был человеком», – говорит Анатолий Начаров. Сегодня таких, как он, в области только официально более 40 тысяч человек...*

---

## К нам пошли молодые

### **– Анатолий Александрович, что стало для вас поводом заняться общественной деятельностью?**

– Общественной работой я занимался на протяжении всей своей жизни – в комсомоле, в армии, институте и т. д. Я был участником всех событий начала 90-х годов. По сути через общественную работу стал заместителем председателя, а затем и председателем областного Совета народных депутатов. Тема детей защитников Отечества возникла в тот момент, когда мы с Владимиром Фёдоровичем Дубровским начали создавать «Партию пенсионеров». Их, «детей войны», оказалось довольно много в составе актива, я и сам один из них.

В 2012 году дал согласие возглавить организацию «Память сердца». Это было тяжёлое для неё время. Возникла тенденция требовать почестей, подачек, видеть себя чем-то вроде «младших ветеранов». Видимо, поэтому нас не любили, видя лишь просителей. Я имел другое мнение, призывая не забывать о нашей миссии. Помнить можно только то, что знаешь. А мы – последнее поколение, ставшее живыми свидетелями военных лет.

### **– Есть ли какой-то эпизод в истории вашей организации, после которого вы осознали, что не зря занимаетесь этой деятельностью?**

– У нас была цель – принятие закона, который бы признал детей погибших воинов Великой Отечественной отдельной категорией граждан. И такой региональный закон был принят в прошлом году благодаря губернатору Борису Дубровскому и поддержке председателя Законодательного собрания области Владимира Мякуша. Закон предусматривает льготы, но это не самое главное. Теперь куда бы мы ни приехали, в какие бы двери ни постучались, никто уже не считает нас отверженными. Руководители на местах встречаются с нашими представителями, решают наши проблемы. В принципе, я могу сказать: вот теперь можно уходить, пять лет руководства организацией были не зря. Но ведь жизнь продолжается! Сегодня по области 42 тысячи членов организации. Средний возраст – 70 и старше. Увы, мы не становимся моложе. Но к нам пошли молодые! В нашем слу-

---

чае это люди 55 - 60 лет. 28 мая в Карталах будет 15-летие местного отделения организации, восемь человек вступают в «Память сердца». К нам приходят внуки и даже правнуки тех, кто погиб, защищая Отечество. Это говорит о том, что мы затронули нечто важное в душах людей. Осознание, что люди должны знать и помнить то, ради чего мы создали организацию, пришло к молодым.

## **Этим надо жить**

**– Что нужно для того, чтобы усилия общественной организации приводили к желаемому результату?**

– Этим надо жить. И очень важна личная вовлечённость людей разных возрастов. Последние наши мероприятия проходили в Южноуральске, в Кунашаке, в посёлке Сары. И везде участвует молодёжь. В Коркино, где у нас работает Зоя Ивановна Малюгина, был полный зал. Помимо наших членов были дети, старшие школьники. Им было интересно! Одно дело, когда ребятам что-то читают с трибуны. Кто-то верит в это, кто-то нет. Другое дело, когда они сами становятся не зрителями, а участниками действия.

Или вот мы издаём книги воспоминаний наших членов. Можно издать и поставить на полку, красиво же! Я рассматриваю книгу как предмет для возбуждения чувств. Что сделала Роза Ивановна Сафина, руководитель нашей организации в Нагайбакском районе? Это было не просто представление книги. Целое мероприятие – пригласила всех внуков, правнуков героя мемуаров, один из Москвы прилетел, другой вообще из Канады. Пригласила прессу, весь район неделю говорил о судьбе одного бойца, не вернувшегося с войны. После чего около ста человек взялись написать воспоминания о своих отцах.

В связи с этим вспоминается один эпизод из позднесоветского времени, когда пресса начала «пошалить». Заведующие отделами пропаганды горкомов КПСС из области жаловались тогдашнему секретарю обкома Михаилу Ненашеву, мол, не пишут о нас газеты. Михаил Фёдорович ответил так: «Ребята, СМИ нельзя заставить писать о вас, вы должны их в себя влюблять». Как это верно!

---

## «...Но гражданином быть обязан»

**– В чём, на ваш взгляд, главная проблема, мешающая развитию гражданского общества в области и в стране?**

– Сегодня каждая общественная организация по-своему формулирует понятие гражданского общества и то, что ему необходимо. Как правило, исходя из своих узких интересов. Это неверно. Гармоничным может быть только такое общество, где учитываются интересы всех – и бедных, и богатых; и ветеранов, и молодых; и военных, и гражданских; и врачей с учителями, и предпринимателей. «Поэтом можешь ты не быть, но гражданином быть обязан». Все должны признавать права других. А все вместе мы – одно общество, одна страна. Как в оркестре, каждый исполняет свою партию, но думает об общей партитуре.

**– В таком случае какую роль в развитии гражданского общества могло бы сыграть государство?**

– Государство должно не бороться с общественным мнением, а направлять его через свои каналы. Это получается не всегда. Государство не нащупало того звена, чтобы вытащить всю цепь.

Выразителями воли народа в какой-то степени являются депутаты. И что мы видим? У нас принимается много законов, а потом почему-то оказывается, что они сырые, в них вносятся многочисленные поправки. Задумывались ли депутаты, как это выглядит со стороны простых людей? Где тут настоящая жизнь?..

На мой взгляд, государство должно внятно определить общую задачу. Раньше у каждого поколения было какое-то главное дело. Космос, целина, БАМ. Что-то людей должно объединять и вдохновлять на созидание. Я немного с опаской отношусь к понятию «идеология», но вот общее дело нам, наверное, нужно. И это задача государства.

## Станем третьими в стране?

**– Челябинская область – одна из самых индустриально развитых территорий, мы гордимся металлургией, а в чем ещё мы могли бы преуспеть?**

---

– В советское время металлургия давала до 60 процентов валового регионального продукта. Но Челябинская область находится на втором переделе металлургии, у нас нет своей руды, поэтому удержать падение металлургического производства не удаётся. Но в своё время в области было создано много предприятий общего машиностроения и приборостроения. Могу назвать десяток предприятий, которые, будь государственная поддержка, способны выпускать продукцию на уровне европейских стандартов и выше. Взять Челябинский радиозавод. Такие приборы, как здесь, нигде больше не делали! Вся ПВО до сих пор работает на них. Златоустовский машиностроительный завод – его мощности способны прокормить более 60 тысяч населения. Список можно продолжать. Надо принять государственные меры, чтобы предприятия машиностроения и приборостроения не просто научились делать продукцию, которой нет равных в мире, но смогли с ней выходить на гражданский рынок.

#### **– Каким видите город и регион в обозримой перспективе?**

– «Я верю, друзья, караваны ракет помчат нас вперёд от звезды до звезды». Вот такую песню мы пели, будучи студентами. Вот и я верю, что у Челябинской области хорошие перспективы. Помню, как ещё 30-40 лет назад господствовало мнение, что сельское хозяйство региона может прокормить нас лишь на 70 процентов. Теперь мы видим, что может почти на сто. Реализовав идею Дубровского по созданию агломераций, вполне по силам сделать жизнь людей достойной со всех точек зрения – экономики, экологии, безопасности. У нас есть база, чтобы Челябинская область лет через 30 стала третьим, максимум четвёртым регионом в стране и по объёму выпускаемой продукции, и по качеству жизни.

**Анатолий Александрович Начаров** родился в 1939 году в селе Красноярка Бугурусланского района Оренбургской области. Окончил Казанский авиационный институт по специальности «инженер-конструктор летательных аппаратов», Свердловскую высшую партшколу. Работал инженером-конструктором отдела главного технолога, секретарём комитета ВЛКСМ Златоустовского машиностроительного завода, директором ПТУ № 62 Златоуста.

1974 – 1983 годы – инструктор, заводделом пропаганды и агитации Златоустовского горкома КПСС. 1983–1989 годы – директор Златоустовского завода металлоконструкций. 1989–1990 годы – первый секретарь Златоустовского горкома КПСС. 1990–1993 годы – заместитель председателя, председатель Челябинского областного Совета народных депутатов. 1993–1997 годы – начальник областного управления профтехобразования.

Один из учредителей, член-корреспондент Академии профессионального образования. Награждён медалью «За доблестный труд. В ознаменование 100-летия со дня рождения В. И. Ленина» (1970). Заслуженный учитель профтехобразования РФ (1995). С 2012 года – председатель совета Челябинской региональной общественной организации «Память сердца. Дети погибших защитников Отечества».

## **Владимир Лушников: «Помнить о родителях, ценить настоящее, жить по совести»**



*Владимир Лушников 15 лет возглавляет областную организацию Российского общества «Знание». И сегодня очевидно: организация и её руководитель, что называется, нашли друг друга. Помимо прямой задачи – формировать патриотизм через знания, одной из важнейших функций челябинского «Знания» является повышение качества жизни людей пожилого возраста. Руководимая Лушниковым организация первой в Челябинской области была признана социально ориентированной.*



---

## «Возраст счастья»

**– Владимир Александрович, почему вы решили заняться общественной деятельностью?**

– Это произошло само собой ещё в школе № 147 Челябинска, где я учился все десять классов. Возможно, под влиянием моих родителей-педагогов. С тех пор я постоянно живу общественной деятельностью. Посчитал количество своих общественных нагрузок сейчас – шестнадцать! Почему занимаюсь? Интересно! Это стало частью моей жизни, как, например, фотография или туризм. Позволяет познакомиться с интересными людьми, самореализовываться, чем-то помогать людям.

**– А почему участвовали в праймериз «Единой России», ведь это уже политика?**

– Политика. Пытался донести с трибуны праймериз проблемы, которые, на мой взгляд, необходимо решать власти. Например, что обязательно нужно обучать старшее поколение компьютерной грамотности. Обязательно нужно бесплатно обучать пользованию компьютером слепых граждан! Говорил о том, что нельзя в документах государства называть 55-летних женщин и 60-летних мужчин стариками (пенсия по старости!), а пенсионный возраст нельзя называть возрастом «дожития», он должен стать возрастом счастья.

Исходя из опыта общественной деятельности, предложил тогда создать «Клуб 128» – клуб участников праймериз (по числу участников). Хотел, чтобы ни одна прозвучавшая на площадках праймериз идея не пропала. Хотел, чтобы будущие депутаты работали совместно в интересах челябинцев, а не соревновались, кто будет выше в рейтинге активности депутатов.

## «Народный университет» в эпоху интернета

**– В чём вы видите миссию общества «Знание» сегодня?**

– 70 лет назад, создавая просветительскую организацию, президент Академии наук СССР Сергей Иванович Вавилов сказал: «Наше общество должно стать проводником и посредником настоящих, высо-

---

ких, передовых научных знаний от специалистов к народу». Считаю, что это важно и сегодня, в эпоху глобализации и интернета. Добавил бы ещё патриотизм и просветительство.

**– А свою лично?**

– Помнить о родителях, ценить настоящее, жить по совести.

**– Что вы считаете «фирменными» проектами челябинского «Знания», чем гордитесь?**

– «Народный университет» – наиболее известный социально значимый проект областной организации общества «Знание». Реализуется с 1999 года и направлен на оказание социальной поддержки пенсионеров посредством повышения их образовательного уровня. Работает девять факультетов. Охватывает около 3000 слушателей. В этом учебном году начали транслировать лекции в режиме онлайн на 42 студии в муниципалитетах области.

А из сравнительно недавних... Ну вот, например, в первые дни после воссоединения с Крымом лекторская группа челябинского общества «Знание» по предложению администрации Президента РФ приняла участие в реализации инициативы, направленной на системное просвещение населения Республики Крым. Лекции, прочитанные в различных аудиториях, были позитивно восприняты крымчанами.

## **Единомышленников в разы больше**

**– Практически в любой сфере ведут деятельность несколько организаций, одни становятся конкурентами, другие – единомышленниками. Как у вас?**

– Как и у всех! В Челябинской области есть общественные организации, которые занимаются просветительской и образовательной деятельностью. Конкуренция в сфере дополнительного образования нужна: у кого лучше материальное оснащение, кадры, программы, методики, у кого больше слушателей – это соревнование полезно всем. А вот «конкуренция», кто лучше выстроит отношения с властью, кто получит больше грантов, кто через свои связи «притопит» коллегу

---

– это из другой серии. В просветительской сфере, считаю, должно быть только сотрудничество, а не конкуренция. Тем более что при объединении усилий появляется эффект синергии. А в целом у нас единомышленников в разы больше, чем конкурентов.

**– На ваш взгляд, что могло бы дать импульс развитию общественных объединений?**

– Объединение усилий для решения имеющихся проблем. Например, в области экологии. Совместное и открытое обсуждение планов – не тех, уже принятых властью решений, а планирование и дальнейшее обсуждение снизу, от населения.

Например, мы ежегодно опрашиваем слушателей «Народного университета»: что хотите, что хорошо и что не устраивает? Обсуждаем предложения, ищем специалистов, партнёров, единомышленников для их реализации. Планируем совместные мероприятия с другими НКО. В итоге постоянно развиваемся. «Народный университет» работает уже 18 лет практически без финансовой поддержки извне.

## **Окно в большой мир**

**– А чем государство может способствовать развитию гражданского общества?**

– Всё должно быть по закону. А закон должен быть прозрачным и иметь однозначное толкование. Если один закон говорит, что органы государственной власти могут оказывать поддержку социально ориентированным некоммерческим организациям, а подзаконные акты препятствуют такой поддержке, то ничего хорошего не получается.

Наша организация была отмечена на Всероссийском конкурсе по обучению пожилых людей компьютерной грамотности в номинации «Лучшая организация обучения», опыт был рекомендован всем регионам России. А через два года постановлением Правительства России таким организациям, как наша, было запрещено давать субсидии на обучение пенсионеров компьютерной грамотности, так как мы не образовательная организация, а обучающая. Написал письмо премьер-министру. Три федеральных министерства и Пен-

---

сионный фонд РФ признают, что ситуацию надо менять, но...

Другой пример – если бы мы не платили в областную казну более миллиона рублей в год за аренду актового зала, где в основном проходят бесплатные (!) мероприятия «Народного университета», мы бы меньше думали о вопросах выживания и больше бы делали для развития гражданского общества.

### **– Что в вашем представлении является символом гражданского общества?**

– Гражданское общество для меня – это когда разные люди, организации совершенно добровольно объединяются вокруг благородной цели и готовы безвозмездно идти к её достижению. Пять лет назад в Кыштыме вокруг общества «Знание» объединились несколько организаций и активных людей (общество слепых, администрация города, управление образования, информационно-компьютерный центр, жители города), и мы смогли обучить две группы слепых горожан основам компьютерной грамотности. Причём обучала их слепой преподаватель из Озёрска. Слушатели сказали, что мы открыли им «окно в большой мир».

## **Сохранить природу и людей**

### **– В чём потенциал нашего региона, может быть, ещё не реализованный?**

– Прежде всего, в людях. В той молодёжи, что уезжает из Челябинска – одни на учёбу в Москву, другие на работу в другой регион, третьи меняют место жительства на Сочи, Москву, Европу и даже Америку. Если бы их смогли заинтересовать остаться и реализовывать свой потенциал здесь... В этом также свою роль может сыграть просвещение.

### **– Каким вам видится Челябинск и область через 10, 20, 50 лет?**

– Я люблю Челябинск, люблю Челябинскую область – я родился в рабочем посёлке Вишневогорске. Очень надеюсь, что все вместе мы сохраним природные достопримечательности, сохраним нашу уникальную природу, и метеорит к нам больше не прилетит. А осталь-

---

ное, инфраструктура – дело технологий. И людей, которым доверим руководить регионом в эти годы. Всё будет хорошо!

**Владимир Александрович Лушников** родился в 1957 году в п.Вишневогорске Каслинского района Челябинской области. С отличием окончил Челябинский политехнический институт, затем аспирантуру. В 1986 году с отличием закончил Высшие курсы МВД СССР.

Работал инженером, младшим научным сотрудником, оперуполномоченным ОБХСС УВД Челябинска, секретарём Центрального райкома КПСС Челябинска. С 1991-го по 2002 год работал в средствах массовой информации. С апреля 2002 года – председатель правления областной организации «Общество «Знание».

Заслуженный работник культуры Российской Федерации. Награждён медалью имени академика И. И. Артоболевского «За заслуги в просветительской деятельности», медалью «Патриот России» Росвоенцентра при Правительстве РФ, есть Благодарность Президента РФ В. В. Путина за достигнутые трудовые успехи и многолетнюю добросовестную работу.

Член областного совета движения «За возрождение Урала», учредитель и член штаба регионального отделения ОНФ. Член совета по вопросам совершенствования государственной политики в области патриотического воспитания при полномочном представителе Президента РФ в УрФО.

В сентябре 2016 года избран председателем Челябинского регионального отделения Общероссийской общественно-государственной просветительской организации «Российское общество «Знание», созданной в соответствии с Указом Президента РФ.

---

## Ольга Давиденко: «Журналист обязан распространять информацию, а не заботиться об имидже власть имущих»



*Сегодня уже забавно вспоминать, что два года назад кто-то из моих коллег сомневался, а правильно ли, что Ольга Давиденко, бывшая телеведущая и специалист по пиару, будет теперь возглавлять Союз журналистов Челябинской области? И справится ли? Ведь тут что ни член, то самостоятельная личность, за каждым – десятки, если не сотни тысяч читателей и зрителей. Да и сам Союз в ту пору представлял собой жалкое зрелище. Всерьез обсуждалось – а нужен ли он вообще? Ольга Владимировна как-то удивительно деликатно, но очень уверенно вернула челябинский Союз*

*журналистов на верный путь. Сегодня это одна из самых авторитетных общественных организаций региона, к мнению которой прислушиваются власти, бизнес, медиамагнаты и сами журналисты.*

### Мечта председателя

**– Ольга, почему вы решили заняться общественной деятельностью?**

– Потому что общественная работа мне интересна и близка. Я ее и работой-то не считаю, скорее – это образ жизни. Еще со школы мне всегда было интересно расширять горизонты своей основной деятельности, узнавать что-то новое, общаться и перенимать лучший опыт у близких по духу или профессии людей. Поэтому с детства я или создавала сама, или входила в какие-то общественные организации: клубы, движения, «кружки». Вот и в Клубе пресс-служб Челябинской области, который мне при поддержке единомышленников удалось создать восемь лет назад, у нас бурлила жизнь! Мы

---

помогали друг другу и помимо основной работы организовывали конкурсы, семинары, поездки, проводили соревнования и много всего интересного.

**– То есть журналисты пиарщикам позавидовили и переманили?**

– Ну, может быть... А если серьезно, то я член Союза журналистов России с 1996 года, и мне Союз не раз помогал в сложных ситуациях. Я хочу, чтобы Челябинское региональное отделение СЖР вновь стало авторитетной и сильной организацией, способной решать вопросы развития медиасообщества, полезной для журналистов и их профессионального роста.

Предложение возглавить Союз журналистов Челябинской области поступило мне два года назад от главных редакторов районных газет Людмилы Чеботиной и Елены Вяткиной. Я сначала восприняла их слова как шутку, но почувствовав поддержку коллег и желание многих членов СЖ изменить Союз к лучшему, загорелась идеей. Вместе мы создавали программу развития Челябинского регионального отделения Союза журналистов России, которую сейчас вместе и реализуем.

**– А зачем журналистам нужен свой профсоюз?**

– Чтобы журналисту было куда податься, как говорится, и в горе и в радости. На самом деле у нас творческий союз, а не профсоюзная организация. У журналистов ведь нет одного предприятия, куда бы члены профсоюза перечисляли ежемесячно взносы и взамен получали различные льготы, путевки, подарки... Союз журналистов необходим как для отстаивания интересов медиасообщества в целом, так и для защиты прав отдельных работников СМИ. Союз нужен для возрождения престижа и высокого статуса профессии журналиста, создания условий для профессионального и личного развития работников СМИ.

**– Каждая организация имеет цели, задачи, а есть ли у председателя Союза журналистов Челябинской области мечта?**

– Мечта есть – объединить журналистское сообщество! Пока она кажется утопической. В каждом СМИ своя информационная политика, свои правила и установки. О журналистской солидарности и журна-

---

листской этике теперь некоторые коллеги забыли и публично «поливают друг друга грязью» на потеху публике. Проблемы же у большинства СМИ общие и решать их лучше сообща.

## **Когда журналисту угрожают...**

### **– Что было для вас самым сложным в работе?**

– Организовать ежедневную и стабильную работу офиса Союза журналистов. Два года назад у областного Союза не было даже помещения, не говоря уже о мебели, компьютерах и прочих элементарных условиях для работы. Второй момент – было сложно объединить в правлении Союза журналистов представителей различных групп влияния регионального медиасообщества и убедить их работать вместе ради общей цели.

### **– И это удалось!**

– Наше правление действительно работает, каждый его член выполняет определенную задачу. Мы собираемся раз в квартал и обсуждаем, что из запланированного получилось, а что нет, над чем еще стоит поработать и какие ресурсы необходимы для достижения цели.

### **– Есть ли какой-то случай в истории Союза, после которого вы осознали, что не зря занимаетесь своей работой?**

– Есть – когда мы оказываем реальную помощь работникам СМИ. Таких случаев уже много. Приведу лишь несколько примеров. Союз журналистов Челябинской области оказал бесплатную консультационную помощь ведущим юристов региона газете «Стальная искра», и редакция выиграла суд. Союз журналистов выступил с официальным заявлением, обратился к губернатору и в правоохранительные органы и с помощью СМИ региона оказал информационную поддержку телеканалу «Домашний» («Восточный экспресс»), когда было совершено нападение на его съемочную группу. Итог – обвиняемый привлечен к уголовной ответственности. Оказана правовая и информационная поддержка журналисту газеты «Красное знамя» – женщина при выполнении редакционного задания получила угрозы от известного в криминальных кругах жителя Касли. Члены правления



---

СЖ тогда оперативно выехали в Касли, сняли на видео показания участников событий, обратились лично к начальнику местной полиции и главе города с просьбой защитить права журналиста. Итог - обвиняемый извинился перед корреспондентом. Оперативно отреагировал СЖЧО на резонансный «игрушечный скандал», в результате которого двум сотрудницам ОТВ грозило увольнение. Правление и Большое жюри областного Союза журналистов на совместном заседании поддержали право журналисток ОТВ на профессиональную деятельность, заявили о недопустимости их преследования за острый сюжет.

## От бутафории тошнит

**– Союз журналистов, как и другие общественные организации, – кирпичики гражданского общества. Что, на ваш взгляд, развитию гражданского общества в России и регионе мешает, и что способствует?**

– Для развития гражданского общества необходимо создавать условия. Общественные организации не должны быть бутафорскими, создающими видимость общественной активности. Меня от этого, извините, тошнит, поэтому я обычно отказываюсь участвовать в «работе» различных общественных советов, экспертных групп и подобных сборищ. Считаю, каждый на своем месте должен меньше говорить и больше делать, то есть усердно трудиться и представлять интересы своего профессионального сообщества или группы.

**– Критичность и конструктивный диалог во взаимоотношениях с властью – как находить нужный баланс? И в чем нельзя уступать?**

– Секрет прост – стороны не должны оказывать давления друг на друга, а честно выполнять свою работу. Журналист несет персональную ответственность за свои публикации и обязан проверять информацию. Информационный рэкет ради получения контрактов на информационное обслуживание или достижения каких-то иных целей недопустим. Неправомерны и упреки представителей власти в адрес журналистов в нежелании формировать им положительный имидж. Журналист обязан распространять информацию, а не заботиться об имидже власть имущих. С чем точно нельзя мириться, так это с установлением цензуры и ограничением свободы слова!

---

## У нас все настоящее!

**– Челябинская область – индустриальный регион, а чем, кроме промышленности, мы можем гордиться?**

– У нас масса достижений и в области культуры, искусства, спорта. Например, наш Челябинский областной исторический музей не просто храм истории, а настоящий современный культурный центр! Перечислять можно долго. В наших театрах, на выставочных площадках и спортивных аренах проходят интересные постановки, фестивали, соревнования, известные далеко за пределами региона и России.

**– Ольга, а каким видите Челябинск и область через 10, 20, 50 лет?**

– Я оптимист и верю в хорошее. Силу Южного Урала не сломить! В этом я точно уверена. Я очень люблю наш край, думаю, он будет и через 10, и через 20 лет промышленно развитым и при этом привлекательным для туристов, спортсменов и жителей региона. Мы живем в уникальном месте планеты: в Челябинской области есть горы, лес, степь, реки, озера. У нас настоящие холодные зимы и настоящее жаркое лето! Тем не менее, богатейшие природные ресурсы Южного Урала нужно беречь, а для этого необходимы большие материальные вложения. Хотелось бы верить, что Год экологии станет началом целевого финансирования природоохранных программ.

**Давиденко Ольга Владимировна** родилась в Барнауле. В 1988 году окончила Алтайский государственный институт культуры и искусств. Сразу после окончания вуза вышла замуж и переехала жить в Челябинск.

В 1992 году работала телеведущей на первом коммерческом телевидении Челябинска «Канал-ТВ». В 1994 году перешла работать в пресс-службу ГУВД Челябинской области. С 1995 по 2004 год работала на ТРЦ «Восточный экспресс» корреспондентом, редактором, заведующим отдела. На протяжении нескольких лет являлась собственным корреспондентом телеканала НТВ.

В 2004 - 2014 годах работала в Управлении федеральной почтовой связи Челябинской области начальником отдела по связям с общественностью.

С декабря 2014 по декабрь 2016 года – ведущая на интернет-телевидении «Урал-1».

---

В период работы на телевидении неоднократно побеждала в областных творческих конкурсах. Член Союза журналистов с 1996 года. С 13 июля 2015 года возглавляет РОО «Союз журналистов Челябинской области».

В 2017 году Ольга Давиденко награждена почётным знаком Союза журналистов России «За заслуги перед профессиональным сообществом» и Почётной грамотой Законодательного собрания Челябинской области.

## **Игорь Белехов: «Мы пропагандируем любовь к Родине через знания»**



*Урало-Сибирский дом знаний – уникальная организация, причём не только для Южного Урала, но и в масштабах страны. С одной стороны – это просветительство в самом широком смысле, с другой – «точечная» экспертная работа. А кроме того, благодаря человеческому потенциалу работающих под крылом Дома людей и общественному темпераменту его*

*руководителя, это ещё и институт гражданского общества, со своей позицией, занимающий важную социокультурную нишу в многоцветье регионального сообщества. Обо всём этом наш разговор с генеральным директором Урало-Сибирского дома знаний Игорем Белеховым.*

### **Воспитать государство изнутри**

**– Игорь Леонидович, как возник Урало-Сибирский дом знаний?**

– Год рождения организации – 1973-й. В то время самая активная часть работающих в народном хозяйстве руководителей и специа-

---

листов не имела постоянной площадки для ознакомления с новациями, повышения квалификации и обмена передовым опытом. И такая площадка была создана. В структуре общества «Знание» к уже существующим – московскому и ленинградскому – добавился челябинский Дом научно-технической пропаганды (позднее – Урало-Сибирский дом знаний), осуществлявший свою деятельность на огромной территории Урала и Сибири. Дом изначально работал на принципе самокупаемости. При нашем Доме были созданы уникальные инновационные площадки – научно-технические отраслевые и межотраслевые секции, лаборатория деловых игр (под руководством Альтшуллера), социологическая лаборатория, экологический совет (здравствующий до сих пор), выставочный центр, Дом учёных и т. д. Часть этих проектов по разным причинам «отпочковалась» и пустилась в самостоятельное плавание. Но многое осталось. По моим сведениям, в таком «многостаночном» формате наш Дом сохранился один.

### **– Как бы вы определили миссию вашей организации?**

– Вход в наш Дом украшает портрет выдающегося российского учёного и мыслителя Владимира Ивановича Вернадского и мудрое его суждение, обращённое к власти и людям «Знания сами по себе способны воспитать государство изнутри...» Вернадский писал: «Нельзя отложить заботу о великом и вечном на то время, когда будет достигнута для всех возможность удовлетворения своих элементарных нужд. Иначе будет поздно. Мы дадим материальные блага в руки людей, идеалом которых будет «хлеба и зрелищ...»

Наша миссия – образование и просветительство, мы пропагандируем любовь к Родине через знания. И в первую очередь наше обращение – к молодёжи. Опора нашего просветительского направления – это лучшие южноуральские учёные, писатели, краеведы, экологи, которые могут и хотят передавать свои знания и опыт тем, кому не безразлична судьба Отечества и нашей малой родины.

### **– В эпоху интернета мир пресыщен информацией, какие вызовы вы в этой связи видите?**

– Сублимированное знание – большая проблема никем не контролируемых информационных потоков. Налицо проблема отделения «зёрен от плевел». В то же время телекоммуникации предоставляют нам такие возможности, что грех ими не воспользоваться. К приме-

---

ру, на одном из наших информационных ресурсов – портале «Евразпросвет» выкладываем профильные видеолекции учёных и исследователей проекта «Открытый Университет Евразийства», который в формате общего «Евразийского проекта» развиваем совместно с движением «За возрождение Урала».

**– Одним из направлений работы вашей организации является участие в общественном контроле за деятельностью органов власти. Почему?**

– Да, и я, и наши представители активно работают в общественных палатах области и города, дают экспертные заключения и предложения в общественных советах при региональных министерствах и ведомствах. Если ты патриот своей страны, своего региона, ты не можешь оставаться в стороне от проблем, которые, как нам кажется, не решаются властями или недостаточно быстро ими решаются. Пытаться донести свою точку зрения и решения такой проблемы – дело чести жителя области, руководителя общественной организации, если ты позиционируешь себя как активный участник гражданского общества.

### **«Полк идёт всегда»**

**– Каким делом вы гордитесь более всего?**

– Есть проекты долговременные и для нас рядовые. Каждый из них нам по-своему дорог. Но есть особенные. Например, начатый совместно с областным архивом в 2012 году проект «Во славу русского оружия», посвящённый 200-летию победы русского народа в Отечественной войне 1812 года. Он известен экспедицией по местам-топонимам зарубежного похода Русской армии, «кругосветкой» яхты «Челябинск» к Островам Россиян Французской Полинезии, на которых участники похода установили барельефы героев Кутузова и Раевского, передачей земли с батареи Раевского на Бородинском поле в областной исторический музей.

---

Известны и совместный с Фондом Вернадского «Ноосферный проект имени В. И. Вернадского», являющийся уникальной просветительской экологической площадкой учащейся молодёжи; и уже упомянутый Евразийский проект, позиционирующий наш регион как форпост евразийского международного сотрудничества.

Ну и, конечно же, особенный из особенных, наша гордость – «Бессмертный полк Танкограда». А ещё мы гордимся не проектом, а одним конкретным делом. В 2000 году Урало-Сибирский дом знаний был штабом общественной поддержки В. В. Путина на его первых президентских выборах.

**– «Бессмертный полк» – уникальное общественное явление. Расскажите, как это начиналось в Челябинске?**

– Я вас, наверное, удивлю, но первый полк мы построили не в Челябинске. 9 Мая 2014 года в полк встали Магнитогорск, Миасс, Нагайбакский район и Чебаркуль. А в Челябинске я и несколько десятков родных, друзей и единомышленников участвовали в торжественном построении у Вечного огня, стояли с баннером «Бессмертный полк» под фотографиями дедов и вспоминали слова чиновника, «зарубившего» шествие словами: «9 Мая – праздник, а вы похоронную процессию тут устраиваете»

В 2015-м в солнечной Москве в полк встал Президент России, а в Челябинске люди – взрослые и дети, не дрогнув, выдержали снежный шторм, в связи с чем видео челябинского шествия зрители в Новой Зеландии откомментировали: «Эту страну никогда не победить!».

**– Сколько людей у нас выходят на акцию «Бессмертный полк»?**

– В 2016 году шествие собрало огромное количество людей. Я не хочу акцентировать внимание на цифрах, чтобы не обидеть наших земляков из Нагайбакского района, где выходят все (!) жители и каждый несёт по несколько портретов родных и близких. Скажу примерную цифру по области – более 180 тысяч человек. Наша задача – не растерять этот задел. Мы должны стать ретрансляторами семейной и отечественной исторической памяти: о войне – фронте и тыле, о ге-

---

роях и предателях, о Великой Победе и освобождении мира от коричневой чумы, о послевоенном восстановлении страны, о временах забвения народного подвига и попытках исказить историческую правду, о поднимающем голову нацизме...

Очень радуется, что с приближением весны нам всё меньше задают вопрос «Пойдёт ли 9 Мая полк?». Полк идёт всегда. Построение 9 Мая 2017 года.

### **Давайте не позволять...**

**– Трудно ли вам любить Челябинск – город трудовой, индустриальный, где есть ещё много нерешённых проблем?**

– Челябинск – город, в котором я родился и вырос. Это – мой город. И каким бы он ни был, что бы о нём ни говорили «камедиклабные» клоуны, – это моя Родина, уважать которую я намерен заставить любого зарвавшегося гостя. Да, наш город «заиндустриализован» в 30-е и военные годы. Но почему-то сегодня это не предмет гордости, а возможность побрюзжать о плохой жизни по сравнению с «там, где нас нет».

В Челябинской картинной галерее сейчас представлена великолепная выставка живописи «Ударным темпом! Полным ходом!», посвящённая 80-летию выставки «Урало-Кузбасс в живописи». 80 лет, а краски не блекнут, а заводы строятся, и светлы лики инженеров и рабочих. Глубина философии созидания, трудного, но прекрасного очевидна.

**– Что можно сделать, чтобы Южный Урал был привлекательным местом не только как промышленный регион?**

– Давайте для начала попробуем не позволять разрушать, ведь разруха, как известно, «в головах». Историческая часть Челябинска, других наших уникальных городов исчезает на глазах.

---

Давайте не позволять загрязнять воздух, не позволять уничтожать деревья, закатывать в асфальт живую землю газонов, «сжирать» шагреновую кожу нашего реликтового бора, загаживать Шершни.

Мы в большей части живём трудно, многие скудно и бедно. Но были времена и похуже, а город зеленел. Давайте вернём в город сирень, пионы, яблони, деревья, что попрочнее к нашему климату и экологии.

В городском саду имени А. С. Пушкина, в год 150-летия В. И. Вернадского Урало-Сибирским домом знаний заложена еловая аллея, в основании которой под памятным камнем хранится капсула с «экологическим» напутствием потомкам. Надеюсь, к тому времени в Челябинске и горсад сохранится, и будет роскошный зелёный проспект имени Вернадского. А напутствие из капсулы будет передано уже на вечное хранение в процветающий и наконец отремонтированный Урало-Сибирский дом знаний.

**Игорь Леонидович Белехов** родился в 1960 году в Челябинске. Окончил Челябинский политехнический институт (Металлургия) и Челябинский государственный университет (юриспруденция). Работал на ЧМК, в комитете по экономике администрации Челябинской области. 1993–1996 годы – председатель Фонда имущества Челябинской области. Депутат Челябинской областной думы I созыва. 1998–2008 годы – зампреда комитета по управлению имуществом и земельным отношениям Челябинска. 2008–2010 годы – замначальника ОГУП «Областной центр технической инвентаризации» по Челябинской области.

С 2010 года – генеральный директор Уральского межрегионального отделения общественной организации – Общество «Знание» России «Урало-Сибирский дом знаний».

Член регионального штаба и учредитель Челябинского регионального отделения Общероссийского движения «Народный фронт «За Россию», руководитель исполкома регионального отделения Обще-



---

российского движения «Бессмертный полк России». Эксперт Общественной палаты Челябинской области. Председатель общественного совета при министерстве имущества и природных ресурсов Челябинской области.

Награждён медалью имени академика И. И. Артоболевского, Крестом «За увековечение памяти Отечественной войны 1812 года», медалью «150 лет со дня рождения В. И. Вернадского». Отмечен благодарностями и грамотами администрации города Челябинска, Законодательного собрания Челябинской области, губернатора Челябинской области.

## **Лена Колесникова: «Татарочка» сделала наш регион заметным не только в России»**



*На VI съезде Всемирного конгресса татар в Казани, среди гостей из 73 регионов России и 41 страны ближнего и дальнего зарубежья, многотысячную татарскую общественность Южного Урала представлял Конгресс татар Челябинской области во главе с председателем Конгресса, депутатом Законодательного собрания области Леной Колесниковой.*

### **– Лена Рафиковна, что волнует сегодня Всемирный конгресс татар?**

– На мой взгляд, наиболее актуальная сегодня проблема – не только для татар, но и для каждого из всех народов мира – сохранение своей национальной идентичности. Не ощущая своей принадлежности к татарскому народу, я не могла бы понимать других людей, принадлежащих к русскому, марийскому, башкирскому и другим этносам. Не будучи национальным патриотом, человек не может быть интернационалистом. Если я, допустим, не знаю истории своего рода, то как я буду гордиться историей Родины? Если я не люблю свой народ, то как полюблю страну, где живут сотни разных народов? Губитель-

---

ная тенденция сегодня – стирание национальных различий: если в человеке перестанет формироваться национальный культурный код, то начнется регресс общества. Многообразие – основа единства России.

**– Какое впечатление осталось у вас от съезда в Казани?**

– Всемирный конгресс татар, если окинуть взглядом его четвертьвековую историю, стал той силой, которая позволила всем татарам, рассеянным по всему миру, осознать себя единой нацией, у которой есть этническая родина – Татарстан, есть язык, многовековая литература, история, искусство. И это ощущение принадлежности к великой культуре поддерживается, обновляется, питается энергией съездов, собираемых каждые пять лет. Сюда стекается без малого тысяча человек не только из России, но еще и из Австралии, США, Канады, Японии, Финляндии, Германии, Китая, Франции...

Казань сама по себе – уже источник вдохновения, а кроме того, мы погрузились в обсуждение проблем сохранения и развития языка и духовного наследия, проблем семьи и национального воспитания, вопросов предпринимательства и меценатства. По вечерам мы имели возможность смотреть и слушать самых ярких мастеров искусств татарского народа. Поверьте, всё это не только информационно обогащает и духовно вдохновляет, но и стимулирует к дальнейшей работе. Общение с такими легендарными людьми, как Шаймиев и Минниханов, Мухаметшин и Акчурин, Тагиров и Закиров, рождает гордость за то, что принадлежишь той же эпохе, в которую живут эти люди.

**– Помимо дискуссий на съезде челябинская делегация провела презентацию финала теперь уже международного конкурса «Татар кызы». В чем секрет успеха этого конкурса, родившегося на Южном Урале?**

– Интересны и общественно полезны формы, которые вовлекают много людей. Ведь тысячи зрителей на Ледовой арене «Трактор» на заключительных шоу конкурса таланта и красоты «Татарочка» – это не только татары, это вся национальная палитра Южного Урала. Важно, что это люди, которым интересно увидеть татарское искус-

---

ство, и через обаяние, смекалку, таланты татарских девушек они видят красоту самого татарского народа. И потом, заключительное шоу – это ведь только малая часть конкурса «Татарочка». Основная часть проходит весной и летом. В деревне девушки доят коров, косят сено, познают национальную кулинарию, ездят верхом. В учебных классах изучают историю татар и литературу, занимаются совершенствованием языка. Много времени проводят на спортивных и танцевальных площадках.

Для нашей организации важно широко, ярко, красиво, массово, привлекательно показывать татарское искусство, традиции, предания, мудрые пословицы – так, чтобы и другие народы брали пример, и так же масштабно заявляли каждый о себе. Поэтому конкурс чтецов Джалиля, где участвуют тысячи детей и подростков разных национальностей, мы сразу поставили на областные рельсы. Конкурс «Дети рисуют сказки народов мира» тоже собирает детей всей Челябинской области. Женская ассоциация «Ак калфак» своими мастер-классами и возрождением национальных семейных традиций охватывает большинство городов и районов региона. Сборники стихов татарских поэтов Южного Урала и книги-альбомы челябинских художников мы издаем так, чтобы о них узнало как можно больше народу и чтобы они попали в широкую аудиторию.

**– Вы общались с президентом Республики Татарстан Рустамом Миннихановым, делегатами и гостями съезда. Насколько мировой татарской общественности интересен наш регион?**

– «Татарочка» сделала наш регион заметным и узнаваемым. Причем не только в России. Нас узнают именно как посланников Челябинской области, окликают, расспрашивают. Делегаты, приехавшие из Австралии, Финляндии, Японии, подходили выразить признательность и внимание. Чувствуется, что южноуральцы стали особенным культурным явлением в мировом пространстве татар. И это вдохновляет нас на новые этнокультурные проекты.

**– Возможно, этот тот случай в истории Конгресса татар Челябинской области, после которого вы осознали, что не зря занимаетесь своей работой?**

---

– И да, и нет. Такие мгновения случаются часто, и, надеюсь, они будут происходить. Например, когда в 2011-м завершился первый конкурс «Татарочка», многие девушки – не только финалистки, но и те, которые отсеялись в течение лета, – не смогли расстаться с Конгрессом, продолжали и продолжают участвовать в организации наших мероприятий. Многие просто приходят в гости. Уже со своими детьми. С тех пор прошло несколько конкурсов, и каждый из них дарит нам новых помощниц, а теперь и помощников, так как появился конкурс «Удалой джигит». Я вижу, что у нас появился кадровый резерв. Что есть ребята, которым можно поручить и создание молодежного движения, которое бы сохраняло историю народа и укрепляло татарские традиции.

**– Чувствуете ли вы поддержку со стороны государства в своей работе, нужна ли она?**

– Пожалуй, каждой организации, которая действительно делает что-то реальное, требуется поддержка. Организационная, медийная. На каждом нашем мероприятии работают десятки, если не сотни волонтеров. И в этом ключе было бы несправедливо говорить, что мы такой поддержки не видим. Мы признательны за содействие губернатору Челябинской области Борису Дубровскому, президенту Республики Татарстан Рустаму Минниханову и многим-многим официальным лицам, содействие которых сделало проект «Татар кызы» украшением культурной жизни многонациональной России и визитной карточкой Южного Урала.

**Лена Рафиковна Колесникова** родилась в 1969 году в городе Уральске. В 1991 году окончила Челябинский государственный технический университет по специальности «инженер-электрик», в 2003 году – Российскую экономическую академию им. Г. В. Плеханова (Москва) по специальности «Финансы и кредит».

В 1995 году возглавила аптечную сеть «Классика». В ноябре 2009 года избрана председателем исполнительного комитета областной общественной организации «Конгресс татар Челябинской области». С 2010 года являлась членом Общественной палаты Челябинской области. В 2012 году под руководством Лены Колесниковой создан

Союз меценатов областной общественной организации «Конгресс татар Челябинской области», в который вошли крупные бизнесмены города Челябинска и области. Основной целью данной организации является поддержка и развитие татарской национальной культуры в регионе.

Награждена орденом «Золотая Звезда Мецената», медалью «Добрый Ангел Мира». В 2012 году удостоена премии и диплома Президента Республики Татарстан «Благотворитель года», премии администрации города Челябинска «Признание». Депутат Законодательного собрания Челябинской области V-VI созывов.

## **Александр Нахтигаль: «Южный Урал – это край честных и справедливых людей»**



*Александр Нахтигаль – основатель и руководитель Челябинской областной общественной организации «Немецкий культурный центр», один из первых руководителей Ассамблеи народов Челябинской области. А еще – автор 19 книг, в которых не только рассказывается история советских, а теперь российских немцев, но дается глубокий анализ развития гражданского общества в ре-*

*гионе и в России в целом, а также раскрывается суть таких понятий, как национальная политика и государственные интересы страны.*

---

## Все шло из семьи

### **– Александр Яковлевич, как начиналась ваша общественная деятельность?**

– Все шло из семьи. Я себя всегда ощущал немцем. Родители дома говорили по-немецки. Интересовался историей семьи. О многих страницах истории страны, о которых нигде невозможно было прочесть, я узнал из рассказов родителей. Потом, став журналистом, стал глубже интересоваться историей советских немцев. Естественно, это касалось и того, что происходило у нас, на Урале, в Челябинске: трудармия, строительство ЧМЗ и т. д. Потом началась перестройка. Появился закон об общественных объединениях. В марте 1989 года был зарегистрирован Немецкий культурный центр. Это не была закрытая клубная национальная организация. Мы активно работали с родственными организациями и органами власти. Помню, и руководители Metallургического райкома КПСС участвовали в наших мероприятиях.

### **– Проблематика, которой занимался тогда Немецкий культурный центр в Челябинске, сильно изменилась со временем?**

– Нет. Тогда мы говорили о необходимости преподавания на немецком языке. Между прочим, во времена Советского Союза немцы входили в десятку народов по численности, их было больше, чем эстонцев, – два с половиной миллиона человек. Но национальных школ не было. Немецкий язык преподавался как иностранный.

А главным остался вопрос о восстановлении Республики немцев Поволжья как центра сохранения российских немцев. Что интересно, юридически ведь республика не была ликвидирована. Широкая российская общественность не знакома с историей вопроса. Трагизм в том, что с окончанием войны репрессии против советских немцев продолжались. И только в 1964 году появился указ Верховного Совета СССР о признании незаконным указа от 28 августа 1941 года.

А российские немцы жили не только в Поволжье, но и в Москве, Ленинграде, на Кавказе, в Крыму и других городах. Полмиллиона нем-

---

цев жило на Украине. С интересами народа руководство страны не хотело считаться. Анастас Микоян на встрече с делегацией советских немцев говорил: «Мы не можем допустить, чтобы миллион немцев уехал из Казахстана, это нанесет урон экономике республики». Тогда почти два миллиона немцев уехало в Германию. Таков был «государственный» подход.

Лишь в 1972 году было принято постановление, которое разрешало немцам вернуться в места, откуда они были выселены. Политика властей была двоякая. Не реабилитировав народ, реабилитировали немцев, так сказать, в индивидуальном порядке. Сам же народ остался репрессированным де-юре. Это положение, можно сказать, сохранилось до сегодняшнего дня.

## **Фундамент – национальный, стены – общие**

**– За эти годы цели вашей организации претерпели какую-то эволюцию?**

– Принципиально не изменились. Есть цели, которые можно достичь быстро, а есть такие, которые требуют длительного процесса. Этот путь должен пройти не только народ, но и общество, и власть. А это непросто. Для того чтобы народ сохранил свою национальную идентичность, требуется организация школьного национального образования. А это язык, традиции, культура. В этом должно участвовать государство, поскольку совершенствование образования и развитие культуры невозможны без поддержки государства.

У власти в многонациональной стране всегда есть соблазн изъять национальный аспект из общественной жизни по принципу: не буди лихо, пока оно тихо. Этот страх иррациональный. Я уверен, что характер у каждого человека всегда имеет национальную основу, даже если он этого не признает. Национальный фактор – самый близкий к человеку, самый родной. Неловко коснешься его, и можно оскорбить до глубины души, а скажешь доброе слово в отношении его народа, и у человека крылья вырастают за спиной. Если национальное в нем нивелируется, то при этом, по-моему, человек лишается своего лица.

---

Мы говорим о формировании в человеке ценностных качеств на основе лучших национальных традиций своего народа. Национально ориентированная личность – это человек, который уважает себя, как представителя конкретного народа, и других людей, потому что они имеют те же ценностные качества. Ведь благородство, честность, уважение ценится всеми народами, но формируются на разных жизненных примерах.

Чтобы построить в России развитое общество, сильную политическую нацию, их национальные составляющие компоненты должны постоянно укрепляться. Из слабых звеньев крепкая цепь не получится. Образно говоря, фундамент – всегда национальный, стены – общие. Человек-гражданин должен осознавать, что является продолжением чего-то общего и ценного. Рядом человек другой национальности, и он тоже является носителем чего-то ценного и это в себе сохраняет. И так далее. Если эти ценности скрепить на основе взаимного уважения и понимания, то такая система будет очень прочной.

### **«Плодородный слой» страны**

**– Каково, на ваш взгляд, место гражданского общества сегодня в России, в чем его роль и что могло бы помочь реализовать его потенциал?**

– Общество – это своеобразная пирамида. В основе – народ. Есть люди активные, которые хотят что-то изменить к лучшему у себя в стране и регионе. Это следующая ступень. Они реализуют себя через организации. Их сотни – от клубов рыболовов и охотников до профсоюзов, а партии – вершина пирамиды. Ведь партии формируют в государстве власть, которая ведет государство вперед. Гражданское общество как раз «плодородный слой», из которого вырастают самые активные граждане, которые стремятся принести пользу государству. А значит, и обществу. Поэтому в интересах власти, чтобы гражданское общество развивалось, чтобы был диалог в обществе, соответственно нужны площадки для такого диалога. Диалог в конечном итоге нужен для поисков магистральных путей развития страны. А для этого необходимо открытое обсуждение альтернатив. У нас есть опыт Советского Союза, когда жесткое административное давление мешало развитию страны. Вспомним хотя бы то, как



---

мы «профукали» научно-техническую революцию. Хотя задатки, потенциал у общества были.

Сегодня, как мне кажется, органы власти стремятся избыточно контролировать общественные организации. Я думаю, что гораздо эффективнее и, главное, полезнее для страны, если гражданское общество будет существовать как саморегулирующая система. И такую систему должно поддерживать государство в лице органов власти разного уровня, в том числе финансово. При этом очевидно, что нельзя начинать новую жизнь с понедельника, это процесс. Начать нужно с раскрепощения людей. Это главное. Чтобы человек не думал, что ему что-то будет за то, что он хочет взять на себя инициативу и дополнительную ответственность.

## **В поисках душевного успокоения**

### **– Каким вы хотели бы видеть наш регион в обозримом будущем?**

– Мне кажется, надо стремиться к тому, чтобы больше гуманизировать наше общество, и это должно быть предметом нашего внимания. Ежегодное послание губернатора Законодательному собранию называется «О социально-экономическом развитии Челябинской области». В нем много говорится о человеке, раскрытии его потенциала. Критерий развития региона остается экономический. В этом есть рациональный смысл. Но давайте задумаемся. Мы хотим создать общество счастливых людей. А счастье – это не только уровень средней зарплаты, скорее, моральное самочувствие людей. В том числе возможность человека реализовать свои жизненные интересы, амбиции. Думаю, если бы в докладе анализировалось и морально-нравственное состояние общества, то это способствовало принятию более выверенных государственных решений.

В жизни всякое бывает. Может быть, человек на работе не смог себя реализовать, хотя получает неплохо. Зато он мог бы это сделать в общественной деятельности. По своему опыту скажу, что интерес к истории и культуре своего народа может дать колоссальное душевное успокоение и придать человеку силу.

---

Думаю, что Южный Урал может развиваться энергичнее, если его жители получат больше возможностей для реализации инициативы и поиска себя. Ведь так или иначе это будет способствовать процветанию региона.

### **– А чем бы мы могли гордиться, кроме мощной промышленности?**

– История области, процесс ее формирования, создания той же промышленности – это уникальный опыт. История людей, которые все это сделали, необычайно увлекательна. Как и история населенных пунктов области. У нас, на Южном Урале, особая человеческая атмосфера и даже, я бы сказал, модель общества, где всегда ценились личные качества человека. Этим дорожили. Это берегли. Если человек подлец – это быстро выявлялось. Если человек талантливый, порядочный, трудолюбивый – ценилось. Южный Урал – это край честных и справедливых людей. Все это нужно знать и помнить.

**Нахтигаль Александр Яковлевич** родился в 1957 году в Еманжелинске. По окончании факультета журналистики УрГУ (1981) работал корреспондентом в газете «Челябинский рабочий». С 1987 года – в Челябинской государственной телерадиокомпании редактором, руководителем дирекции программ и выпуска, ведущим телевизионных программ. Занимался подготовкой еженедельной программы «Россияне», в которой рассказывалось об истории, традициях народов, проживающих на территории Южного Урала.

С 1994 года – редактор еженедельной газеты «Программа телевидения и радио». С 1995-го – председатель Немецкого культурного центра в Челябинске. Член совета немцев России. С 2000 года – председатель, с 2001-го – зампреда совета Ассамблеи народов Челябинской области.

### **Антон Шарпилов: «Мне приятно видеть, как меняются ребята»**

*Общероссийское общественное движение по увековечению памяти погибших при защите Отечества «Поисковое движение России» было создано в апреле 2013-го. В том же году появилось челябинское*

региональное отделение. В 2015 году его возглавил Антон Шарпилов. Южно-уральские поисковики всегда были на хорошем счету в стране, но нынешней команде удалось вывести на качественно новый уровень взаимодействие отрядов, повысить уровень проводимых мероприятий, вовлечь в орбиту своей деятельности новых членов. Не случайно вот уже второй год подряд именно челябинцам доверяют провести военно-поисковые сборы участников поисковых объединений Уральского федерального округа «К поиску готов!».



## Если не мы, то кто?

**– Антон, почему вы лично решили заняться поисковой деятельностью?**

– Очень многое идет из семьи. Отец говорил: жизнь надо отдать Родине, любовь – женщине, а честь – никому. Если мы не будем сохранять память о подвиге наших прадедов, то кто этим займется? В школе, колледже, а потом и в вузе я принимал участие во встречах с ветеранами, в организации концертов к 9 Мая.

На одну из таких встреч в агроуниверситете к нам пришел Олег Геннадьевич Грознецкий, руководитель общественной организации «Союз ветеранов боевых действий» по Центральному району Челябинска. Он рассказал, что занимается поисковой деятельностью, со своим поисковым отрядом «Русь» и центром патриотического воспитания «Росток» выезжает на места боев времен Великой Отечественной войны и предложил нам также принять участие в этой работе. В феврале 2011 года мы с группой студентов-единомышленников приняли решение о создании поискового отряда «Сварог».

Первая наша поездка была в Ленинградскую область. Когда видишь незахороненных со времен Великой Отечественной бойцов, понимаешь, что есть огромное поле для работы. Причем поиски остан-

---

ков погибших солдат – это лишь самая заметная часть работы. Не менее важна информационно-просветительская деятельность. Ведь основная цель организации – увековечивание памяти погибших при защите Отечества. В центре внимания в такой работе должна быть молодежь. И мне приятно видеть, как меняются ребята. Они взрослеют, появляется ответственность и понимание того, благодаря кому и чему они сегодня живут мирной жизнью на своей земле.

### **– Расскажите о своей текущей работе.**

– Региональное отделение Общероссийской общественной организации «Поисковое движение России» в Челябинской области объединяет сегодня 30 отрядов. Это примерно 420 человек от 14 лет и старше. Кстати, сейчас формируется детский поисковый отряд на базе областного центра дополнительного образования детей. В отряд войдут школьники из Челябинска и близлежащих районов. Отряды из Челябинской области выезжают в места, где воевали юноры, а также принимают участие в масштабных всероссийских проектах.

Кроме полевых поисков, существует большой и очень важный пласт архивной работы. Мы помогаем родственникам погибших узнавать о судьбе своих близких, следим за состоянием воинских захоронений и мемориалов, проводим выставки. Сегодня есть необходимость редактировать областную Книгу памяти. Этим занимается один специалист областного архива, вопрос явно требует проработки.

## **Не для галочки**

### **– Что дает молодому человеку участие в поисковой работе?**

– Ну представьте, что ребята на 20 дней, как это сейчас называется, покидают зону комфорта. Находясь в полевых условиях, они получают навыки выживания и психологическую подготовку. Эти знания и умения пригодятся юноше не только для службы в армии – у нас бывало, что мы и без света оставались, и природные катаклизмы происходили.

---

В экспедициях мы стараемся выделять сутки-двое на культурную программу – знакомство с близлежащими городами, походы в музеи, осмотры достопримечательностей. Такая общекультурная подготовка ценна сама по себе. Но если речь идет о ребятах из социально неблагополучных семей, это бывает единственная возможность для них расширить свой горизонт, увидеть страну.

Кстати, участники нашего движения на протяжении последних полутора лет систематически посещают Центр временного содержания несовершеннолетних правонарушителей. С той же целью – показать детям, попавшим в трудную жизненную ситуацию, что катиться по наклонной – не единственный из возможных путей в жизни. Можно заниматься интересной и общественно полезной работой.

**– Многое в вашей работе делается на энтузиазме. Но что мотивирует вас?**

– Во-первых, моральное удовлетворение получаешь, когда удается установить личность погибшего 70 лет назад бойца, найти его родственников, донести до них информацию. Лично я принимал участие в пяти таких историях. Это оказывает очень сильное эмоциональное воздействие и на родственников павшего, и на нас, поисковиков. В Челябинской области в этом году состоялось три церемонии захоронения найденных останков советских бойцов.

Во-вторых, я вижу, что это нужно детям и молодежи. Им нравится то, в чем они деятельно участвуют, они осознают, что эти мероприятия не лицемерные, не для галочки, а живые и по-настоящему важные.

## **Главное – внимание**

**– Что вы вкладываете в понятие «гражданское общество»? Нужно ли государству его развивать целенаправленно, как-то мотивировать, или это некий самодостаточный организм, основанный на инициативе отдельных людей?**

– Я не делю цели гражданского общества и государства. На мой взгляд, деятельность общественных организаций так или иначе

---

должна быть нацелена на помощь государству, способствовать его целостности и развитию. Властям не стоит оставлять без внимания общественников. К сожалению, у нас есть организации, которые ставят перед собой иные задачи, диктуемые, видимо, спонсорами из-за границы.

**– Что вы имеете в виду?**

– В первую очередь, проекты, направленные на детей и молодежь. Например, открытые уроки полового воспитания в школах. На мой взгляд, это делается либо, мягко говоря, не от большого ума, либо это осознанная политика. Если не будет взаимодействия государства и общества, это может приобрести стихийный характер. Или стать мощным оружием в руках умелых манипуляторов. Как это случилось на Украине, где произошла подмена ценностей и Бандера превратился из преступника в героя.

**– В чем может заключаться эффективная помощь государства общественных организациям?**

– Если говорить в целом, то мы должны ощущать востребованность со стороны государства. В чем это заключается? Например, в освещении наших мероприятий через СМИ. Ведь телевидение у нас живет своей жизнью, демонстрируя всякую ерунду, основываясь лишь на пресловутых рейтингах. Не меньше информационной поддержки важно участие в наших мероприятиях представителей власти. Это оказывает сильное влияние на людей. Даже финансирование я ставлю лишь на третье место. Хотя это важный аспект. От него зависит качество проводимой воспитательной работы и охват. Понимаете, мы общественная организация, взрослый работающий человек в поисковые экспедиции едет, как правило, за свои деньги. А школьники и учащаяся молодежь? Тем более из неблагополучных семей – где им взять деньги? Получается, что когда есть финансовая возможность, в нашу работу вовлечено больше детей и молодежи, значит, и воспитательный эффект сильнее. К слову, мы систематически участвуем в грантовых конкурсах. И должен сказать, что гранты стали более доступными.

---

## Производство, основанное на знаниях

**– Каким вам видится Южный Урал к 2035 году, что здесь должно появиться, каким он должен стать?**

– Первое. Мне бы хотелось, чтобы в моем родном Челябинске улучшилась экологическая обстановка, появилось больше зеленых насаждений.

Второе. У Челябинской области существует очевидный резерв – развитие сельского хозяйства. Успехи в этой отрасли уже есть, но сколько еще у нас заброшенных полей и ферм! Хотелось бы, чтобы на селе работали наши люди, а не гастарбайтеры. Помимо обеспеченности своими продуктами, наличие стабильного аграрного комплекса снизит отток людей из сельской местности, будет способствовать привлечению профессионалов, воспитанных и обученных на Южном Урале, а не мигрантов с непонятным образованием. Это, с одной стороны, вопрос качества продуктов питания, соответственно, здоровья, а с другой, – социального самочувствия жителей Южного Урала. Ведь приятно же гордиться чем-то хорошим и качественным, что сделано у нас!

Третье. Нам необходимо развивать производства, не связанные с сырьевой отраслью, а базирующиеся на знаниях. На месте одного торгово-развлекательного комплекса в Челябинске был большой завод, который делал очень качественные часы. На месте другого – предприятие, изготавливавшее хорошую измерительную технику. В итоге у нас сегодня остались гиганты металлургии и сфера развлечений. Наверное, это не всё, на что способен наш город, который всегда славился высоким уровнем образования. Сегодня оно должно стать более технологичным, имеющим тесный контакт с производством.

Четвертое. Хотелось, чтобы наша энергетическая отрасль уделила внимание развитию нетрадиционных источников энергии в нашем регионе. При взаимодействии с сельским хозяйством я вижу развитие биогазового направления.

---

Наконец, мне бы очень хотелось, чтобы на территории области больше было именно южноуральских предприятий, а прибыль и налоги не уходили из региона.

**Антон Юрьевич Шарпилов** родился в 1988 году в Челябинске. Окончил Челябинский энергетический колледж имени Кирова, затем Челябинскую государственную аграрную академию (2012). Срочную службу проходил в подразделениях спецназа ВМФ России.

Возродил поисковую деятельность в агроуниверситете, создав отряд «Сварог». Директор областного летнего палаточного лагеря. С 2015 года – председатель регионального отделения ООД «Поисковое движение России».

## **Евгения Майорова: «Мы общаемся с людьми в лучшем их проявлении»**

*Председатель совета благотворительного движения помощи онкобольным детям «Искорка» Евгения Майорова, оглядываясь на сделанное, признается, что, наверное, сегодня не решилась бы взяться за это дело. «Искорка» – это десятки спасенных детских жизней, сотни семей, получивших поддержку в самое трудное для них время, тысячи людей, которым вовремя оказали консультационную помощь. А занимаются этим всего шесть женщин. Несколько лет зарплату в «Искорке» получал только водитель социального такси, развозившего больных ребятшек. Не было даже своего помещения. «Искорка» сегодня – не просто благотворительная организация, это настоящее явление, в котором доброта принимает формы современных социальных инноваций.*





---

## Помочь ребенку. И семье

**– Евгения, как возникла «Искорка», и как помощь тяжелобольным детям стала вашим призванием?**

– Движение появилось в 1989 году под эгидой организации «Гематологи мира – детям» благодаря его основателю Рите Анваровне Галиповой, а в 2001 году «Искорка» была зарегистрирована как самостоятельное юридическое лицо. Инициатива принадлежала родителям детей с онкозаболеваниями. И то, что я оказалась здесь в 2005 году, тоже моя личная драматичная история. Сначала я вела в «Искорке» бухгалтерию, а с 2011 года стала ее руководителем.

**– Если выделить суть – в чем смысл деятельности вашего движения?**

– Комплексное и системное оказание помощи семьям с детьми с онкопатологиями. Делается это через взаимодействие с властью, благотворительную помощь, социально-реабилитационные программы и социальное сопровождение.

**– Помощь оказывается не просто детям, но – семьям. Это принципиально?**

– Да. Когда я начинала работу, главной задачей была помощь ребенку, чтобы обеспечить его необходимыми лекарствами. В ту пору мы недалеко еще ушли от 90-х годов с их тотальным дефицитом и нехваткой финансирования государственной медицины. Тогда шла речь о том, чтобы сохранить жизнь ребенку любой ценой. А все остальное – дело второстепенное.

Но года три назад произошло некоторое смещение акцентов. Ключевым направлением теперь является сопровождение семьи с момента начала постановки диагноза. Наша задача – помочь семье, насколько это возможно, сохранить социально-психологическое благополучие. Чтобы в непростой период лечения ребенка семья могла сохранить свой ресурс, да и просто остаться семьей. Чтобы ее члены могли сберечь свое здоровье – и физическое, и моральное. Чтобы другие дети в этой семье не получили психологиче-

---

скую травму. Ведь как бывает: происходит чудо – ребенок выжил, но жизни в семье не стало.

Второй аспект – информирование. Врач поговорит с мамой, а она в таком состоянии, что ничего не услышит. У некоторых людей, попадающих в тяжелую ситуацию, возникает растерянность, ступор. Они становятся, как дети...

Наконец, у нас много мероприятий, смысл которых – показать детям и их родителям, что есть жизнь кроме и после лечения. К примеру, наша гордость – летний лагерь. Мы организовали его в 2010 году, до этого такая программа была только в Подмосковье. Другой значимый проект – «Игры победителей». Вместе с детьми, перенесшими онкологические заболевания, в этих спортивных соревнованиях участвуют их родители, братья и сестры.

## **Когда нужны деньги**

**– Действительно ли в последние годы отношение со стороны государства к лечению детей с онкопатологиями изменилось?**

– Заметно улучшилась ситуация с обеспечением лекарствами. Но остались проблемы другого плана. Есть ряд медуслуг, которые не входят в тариф по Фонду обязательного медицинского страхования. Есть лекарства, которые назначают внепланово. Чтобы обеспечить ими ребенка, требуется время. А его, как правило, нет. Огромная проблема – отсутствие возможности купить лекарство без проведения торгов, если единица препарата стоит больше 100 тысяч. Часто бывает, что ребенок выписывается из стационара и должен получать лекарственное обеспечение по месту жительства. Сейчас мы обсуждаем с региональным Минздравом проект врачебного сопровождения ребенка. Зачастую педиатр не знает, что делать с такими детьми. Нужен своего рода специальный врач-куратор. Особенно это актуально для малых городов и районов области.

**– А насколько актуален сегодня сбор денег для помощи больным детям?**

– К примеру, если ребенка направляют на лечение в федеральный центр, сама операция оплачивается по квоте на высокотехнологич-

---

ное лечение, консультации – по полису ФОМС. Однако ряд анализов нужно оплачивать семье пациента. Не предусмотрена оплата дороги к месту лечения и проживание. Сейчас мы собираем деньги на операцию по пересадке костного мозга одному мальчику. Сама операция бесплатна, но сопутствующие затраты составляют 350 тысяч. Еще один свежий пример. Ребенку требуется расходных материалов на 36 тысяч рублей в месяц. Эти деньги должны найти родители. Мы не можем остаться в стороне.

## **На те же грабли, но в каске**

### **– Как часто в вашу организацию приходят люди за помощью?**

– Каждый день. Бывает, не по одному. Это родители детей, которым только что поставили диагноз, и те, кто приходит после лечения в стационаре или просто за консультационной помощью.

### **– Ситуация с онкологическими заболеваниями у детей в Челябинской области хуже, чем в других регионах?**

– Нет, она средняя. Заболевают 110-120 детей в год.

### **– Бывали ли в вашей работе моменты, когда опускались руки?**

– Регулярно бывают. Есть эмоциональное выгорание. Вопрос для меня и моих соратников не в том, как его избежать, – это нереально. А как почувствовать, что он наступает. И принять меры. Когда наступаешь на те же грабли, но теперь ты в каске. У меня свой травмирующий опыт, связанный с болезнью дочери. Травма никуда не делась. Забыть это невозможно. Поэтому, наверное, я многие вещи могу воспринимать излишне эмоционально. Особенно, когда мне кажется, что обижают детей, что есть какая-то холодность со стороны чиновников, когда политические амбиции становятся выше интересов детей.

### **– Такие случаи происходят?**

– Происходят. Но после встречи с губернатором Борисом Дубровским в марте их стало заметно меньше. Появились каналы коммуникации. Я надеюсь, что они станут налаженными. Говорю осторожно, потому что – опыт.

---

**– А когда вы, напротив, испытываете воодушевление от своей работы?**

– Конечно, когда мы видим выздоровевших детей и буквально спасенные семьи. Бывает, видишь на наших мероприятиях ребят и вспоминаешь, что вот этот мальчик был маленький, чуть не умер, а теперь рок-группу создает, второй кого-то тренирует, третья девочка уже с парнем встречается, у них отношения. Думаешь: «Господи, какое счастье!»

А еще, конечно, вдохновляют люди. Мы работаем и общаемся с людьми в лучшем их проявлении.

**– Какого содействия вам бы хотелось от государства?**

– Большой открытости. Когда мы собираем деньги, как я понимаю, у Минздрава возникают «репутационные риски»: значит, у них чего-то нет. Наверное, главврачи и руководители медицины опасаются, что их за это накажут. А ведь, бывает, и правда чего-то нет! Отсутствие открытого диалога заставляет нас сомневаться: а делается ли все, чтобы спасти жизнь ребенку? Почему в Москве или Санкт-Петербурге, если вдруг чего-то нет, клиники открыто обращаются в фонды за содействием? У нас же – нет. Почему?

**«Не надо цифр, мы должны это ощущать!»**

**– Чего вам не хватает в Челябинске?**

– Конечно, я могла бы напомнить еще раз про экологию. Но люди, которые здраво мыслят, понимают, что они живут в промышленном городе. Экологическое благополучие такое, какое есть, не вчера таким стало, и нужно время, чтобы ситуация улучшилась. Но вот что вызывает недоумение – отсутствие инфраструктуры для жизни. Нет недорогих мест, где молодежь могла бы проводить свободное время. Где можно было бы не только заняться спортом, но и поговорить, что-то обсудить. В других городах, причем не столичных – в Омске, Ижевске, есть пространство для жизни. В Екатеринбурге мы с удовольствием гуляли по набережной. Народу – полно, все хорошо одеты, улыбаются. Казалось бы, город-сосед, но даже выражение лиц у людей там другое.

---

**– А что, на ваш взгляд, сильно влияет на настроение челябинцев?**

– Посмотрите: куда мы ни приезжаем, как жадные, замечаем: «Ой, как тут зелено!» И вроде бы нам цифры приводят, что город-то наш довольно зеленый, что мы на первых местах в России. Вы чувствуете, что мы на одном из первых мест? Я – нет. Нам не надо цифр, мы должны это ощущать.

Недавно увидела статью, что наша область рассчиталась за кредиты. Я-то это оценила. Но для большинства людей это, увы, малозначимый факт, если им приходится зимой снимать машину с сугроба, весной ходить по колесу в грязи, а летом дышать пылью. И наоборот, если вокруг красиво и чисто – настроение повышается. Это не нужно недооценивать.

**Евгения Викторовна Майорова** родилась в Челябинске в 1982 году. Имеет три высших образования: «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Юриспруденция», «Специалист по связям с общественностью». Руководитель клуба бухгалтеров и аудиторов некоммерческих организаций Челябинской области.

Член общественного совета при министерстве социальных отношений Челябинской области. Председатель общественного совета комитета социальной политики администрации Челябинска. Член общественного совета пациентских организаций министерства здравоохранения Челябинской области. Эксперт Общественной палаты Челябинской области.

Награждена Почетной грамотой губернатора Челябинской области, Благодарственным письмом уполномоченного при Президенте РФ по правам ребенка и Благодарностью министерства здравоохранения Челябинской области. Лауреат премии Законодательного собрания Челябинской области в сфере молодежной политики.

## Елена Жернова: «Ребёнок с особенностями развития – это прежде всего ребёнок»



Общественная организация «Звёздный дождь» возникла в Челябинске в 2006 году. В 2012 - м, с появлением собственного помещения, «Звёздный дождь» стал центром помощи детям с аутизмом и синдромом Дауна. За эти пять лет здесь помогли 1 400 семьям с особыми детками. Бессменный руководитель центра Елена Жернова настаивает: «Мы помогаем не детям, не родителям, а именно семьям».

### Ещё раз о пользе лошадей

– Елена Викторовна, какое у вас образование и чем вы занимались до «Звёздного дождя»?

– Я окончила дошкольный факультет Свердловского педагогического института, специализация «Психология и педагогика». Работала воспитателем, руководителем детского сада в Ленинском районе Челябинска. Потом разочаровалась в этой работе. Мы делали интересные вещи, а в районо нас спрашивали с пристрастием: почему вы делаете так, а не вот так? Мы брали стандартную программу, разрезали её, переформатировали и делали её «под детей». Сейчас очевидно, что так и надо заниматься с дошколятами, а тогда с нас требовали писать объяснительные. Устав от упрёков, я ушла в свободное плавание. Работала специалистом по раннему развитию в проектах фонда «Рука помощи», волонтерила в Доме ребёнка № 3 (теперь он реформирован в центр помощи семьям «Вдохновение»).

---

## **– Почему возникла необходимость создать свою организацию?**

– Да не было прямо вот необходимости! Я была в 2005 году на стажировке в Польше, знакомилась с деятельностью неправительственных организаций в этой стране. И, в частности, очень заинтересовалась иппотерапией, которую практиковал Мариан Ярошевский. Это метод реабилитации детей с двигательными проблемами посредством лечебной верховой езды. Побывала позже в летних конных лагерях, училась там на иппотерапевта и, вернувшись в Челябинск, решила, что наши дети тоже должны иметь возможность получать такую замечательную помощь. Так, с лёгкой руки Галины Алексеевны Тютиной (тогда она была директором челябинского зоопарка) в нашем городе появилась иппотерапия. Начинали мы с коммерческой фирмой, но, работая с детьми и людьми с инвалидностью, очень быстро поняли, что нужна некоммерческая организация для этой работы. Так и появился «Звёздный дождь».

## **Идти от ребёнка**

### **– В чём особенности подхода к работе в вашем центре?**

– Мы занимаемся темой реабилитации детей с аутизмом и синдромом Дауна в контексте семьи. Мы должны показать родителям, что ребёнок с особенностями развития – это прежде всего ребёнок. А потом уже особенности. А семья – это не только родители, но ещё есть братья и сёстры особого ребёнка. Они испытывают колоссальное давление – эмоциональное, психологическое. У них может возникнуть чувство вины, брошенности. Им тоже нужно помогать.

### **– Скольким семьям вы помогаете в настоящий момент?**

– Сейчас на постоянной основе к нам приходят 150 семей. В центре работает группа кратковременного пребывания. Имея статус НКО, мы имеем возможность пробовать все передовые и результативные технологии реабилитации. Особые дети здесь с занимаются с педагогами. У нас специальные педагоги, уникальные, творческие, преданные детям, думающие. Нигде в городе нет таких!

---

## **– Как вы их находите?**

– По-разному. У меня есть девочка, она пришла случайно. Она была коноводом, хотя имела экономическое образование. Слушала, наблюдала, что происходит. Потом сказала: хочу попробовать работать. Сейчас она учится в магистратуре в педуниверситете. Лучше всех на курсе понимает в теме детей с аутизмом. Даже преподаватели у неё консультируются.

## **– Какая мотивация у этих людей, ведь точно не деньги?**

– Мне кажется, это люди-новаторы, которые хотят сделать что-то интересное. Раньше, когда начинали, большинство из наших помощников были сами родители. Сейчас тенденция поменялась: много молодых, интересных, замечательных девочек, которые ловят этот подход – идти от ребёнка. И наверное, от своей работы они получают эмоциональное удовлетворение.

## **– Были случаи, когда, что называется, опускаются руки?**

– Конечно, за столько лет работы всякое было. Были дни, когда я думала: «Боже мой, это точно мне надо?». Но, знаете, я никогда не держу в памяти такие случаи. Вот даже сейчас мне нужно делать усилие, чтобы вспомнить что-то конкретное и драматичное. Приходят родители: «Хотим, чтобы ребёнка взяли в школу». Я всегда за то, чтобы дать ребёнку шанс. Тем более, действительно, у мальчика есть потенциал. А школа так не считает. Начинаю работать вместе с мамой. Пишем письма директору, чтобы получить официальный отказ. Это нормально – есть отправная точка, чтобы двигаться дальше. А впереди бюрократическая оборона, которую надо пробить. Там лирики мало, надо, образно говоря, постоянно кого-то иголками тыкать. Я потратила на это свой отпуск. И школа уже готова взять ребёнка. И вдруг его мама говорит: «Мы решили мальчика в школу не отдавать»...

Или вот недавно совет по аутизму был. Люди сидят и отчитываются: «Мы знаем, как работать с такими детьми». А вся работа сводится к тому, что ребёнку в 14 лет меняют диагноз на шизофрению, его начинают бояться сверстники. В итоге его запирают в психиатрическую клинику, ставят препараты, которые не нужны при аутизме. Так мы ломаем судьбу человека. Но тут у меня не опускаются руки, а наоборот – возникает «спортивная» злость: «Нет, вот так точно нельзя!»



---

## Менеджмент собственной жизни

### – Каким делом вы гордитесь более всего?

– Для меня важно, что сейчас появились прецеденты, когда дети, имея диагноз аутизм или синдром Дауна, могут достигать тех высот, на которые они потенциально способны. Пример – Арина Кутепова, абсолютная чемпионка по художественной гимнастике первых Олимпийских игр для людей с синдромом Дауна. Или если ребёнок может учиться в школе, и он учится.

Предмет моей большой гордости – то, что у наших детей есть летний отдых. Закон не предусматривает для детей с синдромом Дауна и аутизмом обязательное санаторно-курортное лечение и летние лагеря. А в Челябинске это есть. Причём важно, что у нас есть летние программы, когда дети могут ездить в лагерь без родителей. Летняя жизнь без родителей формирует массу очень важных компетенций. Здесь не просто социализация – самоопределение. Не может быть здорового взрослого человека, если у него не было этих проб самостоятельного проживания. Особые дети, как правило, всё время с мамой, всё время под присмотром. И когда им становиться самостоятельными?

### – У особых детей есть потолок возможностей?

– Нет потолка. Как нет ответа на вопрос: «Что есть норма?» Синдром Дауна и аутизм – это состояние, а не болезнь.

Ко мне приходят на консультацию и с нормотипичными подростками. Он может быть двоечник или отличник. Вопрос в уровне достаточности. Для кого-то достаточно бегать пять километров по утрам, для кого-то булка и сладкий чай. И это всё норма. А вот степень привязания у всех разная. Ограничения на человека могут накладываться только не выработанное правильное поведение, несформированность компетенций по самоорганизации, самоопределению. Но этим страдают и типично развивающиеся школьники. В Америке детей с аутизмом учат менеджменту собственной жизни. Такой урок и в обычной школе не помешал бы.

---

## **– У «Звёздного дождя» есть мечта?**

– Мне бы хотелось, чтобы для особых детей появилась настоящая школа. Не здание, нет. А как у Макаренко – школа как система жизни, где можно было бы дошкольное детство охватить. Если мы будем включать раннее вмешательство, оказывать помощь детям с пяти-семи месяцев, то возможностей для реабилитации таких детей будет гораздо больше.

## **Не надо обманывать!**

### **– Как может государство способствовать развитию гражданского общества?**

– Очень досадно, когда представители государства лгут. Вот президент поставил задачу передать социальные услуги на аутсорсинг, в том числе некоммерческим организациям, есть закон ФЗ-442 «Об основах социального обслуживания граждан в РФ», где много хорошего. А у нас чиновник на недавнем совещании выступает: никто из НКО не подаёт нам заявки на вхождение в реестр. Зачем обманывать-то? Мы написали, нам отказали! Никого они не ждут, они просто не хотят отдавать деньги НКО. Я вхожу в общественный совет при уполномоченном по правам ребёнка в России. Свидетельствую: все решения, принимаемые на федеральном уровне, – по делу, мне всё подходит. Приезжаю в Челябинск – все говорят правильные слова, делают только что-то не то... По отчетам всё у всех хорошо. Но если всё хорошо у вас, почему семьи с особыми детьми здесь, у нас?

## **Всё зависит от начальника?**

### **– Челябинск – город индустриальный. Трудно ли вам любить свой город?**

– Я люблю Челябинск. Это город, в котором я родилась, живу и буду жить. Это город, в котором хочет жить мой сын. Любить Челябинск нетрудно. Любить вообще не должно быть трудно, на мой взгляд. А иначе – это и не любовь, а что-то другое.

### **– На ваш взгляд, у нашего региона есть нереализованное преимущество, которое может дать нам импульс к развитию?**

---

– Заметно, что в последнее десятилетие Челябинск поднялся. Началось движение. Приезжают иностранцы, проходят крупные спортивные мероприятия. Но, буду откровенна, ощущения, что дальше в Челябинске будет лучше, пока нет. У людей, которые здесь живут, огромный потенциал. А ощущение, что всё зависит от начальника. Нужно, чтобы от людей зависело.

Автономная некоммерческая организация помощи детям «Звёздный дождь» учреждена на основе добровольных взносов учредителей в целях предоставления услуг по социальной реабилитации и адаптации детей с ограниченными возможностями здоровья, а также оказавшихся в трудной жизненной ситуации.

Проводит праздники для «особых» детей, чтобы создать ситуацию успеха вокруг ребенка с особыми потребностями, научить его родителей верить в свои силы, убедиться, что вокруг немало успешных людей, которые с пониманием относятся к таким семьям и готовы их поддержать. Как правило, праздники проходят на природе, в командных и корпоративных соревнованиях с призами. Каждый год АНО «Звездный дождь» осуществляет театральную постановку с участием более 70 детей с особенностями в развитии. Премьера всегда проходит между двумя датами: 21 марта – Всемирный день человека с синдромом Дауна и 2 апреля – Всемирный день распространения информации об аутизме.

## **Константин Толкачев: «Садоводы – самый удачный пример самоорганизации граждан»**



*Половина взрослого населения нашей страны в той или иной мере являются садоводами. Такого количества единомышленников нет ни у одной политической партии. Интересы этих людей представляет «Союз садоводов России», челябинское отделение которого возглавляет предприниматель, депутат Законодательного собрания области Константин Толкачев.*

---

## Уникальная российская традиция

**– Константин Николаевич, почему и когда лично вы решили заняться общественной деятельностью?**

– Всегда, сколько себя помню, старался занимать активную жизненную позицию, делать что-то полезное для общества. К примеру, в 2011 году мне предложили войти в попечительский совет Федерации спортивного бокса Челябинской области. Годы два помогал в организации соревнований, в том числе и финансированием. Мне это было близко, поскольку и сам в юности занимался спортом. А тема садоводов возникла как продолжение уже предпринимательской деятельности. Одно из предприятий, которым я руковожу, производит стеклотару. Поскольку садоводы – одни из главных потребителей стеклотары, погрузился в жизнь этого сообщества. Затем вышел на «Союз садоводов России», где мне предложили создать и возглавить челябинское отделение. В 2014 году мы провели объединительную конференцию, с которой и началась история региональной организации.

**– Зачем садоводам нужно своё общественное объединение?**

– Садоводство – уникальная российская традиция. Число людей, которые вовлечены в садоводство, по всей стране превышает 60 миллионов. У нас в области насчитывается 885 садовых некоммерческих товариществ, в общей сложности это более миллиона участков. Если предположить, что в среднем на каждом из них работает и отдыхает два человека, то это уже два миллиона человек, больше половины населения всего региона. Ранее сады организовывались под патронатом крупных предприятий. Все инфраструктурные вопросы решались через эти предприятия. Потом предприятия сбросили с себя этот «балласт». СНТ остались наедине со своими проблемами. «Союз садоводов России» восполняет образовавшуюся нишу. Людям свойственно объединяться, особенно если они единомышленники и у них схожие проблемы. Одному человеку трудно, скажем, достучаться до чиновника. И чиновник, будем реалистами, не наговорится с каждым. «Союз садоводов» – инструмент диалога граждан с властью.

---

## Маленький человек, крупный инвестор

**– Вы как-то заметили, что садоводы – это своего рода инвесторы, обеспечивающие внутреннее потребление...**

– Это факт. Каждый человек, имеющий садовый участок, покупает хозяйинвентарь, саженцы, стройматериалы, пользуется услугами транспорта. Все эти товары и услуги в большинстве своём производятся в регионе. Мы подсчитали: каждый владелец садового участка в год тратит минимум 20 тысяч на эти цели. Умножим это число на количество участков, получается, что примерно 20 миллиардов рублей вкладывается садоводами в региональную экономику ежегодно. Это одна седьмая часть бюджета области. А чем дольше человек находится на своём участке, тем больше увеличивается потребление. Одна из целей нашей организации – способствовать комфортному пребыванию человека на своём участке, что в свою очередь способствует развитию местной экономики. Но ведь садоводы ещё и обеспечивают свои семьи экологически чистыми продуктами, это уже инвестиции в здоровье. Кстати, санкции явились одним из катализаторов интереса людей к своим, местным продуктам. После 2014 года ощущается и рост спроса на садовые участки.

## Развитие территорий через сады

**– Назовите три главные темы, которыми занимается сегодня «Союз садоводов России».**

– Этой весной в первом чтении был принят закон «О садовых некоммерческих товариществах». Сейчас готовятся поправки ко второму чтению. Челябинское отделение «Союза садоводов» активно включилось в эту работу. Мы создаём закон, который закладывает фундамент будущей системы и задаёт вектор развития садоводства на долгие годы. Вся проблематика здесь. Это, в первую очередь, развитие инфраструктуры, в широком смысле безопасность нахождения людей на садовых участках и, наконец, вопрос обеспечения продовольственной безопасности страны.

---

### **– А есть региональная специфика?**

– Создание комфортных условий для людей на их участках связано в значительной степени с финансированием. Губернатор Борис Дубровский с 2015 года возобновил программу субсидирования затрат на инфраструктуру. Это очень важное для нас решение.

### **– В чём его смысл?**

– Если мы говорим об инфраструктуре – дорогах, проведении электричества и т. д. – то, по сути, это развитие территории страны. Любое развитие территорий требует вложений. СНТ существуют на взносы своих членов. Программа субсидирования позволяет садовым товариществам получить до 50 процентов компенсации средств, вложенных самими гражданами в развитие инфраструктуры.

### **– Как это работает?**

– Допустим, садоводы вложились в ЛЭП или дорогу. СНТ предоставляет комплект документов в местную администрацию. Она проводит анализ документов и, если затраты подтверждены, а само СНТ не имеет каких-либо обременений, то из муниципального бюджета оно получает компенсацию. А муниципалитету в свою очередь перечисляет деньги региональный Минфин. Начиная с 2015 года ежегодно из бюджета области выделяется по 10 миллионов рублей на эти цели.

## **Подлинный основатель гражданского общества**

### **– Каким делом вы гордитесь более всего?**

– Возможно, это не совсем скромно, но честно скажу: горжусь тем, что удалось создать дееспособную организацию. Челябинское региональное отделение по нашему внутреннему, «союзному» рейтингу входит в твёрдую тройку лидеров в стране.

### **– Могут ли садоводы помочь в развитии гражданского общества?**

– Я принимаю участие во многих отчётно-выборных конференциях садовых товариществ и всегда бываю приятно удивлён тем, насколько активно и заинтересованно участвуют садоводы в работе

---

своих товариществ, в тех же выборах, например. Мы постоянно боремся за явку, скажем, на выборах муниципальных депутатов. У садоводов точно бороться за явку не нужно. Я был на собраниях, когда зал большого ДК был наполнен битком! Эти люди реально участвуют в формировании своей судьбы. В известном смысле садовое товарищество – это самый удачный на сегодня пример самоорганизации и народного самоуправления. То, чего так не хватает реформе местного самоуправления. В этой связи хочу привести слова Жан-Жака Руссо: «Первый, кто расчистил участок земли и сказал: «Это моё», стал подлинным основателем гражданского общества». В чистом виде про нас!

## **Регион для самореализации**

**– Есть ли у Челябинской области скрытые резервы, которые ещё не в должной мере используются для развития региона?**

– Когда Борис Александрович Дубровский в 2014 году формулировал Стратегию-2020, он подчеркнул, что её главный резерв и главная цель – человек. Ту же мысль он повторил и говоря о развитии региона в перспективе до 2035 года. Это очень верный акцент. Потому что можно строить планы и стремиться к цифрам, но уважать человека, прислушиваться к народному мнению можно вот прямо сейчас. И создавать условия для раскрытия человеческого потенциала нужно сегодня. А дальше люди уже сами начнут созидать, повышать производительность труда, создавать общественное благо, помогать ближним. Слышать людей – значит давать им надежду на то, что их мысли, идеи, чаяния по самым разным вопросам – от судьбы их шести соток до экологии и развития промышленности – будут востребованы. Это ведь старая истина – одна голова хорошо, а две лучше. Убеждён, что если существует диалог, то обязательно будет развитие.

**– А каким вам видится Южный Урал в 2035 году?**

– Я бы мог долго описывать параметры комфортных условий, в кото-

---

рых должен жить человек. Достойная работа, развитая инфраструктура, хорошее здравоохранение, цветущий город. И, уверен, мы движемся в этом направлении. Но главное – чтобы человеку, во-первых, хотелось жить здесь, а во-вторых, чтобы он понимал: в Челябинской области он может достичь в своей жизни чего-то значительного, реализовать свои способности, трудолюбие, мечты.

**Константин Николаевич Толкачев** родился в 1978 году в Челябинске. Окончил экономический факультет Южно-Уральского государственного университета с красным дипломом. С 2005 года возглавляет промышленное строительно-монтажное объединение – холдинг «Пирамида», в состав которого, в частности, входит Комбинат строительных материалов и изделий и Коркинский стеклотарный завод.

В 2014 году избран председателем Челябинского регионального отделения Общероссийской общественной организации «Союз садоводов России». С 2015 года – депутат Законодательного собрания Челябинской области.

## **Сергей Ермаков: «Челябинск – город рабочих профессий»**



*В 2013 году Сергей Ермаков организовал благотворительный фонд «Мечта». Эта общественная организация проводит активную работу по поддержке уникальных проектов в сфере образования, детского спорта и охраны окружающей среды. Самый яркий проект, получивший известность далеко за пределами Южного Урала, – Всероссийский чемпионат профмастерства «Лучший сантехник. Кубок России». Чемпионат ежегодно проводится с 2012 года.*



---

## Хорошо образованный сантехник

### **– Сергей Владимирович, почему вы решили заняться общественной деятельностью?**

– Идея организовать фонд «Мечта» появилась, когда мы решили добавить в проект социальное направление. Задача – показать, что люди рабочей профессии являются активными гражданами, которых также интересует общественная деятельность и которые не остаются равнодушными по отношению к тем, кто нуждается в помощи. А общественная организация позволяет распространить этот проект на все регионы. Так в чемпионате появился этап «Добро согревает»: сантехники из разных городов России оказывают безвозмездную сантехническую помощь незащищенным слоям населения.

**– Помощь нуждающимся людям – это важная составляющая, но не менее значимо, когда в центре внимания появляются не звезды шоу-бизнеса или чиновники, а люди, способные что-то хорошо сделать своими руками...**

– Поднятие престижа, популяризация рабочих и инженерно-технических профессий среди граждан – это государственная программа. На сей счет существует даже распоряжение Правительства РФ от 13 ноября 2013 года №2108-р. Благотворительный фонд «Мечта» как некоммерческая организация решает этот вопрос благодаря чемпионату при поддержке коммерческой организации «Торговый дом «СантехУрал», заинтересованной в развитии этой профессии.

Причем, как выясняется, существует общественный запрос на решение этой проблемы. По данным портала Роструда «Работа в России», из 6 576 рабочих мест для представителей профессии «слесарь-сантехник» открыто 2 789 вакансий. В поиске работы по специальности находятся 1 380 человек, из них только 809 имеют средне-специальное и высшее профессиональное образование. Очевидно, что при низкой обеспеченности квалифицированными рабочими кадрами инвестиционная привлекательность любого региона сводится к нулю.

---

**– Видимо, поэтому в конкурс отдельным этапом под названием «Школа сантехника» включена профориентационная работа с молодёжью?**

– Да. Сантехники по всей стране рассказывают школьникам о своей профессии, показывают специальный профориентационный мультфильм, а также проводят мастер-класс по сантехническому ремонту.

Систему наставничества нужно сохранять, потому что передача опыта – это основа любой специальности. Симбиоз учебного заведения, которое дает базу, и уроков от действующих специалистов, которые, что называется, на пальцах объяснят нюансы ремесла, поможет создать из студента высококачественного специалиста.

**– Власти понимают стратегическую важность таких инициатив?**

– Регионы, в которых правительство заинтересовано в решении проблемы с рабочими специальностями, выставляют подготовленные команды, их поддерживают на всех этапах. Но, к сожалению, такая тенденция наблюдается пока не везде.

## **Президентский грант на чемпионат**

**– Легко ли вам налаживать контакт с властью?**

– Для меня удивительно слышать на всероссийских съездах НКО о том, что в том или ином регионе кто-то не смог достучаться до правительства. В нашем регионе мы имеем возможность взаимодействовать с чиновниками на всех уровнях власти. В регионе создано Управление общественных связей правительства Челябинской области, которое способствует в том числе развитию некоммерческого сектора.

**– Что вы вкладываете в понятие «гражданское общество»?**

– В моем понимании гражданское общество – это сфера свободного самовыражения граждан, формирование некоммерческих ассоциаций и организаций. В Челябинске активно развиваются та-

---

кие сообщества, наиболее активным их представителем является Общественная палата Челябинской области. Среди предпринимательского сообщества самым значимым является Торгово-промышленная палата.

Согласно исследованию фонда «Общественное мнение», гражданское общество сегодня на 60 процентов состоит из взрослых, зрелых активистов в возрасте от 30 лет и старше. Думаю, эта динамика сохранится и в перспективе. Завтрашние взрослые общественники – это сегодняшняя молодежь, воспитанная в эпоху интернета, социальных телефонов, мобильных приложений. Я считаю, что именно сейчас нам следует усилить работу с подрастающим поколением: продолжить включение их в деятельность существующих общественных организаций, всячески поддерживать инициативы молодежи, уделять особое внимание их идеям, направлять тех, кто уже вовлечен, чтобы в 2035 году мы могли видеть социально активных, действующих граждан Российской Федерации.

**– Нужно ли, на ваш взгляд, систему НКО развивать целенаправленно, мотивировать со стороны государства, или это некий самодостаточный механизм?**

– Нам следует более организованно подходить к формированию гражданского сообщества. Со стороны правительства мы ожидаем обратной связи, а также поддержки в освещении деятельности активных предпринимателей.

Спустя семь лет наша гражданская инициатива нашла поддержку в Правительстве РФ, а именно – у Фонда президентских грантов. Нас услышали, на нас обратили внимание, учли наш предыдущий опыт, поверили. Фонд «Мечта» получил грант на призовой фонд чемпионата в 2017 году.

## **Сантехник — профессия на перспективу**

**– Южный Урал – край трудовой, индустриальный. Есть ли у нашей области скрытые резервы, которые еще не в должной мере мы используем для развития региона?**

---

– С момента образования в 1736 году Челябинск успел сформировать разностороннюю репутацию. Наш город – это и «столица металлургии», и «Танкоград», и «опорный край державы». У нас возникла идея сформировать новый имидж города: «Челябинск – город рабочих профессий».

**– Вы полагаете, что сантехник в 2035 году будет столь же необходим, как и сейчас?**

– Научно-технический прогресс ведет к тому, что к 2035 году цифровые технологии будут использоваться во всех отраслях нашей жизни и вытеснят традиционные профессии. По прогнозам более 40 процентов сегодняшних профессий в течение ближайших двадцати лет окажутся в зоне риска. В этом смысле сантехник — интересная профессия, уходящая корнями вглубь веков: вспомним хотя бы акведуки Древнего Рима. Эта специальность пережила три промышленных революции. Я уверен, что четвертую промышленную революцию сантехники также переживут. Будет появляться новое оборудование, автоматизироваться система работы, но человеческое участие останется. На 50 процентов профессия сантехника состоит из общения с людьми, заказчиками. Люди обращаются к сантехникам в сложных, а порой даже экстренных ситуациях, и они всегда приходят на помощь.

**Сергей Владимирович Ермаков** родился в 1970 году в городе Орске. Кандидат экономических наук. Вице-президент Южно-Уральской торгово-промышленной палаты, председатель комитета по развитию предпринимательства, работе с предприятиями малого и среднего бизнеса. Член комитета по поддержке и развитию малого и среднего предпринимательства Торгово-промышленной палаты Российской Федерации. Член Общественной палаты Челябинской области в 2007 – 2014 годах.

Один из учредителей Челябинского регионального отделения «Народного фронта «За Россию». С 2016 года — член общественного совета при законодательном собрании Челябинской области по предпринимательству и инвестиционной деятельности.

Учредитель общественного благотворительного фонда «Мечта» Челябинской области. Организатор ежегодного Всероссийского конкурса профессионального мастерства «Лучший сантехник».

---

## Карен Даллакян: «Очень хочу, чтобы Челябинск стал добрее»

*Знаменитый ветеринарный врач и создатель фонда помощи животным «Спаси меня» Карен Даллакян сам по себе – достопримечательность и живой бренд Челябинска. Сотни спасённых жизнью братьев наших меньших (хотя иногда и весьма крупных) – это лишь одна часть истории. Другая и, возможно, главная состоит в том, что Даллакян, занимаясь проблемами животных, напоминает людям об их человеческой сути.*



### Крыло попугайчика

**– Карен, как вы нашли свою профессию?**

– Я родился и вырос в Ереване. В нашей квартире жил волнистый попугайчик. Однажды он сломал крыло, никого дома не было, а я испугался и решил его вылечить. Мне тогда было семь лет. Я отнёс попугая в ванную комнату и синей изолентой аккуратно замотал крыло. Безумно боялся, что придут родители и будут ругаться. Но когда мама вернулась с работы, то похвалила меня, сказала, что всё сделал правильно. Это уже сейчас я понимаю, что наложил ему своеобразную шину.

Мои родители мечтали, чтобы я стал врачом скорой помощи. После окончания школы, в 1987 году я уехал тогда ещё в Ленинград, чтоб поступить в медицинский институт, но по формальной причине мои документы не приняли, и я стал студентом ветеринарного факультета Вологодского молочного института. Моя мама немного расстроилась, что я не попал в медицинский, а я был счастлив: моя подспудная мечта стать ветеринаром реализовалась. Кстати, тот попугайчик долго потом жил у нас, крыло заросло благодаря моей «шине».

---

**– А как возник фонд «Спаси меня», с которого началась ваша общественная деятельность?**

– По окончании института я приехал в Челябинск к отцу, который работал металлургом. Сначала работал, что называется, на хозяина. Затем в скорой ветслужбе. Получив лицензию, открыл свою частную практику. А фонд появился в 1998 году. Я подрабатывал в клубе любителей кошек. Бывало, лечил животных бесплатно, поскольку у малоимущих владельцев зачастую не было денег. И однажды мне подсказали, что можно организовать фонд помощи животным, который имеет право собирать пожертвования.

Первое, что мы сделали, – устроили выставку стерилизованных котиков и кошек. Показали, какими они могут (и должны!) быть – красивыми, ухоженными.

## **Урок Олимпиады-80**

**– Кстати, вы согласны с тем, что всех собак и кошек нужно стерилизовать?**

– Тех, что живут в домах, возможно. Тех, что на улице, – нет. Массовая стерилизация – путь к катастрофе. Так мы рискуем потерять популяцию. Природа не терпит пустоты, на место этих животных придут другие. В канун Олимпиады-80 Москву вычистили от бездомных собак и кошек. В результате развелись крысы, а некоторые округа Москвы до сих пор неблагоприятны по бешенству из-за нашествия лис. Кстати, случаи бешенства уже в этом году были зафиксированы в Челябинске. Это уже страшно...

**– Как так получилось?**

– Собаки – санитары города, пограничники. Они предотвращают попадание в город диких животных, переносчиков опасных заболеваний типа бешенства. В древних городах, вроде Самарканда или Еревана, в пригородах живут истинно безнадзорные животные. Это очень старые популяции, которые на генетическом уровне усвоили субординацию: где человек – там нас нет.

---

**– А что делать со случаями, когда собаки нападают на людей?**

– Обычная собачка, которая родилась на улице, никогда на человека не нападет. А собака, которую человек выбросил, предал, опасна. Такие животные человека уже не боятся...

## **Нет бездомных собак**

**– Что, по-вашему, является главной проблемой в сфере взаимоотношений человека и животных у нас в стране?**

– В России сегодня нет социальных ветеринарных услуг. Они все платные. Это обстоятельство и отсутствие культуры у людей приводит к тому, что животные размножаются, а потом оказываются на улице, пополняя ряды безнадзорных кошек и собак. Вторая проблема – бесконтрольная продажа животных. Тут букет последствий, включая распространение инфекций. Но главное – это порождает безобразное отношение к животным как к источнику дохода.

**– А как должны сосуществовать люди и животные в городе?**

– Нет бездомных собак. Есть безнадзорные. Если они живут в городе – это их дом. Город должен упорядочить правила содержания собак. На любой стройке, рынке, стоянке есть полубезнадзорные животные. Они получают еду, бесконтрольно размножаются, кусают людей, выбегают на проезжую часть, ночью гавкают. Поэтому первое – нужна регистрация всех животных, включая чипирование, паспортизацию, какие-то опознавательные знаки. Второе – отлов. И очень важно – приют временного содержания, который у нас отсутствует. Далее – карантин как минимум три недели, чтобы ветеринар мог поставить диагноз, выявить носителей особо опасных инфекций и агрессивных особей. После этого комиссия должна принимать решение об усыплении. А если животные здоровые, сообщить в зоозащитные организации, которые могут их забрать, найти хозяина или вернуть, если он есть.

---

## Дикие, но симпатичные

**– С недавних пор при вашем фонде «Спаси меня» появился приют диких животных. Сколько в нем сегодня «постояльцев»?**

– Вместе с домашними – около 120. У них разные судьбы, подчас очень драматичные, многие пострадали от рук человека. География – весь Урал. Не так давно случилась беда – разорился зоопарк в Томске. Пришлось животных и птиц буквально эвакуировать. Это лиса, енот, леопард, медведь, пума, чайки, орел. Мы первые в стране согласились помочь...

**– Теперь у вас фактически зоопарк!**

– Правильно сказать – зоологическая коллекция. Но я здесь оставляю только животных-инвалидов, которые без ветпомощи жить не могут. Надеюсь, что здоровые в скором времени найдут свой новый дом в строящемся парке доисторических времён на курорте «Солнечная долина».

**– Знаю, что люди чуть ли не каждую неделю приносят к вам диких животных, которым требуется помощь...**

– По этой причине мы и не делали официального открытия. Наши возможности всё-таки ограничены. Газ нам пока не провели, хотя обещали. Зимой на отопление электричеством помещений, где содержатся животные, приходится тратить огромные деньги. Компенсировать издержки мог бы наш крематорий для животных, единственный в Челябинске. По санитарным правилам утилизировать биоотходы можно только через сжигание. Хоронить трупы животных категорически нельзя, к тому же у нас нет специальных кладбищ. Сегодня, обнаруживая захоронения животных, прокуратура выносит предписание убрать его. А как и куда? Мы готовы бесплатно сжигать трупы животных, но дайте нам хотя бы какие-то субсидии! Увы, мы пока здесь не видим партнёра в лице государства.



---

## Жорик и Марыся

### – Карен, а чем вы гордитесь больше всего?

– Достижений много: выпущенные на волю орёл, львица, волки, спасённые лисы. Но история с тигрёнком Жориком – это настоящая победа. Именно она сподвигла нас создать приют для диких животных и птиц...

### – Кстати, как у Жорика дела?

– Он жив-здоров, сотрудники хабаровского центра реабилитации диких животных «Утёс», который приютил Жорика, разве что не молятся на него. К слову, хорошая новость: центр переходит под опеку государства.

Но у нас ведь теперь есть ещё одна героиня. Наша звезда рысь Марыся, которая, кажется, сможет изменить законодательство.

### – Эта та самая, которую едва не расстреляли зимой в Еткульском районе?

– Да, она попала в петлю на территории частного владения, куда залезла в поисках пищи. Чудом осталась жива, но лапу пришлось ампутировать. А вот что делать дальше – было неясно. Обратившись к природе, ей путь заказан, потому что инвалид. По закону животное у нас должны были изъять и выставить на аукцион. Если не продаётся – его уничтожают. Это возмутило меня. Я написал обращение к главе Минприроды С. Е. Донскому и в Роскомимущество. Выяснилось, что безвозмездно отдавать животное имеют право только муниципальным организациям. НКО не считается партнёром государства, хотя мы по сути выполняем функции нашего Минэкологии – спасаем животных. И вот последнее сообщение Роскомимущества – с примером из Челябинска просят спецпредставителя Президента РФ по вопросам экологии С. Б. Иванова внести изменения в законодательство, чтобы, во-первых, НКО считались партнёром государства, во-вторых, ужесточить правила аукциона, по которому сегодня любой желающий может купить на нём рысь и сделать из неё чучело. Думаю, примером Марыси мы спасли много диких животных от усыпления.

---

**– Традиционный вопрос для участников нашего проекта. Какие у Южного Урала есть нераскрытые резервы?**

– Область у нас уникальная, она расположена в трёх природно-климатических зонах. Это можно использовать для развития экотуризма. Но ландшафты без животных не интересны. Я вспоминаю одну свою поездку. Граница Германии и Чехии. Мы стоим на трассе и смотрим на стадо пятнистых оленей. И фазанов, гуляющих, как голуби. Ни у кого не возникает мысли стрелять: они под охраной государства. Животные в естественной среде, это можно сделать в любом месте. У нас есть кабаны, косули, в Саткинском районе успешно прошла адаптация пятнистых оленей. На мой взгляд, зоопарков не должно быть, должны быть национальные парки, как, например, сафари-парк «Тайган» в Крыму.

**– А каким бы вам хотелось видеть Челябинск в будущем?**

– Очень хочу, чтобы Челябинск стал добрее. Доброты нам не хватает больше всего.

**Даллакян Карен Вачаганович** родился 1970 году в г. Ереван (Армения). В 1992 году окончил Вологодский молочный институт с присвоением квалификации «Ветеринарный врач». До 1998 года вел частную ветеринарную практику как индивидуальный предприниматель, затем, будучи известным в Челябинской области зоозащитником, основал и стал президентом Фонда зоозащиты «Спаси меня». Депутат Совета депутатов Калининского района г. Челябинска

---

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба / В.В. Ворошилов. – СПб.: Изд-во «Михайлова В. А.», 2005.
2. Гундарин, М.В. Книга руководителя отдела PR / М. В. Гундарин. – СПб.: ЗАО Издательский дом «Питер», 2006.
3. Зачем нужен пресс-релиз (Электронный ресурс). – Режим доступа: <https://www.watermillsky.ru/>
4. Мандель, Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б. Р. Мандель. – Москва: ВУЗ. Учебник, 2009.
5. Мрочко, Л.В. Методические рекомендации по подготовке пресс-релиза / Л. В. Мрочко. – Москва: МГУ, 2012.
6. Киселев, А.К. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста / А.К. Киселев. – СПб.: ЗАО Издательский дом «Питер», 2011.

### Ресурсы, использованные для оформления примеров:

1. Сайт региональной программы «Ты – предприниматель» в Челябинской области (Электронный ресурс) – [откройдело.рф](http://otkroydelo.rf)
2. Сайт Управления молодежной политики Челябинской области (Электронный ресурс) – <http://gump74.ru/>
3. Сайт Федерального агентства по делам молодежи (Электронный ресурс) – <https://fadm.gov.ru/>

**ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО.  
МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ НКО  
И ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ**

Подписано в печать 21.12.2017. Формат 60х90/16  
Бумага 115 гр/кв.м, мелованная матовая. Печать офсетная.  
Усл. печ. л. 11,44  
Тираж 999 экз. Заказ № 1543

Отпечатано в ООО «Типография Для Вас»  
620026, Екатеринбург, ул.Розы Люксембург, 52а, оф. 3  
Тел.: (343) 211-03-00